

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



**"PLAN DE DESARROLLO TURISTICO RURAL COMUNITARIO
SOSTENIBLE PARA EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN,
DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO"**

PRESENTADO POR:

ANDREA MERCEDES PADILLA TORRES

JONATHAN DAVID RAMIREZ ORELLANA

LAURA ELIZABETH REPREZA RIVERA

PARA OPTAR AL TITULO DE:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, MARZO 2014

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR :

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIA GENERAL :

DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

DECANO :

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

SECRETARIO :

ING. JULIO ALBERTO PORTILLO

ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

DIRECTOR :

ING. MANUEL ROBERTO MONTEJO SANTOS

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

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

Título :

**"PLAN DE DESARROLLO TURISTICO RURAL COMUNITARIO
SOSTENIBLE PARA EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN,
DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO"**

Presentado por :

**ANDREA MERCEDES PADILLA TORRES
JONATHAN DAVID RAMIREZ ORELLANA
LAURA ELIZABETH REPREZA RIVERA**

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Director :

ING. ADALBERTO BENÍTEZ ALEMÁN

San Salvador, marzo 2014

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Director :

ING. ADALBERTO BENÍTEZ ALEMÁN

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades como el desarrollo de una tesis ingenieril es inevitable que te asalte un muy humano egocentrismo que te lleva a concentrar la mayor parte del mérito en el aporte que has hecho. Sin embargo, el análisis objetivo nos muestra inmediatamente que la magnitud de ese aporte hubiese sido imposible sin la iluminación divina y fortaleza que Dios todo poderoso nos ha proporcionado y sin dejar de lado la participación de personas e instituciones que han facilitado las cosas para que este trabajo llegue a un feliz término. Por ello, es para mí un verdadero placer utilizar este espacio para ser justa y consecuente con ellas, expresándoles mis agradecimientos.

A DIOS TODOPODEROSO:

Infinitas gracias a Dios Todopoderoso por haberme dado la sabiduría y el entendimiento para poder llegar al final de mi carrera, por proveerme de todo lo necesario para salir adelante y por todo lo que me ha dado.

A MIS PADRES

Mil gracias por el apoyo incondicional que me brindaron por todos los sacrificios que hicieron a lo largo de mi carrera, así como su comprensión y paciencia en momentos difíciles que tuvimos.

A TODA MI FAMILIA

Ya que estuvieron apoyándome a lo largo de mi carrera y dándome fuerzas para seguir adelante.

A MIS COMPAÑEROS DE TESIS

Que supieron aceptarme para complementarnos con nuestras debilidades y fortalezas, hicieron a un lado nuestras diferencias y me brindaron su amistad, confianza y apoyo.

A MI NOVIO

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

A MIS AMIGOS

Todos aquellos amigos que en algún momento de la vida se cruzaron en mi camino y formaron parte fundamental de este largo proceso, agradezco de corazón por su apoyo y comprensión.

A LOS DOCENTES

Que me han acompañado durante el largo camino, brindándome siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación como estudiante universitaria.

Laura Repreza

Quiero agradecer primeramente a Dios, quien me dio la fortaleza, fe, la salud para culminar mi carrera.

A mis papas por darme todo su amor, cariño y fortaleza incluso en los momentos de flaqueza tuvieron esperanza en mí, les agradezco por cada uno de los detalles que han tenido conmigo no solo a lo largo de la carrera sino también en toda mi vida.

Como sus consejos, o esas cenas especiales a las 3 de la mañana cuando terminaba un trabajo, muchas gracias por todo esto; no creo poder nunca devolverles todo lo que me han dado en la vida y como me han inspirado en ser una mejor persona.

Gracias los amo mucho

A mis hermanas que de una u otra forma de ayudaron y nunca dudaron que lograría este triunfo.

A mis compañeros de tesis, con los cuales logramos concluir un trabajo más.

A esas personas que hicieron especial mi estancia en la universidad que fueron más que compañeros, son amigos; muchas gracias Irene, Cindy, Masiel, Claux, Vic, Pérez, José, Xiomara, Sensente; les deseo muchos éxitos en su vida profesional.

A mi asesor de tesis Ing. Benítez por todos sus consejos, durante este tiempo, así mismo al jurado calificador que fue más que un jurado fue una guía en este camino, gracias Ing. Reyes e Ing. Gonzales

A mis docentes que además formarnos profesionalmente, nos daban consejos prácticos de la vida laboral y de la vida misma, muchas gracias por todos esos detalles que tienen con cada uno de nosotros que de una manera u otra nos van formando, criterios, carácter para salir adelante.

A mi compañero/novio/amigo, por estar conmigo siempre dándome fortaleza cuando me sentía débil y dejaba de creer en mí, Jon te amo mucho y gracias por todo este tiempo asumiendo todos esos roles en la universidad.

Andrea Padilla.

Agradezco en primera instancia a Dios por haberme ayudado a culminar este paso más en mi carrera profesional y espero en el sean muchos más.

A mis papas por darme todo su afecto y fortaleza en el transcurso de toda mi carrera, y de mi vida.

A mis hermanos que siempre han estado a mi lado, brindándome su apoyo incondicional. Gracias por estar en cada momento de mi vida.

A mis compañeras de tesis, por que logramos terminar este trabajo con éxitos

A nuestro asesor de tesis, por habernos brindado de sus conocimientos en el desarrollo de este trabajo, siempre dándonos muchos consejos y ánimos para culminar con éxito este trabajo.

A mis docentes que, a lo largo de mi carrera, me han transmitido sus amplios conocimientos y sus sabios consejos.

De forma muy especial quiero agradecerles a mis amigos, por el apoyo que me han brindado durante esta etapa y proceso que hoy finaliza.

Jonathan Ramirez

CONTENIDO

| | | |
|------|---|----|
| i. | INTRODUCCION..... | 1 |
| ii. | OBJETIVOS DEL ESTUDIO..... | 4 |
| iii. | IMPORTANCIA..... | 5 |
| iv. | JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO..... | 7 |
| v. | ALCANCES Y LIMITACIONES..... | 12 |
| | Alcances..... | 12 |
| | Limitaciones..... | 12 |
| vi. | METODOLOGIA GENERAL DEL ESTUDIO..... | 13 |
| | CAPITULO I MARCO TEORICO..... | 15 |
| | 1. ANTECEDENTES..... | 15 |
| | 1.1. Turismo en El Salvador..... | 15 |
| | 1.2. Efectos económicos del turismo..... | 17 |
| | 1.3. Turismo rural comunitario en El Salvador..... | 21 |
| | 1.4. Turismo Sostenible en el país..... | 24 |
| | 1.5. Entidades reguladoras del turismo y apoyos al sector..... | 25 |
| | 1.6. Descripción general del municipio de San Luis del Carmen..... | 27 |
| | CAPITULO II ESTUDIO DE DIAGNOSTICO..... | 31 |
| | PARTE 1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE SAN LUIS DEL CARMEN..... | 31 |
| | 1.1. SITUACIÓN INTERNA DE SAN LUIS DEL CARMEN..... | 31 |
| | 1.1.1. Descripción de la situación interna del municipio..... | 31 |
| | 1.1.2. Análisis de la situación interna del municipio..... | 43 |
| | 1.2. SITUACIÓN INTERNA DE LOS CANTONES..... | 61 |
| | 1.2.1. Análisis de la situación interna de los cantones..... | 62 |
| | 1.2.2. Descripción de la situación interna de los cantones..... | 63 |
| | 1.3. INVENTARIO DEL POTENCIAL TURÍSTICO..... | 69 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 1.3.1. | Metodología del inventario turístico del municipio | 70 |
| 1.3.2. | Recolección de información turística del municipio | 70 |
| 1.3.3. | Determinación de las iniciativas con potencial turístico | 84 |
| 1.3.4. | Priorización de las iniciativas con potencial turístico | 85 |
| 1.4. | INICIATIVAS PRIORIZADAS DE TURISMO | 91 |
| 1.4.1. | Descripción de la situación actual de las iniciativas priorizadas | 91 |
| 1.4.2. | Servicios complementarios | 122 |
| 1.4.3. | Análisis de situación actual de las iniciativas priorizadas | 122 |
| 1.5. | ANÁLISIS DE MERCADO | 124 |
| 1.5.1. | Mercado Consumidor | 124 |
| 1.5.2. | Mercado Competidor | 156 |
| 1.5.3. | Mercado Abastecedor | 208 |
| 1.5.4. | Mercado Comercializador | 228 |
| PARTE 2. | DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA ACTUAL DEL MUNICIPIO | 242 |
| 2.1. | SITUACIÓN ACTUAL EN EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN | 247 |
| 2.1.1. | Análisis De Involucrados | 247 |
| 2.1.2. | Árbol de Problemas | 251 |
| 2.2. | SITUACIÓN DESEADA O ESPERADA EN EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN | 254 |
| 2.2.1. | Árbol de Objetivos | 254 |
| 2.2.2. | Objetivos Estratégicos | 255 |
| 2.2.3. | Elaboración de Estrategias | 255 |
| 2.2.4. | Selección de Estrategias | 257 |
| PARTE 3. | CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO | 263 |
| 3.1. | SUB PLAN DEL PRODUCTO TURÍSTICO | 264 |
| 3.1.1. | Diseño de Circuitos Turísticos | 264 |
| 3.1.2. | Diseño de Paquetes Turísticos | 265 |
| 3.1.3. | Promoción y publicidad | 265 |
| 3.2. | SUB PLAN DE DESARROLLO DE LAS INICIATIVAS TURÍSTICAS | 266 |

| | | |
|---|---|-----|
| 3.2.1. | Prestación del Servicio Turístico | 266 |
| 3.2.2. | Gestión Empresarial | 267 |
| 3.3. | ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO-RURAL-COMUNITARIO .. | 267 |
| 3.3.1. | Propuesta de Sistema de Control de Calidad | 267 |
| CAPITULO III ETAPA DE DISEÑO | | 272 |
| PARTE 1. DISEÑO PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO RURAL COMUNITARIO SOSTENIBLE APLICADO AL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN | | 272 |
| 1.1. | PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO DE DESARROLLO | 273 |
| 1.1.1. | Implementación del plan de desarrollo | 275 |
| 1.1.2. | Plan de contingencia..... | 276 |
| PARTE 2. SUB PLAN DE DESARROLLO DE INICIATIVAS TURISTICAS | | 279 |
| 2.1. | PROGRAMA: PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO | 303 |
| 2.1.1. | Modelos de Procesos para la prestación de Servicios Turísticos | 304 |
| 2.1.2. | Proceso Contratación de Otros Servicios | 317 |
| 2.1.3. | Diseño de Senderos | 317 |
| 2.1.4. | Diseño propuesto de bancas para sendero | 325 |
| 2.1.5. | Diseño propuesto de mirador turístico | 325 |
| 2.1.6. | Diseño de Áreas de Camping | 326 |
| 2.1.7. | Diseño de alojamiento | 328 |
| 2.1.8. | Diseño de embarcadero para actividades acuáticas..... | 333 |
| 2.1.9. | Diseño de Canopy | 334 |
| 2.2. | PROGRAMA: DIRECCIÓN EMPRESARIAL | 337 |
| 2.2.1. | Desarrollo de la Propuesta | 338 |
| 2.2.2. | Dirección Administrativa..... | 338 |
| PARTE 3. SUB PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO | | 366 |
| 3.1. | DISEÑO DE CIRCUITOS TURISTICOS..... | 370 |
| 3.1.1. | Estructuración de Productos Turísticos | 372 |
| 3.1.2. | Planificación y Programación de Actividades Turísticas a Ofertar..... | 380 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| 3.2. | DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS..... | 381 |
| 3.2.1. | Principios para el Diseño de los Paquetes Turísticos..... | 381 |
| 3.2.2. | Propuesta de Paquetes Turísticos | 382 |
| 3.2.3. | Pronostico de ventas..... | 391 |
| 3.2.4. | Diseño de Imagen Del Producto Turístico | 394 |
| 3.3. | PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD..... | 396 |
| 3.3.1. | Señalización Turística | 397 |
| 3.3.2. | Diseño de Medios de Señalización | 399 |
| 3.3.3. | Proceso de Señalización | 401 |
| 3.3.4. | Promoción y Publicidad..... | 408 |
| PARTE 4. | ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO-RURAL-COMUNITARIO SOSTENIBLE APLICADO AL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN | 417 |
| 4.1. | REESTRUCTURACIÓN ORGANIZATIVA..... | 420 |
| 4.1.1. | Elaboración del manual de organización | 439 |
| 4.2. | REQUERIMIENTOS FÍSICOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO | 439 |
| 4.3. | SISTEMAS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS..... | 446 |
| 4.3.1. | Sistema de información para el desarrollo empresarial turístico | 447 |
| 4.3.2. | Sistema contable para para la junta municipal de turismo en SLC..... | 457 |
| 4.3.3. | Sistema de calidad y buenas prácticas de turismo | 465 |
| 4.3.4. | Sistema de dirección de calidad | 468 |
| 4.4. | GESTIÓN..... | 498 |
| 4.4.1. | Gestión de Vías de Acceso | 499 |
| 4.4.2. | Gestión de Financiamiento..... | 503 |
| 4.4.3. | Gestión y Coordinación de Seguridad..... | 514 |
| 4.4.4. | Gestión de formación y capacitación del recurso humano..... | 517 |
| CAPITULO IV | EVALUACIONES DEL PROYECTO | 530 |
| PARTE 1. | INVERSIONES EN EL PROYECTO | 531 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 1.1. | INVERSIONES FIJAS TANGIBLES..... | 531 |
| 1.2. | INVERSIONES FIJAS INTANGIBLES..... | 535 |
| 1.3. | CAPITAL DE TRABAJO..... | 538 |
| PARTE 2. | COSTOS DEL PROYECTO..... | 540 |
| 2.1 | COSTOS FIJOS..... | 542 |
| 2.1.1 | COSTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS..... | 543 |
| 2.1.2 | COSTOS ADMINISTRATIVOS..... | 547 |
| 2.1.3 | COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN..... | 550 |
| 2.1.4 | COSTOS FINANCIEROS..... | 551 |
| 2.2 | COSTOS VARIABLES..... | 552 |
| 2.2.1 | COSTO VARIABLE UNITARIO..... | 553 |
| PARTE 3. | PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS..... | 555 |
| 3.1 | PRECIO DE VENTA..... | 555 |
| 3.1.1 | MARGEN DE UTILIDAD..... | 555 |
| 3.2 | PUNTO DE EQUILIBRIO..... | 556 |
| 3.2.1 | Gráfica del punto de equilibrio..... | 557 |
| 3.3.1 | Estimación de Ingresos Futuros..... | 562 |
| 3.3.2 | Estimación de Egresos Futuros..... | 562 |
| PARTE 4. | ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA..... | 564 |
| 4.1 | ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA..... | 564 |
| 4.1.1 | FLUJO NETO DE EFECTIVO..... | 566 |
| 4.2 | BALANCE GENERAL PROFORMA..... | 567 |
| PARTE 5. | EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO..... | 571 |
| 5.1 | TASA MINIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO..... | 571 |
| 5.2 | VALOR ACTUAL NETO (VAN)..... | 573 |
| 5.3 | TASA INTERNA DE RETORNO..... | 575 |
| 5.4 | TASA DE RETORNO DE INVERSION (TRI)..... | 576 |
| 5.5 | RELACION BENEFICIO COSTO..... | 577 |

| | |
|--|-----|
| PARTE 6. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO | 578 |
| 6.1 RAZONES FINANCIERAS DEL PROYECTO | 578 |
| 6.1.1 RAZONES DE ACTIVIDAD | 578 |
| 6.1.2 RAZONES DE RENTABILIDAD | 579 |
| 6.2 ANALISIS DE SENSIBILIDAD | 580 |
| PARTE 7. EVALUACIONES SOCIO ECONOMICAS DEL PROYECTO | 582 |
| 7.1 APROVECHAMIENTO Y PROMOCIÓN DE LOS RECURSOS | 582 |
| 7.1.1 Aumento del Turismo | 583 |
| 7.2 GENERACIÓN EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS | 583 |
| 7.2.1 Empleos Directos | 584 |
| 7.2.2 Empleos Indirectos | 585 |
| 7.3 CONTRIBUCIÓN SOCIAL | 586 |
| 7.3.1 Educación..... | 586 |
| 7.3.2 Salud | 586 |
| 7.3.3 Conservación de Patrimonios Culturales y Naturales | 587 |
| 7.4. Índice de Bienestar Económico y Social (IBES) | 587 |
| 7.4.1. Valoración del IBES de los beneficiarios de un proyecto | 587 |
| 7.4.2. Criterios / Indicadores para valoración del IBES..... | 588 |
| 7.4.3. Beneficio social generado por el proyecto de desarrollo..... | 593 |
| PARTE 8. EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO | 595 |
| 8.1 OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO | 595 |
| 8.2 METODOLOGÍA | 596 |
| 8.2.1 Etapa 1. Desagregación del Proyecto en Componentes..... | 596 |
| 8.2.2 Etapa 2. Identificación de los Impactos..... | 596 |
| 8.2.3 Etapa 3. Evaluación de los impactos..... | 597 |
| 8.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO | 599 |
| 8.3.1 Desagregación del proyecto en componentes | 599 |
| 8.3.2 Identificación de impactos..... | 599 |

| | |
|--|-----|
| 8.3.3 Evaluación de impactos..... | 601 |
| 8.3.4 Análisis de resultados..... | 602 |
| 8.4 PREVENCIÓN O MITIGACIÓN..... | 603 |
| 8.4.1 Impactos y sus medidas de mitigación..... | 603 |
| 8.5 SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL..... | 605 |
| 8.5.1 Educación medio ambiental..... | 605 |
| 8.5.2 Actividades encaminadas a la sostenibilidad ambiental..... | 606 |
| 8.5.3 Beneficios ambientales..... | 607 |
| PARTE 9. EVALUACIÓN DE GÉNERO..... | 608 |
| CAPITULO V ADMINISTRACION DEL PROYECTO..... | 611 |
| PARTE 1. PLANIFICACION DE LA EJECUCION O IMPLEMENTACION..... | 611 |
| 1.1 METODOLOGIA..... | 611 |
| 1.2 ESTRATEGIAS..... | 612 |
| 1.3 POLITICAS..... | 613 |
| 1.4 DESGLOSE ANALITICO..... | 607 |
| 1.5 PROCEDIMIENTO PREVIO A LA ADMINISTRACION DEL PROYECTO..... | 608 |
| 1.6 DESCRIPCION DE SUB SISTEMAS Y ACTIVIDADES Y DESGLOSE DE PAQUETES DE TRABAJO PARA CADA ACTIVIDAD..... | 609 |
| 1.7 LISTADO DE ACTIVIDADES..... | 616 |
| PARTE 2. ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN..... | 623 |
| 2.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA..... | 623 |
| 2.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES..... | 623 |
| 2.3 MATRIZ DE RESPONSABILIDADES..... | 624 |
| vii. CONCLUSIONES..... | 626 |
| viii. RECOMENDACIONES..... | 628 |
| ix. BIBLIOGRAFIA..... | 629 |
| x. GLOSARIO TECNICO..... | 633 |
| xi. ANEXOS..... | 636 |

| | |
|---|-----|
| ANEXO 1. ETAPA DE DIAGNOSTICO | 636 |
| 1.1 Inventario del potencial turístico..... | 636 |
| 1.2 Mercado Consumidor | 640 |
| 1.3 Mercado Competidor | 654 |
| 1.4 Mercado COMERCIALIZADOR..... | 655 |
| ANEXO 2. ETAPA DE DISEÑO..... | 661 |
| 2.1 MANUALES DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES | 661 |
| 2.2 CUENTAS CONTABLES | 673 |
| ANEXO3. EVALUACIONES DEL PROYECTO | 680 |
| 3.1 ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO | 681 |

i. INTRODUCCION

“En El Salvador el turismo Rural Comunitario se ha convertido en una forma particular de promover nuestro país a nivel internacional como local, donde debe buscarse la forma de mantener un equilibrio entre el hombre, la naturaleza y su entorno”.

El Salvador es un destino turístico emergente, que reinició su apertura turística a partir de la firma de los Acuerdos de Paz en 1992. Después de la formación de CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo) en 1996, se considera la creación del Ministerio de Turismo, en 2004, como una clara muestra de la voluntad nacional de apostar al sector turístico como una alternativa de generación de empleos e ingresos para el país.

El turismo rural está adquiriendo una creciente importancia económica en El Salvador, pero su aporte al mejoramiento de las condiciones de vida de las familias rurales es todavía muy limitado. Este tipo de turismo aun es incipiente en el país a pesar de contar con potencialidades para su evolución como un sector competitivo.

El concepto de turismo rural utilizado habitualmente, por lo general un concepto amplio en el que se suelen incluir varias formas de actividades turísticas emplazadas en el medio rural, las cuales conformarían diferentes segmentos de este tipo de turismo

Se debe de tener muy en cuenta que el turismo rural no es una actividad sustitutiva de las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, entre otras), sino que se debe de ver como una forma de diversificar las actividades productivas en las comunidades rurales que permitirá complementar las economías de las familias campesinas.

En la actualidad este tipo de turismo es utilizado como una herramienta para la consecución del desarrollo territorial sostenible de las áreas rurales debido a que este provee empleo a las familias campesinas, desarrolla nuevas habilidades, fortalece la organización orientada a un propósito compartido, fomenta la participación de las mujeres y los jóvenes potenciando su protagonismo personal y comunitario. Además, permite el desarrollo de nuevas dinámicas económicas territoriales que revalorizan los recursos naturales y la cultura de las zonas rurales.

La realización de este estudio surge de la necesidad de contribuir al desarrollo del municipio de San Luis del Carmen ubicado en el departamento de Chalatenango favoreciendo especialmente al desarrollo de pequeños negocios y a la protección y conservación del medio ambiente; a través del impulso del Turismo Rural Sostenible en la zona con el fin de que estos formen parte de una dinámica económica que les permita mejorar su calidad de vida.

Las herramientas de la Ingeniería Industrial, pueden contribuir para que los recursos con potencial turístico, por medio de un ente regulador (JMT-SLC) puedan realizar una gestión eficiente de las actividades empresariales que serían claves para el desarrollo de un proyecto turístico a través de la aplicación de las técnicas apropiadas para cada necesidad.

Este estudio contemplará inicialmente el estudio de Diagnóstico, el propósito de esta etapa es realizar un análisis interno y externo del municipio, dentro del análisis interno se logró identificar un inventario del potencial turístico que poseen, así como también se recabó información concerniente a la opinión de diferentes actores que intervienen directa o indirectamente en el desarrollo del proyecto.

Continuando con el desarrollo de esta etapa se realizó un estudio dirigido al mercado consumidor con el fin de identificar las preferencias y características principales de este, a través de la utilización de una encuesta como instrumento de recolección de información. Luego de éste, se presentan los resultados obtenidos de la investigación realizada al mercado competidor donde se llevó a cabo una investigación secundaria y de campo que permitió conocer diversas experiencias relacionadas a la prestación de servicios de turismo rural en El Salvador.

Con toda la información recolectada se obtuvo una radiografía del municipio que permite observar su estado actual, identificando sus principales potenciales y aquellos aspectos en los que se debe trabajar para el correcto desarrollo turístico

En la etapa de diseño se presenta el plan de desarrollo desglosado en dos sub planes y la administración del plan. A continuación se detalla cada uno de estos.

Sub Plan de Desarrollo de Iniciativas turísticas: el cual se compone de dos programas cuyo objetivo es establecer los modelos requeridos en cuanto a procesos de atención al turista, infraestructura turística requerida, desarrollo de actividades turísticas, y la administración interna adecuada, que conlleve a la mejora de las iniciativas turísticas rurales, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas que visitan el municipio

Sub Plan del Producto Turístico: en él se describe detalladamente todos los servicios que formaran parte de la oferta turística, en este apartado se detallan cada una de los circuitos y paquetes turísticos que se ofrecerán, igualmente se presentan propuestas para el desarrollo de diversas actividades que pueden desarrollarse dentro del municipio con el fin de enriquecer la oferta turística.

Incluye además un programa de promoción y publicidad en el que se desarrollan temas que conducen a la elección de medios para lograr mayor promoción del municipio acorde a su capacidad.

Se brinda una guía de señalización turística según las necesidades presentadas. Además se generan una serie de estrategias para lograr incursionar en el mercado turístico.

Administración del plan: se compone de tres propuestas basadas en la organización, cuya propuesta incluye dos programas enfocados en una reestructuración organizativa para la junta municipal de turismo como una propuesta de estructura organizativa que facilite el actual funcionamiento y desempeño, siendo acorde a las necesidades actuales y proyectadas. Se cuenta además con un programa de sistemas básicos administrativos, en el que se ha definido el sistema de información turístico para el control de las actividades de la junta y un sistema contable para el manejo de las operaciones y flujo de dinero, que permita tomar decisiones financieras.

La propuesta de control de calidad está constituida por dos programas enfocados en la implementación un sistema de calidad y buenas prácticas de turismo, y un sistema de seguimiento y control para evaluar el desempeño funcional de las iniciativas.

La propuesta de gestión incluye elementos claves para el desarrollo de productos turísticos como es la obtención de financiamiento para la inversión en mejoras y diversificación de proyectos turísticos; la seguridad y el mantenimiento y mejora de vías de acceso, donde se detalla la coordinación que debe llevarse a cabo con instituciones externas al municipio

Posteriormente se realiza un estudio económico-financiero donde se establecen los requerimientos económicos en materia de costos, inversión, capital necesarios para echar a andar el proyecto en estudio igualmente se determina el precio de venta y se efectúa la evaluación financiera para establecer si la propuesta del Plan de Desarrollo Turístico Rural-Comunitario es rentable.

De la misma manera se desarrollaron las evaluaciones socio-económica, de medio ambiente y de género debido a que todo proyecto debe evaluarse en sus componentes de sostenibilidad para saber qué tan beneficioso puede ser y cuáles serán las medidas para mitigar o prevenir los aspectos negativos que pudiesen presentarse.

Finalmente se presentan los lineamientos para el desarrollo de la Administración del Proyecto donde se especifica de forma desglosada las actividades que deberán realizarse para dar inicio y posterior desarrollo de cada una de las actividades que lo comprenden con el fin de poder poner en marcha el PLAN DE DESARROLLO TURISTICO RURAL COMUNITARIO SOSTENIBLE APLICADO AL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN, CHALATENANGO.

ii. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo general

Facilitar las bases para la Implementación del “*Plan de Desarrollo Turístico-rural-comunitario*” sostenible, Aplicado al Municipio de San Luis del Carmen que admita la unificación de las primordiales iniciativas de la zona, incluyendo la colaboración de las alcaldías, cooperativas y otras asociaciones de interés dentro del municipio; que permita el desarrollo económico y social, mejorando la calidad de vida de sus habitantes a través de los ingresos generados con el aprovechamiento de los recursos y alternativas turísticas.

Objetivos específicos

- Inventariar los productos e iniciativas con potencial turístico que posea el municipio de San Luis del Carmen para implantar estrategias y lineamientos que permitan su desarrollo comunitario.
- Investigar diferentes experiencias acerca del turismo-rural-comunitario que permita aprender sus técnicas y poder implementarlas dentro del municipio.
- Indagar el nivel de conocimiento que posee la población del municipio así como su afluencia turística en las áreas de interés para proveerse de mano de obra calificada.
- Diagnosticar la existencia de los posibles potenciales en Turismo-rural-comunitario con la finalidad de aprovechar sus recursos y alternativas que permitan dirigir los esfuerzos hacia el mercado identificado y la generación de ingresos al municipio.
- Diseñar la estructura organizativa, planes de desarrollo y capacitación del recurso humano en servicio al cliente, rutas turísticas, el seguimiento de la calidad en productos/servicios para lograr los esfuerzos coordinados en la prestación de la oferta turística.
- Evaluar el impacto ambiental, económico y social en el desarrollo Turístico-rural-comunitario del municipio
- Elaborar un Plan de Administración que permita la implementación de las estrategias y lineamientos propuestos.
- Determinar el financiamiento que permitirá la puesta en marcha del plan de desarrollo en un plazo de 5 años con el fin de obtener su factibilidad económica financiera

iii. IMPORTANCIA

Años atrás el turismo no era considerado como un sector relevante en la economía del país, dado que se le daba prioridad a otros sectores; en la actualidad el turismo es un fenómeno social que tiene un impacto económico favorable para las comunidades en El Salvador, dado que el desplazamiento de personas por diversos motivos, desde su punto de residencia fija a otros lugares contribuye a la generación y crecimiento de fuentes de ingresos para los oferentes de este servicio; por lo que se están creando organismos y marcos institucionales y normativos con el fin de impulsar el sub sector turismo en el país.

El turismo, es una actividad fundamental para el desarrollo económico, social, cultural y ecológico de El Salvador, ya que es un segmento económico de mucho potencial en la generación riqueza y que acompañado de elementos de tipo social y cultural, es una alternativa para el desarrollo integral de diferentes sectores. Tomando en cuenta que el país cuenta con recursos turísticos que tienen gran aceptación en el mercado nacional, como internacional.

El turismo es estratégico, porque afecta la vida y la condición de las personas que al producir la economía, genera una dinámica de ingresos y esos ingresos facilitan el gasto y el consumo de la población.

El turismo en el país es de suma importancia porque genera empleos directos e indirectos; al tener empresas relacionadas con el sector, los conecta con el turista y pueden conocer costumbres, historias y eso le permite tener una mejor calidad de empleo, principalmente cuando se hace turismo comunitario, rural, y permite conocer de una mejor manera la región que se visita.

El turismo está contemplado como uno de los principales ejes en la economía del país que plantea visiones futuras en el desarrollo de este: *"En el año 2014, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un instrumento indispensable para la revitalización y el bienestar social de todos los salvadoreños, la puesta en valor y conservación de los recursos así como para la estrategia de dinamización de la economía y el empleo en el país"*¹.

La realización del trabajo de graduación se centrara en la ejecución de un Plan de desarrollo turístico, el cual permita que San Luis del Carmen sea competitivo a nivel turístico con otros municipios de la zona, y permita a la comunidad aprovechar los potenciales turísticos para su beneficio, que les permita lograr una mejora en la calidad de vida.

Las principales fuentes de ingresos para las familias en el municipio viene dado por las actividades económicas de agricultura y la crianza de ganado vacuno de la cual muchas familias obtienen beneficios con los derivados de la leche y la pesca.

La agricultura del municipio se basa principalmente en la cosecha de 3 cultivos: el maíz 50%, el 48% maicillo y únicamente el 2% de las manzanas de cultivos es de frijol.

En cuanto al tema turístico las familias del municipio obtienen los principales ingresos de los visitantes al restaurante flotante, restaurante con vista al embalse (El Faro) y a las ferias realizadas en la plaza de toros, ferias las cuales no se encuentran bajo ningún

¹ Extraído del "PLAN NACIONAL DE TURISMO 2014 DE EL SALVADOR", pagina 12.

cronograma en específico, así mismo de agro mercados que se realiza el último domingo de cada mes.

Con lo anterior se observa que el principal atractivo turístico actualmente para el municipio son sus restaurantes beneficiando únicamente a los propietarios de ellos y a sus empleados, es por ello que el estudio pretende desarrollar los diferentes potenciales en turismo del municipio permitiendo a más personas de la comunidad se beneficien de ellos.

El estudio es pertinente en el sentido que tanto alcaldía, como cooperativa y ADESCOS del municipio están dispuestas generar, impulsar y/o apoyar iniciativas de la zona.

Actualmente se están llevando capacitaciones para jóvenes a través de ONG'S donde se impulsan "iniciativas productivas", además se pretende generar vinculaciones con las alcaldías de los municipios aledaños siempre en la potenciación del turismo comunitario.

Así mismo FUNDES, CHEMONICS impulsan una nueva ruta turística en la zona baja de Chalatenango denominada *Ruta de Pueblos Festivos*, y son 11 municipios beneficiados con el lanzamiento de la nueva oferta turística, en los que está incluido San Luis del Carmen.

En el tema de las vinculaciones se está gestando una iniciativa a través de la ONG "**Ayuda en Acción**" y financiada por la Unión Europea, para generar una ruta turista con los municipios de Suchitoto, San Luis del Carmen y San Francisco Lempa, Azacualpa, San Antonio Los Ranchos y San Juan de las Flores, por consiguiente es necesario que el municipio presente diversos atractivos y actividades recreativas al turista para generar en ellos el deseo de consumir y/o volver a visitarlos; y no sirva únicamente como puente entre los demás municipios considerados en las rutas turísticas.

iv. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Las políticas anteriores en el país estuvieron dirigidas sobre todo a atraer el capital de grandes transnacionales turísticas, proyectos de inversiones donde la mayoría del dinero obtenido en ellos salía fuera del país la apuesta a este turismo tradujo en políticas concretas de infraestructura, promoción y comercialización. Sin embargo, no es éste el único turismo que existe en el país. En muchas zonas rurales existe una oferta basada en iniciativas comunitarias y de pequeños y medianos empresarios locales. Es una oferta popular, controlada esencialmente por las comunidades. Y está dirigida en primer lugar a los mismos sectores populares del país, a visitantes de Centroamérica y a los salvadoreños que están en el extranjero. El Turismo Rural Comunitario se está convirtiendo ya en una opción estratégica para el desarrollo turístico de El Salvador; existen ya experiencias sobre este tipo de turismo en Cooperativa los Pinos, Bosque de Cinquera, Puerto San Juan en Suchitoto y la ruta de la Paz.

El turismo rural comunitario son propuestas controladas por la comunidad, es decir que impacta directamente a la economía y calidad de vida de las familias involucradas, algo sumamente necesario para el municipio; de acuerdo con el informe del Programa de las Naciones Unidas (PNUD) correspondiente a cifras del 2009, el municipio cuenta con una población de 1,173 personas (actualmente son 1,181 personas); el valor del **Índice de Desarrollo Humano** (IDH) para el municipio de San Luis del Carmen fue de **0.696**, ubicándose en la posición 94 dentro de la clasificación total de los 262 municipios de El Salvador, estado atribuido a sus bajos niveles de escolaridad, las limitaciones en el acceso a infraestructura social y las precarias condiciones de salubridad prevalecientes especialmente en las zonas rurales².

De acuerdo con estimaciones del Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL), el 37.7% de familias del municipio de San Luis del Carmen poseen un ingreso per cápita mensual inferior al costo mensual de la canasta básica de alimentos³, por lo que se le clasifica como municipio en condiciones de pobreza extrema alta, esto indica que el mismo porcentaje de las familias del municipio no cuentan con condiciones para satisfacer sus necesidades de alimentación diaria ni al nivel de subsistencia vital.

² Almanaque 262: Estado del Desarrollo Humano en los Municipios de El Salvador, 2009. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

³ Mapa Nacional de Extrema Pobreza de El Salvador. Modelo de Priorización Municipal, FISDL, Pág., 83, Indicadores para la Población General. 2007

¿Por qué es necesario potenciar el turismo en San Luis del Carmen y no otra línea de desarrollo?

El municipio ya tiene identificadas sus líneas de desarrollo en las cuales trabaja actualmente, en el tema de la educación, el municipio otorga becas universitarias y para bachillerato, ya que el municipio no cuenta con una institución que brinde estos últimos, los estudiantes deben de dirigirse al municipio aledaño San Francisco Lempa, la alcaldía ya ha hecho un estudio con el Ministerio de Educación donde se concluyó que no es viable tener un instituto para el bachillerato, debido a que la afluencia de jóvenes que decide estudiar el bachillerato no es mucha.

En cuanto a los **servicios básicos**, de acuerdo a datos de la municipalidad en el municipio existen 510 viviendas de estas 359 se encuentran habitadas y 151 deshabitadas.

La principal fuente de energía es producida por CAESS de El Salvador, y proporciona servicio eléctrico a un 90% de la población el 10% de la población que no cuenta con este servicio es especialmente de la zona rural.

En referencia al servicio de agua, la mayoría de la población se abastece de agua a través del servicio con conexión domiciliar (76 %), seguido por las familias que se abastecen de chorros públicos (14%), el porcentaje restante de la población se abastecen de ríos quebradas, nacimientos o de chorros de vecinos y pozos públicos o privados⁴.

La razón principal para que el 30% de las casas del municipio se encuentren deshabitadas, es debido a la migración de las personas a San Salvador o al exterior especialmente a Estados Unidos, esta migración se realiza principalmente por personas menores a 30 años ante la ausencia de oportunidades de desarrollo dentro del municipio, por lo cual la alcaldía y cooperativas de la zona están especialmente interesadas en la capacitación y motivación de los jóvenes, para generar diferentes alternativas para paliar la migración, alternativas especialmente enfocadas en el turismo; debido a que actualmente ya se están realizando iniciativas en el ámbito productivo, a través del apoyo de ONG'S y las ADESCO, en los cantones del municipio realizan diferentes iniciativas productivas con los jóvenes, dentro de los programas se les apoya para la creación de micro empresas, brindándoles la oportunidad de superación y que puedan desarrollarse dentro del municipio para disminuir paulatinamente la migración.

Las iniciativas productivas se mencionan a continuación.

- Producción y criadero de cerdos
- Apiaríos
- Criaderos de gallinas y pollos de engorde
- Panaderías
- Ciber Cafés.
- Comedores (para comida a la vista y típica)
- Producción de hortalizas
- Producción de loroco

⁴ Política Municipal para la equidad de género, San Luis del Carmen, Chalatenango, 2011, elaborado por la Alcaldía municipal y CORDES con el apoyo de SOLIDAR.

- Serigrafía

Para el desarrollo de las iniciativas se, el proceso de formación consiste en capacitaciones ocupacionales, en dichas capacitaciones se les da inducción en las actividades productivas que desean impulsar.

Además se ha conformado un comité comercializador donde el último domingo de cada mes, ofrecen sus productos en el casco urbano.

Estas iniciativas productivas, son de gran relevancia en la gestación de plan de desarrollo turístico ya que se complementan unas con otras, ya sea como abastecedores de materias primas para restaurantes y comedores, como atractivos de visita en la ruta turística del municipio.

FLUENCIA TURÍSTICA

El municipio cuenta con una afluencia turística que se desglosa a continuación:

La afluencia de visitantes al municipio es considerablemente mayor en las temporadas altas de los días feriados, haciéndose notar en enero con un 13.13% representando a una cantidad de 620 personas que visitaron el municipio por diferentes razones, así mismo en el mes de abril se tiene una afluencia de 646 personas las cuales representan un 13.68%, incrementándose la afluencia de visitantes durante el mes de Julio que se celebran sus fiestas patronales en Honor a la Virgen del Carmen con una cantidad de personas 705 representando al 14.93%, tendiendo la mayor afluencia marcada en el mes de diciembre con un aproximado de 910 que representan un 19.28% debido a sus Festivales Taurinos.

| FLUJO DE VISITANTES AL MUNICIPIO AÑO 2012 | | |
|---|-------------|--------|
| Meses | 2012 | % |
| Enero | 620 | 13.13% |
| Febrero | 186 | 3.94% |
| Marzo | 197 | 4.17% |
| Abril | 646 | 13.68% |
| Mayo | 283 | 5.99% |
| Junio | 210 | 4.45% |
| Julio | 705 | 14.93% |
| Agosto | 208 | 4.41% |
| Septiembre | 212 | 4.49% |
| Octubre | 219 | 4.64% |
| Noviembre | 325 | 6.88% |
| Diciembre | 910 | 19.28% |
| Total/Anual | 4721 | |

Tabla 1. Alcaldía Municipal de San Luis del Carmen

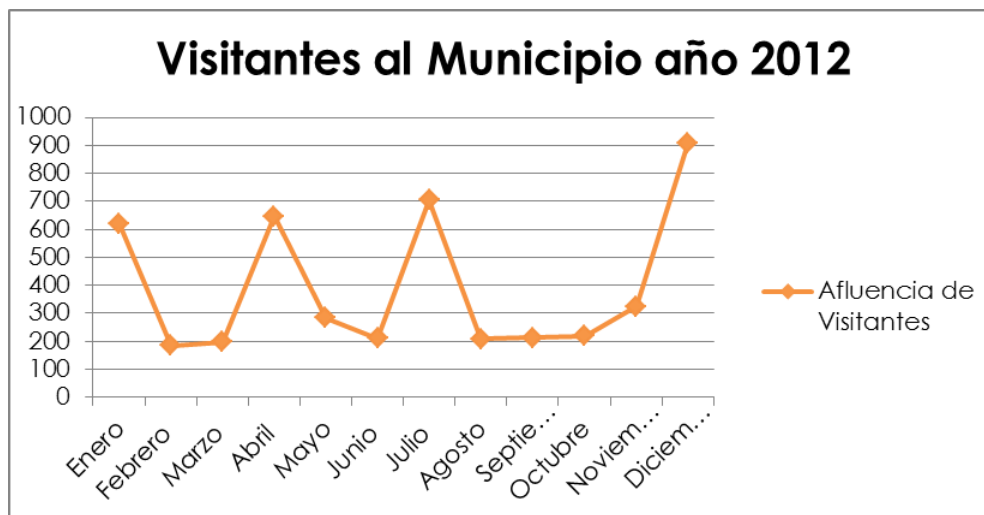


Grafico 1. Afluencia turística

AFLUENCIA DE VISITANTES POTENCIAL

La afluencia de visitantes al municipio se ve incrementada los fines de semanas ya que se realizan festivales gastronómicos en su plaza central en el casco urbano.

Con respecto a la afluencia potencial que se tiene, cabe mencionar que los visitantes de los municipios de Suchitoto, San Francisco Lempa y Azacualpa son los más cercanos por lo tanto su afluencia de visitantes puede ser la potencial que tenga el municipio, tomando en cuenta sus dos vías de acceso ya que del lado de Suchitoto se cuenta con uno de sus mayores atractivos como es el ferri.

EJES DE DESARROLLO

A continuación se muestran los ejes de desarrollo de mayor prioridad para el municipio.

| EJE DE DESARROLLO | DESCRIPCIÓN | AVANCE (ESTIMADO) |
|--------------------------|---|---|
| Educación | Remodelación de las tres escuelas (una por cantón) a modo de albergar a más niños, también se apoya con becas a jóvenes que cursan el bachillerato ya que deben trasladarse hasta San Francisco Lempa donde se encuentra la única institución de la zona así como becas para la universidad | 50% en la remodelación de las escuelas Las becas otorgadas se basan en la disponibilidad de fondos de la alcaldía y otras organizaciones de interés. |
| Equidad de Genero | Se busca el desarrollo de la mujer, ya que previos estudios han demostrado una desigualdad de género en el municipio, con apoyo del ISDEMU se brindan capacitaciones que permitan incluir a la mujer a diferentes actividades que les permitan captar mayores ingresos para el hogar. También se imparten charlas que fomentan una cultura de igualdad de género basada en la tolerancia y respeto entre hombres y mujeres. | 50% ya que se cuenta con un estudio, y se ha definido las acciones a tomar, las cuales se encuentran en proceso. |
| Turismo | Se busca activar el turismo mediante el desarrollo de ideas que permitan hacer del municipio un | 10% ya que solo se han concretado las ideas de las |

| | | |
|---------------------------------|---|---|
| | destino turístico tanto nacional como extranjero, utilizando los recursos potenciales naturales que permita involucrar a la comunidad para un desarrollo integrado. | posibles estrategias, sin embargo, falta apoyo técnico que permita demostrar la rentabilidad de llevar a cabo las estrategias propuestas. |
| Agua y Energía Eléctrica | Actualmente se tiene cubierto el 90% del municipio con agua potable y cerca del 70% con energía eléctrica, diferentes proyectos realizados han permitido tener un avance constante en este eje de desarrollo. | 90% en el tema de servicio de agua potable 70% de las casa cuentas con energía eléctrica |

Tabla 2. Elaboración Propia. Fuente: Alcaldía municipal de San Luis del Carmen

En las últimas décadas el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas que más expectativas ha generado para los gobiernos y para la población no importando el desarrollo del país todos quieren generar ingresos a través del turismo, pero que tan influyente es que la *INGENIERÍA INDUSTRIAL* se involucre en el tema del turismo, a través de la carrera se estudia sobre el desarrollo, mejora, implantación y evaluación de sistemas integrados de gente, dinero, conocimientos, información, equipamiento, energía, materiales y procesos, y ya que el turismo es dinámico se requiere de personas especializadas para estar generando mejoras tanto a los procesos de prestación del servicio que trabajen con eficiencia y productividad como mejores organizaciones para que los procesos den mejores resultados.

Un aspecto importante en el desarrollo turístico es la optimización de los recursos para lo cual es necesario realizar valoraciones cualitativas y cuantitativa, que se pueden lograr a través de técnicas de ingeniería industrial por ejemplo en la generación de rutas turísticas, donde se aplica distribución en planta e ingeniería de métodos y se evalúan la utilización de recursos, tiempo para la prestación del servicio y que elementos lo conformara.

v. ALCANCES Y LIMITACIONES

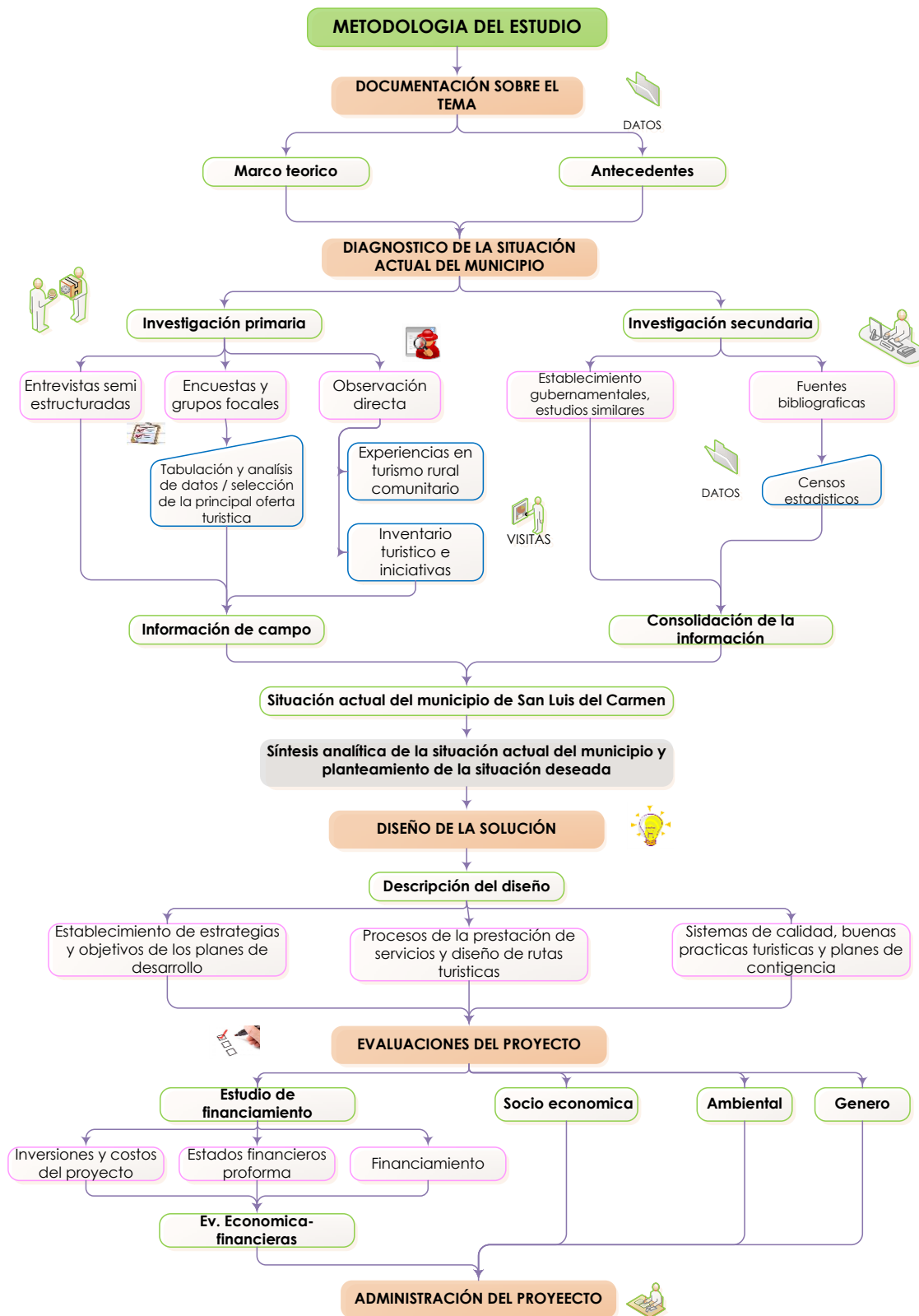
Alcances

- La investigación se realizara en tres cantones que son parte del Municipio de San Luis del Carmen al Sur de Chalatenango, estos son Sata Cruz, Los Naranjos Y El Pital. La cual abaricara todas las ideas de **“Desarrollo Turístico-rural-comunitario”** sostenible existentes en la zona, así como aquellas que aún no han sido identificadas, dirigidas a los sectores de turismo vinculados con las áreas de gestión de MITUR, Cooperativa ALTINA y ADESCOS situadas dentro en San Luis del Carmen, identificados como potenciales en dicho municipio al sur de Chalatenango.
- El estudio abarcará desde el diagnóstico de la situación actual de cada cantón; la identificación, evaluación, análisis y selección del sector turístico de mayor potencial económico y social en el municipio al sur de Chalatenango, hasta la definición de estrategias y lineamientos de un Plan de **“Desarrollo Turístico-rural-comunitario”** sostenible y su plan de Administración e Implementación.

Limitaciones

- La planeación e implementación de las estrategias y lineamientos propuestos dentro del Plan de Desarrollo Turístico-rural-comunitario sostenible quedaran sujetos a ser ejecutados por las instituciones solicitantes como la Alcaldía Municipal de San Luis del Carmen; MITUR, COPERATIVAS y ADESCOS Involucradas directamente con el estudio realizado.
- Pocos grupos de personas asociadas o grupos de familias han contado con algún respaldo para iniciar o fortalecer sus actividades asociadas al turismo-rural-comunitario sostenible.

vi. METODOLOGIA GENERAL DEL ESTUDIO



CAPITULO I

MARCO TEORICO

CAPITULO I MARCO TEORICO

1. ANTECEDENTES

1.1. TURISMO EN EL SALVADOR

1.1.1. HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR⁵

La primera iniciativa para fomentar el turismo en El Salvador se dio en 1924, bajo el Gobierno del Presidente Alfonso Quiñónez Molina, con la creación de La Junta de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial, la cual tenía como objetivo fomentar el turismo nacional y extranjero.

En 1946, se crea el Departamento Nacional de Turismo como sección del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Los años 60'S se toman como la era moderna del desarrollo turístico en El Salvador; se piensa sistemáticamente en el turismo y se crean algunas instancias oficiales para su promoción. El entorno en el que se da el arranque del turismo, en esta década, es de una relativa bonanza económica para el país.

Los factores que inciden en El Salvador para una mayor consideración del turismo a partir de la década de los 60`s, son la modernización de los transportes, se amplía la estructura de caminos, los vuelos a El Salvador aumentan con la construcción del Aeropuerto Internacional de Ilopango, por otro lado se da el nacimiento del llamado *Turismo Masivo*, que en proporción mínima alcanza también a Centroamérica.

Es así como en 1961, se crea el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como 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.
- Las regulaciones de las empresas turísticas.
- El manejo del patrimonio turístico.
- La presentación de informes regulares sobre el comportamiento del sector.

El turismo en El Salvador actualmente constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico; la industria ha evolucionado a lo largo de la historia del país, a continuación se muestra un cuadro que resume los acontecimientos principales del rubro:

⁵ Fuente: Instituto Salvadoreño de Turismo, Folleto informativo, Departamento de Información Interna, 2da. Edición, El Salvador 1989.

| AÑO | RESEÑA HISTORICA |
|------|---|
| 1924 | <ul style="list-style-type: none"> • El Gobierno inicia a hacer conciencia de la importancia del turismo para el país, no sólo por el hecho de adquirir divisas, sino para que la sociedad internacional pudiera conocer El Salvador. • Creación de la primera junta de Fomento, Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial |
| 1930 | <ul style="list-style-type: none"> • Creación de la Junta Nacional de Turismo, con el fin de ser el enlace entre el Gobierno y las Juntas Departamentales de Caminos. |
| 1939 | <ul style="list-style-type: none"> • Se crea una Junta de Ornato por cada uno de los Departamentos de la República, para velar por las zonas turísticas, vías de acceso y jardines públicos. |
| 1945 | <ul style="list-style-type: none"> • Desaparecen las Juntas de Ornato y se crean las Juntas de Progreso y Turismo, dispersas por los 14 Departamentos, las cuales se encargaban del progreso material en las zonas turísticas y lo relacionado en beneficio al rubro. • Creación de la oficina Sección de Turismo. |
| 1947 | <ul style="list-style-type: none"> • Celebración de una Asamblea Nacional de Turismo, para fomentar el desarrollo del turismo en el país, combinando los esfuerzos del Gobierno y la empresa privada. |
| 1948 | <ul style="list-style-type: none"> • Se construyen oficinas del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU). • Inicio de construcción de turicentros por todo el país. |
| 1960 | <ul style="list-style-type: none"> • Desaparece la Junta Nacional de Turismo y se crea Departamento de Fomento de la Industria Turística. |
| 1961 | <ul style="list-style-type: none"> • Creación del Instituto Nacional de Turismo (ISTU)⁶, enfocada de forma especial en la promoción del turismo local. |
| 1966 | <ul style="list-style-type: none"> • El Fondo de Desarrollo Económico de Banco Central de Reserva, otorga créditos a proyectos de construcción de infraestructura turística |
| 1967 | <ul style="list-style-type: none"> • Se crea la Ley de Fomento de la Industria Turística⁷ |
| 1977 | <ul style="list-style-type: none"> • Turismo alcanzó el tercer lugar en generación de divisas en la economía nacional, después del café y el algodón. |
| 1997 | <ul style="list-style-type: none"> • Nace por Decreto Legislativo la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSAUR), como una entidad autónoma, cuya finalidad es el desarrollo del sector turístico, específicamente, la promoción de los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional |

⁶ En 1961 mediante el decreto 469, el Directorio Cívico Militar de El Salvador, creó el Instituto Salvadoreño de Turismo

⁷ En junio de 1967, a iniciativa del Presidente de la República por medio de los Ministros de Economía y de Hacienda, la Asamblea Legislativa emitió el decreto número 367

| | |
|-------------|---|
| 2004 | <ul style="list-style-type: none"> • El turismo pasa a formar parte de las prioridades del nuevo gobierno, como muestra de apoyo asumió la responsabilidad del ISTU (Instituto Salvadoreño de Turismo) y CORSATUR. • Turismo cobra relevancia y es reconocido como un sector importante para la generación de mejores y mayores alternativas productivas de empleo, generación de riquezas, descentralización y de desarrollo local y como un factor importante para la erradicación de la pobreza. • Se crea el Ministerio de Turismo |
| 2005 | <ul style="list-style-type: none"> • La importancia del turismo se vio reflejada en el incremento significativo de los ingresos de divisas, contribuyendo así a la economía nacional. • Fue aprobada la Ley de Turismo |
| 2006 | <ul style="list-style-type: none"> • Presidente de la República lanza el Plan Nacional de Turismo 2014, en el cual la actividad turística se ve consolidada como un instrumento indispensable para el bienestar de los salvadoreños, que busca posicionar al país como un destino distinguido y competitivo en Centro América. |
| 2009 | <ul style="list-style-type: none"> • Se amplía el Plan Nacional de Turismo 2020, en el cual se ajustaron los lineamientos estratégicos de acuerdo a la nueva visión del Gobierno |

1.2. EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO.

El turismo como otro rubro dentro de la dinámica económica de un país posee tanto efectos como consecuencias a continuación se describen:

- ☞ **Influencia en otros sectores económicos.** La demanda de bienes y servicios para el consumo directo de los turistas motiva el crecimiento de los diversos sectores productivos.
- ☞ **Redistribución de los ingresos.** En general, la promoción del turismo en áreas de bajos ingresos ha servido para mejorar la situación. El sector público, a través de los medios con que cuenta, puede incentivar la creación de zonas turísticas como medio de distribución de la renta en áreas mal dotadas para la explotación de otras actividades, como las agrarias o las industrias.
- ☞ **Influencia en el saldo de la balanza de pagos.** El turismo juega un papel equilibrador de las balanzas comerciales de los países con déficit. En general, los países más pobres son los más perjudicados.
- ☞ **Se trata de una exportación sin trámites aduaneros.** Ya que los bienes no salen del propio territorio de origen. Este fenómeno acrecentaría de las exportaciones de los países de destinos turísticos a los de origen turístico. En el caso de las importaciones resulta muy difícil determinar exactamente cuáles han sido generadas por el turismo.

A pesar del efecto negativo que tiene sobre la economía de un país, estamos de acuerdo con el profesor Figueroa cuando afirma: "Las importaciones turísticas son muy poco importantes, en relación con los ingresos en divisas que proporcionan los viajeros"

- ☛ **Incidencia sobre la inversión.** El turismo actúa como el elemento motivador de la inversión en diversos sectores económicos. Se puede afirmar que el turismo exige inversiones en campos tan distintos como la construcción de alojamiento y servicios complementarios, obras públicas, infraestructuras, medios de transporte, campañas de promoción.

1.2.1.INGRESOS ECONÓMICOS DEL SECTOR TURISMO EN EL SALVADOR

Investigaciones estadísticas realizadas por CORSATUR han determinado que los turistas al cuarto trimestre 2011, poseen un gasto promedio de US\$ 100.0 y 5.0 noches de estadía, basados en estos datos, se estima que el dato global acumulado al mes de diciembre es de US\$ 615.1 millones de dólares lo que representa el 18.7% de crecimiento con respecto al mismo período del año 2010.

| INGRESOS POR TURISMO (US \$) | 2010 | 2011 | % VARIACIÓN | % PARTICIPACIÓN |
|---|--------|--------|-------------|-----------------|
| Salvadoreños residentes en el exterior | 190.65 | 218.28 | 14.50 % | 35.00 % |
| Extranjeros no residentes | 308.76 | 378.88 | 22.70 % | 62.00 % |
| Excursionista | 18.62 | 17.99 | -3.40 % | 3.00 % |
| Total | 518.03 | 615.15 | 18.70 % | 100.00 % |

Tabla 3. Ingresos por turismo de Enero a Diciembre. Fuente: Memoria de Labores de CORSATUR.

Se observa la participación por clasificación del visitante, en donde el salvadoreño residente en el exterior aporta un 35% del gasto total y el extranjero un 62%, el resto lo aporta el excursionista o visitante del día. También se tiene en consideración que la afluencia de personas a los turicentros y los ingresos que de ellos se percibe no coinciden con la demanda ya que en estos se exonera de pago a adultos mayores, niños y niñas lo que se presenta en la siguiente tabla.

| | CANTIDAD DE PERSONAS | | | | | INGRESOS FINANCIEROS | |
|------------------------|----------------------|--------------|-------------------|----------------|----------------|----------------------|-----------------------|
| | Personas Pagan | | Personas No Pagan | | | Total Personas | Total Financiero |
| | \$1.00 | Pnc. \$ 0.40 | Niños Menores | 3a. Edad. | Exonerados | | |
| Oficina Central | | | | | | | \$148.00 |
| Agua Fria | 36,313 | | 28,712 | 17,100 | 3,731 | 85,856 | \$40,989.93 |
| Altos De La Cueva | 56,655 | 153 | 52,600 | 22,877 | 542 | 132,827 | \$70,866.97 |
| Amapulapa | 204,060 | | 197,960 | 130,919 | 17,161 | 550,100 | \$257,249.43 |
| Apastepeque | 14,534 | | 23,581 | 25,224 | 2,510 | 65,849 | \$15,604.73 |
| Apulo | 127,698 | 843 | 105,439 | 48,061 | 3,900 | 285,941 | \$196,376.22 |
| Atecozol | 116,611 | | 99,327 | 17,152 | 53,207 | 286,297 | \$156,350.01 |
| Costa Del Sol | 123,813 | 673 | 90,564 | 51,039 | 2,230 | 268,319 | \$171,826.31 |
| Ichanmichen | 104,841 | 1,677 | 80,982 | 38,797 | 2,153 | 228,450 | \$132,666.47 |
| Sihuatihuacán | 114,999 | | 95,635 | 49,711 | 5,691 | 266,036 | \$140,295.54 |
| Toma De Quezaltepeque | 115,932 | | 82,829 | 48,428 | 5,405 | 252,594 | \$143,488.28 |
| Cerro Verde | 48,162 | 103 | 13,991 | 5,840 | 3,311 | 71,407 | \$82,692.63 |
| P.Walter.T.Deinenger | 4,074 | | 1,517 | 306 | 810 | 6,707 | \$4,579.00 |
| Parque Balboa | 92,514 | | 77,830 | 38,206 | 147,870 | 356,420 | \$114,507.24 |
| Los Chorros | 155,920 | 314 | 126,745 | 42,204 | 7,460 | 332,643 | \$192,897.44 |
| Term. T. Nahuizalco | | | | | | | \$480.00 |
| Term.T.San Sebastián | | | | | | | \$1,371.48 |
| Total | 1,316,126 | 3,763 | 1,077,712 | 535,864 | 255,981 | 3,189,446 | \$1,722,389.68 |

Tabla 4. Ingresos por personas y financieros mayo 2011- junio 2012. Fuente: Memoria de Labores ISTU 2011-2012

Se ha obtenido según estos datos un incremento de \$ 337,867.52 equivalente al 24.41 % más en comparación con el período anterior.

1.2.2. ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL PIB

Cuando se examina el peso de las actividades turísticas regularmente se recurre al uso de indicadores, es por ello que el indicador que frecuentemente es utilizado para medir el aporte que ofrece el sector turístico a la economía nacional es el coeficiente turístico IT/PIB.

Los gastos realizados por los turistas y excursionistas que visitaron los diferentes destinos turísticos salvadoreños reportaron un coeficiente turístico de 2.9% en el PIB, se observan en la siguiente tabla

| AÑO | PIB (US \$ Millones) | TURISMO (US \$ Millones) | IT/ PIB % |
|------|----------------------|--------------------------|-----------|
| 2009 | 20,661.0 | 516.6 | 2.5 |
| 2010 | 21,214.7 | 518.0 | 2.4 |
| 2011 | 21,469.3 | 615.1 | 2.9 |

Tabla 5. Coeficiente Turístico en el PIB. Fuente: Memoria de Labores MITUR 2011

Al primer trimestre de 2010, el turismo ha generado \$118.9 millones de dólares, un aumento del 1.4% con respecto a similar período del 2009. Este ingreso de divisas representa un 11% de las exportaciones totales del país.

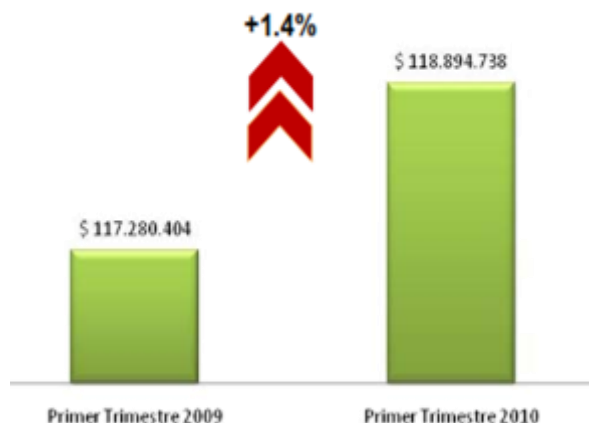


Ilustración 1. Ingresos Económicos por Turismo primer trimestre 2009-2010. Fuente: Memoria de Labores Ministerio de Turismo.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO POR ÉPOCAS DEL AÑO.

El turismo se desarrolla a través de la historia lenta y espontáneamente en los países Europeos y en Estados Unidos el turismo, como movimiento importante de volumen de personas, toma fuerzas al establecerse el ferrocarril como medio de transporte en la década de 1830.

Históricamente hablando, el turismo constituyó un privilegio de las clases adineradas, es decir, de la clase social constituida por los grupos de gran poder económico. Muchas de estas personas viajaban, además del placer que de ello se derivaba, porque era un acto expreso de sobresalir notoriamente como persona importante. Hoy en día todo ha cambiado, el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a un mayor número de personas y estratos sociales.

Lo interesante en la historia del turismo no es la secuencia cronológica de su desarrollo, sino el provecho que pueden obtener quienes ahora trata de desarrollar la actividad a partir de la experiencia de otros países ya desarrollados en esta área.

El turismo en su historia pasa de ser sido privilegio elitescos a ser disfrute de las mayorías. Y el transcurso del tiempo ha cimentado al turismo como una gran actividad económica al alcance de grandes masas, hoy con derecho a participar en el consumo del “producto industrial” del turismo que es la recreación y el descanso.

A nivel general, en el año 2011 (Abril – diciembre), se contabilizó un flujo de 8, 685,218 viajeros que ingresaron a las zonas turísticas del país. Los Visitantes estimados que ingresaron a las zonas turísticas evaluadas fueron 3, 708,847. Es la zona del Puerto de La Libertad la que agrupa el mayor flujo de visitantes, alcanzando un porcentaje del 50.95% del total de zonas; luego se sitúa la Ruta de Las Flores con el 21.9% la cual incluye la Ruta al Volcán de San Salvador.

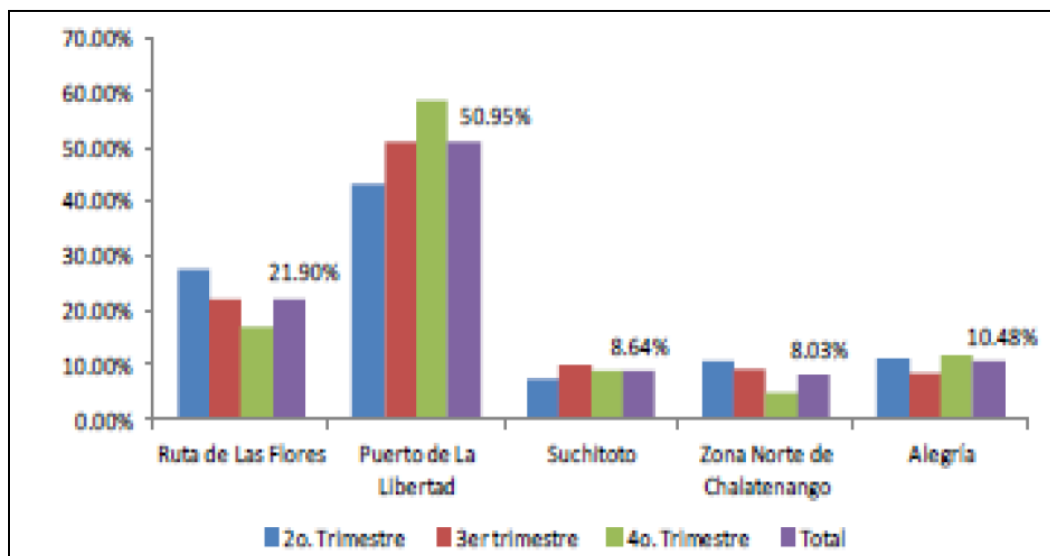


Ilustración 2. Llegadas de visitantes internacionales periodo 2011. Fuente: Memoria de Labores de CORSATUR.

El número de excursionistas a nivel general alcanzan un total de 3, 378,361 que a nivel porcentual agrupa un 91.1% de los visitantes a las cinco zonas turísticas. Es decir las personas que no se alojan en los lugares que visitan son los principales turistas.

Los turistas alcanzaron un total de 330,485 que a nivel porcentual agrupa un 8.9% de los visitantes.

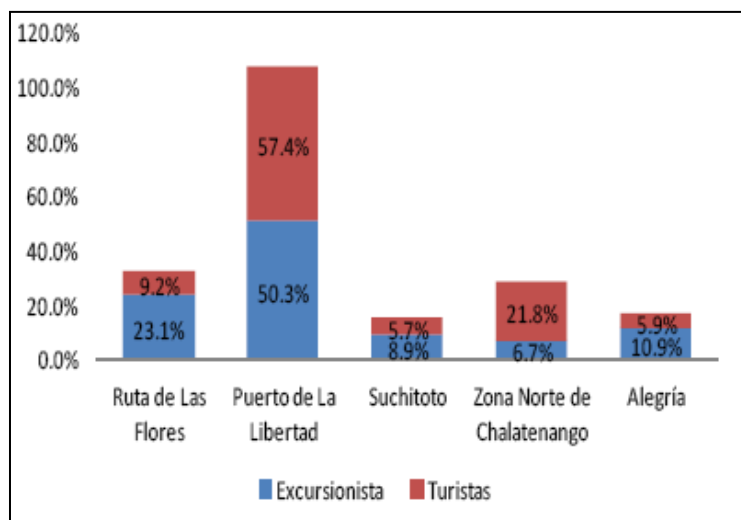


Ilustración 3. Composición de Visitantes por Zonas Turísticas. Fuente: Memoria de Labores CORSATUR

1.3. TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL SALVADOR

El turismo rural comunitario es una modalidad que se desarrolla en áreas rurales donde familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos indígenas u otras organizaciones de tipo colectivo manejan la actividad turística planificando, gestionando y cuidando los recursos naturales e históricos que sirven de atractivo en sus territorios. Este

tipo de turismo es un complemento a la economía campesina y se distingue entre otras cosas por distribuir de manera más equitativa los ingresos y utilizar parte de los fondos para cubrir necesidades comunitarias.

La estrategia turística de El Salvador propuesta en 2008, privilegia el fomento de un turismo de encuentros, entendido en su sentido amplio: desde reuniones y congresos hasta encuentros con la población local y la naturaleza. Este último aspecto, aunado a la identificación de 10 polos de desarrollo turísticos que abarcan los destinos más atractivos y consolidados de El Salvador, constituye un reconocimiento de la importancia del turismo rural. Este subsector ha demostrado en los últimos cinco años un extraordinario dinamismo, lográndose identificar en la actualidad más de 350 iniciativas empresariales de turismo rural y la apertura de formaciones académicas relacionadas con la temática.

El Turismo Rural se considera como una oportunidad de desarrollo turístico para las diversas comunidades pequeñas que cuentan con atractivos suficientes para motivar a las personas a viajar.

Es ésta rama del Turismo la que más demanda tiene en el país. A través del Turismo Rural se pretende rehabilitar áreas agrícolas que, a raíz de distintos motivos como las múltiples migraciones hacia la ciudad, están deprimidas económicamente.

Concretamente, las definiciones sobre Turismo Rural, varían según cada país. Para el caso de El Salvador, Asociación de Turismo Rural de El Salvador (ATURES) promueve la definición siguiente:

“Se considera Turismo Rural a la actividad turística que se desarrolla en establecimientos rurales que ofrecen servicios sustentados en la naturaleza, la actividad agropecuaria y la cultura. Supone que el turista comparte con la población local. Se diferencia del turismo convencional porque en ésta actividad, el turista puede ver y hacer; lo que permite romper con el anonimato y vivir experiencias únicas.”

Si bien como lo destacan los documentos oficiales, ecoturismo, turismo de aventura, etnoturismo y agroturismo son parte del turismo rural, el concepto es amplio e incluye también a actividades de esparcimiento y restauración que se desarrollan en el área rural.

El Plan Nacional de Turismo 2020 de El Salvador amplía una visión sobre el Turismo Rural. Entre otros puntos interesantes, menciona: “Es destacable el interés de inversionistas y empresarios ubicados en el interior rural para habilitar espacios para reuniones y eventos”, “Se detecta un interés por la captación de reuniones de tamaño medio y pequeño en este ámbito rural”. Por lo que la estrategia nacional de turismo está incluyendo un plan sobre el turismo rural.

Las experiencias de turismo rural comunitario y de base local han dependido en gran medida de programas y proyectos de cooperación.

Algunos beneficios del turismo rural comunitario, en otras iniciativas de este tipo de turismo se enlistan a continuación:

| TIPO DE BENEFICIO | |
|-------------------------------------|--|
| ECONOMICOS | <ul style="list-style-type: none"> • El TRC⁸ no sustituye a las actividades agropecuarias tradicionales • Amplia ingresos del hogar • Diversifica sus medios de vida • Ingreso directo para las familias • Estimula la economía local • Inserción de mujeres y jóvenes en actividades remuneradas |
| AMBIENTAL | <ul style="list-style-type: none"> • Revaloriza los recursos naturales poniendo un valor agregado • Concientizar a partir del turismo, a continuación ejemplos: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Liberación de tortugas como experiencia de sensibilización y educación ambiental. ◦ Recorridos guiados en parque y lagos • Incentiva el cuidado y la conservación de los recursos del territorio cuando se conoce y se aplican las buenas prácticas de turismo sostenible |
| SOCIAL, CULTURAL E HISTORICO | <ul style="list-style-type: none"> • Revaloriza los recursos culturales e históricos. • Inicia el rescate de la cultura y la historia • Promueve la cultura e historia de los territorios • Búsqueda por el bienestar comunitario. Incluyendo la inversión en obras comunitarias. |

El aporte gubernamental ha sido puntual y vinculado a su rol como contraparte de proyectos y programas de cooperación internacional, entre los que sobresale el Fondo de Pequeñas Donaciones del PNUD, el Programa Binacional de la Unión Europea, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), FOMILENIO, OIKOS, IRISH AID, fondos ambientales del Fondo de la Iniciativa para las Américas (FIAES)⁹.

El cambio de Gobierno en 2009 abrió la expectativa de nuevas oportunidades y retos. El Plan Quinquenal del gobierno enfatiza una estrategia de turismo basada en el turismo interno y las pequeñas empresas. Específicamente, plantea concentrar recursos humanos y financieros para promocionar de forma eficaz la captación de los mercados de la población salvadoreña en el exterior y desarrollar las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas como sector estratégico generador de empleo; fuente de oportunidades de progreso y de participación de la mujer y como dinamizador del mercado interno.

⁸ TRC = Turismo Rural Comunitario

⁹ Un ejemplo puntual de este caso es el apoyo del Programa de Pequeñas Donaciones del PNUD en la Barra de Santiago. Para mayor detalle ver Guzmán, J.R. y Zárate, C.M. (2010)

Para lograr un viraje sensible de la política e institucionalidad de turismo muy enfocada en la gran inversión privada, se requieren acciones concretas que fomenten una dinámica que desarrolle el potencial de los territorios rurales, desde los actores locales y sus formas de organización gremial o empresarial.

Desde los actores del turismo rural comunitario y de base local se ha iniciado una acción coordinada para incidir en este viraje de política.

1.4. TURISMO SOSTENIBLE EN EL PAÍS

El turismo sostenible o turismo sustentable es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad.

El turismo sostenible en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), con base en la definición de desarrollo sostenible establecido por el Informe Brundtland, afirma que:

“El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de vida”

Los principios del turismo sostenible fueron definidos por la OMT ya en 1988. **PRINCIPIOS QUE DEFINEN EL TURISMO SOSTENIBLE**

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta estratégica de desarrollo económico local. Como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales. Y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes.

Toda actividad turística que realmente pretenda definirse como sostenible debe considerar los siguientes aspectos:

- Uso adecuado de los recursos naturales
- Respeto por la diversidad Socio-Cultura

1.5. ENTIDADES REGULADORAS DEL TURISMO Y APOYOS AL SECTOR

1.5.1. LEGISLACIÓN RELACIONADA AL TURISMO NACIONAL

Un aspecto importante que debe considerarse para el presente estudio es el marco regulatorio, el cual establece los lineamientos y estatutos sobre los cuales esta iniciativa se desarrollará. El marco legal se ha clasificado de acuerdo al objeto o tipo de acción de los instrumentos legales (leyes, reglamentos, políticas). Clasificándose en: Regulatorio, Desarrollo y de Fomento.



Ilustración 4: Esquema Clasificación del Marco Legal

Existen instrumentos reguladores del turismo tanto para el ámbito interno y externo, a continuación serán desglosadas cada una de ellas:

| | LEY/ POLITICA /REGLAMENTO | DESCRIPCIÓN |
|----------------|---|---|
| INTERNO | LEY DEL TURISMO | La 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 NACIONAL DE MEDIO AMBIENTE | La ley tiene por objeto desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refiere a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones. |
| | REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DEL MEDIO AMBIENTE | El Reglamento General tiene por objeto desarrollar las normas y preceptos contenidos en la Ley del Medio Ambiente, a la cual se adhiere como su instrumento ejecutorio principal |

| | | | |
|----------------|---|--|--|
| | LEY DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS | La Ley tiene por objeto regular el establecimiento del régimen legal, administración, manejo e incremento de las Áreas Naturales Protegidas. | |
| | LEY DE PROTECCIÓN ESPECIAL AL PATRIMONIO CULTURAL | Su finalidad es regular el rescate, investigación, conservación, protección, promoción, fomento, desarrollo, difusión y valoración del Patrimonio o Tesoro Cultural Salvadoreño, a través del Ministerio de Educación o de la Secretaría de Estado que tenga a su cargo la Administración del Patrimonio Cultural del País | |
| EXTERNO | LEY DE SERVICIOS INTERNACIONALES | Regula el establecimiento y funcionamiento de parques y centros de servicio, así como los beneficios y responsabilidades de los titulares de empresas que desarrollen, administren u operen en los mismos. | |
| | INSTRUMENTOS DE DESARROLLO | Ley de CORSATUR | Se encarga de llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística, así mismo de fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales |
| | | Política nacional de turismo | Su finalidad es desarrollar sostenible en lo económico, social y cultural, estimulando proyectos turísticos estratégicos regionales, locales y nacionales, promoviendo en el mundo la marca “El Salvador” y reconociendo a los municipios un papel central en el desarrollo del sector turístico. |

Tabla 6. Instrumentos reguladores del turismo/ Elaboración propia

Actualmente el Ministerio de Turismo está trabajando en una nueva ley de turismo donde están participando pequeños y medianos empresarios del ámbito comunitario, que permitirá sentar las bases legales de este tipo de turismo¹⁰.

1.5.2. INSTITUCIONES REGULADORAS DE APOYO AL SECTOR TURÍSTICO

A continuación se presentan las instituciones directamente ligadas a la regulación del sector turístico del país.

- **El Ministerio de Turismo (MITUR)**

Es la institución rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo.

Como componente de su visión para este período se encuentra: *el eje de desarrollo sostenible y el establecimiento de polos de desarrollo*, y como elementos integradores de la misión se encuentran: Fomentar y estimular la oferta y productos turísticos locales, el desarrollo local juega el papel central en el desarrollo del sector turístico.

- **Corporación salvadoreña del turismo**

¹⁰ Publicación RIMISP- Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural 29/01/2012

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) es la institución gestora del desarrollo turístico del país.

CORSATUR apoya a otras instituciones, públicas y privadas, en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país con la finalidad de convertirlos en atractivos turísticos.

CORSATUR es una entidad joven, nacida el 25 de Julio de 1996, por medio del Decreto Legislativo N° 779. Relación entre Instituciones que forman parte de MITUR:

- **Secretaría de la cultura.**



Ilustración 5. Relación entre Instituciones que forman MITUR /Fuente: Presentación Gestión MITUR 2009-2014

El organismo encargado de la protección de los Centros Turísticos y bienes culturales inmuebles de nuestro país, es la Secretaría de la Cultura (antes llamado CONCULTURA), de acuerdo a lo establecido en la Ley Especial del Patrimonio Cultural de El Salvador y su Reglamento.

- **Ministerio de economía.**

Promover el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos.

El Ministerio de Economía cuenta con diferentes programas de apoyo a los distintos sectores productivos del país. Dentro de estos programas, se ha considerado impulsar y apoyar el turismo como sector de desarrollo social y económico nacional.

1.6. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN

San Luí del Carmen es un municipio del departamento de Chalatenango, está limitado al norte por Azacualpa, Chalatenango y San Miguel de Mercedes, al este y sureste por Potonico, al sur por Suchitoto y al suroeste, oeste y noroeste por San Francisco Lempa. El área del municipio es de 21.31 kms² y es mayoritariamente montañoso, con la excepción de las planicies de la orilla del embalse Cerrón Grande.

Posee tres cantones: El Pital, Los Naranjos y Santa Cruz, que se dividen en caseríos en el área rural y barrios en el casco urbano, a continuación se presenta la división política.

| Canton | Caserío/Barrio |
|--------------|---|
| El Pital | El Chagüite El Sitio |
| Los Naranjos | Los Naranjos El Jocotal |
| Santa Cruz | Las Aradas El Zapote |
| Casco Urbano | Barrio El Calvario Barrio San Antonio Barrio Las Flores Barrio El Centro |

Tabla 7. División política del municipio

1.6.1.HISTORIA

San Luís del Carmen fue fundado en 1760 en las tierras que ocupaba una hacienda llamada San Luís.

Para 1850 se convirtió en pueblo y en 1855 pasó a formar parte del departamento de Chalatenango con el nombre de San Luís del Carmen. En 1890 tenía una población de 1,389 habitantes. Perteneció al departamento de San Salvador (1824-1835), Cuscatlán (1835-1855), y posteriormente a Chalatenango. Para el año 1850 fue erigida como pueblo, y en 1890 tenía 1.389 habitantes, actualmente cuenta con una población de 1,181 habitantes.

1.6.2.GENERALIDADES DEL MUNICIPIO SAN LUIS DEL CARMEN

EL LUGAR

San Luis del Carmen es uno de los municipios con menos población en Chalatenango y en El Salvador, debido a la inundación de tierras cuando se creó el Embalse del Cerrón Grande y la guerra civil que se vivió en la década de los 80's, llevando a la mayoría de personas a emigrar hacia San Salvador y el extranjero reduciendo drásticamente el número de habitantes.

El municipio de San Luís del Carmen celebra sus fiestas patronales son el julio, en honor a la Virgen del Carmen, pero también tienen una celebración muy importante en el mes de diciembre. Cuenta con una plaza para jornadas taurinas siendo una de las mejores a nivel nacional, su agradable clima y la humildad de su gente hacen muy agradable este lugar.

GEOGRAFÍA

Limitando al sur con el Embalse Cerrón Grande; al oriente con el municipio de Potonico, al nororiente con San Miguel de Mercedes, al nor-poniente con Azacualpa, y al poniente con San Francisco Lempa. El territorio municipal tiene forma de cuadrilátero irregular (romboide), un poco más alargado en dirección poniente-oriente.

El municipio es mayoritariamente montañoso, con la pequeña salvedad de las planicies de la orilla del embalse Cerrón Grande. Por otra parte esta orilla es un elemento territorial fundamental en el municipio, y el Embalse Cerrón Grande en su dimensión de humedal es un *área natural protegida*.

El eje territorial principal del municipio es la carretera pavimentada de Chalatenango a San Francisco Lempa y San Luis del Carmen, que pasa por la cabecera municipal y por las cercanías del cantón El Pital.

Los otros cantones del municipio, Los Naranjos y Santa Cruz, tienen sus accesos saliendo directamente de la cabecera municipal, que está bastante cercana.

VIDA ECONÓMICA

De acuerdo a la distribución del uso del suelo, en este municipio predominan las actividades agrarias de subsistencia. En su mayoría son pequeños productores con reducidas parcelas cultivadas con métodos ancestrales y variedades criollas en gran parte de bajo rendimiento.

La ganadería es practicada de manera extensiva y de subsistencia, los hatos pequeños, de doble propósito y de baja productividad debido a problemas de alimentación en el verano, deficiente manejo de hato, falta de créditos adecuados, problemas de sequía, etc. La producción agropecuaria es orientada en su mayoría al consumo familiar y los escasos excedentes que generan se venden en el mercado local o intermediarios. No cuentan con infraestructura de almacenamiento.

Otra valiosa ocupación es la actividad pesquera que se desarrolla en el embalse, que en los últimos años han visto agravar su situación ante la drástica reducción del recurso pesquero debido al elevado número de familias que dependen de esta actividad y la sobreexplotación y mal manejo del recurso.

Un rubro que influye fuertemente en la vida económica de la zona, son las remesas que se obtienen de la emigración al extranjero, las que contribuyen a incrementar los pequeños ingresos familiares.

TURISMO

Entre sus atractivos turísticos se encuentran el embalse del Cerrón Grande, donde se pueden realizar paseos en lancha o en el Ferry, viajes en velero y además visitar el restaurante flotante, donde se pueden realizar actividades de pesca, y escoger su propio pescado para ser consumido; también se puede visitar otro restaurante situado a las orillas de embalse

En el casco urbano se puede visitar la iglesia parroquial católica cuya construcción data de 1820, convirtiéndose en una estructura con mucho valor histórico¹¹.

CÓMO LLEGAR

Existen dos vías de acceso. La primera es pasando por el municipio de Chalatenango, San Miguel de Mercedes, Azacualpa y San Francisco Lempa. La carretera se encuentra en perfectas condiciones. También puede llegar a través de Suchitoto, dirigiéndose a Puerto San Juan, donde puede abordar el Ferry o tomar una lancha que le llevara a San Francisco Lempa o San Luis del Carmen.

¹¹ Declarada como patrimonio por CONCULTURA

CAPITULO II

ESTUDIO DE

DIAGNOSTICO

CAPITULO II ESTUDIO DE DIAGNOSTICO

PARTE 1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE SAN LUIS DEL CARMEN

Establecer una primera radiografía del municipio y de los tres cantones respecto a su situación turística, de manera que se pueda identificar cuáles son las líneas generales del desarrollo turístico real y potencial de la zona, con el fin de elaborar un diagnóstico que recoja la realidad turística del territorio.

Esta fase estará comprendida por:

1.1. SITUACIÓN INTERNA DE SAN LUIS DEL CARMEN

1.1.1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN INTERNA DEL MUNICIPIO

1.1.1.1. INFORMACIÓN GENERAL

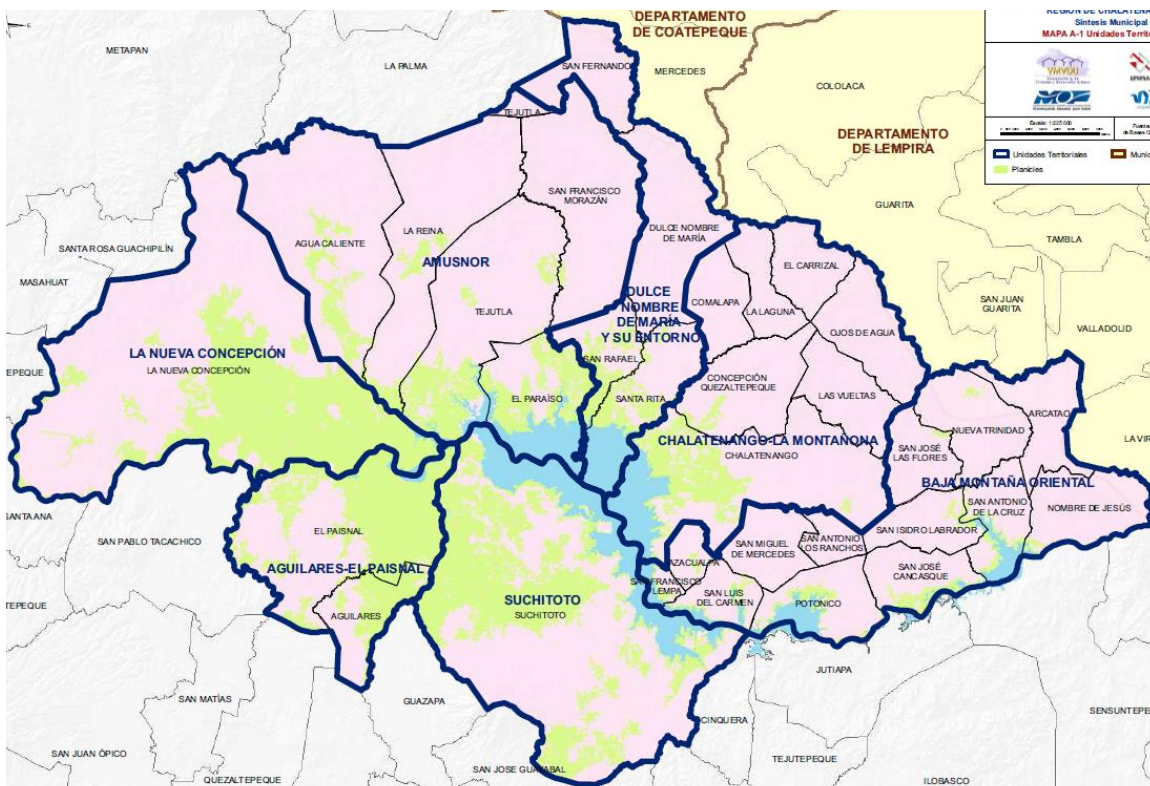


Ilustración 6. Mapa de la región de la Baja Montaña

| UNIDADES TERRITORIALES/MUNICIPIOS | CÓDIGOS |
|---|----------------|
| La nueva concepción | |
| La nueva concepción | LNC |
| Amusnor | |
| Agua caliente | AGC |
| La reina | LAR |
| Tejutla | TJL |
| El paraíso | PAR |
| San Francisco Morazán | SFM |
| Aguilares – El paisnal | |
| Aguilares | AGU |
| El paisnal | PSN |
| Dulce nombre de maría y su entorno | |
| San Rafael | SRA |
| Santa Rita | SRI |
| Dulce nombre de María | DNM |
| San Fernando | SFE |
| Chalatenango la Montañona | |
| Chalatenango | CHA |
| Concepción quezaltepeque | COQ |
| Comalapa | COM |
| La laguna | LAG |
| El carrizal | CAR |

| | |
|------------------------------|-----|
| Ojos de agua | ODA |
| Las vueltas | LVU |
| Suchitoto | |
| Suchitoto | SUC |
| Baja montaña Oriental | |
| San miguel de mercedes | SMM |
| Azacualpa | AZA |
| San francisco lempa | SFL |
| San Luis del Carmen | SLC |
| San Antonio los Ranchos | SAR |
| Potonico | POT |
| San José Cancasque | CAN |
| San José las flores | FLO |
| Nueva trinidad | NTR |
| Arcatao | ARC |
| San isidro labrador | SIL |
| San Antonio de la cruz | SAC |
| Nombre de Jesus | NDJ |

| ABARCA 13 MUNICIPIOS, 325 KM2, 31 MIL HABITANTES | | | | |
|---|---|---|----------------|--|
| Municipios | Fortalezas | Debilidades | | |
| San Miguel de Mercedes, Azacualpa, San Francisco Lempa, San Luis del Carmen, San Antonio Los Ranchos, Potonico, San José Cancasque, San José Las Flores, Nueva Trinidad, Arcatao, San Isidro Labrador, San Antonio de La Cruz, Nombre de Jesús. | <p>1) Los proyectos de carretera de la MCA. Tanto la CLN como las varias conexiones previstas darán un significativo cambio a la movilidad y posibilidades de desarrollo de la Unidad Territorial.</p> <p>2) La proximidad entre alcaldía y ciudadano, la concentración relativa en algunos núcleos urbanos, y cierta facilidad para pequeños procesos de desarrollo local.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ La inexistencia de ciudad, con todas las debilidades relacionadas, sin que por ello la densidad de población sea baja. ▪ La deteriorada carretera de Guarjila a Arcatao. ▪ La extremada fragmentación municipal. ▪ La deforestación de las fuertes pendientes. ▪ Una actividad económica estructuralmente deprimida, principalmente centrada en la agricultura de subsistencia. | | |
| Escenario de Referencia | | | | |
| <p>La Unidad Territorial de la Baja Montaña Oriental crecerá poco, globalmente unos 5 mil habitantes hasta 2024, pero la población rural podrá perder otros 5 mil y en consecuencia los pequeños núcleos urbanos aumentarán 10 mil, lo que significa, casi, duplicar su población. Posiblemente esto puede significar que alguno o algunos de estos núcleos cabecera de municipio pueden crecer mucho, seguramente los mejor comunicados, o los cercanos a la Carretera Longitudinal del Norte, mientras otros apenas crecerán.</p> | | | | |
| Ciudad central / Núcleos intermedios. | Otros núcleos estratégicos urbanos | Asentamientos destacados | rurales | |
| No tiene. | Potonico; San Miguel de Mercedes y Nombre de Jesús | No tiene | | |

1.1.1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE SAN LUIS DEL CARMEN

El municipio está situado en el extremo occidental de la Unidad Territorial de la Baja Montaña Oriental de Chalatenango, limitando al sur con el Embalse Cerrón Grande; al oriente con el municipio de Potonico, al nor-oriente con San Miguel de Mercedes, al nor-poniente con Azacualpa, y al poniente con San Francisco Lempa.

Si se compara dicho municipio con sus aledaños, la superficie de este es de tamaño muy pequeño mientras su población de igual forma es de tamaño pequeño: 17.32 km² y 2,200 habitantes (según la proyección de DIGESTYC para 2011).

Su territorio municipal tiene forma de cuadrilátero irregular (romboide), debido a que es un poco más alargado en dirección poniente-oriental. Su límite sur es la orilla del Embalse Cerrón Grande, que tiene una penetración importante hacia el interior del territorio municipal en torno al primitivo curso del río Altina. El cerro El Júcaro sirve de referencia para el límite oriental (con Potonico).

San Luis del Carmen es mayoritariamente montañoso, con la pequeña salvedad de las planicies de la orilla del embalse Cerrón Grande. Por otra parte esta orilla es un elemento territorial fundamental en el municipio, y el embalse Cerrón Grande en su dimensión de humedal es un área natural protegida.

Uno de sus ejes territoriales principales del municipio ya ha sido desarrollado el cual es la carretera pavimentada de Chalatenango a San Francisco Lempa y San Luis del Carmen, que pasa por la cabecera municipal y por las cercanías del cantón El Pital.

Con respecto a los otros cantones del municipio, Los Naranjos y Santa Cruz, tienen sus accesos saliendo directamente de la cabecera municipal, que está bastante cercana. Estos dos cantones organizan lo que queda del territorio del entorno del río Altina, cuyo cauce fue ocupado y ensanchado por las aguas del embalse Cerrón Grande.

1.1.1.3. **LEGISLACIÓN Y NORMATIVAS VIGENTES**¹²

Las legislaciones y normativas vigentes que se aplican para el cerrón grande como cuerpo de agua que baña al municipio son: **La Ley de Ordenación y Promoción de la Pesca y la Acuicultura y La Ley del Medio Ambiente.**

Los miembros de la cooperativa mantienen y respetan el acuerdo de repartir en partes iguales la producción acuícola entre los asociados y que la otra mitad sea vendida.

Marco Normativo

A nivel nacional la base legal actual que rige dicha municipalidad relacionada con la planificación territorial la constituye:

- La Constitución Política
- La ley de Urbanismo y Construcción, a través de la elaboración, aprobación y ejecución de planes de desarrollo urbano y rural de la localidad.
- La ley del Medio Ambiente a través de la incorporación de la dimensión ambiental en Planes de desarrollo y ordenamiento territorial (mencionada anteriormente).
- El Código Municipal, a través de La elaboración, aprobación y ejecución de planes de desarrollo urbanos y rurales de la localidad y finalmente.

¹² Recopilación Anual de las Leyes Normativas para la Región de Chalatenango.

- La Ley de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Área Metropolitana de San Salvador y de los Municipios Aledaños.

1.1.1.4. COMUNIDADES pesqueras en San Luis Del Carmen

Dichas comunidades cuentan con 18 pescadores¹³, quienes poseen 12 botes, todos estos pescadores que al realizar la práctica de la pesca lo hacen con redes agalleras utilizando el método del tendido y obtienen una producción anual estimada de 35,345 KG. Cabe mencionar y recalcar que dichos pescadores no usan atarrayas, ni anzuelos, ni chinchorros.



MERCADOS PESQUEROS

Los mercados nacionales de destino son:

- ✓ El mercado la Tiendona
- ✓ Apopa
- ✓ Guazapa en San Salvador
- ✓ Nueva Concepción y
- ✓ Chalatenango.
- ✓ Ilobasco en Cuscatlán

Se comercializa también en las comunidades ribereñas del Embalse Cerrón Grande (mercados rurales).

1.1.1.5. TIPO DE CLIMA¹⁴

La variabilidad del clima que posee el municipio está enmarcada por una diversidad climática regional, el municipio de San Luis del Carmen, en general, presenta clima de tipo cálido y seco, a partir del cual es posible desprender su temperatura anual media de 17° C. y su media estival, correspondiente al período verano – otoño, de 23° C. En cuanto a las lluvias, se manifiestan más regularmente entre mayo y julio, siendo abundantes durante el mes de agosto y prácticamente inexistentes durante el inicio del año en enero.

En el municipio de San Luis del Carmen, tanto las temperaturas como las precipitaciones pluviales disminuyen de norte a sur y de este a oeste determinando la variedad climática intrínseca a este territorio, siendo el viento otro importante factor influyente.

Básicamente se estarían manteniendo las temperaturas mínimas en una temporada o estación dentro del municipio según reportes meteorológicos.

¹³ Informe Nacional del Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales

¹⁴ Datos meteorológicos según viewweather.com

| TIPO DE CLIMA | |
|--|--|
| Clima Templado Serrano | Clima Templado de Transición |
| Caracterizado por veranos secos y calurosos, inviernos poco fríos y con escasas lluvias. Prevalece en el noreste de San Luis del Carmen. Esta zona soporta, además, fuertes vientos provenientes del este, suroeste y noreste. | Presenta rasgos de aridez. Se extiende hacia el oeste, tornándose cada vez más uniforme. |

Tabla 8: Clima en San Luis del Carmen

1.1.1.6. DESARROLLO turístico actual

Desde el 2012, el municipio de San Luis del Carmen, ubicado en Chalatenango, ha presenciado un incremento de turistas locales. Debido a que cuenta con dos innovaciones en el municipio, que consisten en la creación de dos restaurantes uno flotante y otro con vista al embalse.



Con una población de mil 172 habitantes aproximadamente y tres cantones: El Pital, Santa Cruz y Los Naranjos; San Luis del Carmen se localiza después del Lago de Suchitlán o Embalse del Cerrón Grande. Atractivo que ha funcionado como elemento turístico, generando que la población empiece a invertir en el lugar.

Según la encargada del área gerencial territorial del Ministerio de Turismo (MITUR), el municipio fue detectado como lugar turístico en el 2009, debido a la singularidad de estar al límite del lago. Añadió, "un lugar que debe seguir explotando la cercanía del Lago Suchitlán".¹⁵

Por dos años consecutivos San Luis del Carmen ha participado en el programa Pueblos Vivos, ejecutado por MITUR. "Histórico cultural" es la categoría en que se ha desarrollado.

El aumento de turistas en San Luis del Carmen se debe a dos innovaciones. Ambas han tenido apertura aproximadamente en un año. El restaurante flotante, ubicado en el cantón Santa Cruz y el restorán a la orilla del lago (El Faro), localizado en el propio municipio conocido como casco urbano; han sido los atractivos turísticos que han

¹⁵ Ministerio de turismo (MITUR)

incrementado las visitas. El alcalde, expresó que **“gracias a los dos restaurantes el municipio ha visualizado una alza de un 95% comparándolo a otros años”**.

El restaurante flotante, nombre del innovador restorán, está abierto a partir del mes de abril del pasado año 2011. Más de 18 mil dólares se invirtió en esta infraestructura. Para el socio de la cooperativa Altina y del restaurante, esta herramienta de trabajo ha venido aumentar las visitas a la zona. Agregó, **“más de 80 clientes se reciben todos los fines de semanas”**.

El fenómeno de inversión que está presentando San Luis del Carmen, es por parte de ciudadanos estadounidenses. Habitantes que nacieron en el municipio y que tuvieron que emigrar del país, ahora están invirtiendo en dicho lugar. Tal es el caso de los propietarios de la casa de huéspedes La Cima y el restaurante El Faro.

Para el dueño del restaurante El Faro, invertir en el municipio ha servido para dar a conocer la riqueza con la que cuenta San Luis del Carmen y para generar empleo local. Añadió, **“el auge que se ha tenido con los dos restaurantes ha contribuido en un 90% al turismo del lugar”**.

La municipalidad reconoce que ha tenido un incremento en el turismo; sin embargo, no está brindando la atención que requieren los visitantes. Motivo por el cual su próximo proyecto a realizar es una asociación de mujeres; con el fin de capacitarlas para atender mejor al turista. Un habitante de San Luis del Carmen, quien ha vivido 32 años en el municipio, afirmó que sí han aumentado las visitas. Agregó, **“hacen falta talleres para ayudar a incrementar dicha actividad”**.

De igual manera, el MITUR está realizando una planeación territorial turística de la zona; donde incluirá todas las riquezas que posee San Luis del Carmen y sus cantones. **El propósito es realizar City tour, caminatas, festivales** y así ganar más turismo local.

1.1.1.7. Economía

Es un territorio con un nivel intermedio de desarrollo humano, en comparación con otros municipios del país; aunque presenta notables desequilibrios internos entre las zonas más urbanas y las zonas más aisladas en el área humedal del cerrón grande, donde se presentan altos niveles de pobreza y pocas oportunidades de desarrollo para sus habitantes, situación que afecta en mayor medida a mujeres y jóvenes de no ser retomado el auge del turismo que son los ejes a los cuales se le está apostando.

Actualmente, los sectores económicos más dinámicos, en términos de generación de encadenamientos y competitividad frente a los nuevos tratados de libre comercio y oportunidades de mercado nacional, son la ganadería (sector lácteo) y la Agricultura (granos básicos). Asimismo, dada la ubicación del territorio, existen oportunidades de desarrollo económico dentro del sector turismo los cuales son enmarcados a través de los diferentes atractivos con los que cuenta el municipio y que han sido detectados de forma puntual.

1.1.1.8. Atractivos **TURÍSTICOS CON LOS QUE CUENTA SAN LUIS DEL CARMEN**

San Luis del Carmen es considerado el municipio más pequeño de Chalatenango; sin embargo, posee una diversidad turística. Entre ellas se encuentran recursos naturales, tradiciones y festividades.

- ❖ La vía del ferry La Luna ha sido la primera atracción turística con la que cuenta el municipio. Es una forma de llegar al lugar. Un viaje aproximadamente de una hora.
- ❖ Una iglesia parroquial histórica que está desde el año 1845.¹⁶
- ❖ Viviendas tradicionales hechas de adobe y tejas. *Sin embargo, están siendo cambiadas por casas modernas.*
- ❖ Unas pozas de nacimiento de agua, ubicadas en el cantón Los Naranjos.
- ❖ El Cerro de la Mesa, con su peculiaridad que su cima es plana. Desde ahí se observa todo San Luis del Carmen.
- ❖ El rodeo es la tradición por la cual visitan constantemente dicho municipio.
- ❖ La fiesta patronal, ya que todos los años invierten más de 15 mil dólares en realizar dichas fiestas.



1.1.1.9. Desarrollo **EMPRESARIAL**

Desarrollo de un día de mercado por mes, en el municipio de San Luis del Carmen con la participación de 35 productores/as, en coordinación con la alcaldía municipal.

17

1.1.1.10. PROCESOS, **CONDICIONANTES, PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES**

PRINCIPALES PROCESOS¹⁸

Los Proyectos en la red de carreteras regional y nacional. Dentro de la región de Chalatenango beneficia directamente a San Luis del Carmen junto con los municipios aledaños debido a las mejoras en la red de carreteras asociadas al programa de Conectividad de la Cuenta del Milenio o a otras iniciativas relacionadas con él:

- 1) El proyecto de la Carretera Longitudinal del Norte (CLN), que actualmente está conectando toda la zona norte del país, se traduce en tres acciones fundamentales:
 - La conexión de La Nueva Concepción con Metapán y Guatemala;
 - El by-pass de la ciudad de Chalatenango, que hasta la fecha había constituido un obstáculo al paso de grandes flujos de transporte; y la conexión de Chalatenango con Sensuntepeque, entrando en la Baja Montaña Oriental por Guarjila, pasando cerca de San Antonio Los Ranchos y por San Isidro Labrador y San Antonio de La Cruz, y cruzando el río Lempa hacia Cabañas a 800 metros más



¹⁶ Declarado patrimonio cultural por CONCULTURA

¹⁷ Asociación CORDES memoria de labores Enero-Diciembre 2011

¹⁸ Programa Binacional de Desarrollo Fronterizo

debajo de la Presa 5 de Noviembre, bastante cerca de Nombre de Jesús; esta conexión ha brindado la apertura de la Región de Chalatenango hacia el Oriente salvadoreño.

- 2) Los proyectos de pavimentación de los ejes de La Nueva Concepción a Texistepeque y a San Pablo Tacachico; de Chalatenango a Ilobasco por San Miguel de Mercedes, Potonico y la Presa Cerrón Grande; y de Suchitoto a Ilobasco.
- 3) La pavimentación de otras conexiones entre núcleos urbanos, algunos de ellos en la Baja Montaña Oriental: de San Antonio Los Ranchos a la carretera San Miguel de Mercedes-Potonico; de Potonico a San José Cancasque; de San José Cancasque a San Isidro Labrador; y de Nombre de Jesús a Arcatao.

Crecimientos urbanos que estructuran el territorio. Estos crecimientos urbanos que estructuran el territorio corresponden a las ciudades centrales de la Región y a la sucesión casi constante de lotificaciones que flanquea las principales carreteras. Ninguno de los crecimientos de los trece núcleos urbanos de la Baja Montaña Oriental tiene potencia suficiente para estructurar el territorio de la Unidad Territorial.

Procesos de asociación municipal con una historia relativamente larga. En los años 90 el Programa PROCHALATE puso en marcha un proceso de identificación de los distintos grupos de municipios que podían superar la desventaja de sus pequeñas dimensiones mediante la consolidación de asociaciones o mancomunidades. Algunas de las asociaciones resultantes están entre las más veteranas del país, aunque su evolución ha sido muy diversa. Aunque “El Alto y la Bola” tuvo al principio gran significación, actualmente se destacan tres: “La Montañona” y “Oriente de Chalatenango”, que cuentan con importantes apoyos institucionales, y “AMUSNOR”; El Alto y La Bola y Oriente de Chalatenango corresponden a dos sectores de la Baja Montaña Oriental donde se encuentra situado el municipio de San Luis del Carmen.



PRINCIPALES CONDICIONANTES

Condicionantes geográficos asociados a la orografía. El 94% de la Unidad Territorial de la Baja Montaña Oriental de Chalatenango **es montañoso o accidentado**, dominando las pendientes fuertes y las profundas quebradas, resultando terrenos inapropiados para el cultivo y para la localización de asentamientos sostenibles y carreteras de acceso. Sin embargo los cultivos de subsistencia y los asentamientos muy dispersos son de hecho abundantes, siendo ésta una de las causas de la extrema pobreza de una parte de la población y del

importante deterioro ambiental, que afecta al suelo y a los recursos de agua.

Condicionantes geográficos asociados a la hidrografía: Los grandes ríos Lempa y Sumpul y **los embalses Cerrón Grande** y 5 de Noviembre, con sus islas, son elementos profundamente estructurantes del territorio.

Los efectos de los embalses existentes al margen de la producción hidroeléctrica. El Cerrón Grande es un gran embalse que en teoría **tiene extraordinarias posibilidades pesqueras y deportivo-turísticas.**

También el Embalse 5 de Noviembre, de **notables valores en sus sitios con hermosos paisajes, tiene posibilidades turísticas,** hasta ahora inexploradas. Por lo demás, ambos embalses reúnen una extraordinaria riqueza faunística.



Las presas del **Cerrón Grande** y 5 de Noviembre constituyen los pasos de conexión física actual entre la Baja Montaña Oriental de Chalatenango y la Región de Cabañas (por Potonico y por San Antonio de La Cruz-Nombre de Jesús).

Los espacios ambientalmente valiosos y los servicios ambientales de los bosques. Son numerosas las áreas naturales protegidas o dignas de protección, pero en muchas de ellas **cabe destacar, más allá de la biodiversidad y del potencial turístico,** sus servicios ambientales para la producción del recurso agua. Existe una acusada sensibilidad local hacia la protección y sobre todo la recuperación de los bosques, cuya superficie ha disminuido mucho a partir de 1980. Pero también se es consciente de la necesidad de retribuir a los propietarios que los conservan.

La división municipal produce a veces municipios muy extensos, como La Nueva Concepción o Suchitoto, y otras veces municipios pequeños como los de la Baja Montaña Oriental, entre los cuales está San Luis del Carmen. En dichos casos es un factor que pese a su artificialidad no deja de ser determinante de multitud de aspectos cotidianos.

PROBLEMAS RELEVANTES

Salud en la Unidad Territorial. Las infecciones respiratorias agudas fueron la principal causa de morbilidad en el municipio durante el 2009.¹⁹ Las peores incidencias se ubicaron en San Miguel de Mercedes y San Isidro Labrador en los cuales más del 90% de las personas fueron afectadas. No obstante, de los 13 municipios, únicamente en San Antonio Los Ranchos, Potonico y San Isidro Labrador lograron que más de la mitad de los habitantes no fueran afectados por la misma. La incidencia de diarrea se encontró ligeramente arriba del promedio regional, con elevadas proporciones en San Luis Carmen, San Isidro

¹⁹ Ministerio de Salud Pública

Labrador y San Antonio de la Cruz. En San Miguel de Mercedes, San Luis Carmen, San José Cancasque, San José Las Flores y Nueva Trinidad se obtuvieron incidencias de parasitosis por encima de la Unidad Territorial y la Región.

Pobreza en la Unidad Territorial. En general más de la mitad de la población se encuentra en condición de pobreza. Azacualpa fue el único municipio con población en condiciones de pobreza

extrema moderada según el Mapa de Pobreza 2010. El resto de municipios de la Unidad Territorial albergaron poblaciones en condiciones de pobreza extrema entre alta y severa entre los cuales esta San Luis del Carmen.



Las poblaciones de Nombre de Jesús, Potonico, San José Cancasque y San Antonio Los Ranchos clasificaron de pobreza extrema severa y San Miguel de Mercedes, San Francisco Lempa, San Luis del Carmen, Nueva Trinidad, Arcatao, San Isidro Labrador y San Antonio de La Cruz clasificaron de pobreza extrema alta.

*Conexiones viales inadecuadas.*²⁰

Deficiencias en la red vial interna

Carreteras no pavimentadas para conectar con ciudades de regiones aledañas como Ilobasco y Sensuntepeque. Mala conexión entre Suchitoto y Chalatenango, por una falta de coordinación entre el ferry y las rutas de buses de ambas márgenes del Cerrón Grande, lo cual no estaría afectando a San Luis del Carmen pues ya cuentan con una



longitudinal y una excelente carretera pavimentada hasta las afueras del municipio.

Deficiencias en infraestructuras de servicios básicos. Los problemas en esta materia son en general comunes a todas las cabeceras municipales, con mayor o menor grado de déficit:

Existen algunas redes de cobertura de agua potable relativamente suficiente; sin embargo la deficiencia más crítica es la inconstancia del servicio; algunos núcleos sólo cuentan con agua cada 3 o 7 días.

²⁰ Ministerio de Obras Públicas, Memoria de labores anual a julio 2011.

El alcantarillado sanitario se presenta únicamente y de manera parcial en las ciudades centrales (cascos urbanos en cada municipio). Apenas hay plantas de tratamiento en funcionamiento. En cuanto a disposición de aguas lluvias el avance es menor.

En materia de desechos sólidos la mayoría de las cabeceras disponen de botaderos a cielo abierto; algunos llevan sus desechos al MIDES.

Usos inadecuados en el medio rural. Un alto porcentaje de los suelos de protección y de vocación forestal están siendo desaprovechados en términos de productividad o degradados ambientalmente. Por otra parte la calidad de los suelos para cultivos intensivos y la potencialidad agropecuaria de la gran planicie del Valle del Alto Lempa está lejos de ser óptimamente aprovechada. Cabe mencionar que San Luis del Carmen cuenta con su propia compostera para procesar los desechos sólidos.



Bajos niveles de formación académica y desarrollo empresarial. Como en el resto de la zona norte del país, los niveles medios de formación son bajos, bien sea por incidencia de las tasas de deserción o por dificultades de acceso al sistema educativo. La economía de base urbana está constituida en su gran mayoría por pequeñas empresas de menos de 10 empleados; su personal se caracteriza por tener bajos niveles educativos e ingresos inferiores a un salario mínimo. Para el caso del municipio en su cantón El Pital solo cuentan con la escuela de parvularia si han de estudiar grados mas altos deben viajar hasta el caso urbano incluso hasta Chalatenango.

1.1.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA DEL MUNICIPIO

A continuación se presenta el análisis de la situación interna que actualmente tiene el municipio de San Luis del Carmen, mostrando sus amenazas con mayor impacto sobre dicho municipio, así mismo sus principales índices en la municipalidad (datos de vulnerabilidad).

| AMENAZAS | ÍNDICES MUNICIPALES (VULNERABILIDAD) |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ El crecimiento del embalse Cerrón Grande estaría ocasionando el hundimiento de algunos atractivos naturales como el "Cristo" y algunos restos de lo que fue el pueblo San Juan. ❖ Deslizamientos y derrumbes zonas previamente reconocidas como aptas para este tipo de catástrofes. ❖ Aproximadamente 30 personas estarían en riesgo según la zona donde residen. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ A nivel de todo el municipio el 73.67% de la población es rural y el 23.33% está en el área urbana.²¹ ❖ El municipio tiene un INBI de 43% que lo ubica en el lugar 52 de 103 municipios con los INBI no tan altos a nivel nacional.²² ❖ Poseen un mínimo nivel de urbanización del 29%.²³ ❖ San Luis del Carmen tiene una tasa de pobreza extrema alta del 37.70%.²⁴ ❖ El municipio reporta un IDH de 0.668 y un Índice de Pobreza Humana "IDH" de. 15.3%²⁵ ❖ Del total de la población un total de 43 personas cuentan con empleos formales y 28 son del sector informal, de las cuales un 57.14% son hombres y un 42.86% son mujeres. ❖ Un total de 51.34% de población económicamente inactivos son hombres y un 48.66% son mujeres solo el 4% posee un empleo formal.²⁶ ❖ El 81% de sus viviendas están construidas a base de ladrillo o bloque y el restante 19% de adobe. ❖ El 90% de la población es abastecida por CAESS y el 10% aun no cuentan con este servicio. ❖ El 87% de la población cuentan con letrina en sus viviendas y el 13% no cuentan con ella.²⁷ ❖ El 52% de la población deposita la basura en el camión recolector el restante 48% le da otro tipo de tratamientos. |

²¹ Plan estratégico municipal 2011.

²² Programa PROMUDE/GTZ, "Tipología de los municipios de El Salvador", San Salvador, EL Salvador Enero 2012

²³ Ídem.

²⁴ Mapa Nacional de Pobreza San Luis del Carmen

²⁵ PNUD, Informe 262: Indicadores Municipales sobre desarrollo Humano y objetivos de desarrollo del milenio, El Salvador 2010.

²⁶ Plan Estratégico Municipal

²⁷ Datos de ECOS-Familiares

1.1.2.1. Oportunidades A DESTACAR²⁸

El municipio al igual que sus vecinos aledaños posee una mayor conectividad interna y externa. La Región de Chalatenango, como el resto de la zona norte del país, aumento sus niveles de conectividad con el proyecto de la Carretera Longitudinal del Norte y vías complementarias, lo cual incidió positivamente en su potencial de desarrollo económico, puesto que se facilitarán sus relaciones comerciales con otros centros urbanos del país. Las nuevas conexiones se tradujeron también en mayor accesibilidad para su población a bienes y servicios, dentro y fuera de la Región.



Mayor acceso a formación profesional. Es un tema muy comentado en estos momentos. Las nuevas opciones de formación anunciadas en la ciudad de Chalatenango y las que se solicitan insistentemente en varios centros urbanos (y se han recogido en el Banco de Proyectos de un Plan de desarrollo territorial) aumentaron las posibilidades de acceso ventajoso al mercado laboral y de creación de nuevos emprendimientos más diversificados.



Relativa proximidad a San Salvador. La diferencia más evidente entre la Región de Chalatenango y el resto de la banda norte del país está en su mayor cercanía de San Salvador, que se hace más sensible con el acceso a la Carretera Longitudinal del Norte. Proporciona indudables ventajas para las actividades económicas de los municipios de Chalatenango (agricultura comercial selecta, industria agroalimentaria, **industria, turismo**) y para su población trabajadora, siempre que existan conexiones viales adecuadas, las cuales benefician directamente a San Luis del Carmen.

Oportunidad para el turismo y la recreación asociados a atractivos naturales. Las mejoras en la red de carreteras han incidido directamente en los accesos a los embalses, en particular el Cerrón Grande el sitio privilegiado de San Luis del Carmen.

La relación de las mejoras de carreteras con los sitios de valor natural y los centros urbanos, permite crear rutas de interés turístico, con lo cual se podría consolidar un nuevo segmento de la economía. Pero también puede poner en peligro los propios atractivos ambientales, por lo que antes de facilitar la accesibilidad a los lugares claves y realizar la señalización, deben tomarse las medidas adecuadas para evitar dicho deterioro.

Cuenta del Milenio.²⁹ El proyecto integral de la Cuenta del Milenio, orientado al desarrollo de la zona norte del país, además del programa de conectividad, prevé el destino de

²⁸ Plan de Desarrollo Territorial, 2012

²⁹ Cuenta del Milenio, Programa nacional de Desarrollo Humano y productivo.

fondos a programas de desarrollo humano y productivo. Las propuestas y el Banco de **Presentación geográfica del municipio**



El municipio de SAN LUIS DEL CARMEN se sitúa en el extremo occidental de la Unidad Territorial de la Baja Montaña Oriental de Chalatenango, limitando al sur con el Embalse Cerrón Grande; al oriente con el municipio de Potonico, al nor-oriente con San Miguel de Mercedes, al nor-poniente con Azacualpa, y al poniente con San Francisco Lempa. Comparativamente es un municipio cuya superficie es de tamaño muy pequeño mientras

su población es de tamaño pequeño: 17.32 km² y 2,200 habitantes (según la proyección de DIGESTYC para 2011).

El territorio municipal de SAN LUIS DEL CARMEN tiene forma de cuadrilátero irregular (romboide), un poco más alargado en dirección poniente-oriente. Su límite sur es la orilla del Embalse Cerrón Grande, que tiene una penetración importante hacia el interior del territorio municipal en torno al primitivo curso del río Altina.



El cerro El Jícara sirve de referencia para el límite oriental (con Potonico). El municipio es mayoritariamente montañoso, con la pequeña salvedad de las planicies de la orilla del embalse Cerrón Grande.

Por otra parte esta orilla es un elemento territorial fundamental en el municipio, y el embalse Cerrón Grande en su dimensión de humedal es un área natural protegida. El eje territorial principal del municipio es la carretera pavimentada de Chalatenango a San Francisco Lempa y San Luis del Carmen, que pasa por la cabecera municipal y por las cercanías del cantón El Pital.

Los otros cantones del municipio, Los Naranjos y Santa Cruz, tienen sus accesos saliendo directamente de la cabecera municipal, que está bastante cercana.

Estos dos cantones organizan lo que queda del territorio del entorno del río Altina, cuyo cauce fue ocupado y ensanchado por las aguas del embalse Cerrón Grande.

1.1.2.2. ASPECTOS DE ZONIFICACIÓN Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y URBANO³⁰

ASPECTOS DE ORDENAMIENTO Y DESARROLLO URBANO

Entre los núcleos urbanos se distinguen varios tipos, y según sea el tipo de núcleo será oportuno plantear unos u otros lineamientos para el ordenamiento y desarrollo urbanístico.

Sobre todo, con diferentes lineamientos adecuados para un núcleo grande o mediano o para uno pequeño; y también son diferentes.

- ✓ Si el núcleo es compacto, totalmente cuadrículado, con su parque central bien trazado y con manzanas regulares, resultantes de un pasado histórico de preocupación colectiva por la forma urbana, cuyas pautas han sido respetadas.
- ✓ O si el núcleo aunque oficialmente se llama urbano tiene realmente una apariencia de núcleo rural, con grandes huecos entre las viviendas, calles parecidas a caminos rurales, y escasa preocupación por la forma. Entre estos dos extremos caben varias posibilidades intermedias.

Juntando las características de tamaño con las de mayor o menor formalidad urbana resulta una serie de tipos de núcleos a los que paralelamente corresponden distintos lineamientos.

Características urbanas del núcleo de San Luís del Carmen

Tipo de núcleo: Pequeño núcleo oficialmente urbano, con carácter semi-urbano. Cabecera municipal en la que se identifica trama urbana con alguna mínima regularidad o característica compacta. En general la forma del núcleo presenta estrecha relación con la carretera de acceso al mismo; y su imagen es semi-urbana por la discontinuidad de sus edificaciones o la apariencia rural de sus calles.

Centro Histórico delimitado por CONCULTURA

| SI | NO | Observaciones |
|----|----|--|
| X | | La delimitación de Centro Histórico por CONCULTURA se encuentra en proceso. Hasta la fecha se han contabilizado 53 inmuebles dentro de 8 manzanas, por lo que se considera un Centro Histórico considerable. |

Valor estratégico por su tamaño o posición:

| SI | NO | Observaciones |
|----|----|--|
| | X | Su territorio es mayoritariamente montañoso, a excepción de las planicies de la orilla del embalse Cerrón Grande. Esta orilla es un elemento territorial |

³⁰ Ministerio de Obras Públicas, programa de Zonificación Nacional, Territorio de Chalatenango.

| | fundamental en el municipio, y el embalse Cerrón Grande en su dimensión de humedal es un área natural protegida. Se encuentra dentro de los municipios muy pequeños. | |
|-------------------|--|---------|
| INSTITUCIÓN | Trabajadoras/res | |
| | Mujeres | Hombres |
| Centros escolares | 5 | 8 |
| Juzgado | 2 | 3 |
| Unidad de Salud | 6 | 3 |
| Alcaldía | 5 | 8 |

Tabla 9: Población empleada según sexo

Las familias en San Luis del Carmen están categorizadas en urbano y rural según su abastecimiento de agua potable.

| Área | Chorro en casa | Chorro publico | Rio, quebrada o nacimiento | Chorro de vecino | Pozo publico | Pozo privada |
|---------------|----------------|----------------|----------------------------|------------------|--------------|--------------|
| Urbano | 99 | 4 | 1 | 3 | 0 | 0 |
| Rural | 175 | 48 | 5 | 15 | 8 | 1 |
| Total | 274 | 52 | 6 | 18 | 8 | 1 |

Tabla 10: Tipo de Abastecimiento de agua en viviendas

Posibles Lineamientos a Seguir dentro del Diseño del Plan de Desarrollo

En general, cuanto más grande y más formal sea un núcleo, más cuidadoso debe ser el tratamiento urbanístico adoptado, pero también será más claro y fácil seguir el modelo heredado del pasado. En cambio, si el núcleo es pequeño, informal y rural, el tratamiento será más flexible, no necesitándose excesiva rigidez formal, pero también hará falta emplear más la imaginación si se quiere realmente mejorar la calidad de vida, y los pequeños detalles pueden ser más importantes.

Trama urbana:

Se debe prever en lo posible debido a su entorno montañoso, la continuidad de calles en el entorno inmediato del casco, en su extensión urbana.

Equipamiento:

Se debe mejorar la oferta de equipamientos para satisfacer las necesidades de la población, en cuanto a salud, educación y recreación.

Áreas naturales: Se debe tener la protección del Embalse del Cerrón Grande.

Protección de cauces: Se deben mantener franjas de protección en los bordes de ríos o quebradas, en el caso de que estos cursos de agua pasen dentro del casco urbano: 20 m a cada lado del eje del cauce en caso de ríos y 10 m en caso de quebradas. Fuera de los cascos urbanos la protección será de 50 m a cada lado del eje del cauce.

Centro Histórico: Se pretende la adecuación turística del Centro Histórico de San Luis del Carmen con proyectos de rehabilitación del patrimonio cultural en el núcleo urbano. Ver anexo 1.2. Propuesta a Nivel de Esquema de Desarrollo Urbano para el Municipio y el Esquema del Núcleo Urbano (CNR).

1.1.2.3. Proyectos **DE DESARROLLO**³¹

A continuación se presentan los proyectos de desarrollo que inciden directa o indirectamente en el municipio, en el siguiente orden:

- Proyectos del municipio (solo o con municipios aledaños)
- Proyectos de la Unidad Territorial a la que pertenece el municipio.

Los respectivos listados han sido extraídos de la Base de Datos elaborada por el Banco de proyectos del Plan de Desarrollo Territorial.

| PROYECTOS PARA EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN | | | |
|--|-----------------------------------|--|--------------|
| Código | Localización | Proyecto | Tipo |
| IN-11 | SLC | Construcción de un embarcadero en San Luis del Carmen | Inversión |
| CU-7 | SLC | Gestión para la recuperación y puesta en valor del Centro Histórico de San Luis del Carmen. Proyectos de rehabilitación del patrimonio cultural en el núcleo urbano. | Gestión |
| AA-11 | SFL; SLC POT; CAN SAC y NDJ | Estudios y acciones previas necesarias para el desarrollo de nuevos regadíos y diversificación de cultivos en las orillas llanas de los embalses 5 de Noviembre y Cerrón Grande. | Preinversión |

³¹ Plan de Desarrollo Territorial para la región de Chalatenango, Síntesis municipal de San Luis del Carmen

| | | | |
|-------------|-------------------|--|-----------|
| AP-5 | SFL; SLC Y POT | Consolidación de un sistema de pequeñas bases pesqueras y acuícolas en las orillas del norte del Cerrón Grande, en los municipios de San Francisco Lempa, San Luis del Carmen y Protónico. | Inversión |
|-------------|-------------------|--|-----------|

Tabla 11. Proyectos para el municipio de San Luis del Carmen

| PROYECTO PARA EL CONJUNTO DE LA UNIDAD TERRITORIAL BAJA MONTAÑA ORIENTAL | | | |
|---|--|---|--------------|
| Código | Localización | Proyecto | Tipo |
| UB-7 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Estudio para el mejoramiento de barrios y reubicación de habitantes en situación problemática en los en los 13 municipios de la Unidad Territorial Baja montaña Oriental. | Preinversión |
| IA-26 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Obras de rehabilitación de los sistemas de agua potable de la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental. | Inversión |
| IA-27 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Ampliaciones de las redes de agua potable de la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental para el largo plazo. | Inversión |
| IS-24 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Obras urgentes de saneamiento de las áreas urbanas de la Unidad territorial Baja Montaña Oriental. | Inversión |
| IS-25 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Ampliaciones de los sistemas de saneamiento en la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental. | Inversión |
| ID-11 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Construcción de plantas de transferencia de desechos sólidos para los municipios de la unidad Territorial Baja Montaña Oriental. | Inversión |
| IE-12 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Acciones de electrificación rural para la Unidad Territorial Baja Montaña oriental, derivadas de un estudio de necesidades a realizar previamente. | Inversión |
| IT-2 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Acciones para la mejora general de las telecomunicaciones en la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental. | Inversión |
| PF-25 | Unidad Territorial Baja Montaña | Formación profesional orientada a la adaptación moderna de las tradiciones artesanales de los municipios de la Unidad Territorial Baja Montaña | Capacitación |

| | | | |
|--------------|--|---|--------------|
| | Oriental | Oriental. | |
| PI-13 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Formación en emprendedurismo para jóvenes de la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental. | Capacitación |
| PI-14 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Gestión de oportunidades en la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental relacionadas con la mejoría en la accesibilidad tras la construcción de la Carretera Longitudinal del Norte, entre otras. | Gestión |
| AR-3 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Capacitación a las comunidades rurales de los 13 municipios de la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental para propiciar el desarrollo rural multisectorial | Capacitación |
| AG-10 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Acciones de capacitación para el cultivo de forrajes mejorados en la Unidad Territorial baja Montaña Oriental de Chalatenango, incluyendo almacenaje, preparación para el consumo animal y venta de excedentes a otros ganaderos. | Capacitación |
| AD-4 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Gestión de asistencia y orientación específica a las actividades agropecuarias en las áreas aisladas o desfavorables de los 13 municipios de la unidad Territorial Baja Montaña Oriental. | Gestión |
| AF-7 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Recuperación urgente de la cubierta forestal en la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental. | Inversión |
| AM-3 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Orientación y ayuda a las plantaciones forestal de crecimiento rápido para la explotación de madera en los 13 municipios de la Unidad Territorial Baja montaña Oriental. | Capacitación |
| TP-12 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Plan Estratégico local para el desarrollo Turístico de la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental. | Preinversion |
| TA-7 | Unidad Territorial Baja Montaña Oriental | Confección de un mapa turístico de la Unidad Territorial Baja Montaña Oriental Chalatenango. | Gestión |

Tabla 12. Proyecto para el conjunto de la unidad territorial Baja Montaña Oriental

POSIBLES LINEAMIENTOS PARA LOS PROYECTOS DE DESARROLLO

Lineamientos para los Proyectos dirigidos al conjunto de la Unidad Territorial de la Baja Montaña Oriental de Chalatenango (Municipio de San Luis del Carmen):

- Estudio y debate sobre oportunidades para la Baja Montaña Oriental en el aprovechamiento de la nueva situación de conectividad aportada por el Programa de la Cuenta del Milenio y otros programas vinculados.
- Programa conjunto de mejoramiento de barrios y reubicación de habitantes en situación problemática.
- Infraestructuras básicas: obras urgentes y de ampliación del sistema tanto de agua potable como de aguas negras; plantas de transferencia de desechos sólidos; electrificación rural; mejora general de las telecomunicaciones.
- Formación de recursos humanos: orientada a la adaptación moderna de las tradiciones artesanales y a la formación en emprendedurismo para jóvenes.
- Desarrollo rural simultáneo en varios sectores. Sistema de producción y venta de pastos mejorados y heno. Ayudas a las actividades agropecuarias en las áreas marginales. Programa de recuperación urgente de la cubierta forestal. Orientación y ayuda a las plantaciones de árboles de crecimiento rápido para madera.
- Sector turismo: plan estratégico para el desarrollo turístico de la zona, y confección de un mapa de sus recursos culturales, ambientales y turísticos y los hitos históricos.

PROYECTOS PARA SAN LUIS DEL CARMEN

- Recuperación y puesta en valor del centro histórico.
- Embarcadero en la orilla del embalse Cerrón Grande. (La regularización del funcionamiento del ferry entre Suchitoto y la orilla norte del embalse Cerrón Grande, de no ser con San Francisco Lempa, cuya distancia es más corta, sería con San Luis del Carmen; también podría distribuirse el servicio entre ambos).
- Consolidación de un sistema de pequeñas bases pesqueras y piscícolas en la orilla norte del embalse Cerrón Grande. Proyecto que se pretenden trabajar en conjunto con San Francisco Lempa, San Luis del Carmen y Potonico.
- Pequeños regadíos en las orillas llanas del oriente del embalse Cerrón Grande para San Francisco Lempa y San Luis del Carmen.

1.1.2.4. INSTITUCIONES QUE BRINDAN APOYO AL MUNICIPIO.

CORDES

Asociación para la cooperación y el desarrollo comunal de El Salvador (CORDES).

Es una institución sin fines de lucro que promueve el desarrollo económico y social, en comunidades pobres. Las áreas de acción de la asociación son zonas rurales y sub urbana de El Salvador.

CORDES es creada y dirigida estratégicamente por las comunidades rurales, como una asociación sin fines de lucro, para promover y fortalecer de forma equitativa y concertada el desarrollo sostenible de familias salvadoreñas en zonas rurales y sub-urbanas vulnerables en lo económico, social, ambiental y político.

Estrategia turística no hay todavía, hay algunos estudios realizados por la Universidad Andrés Bello.³²

Se puede enlazar en el plan de desarrollo turístico las vías de mercado, ya que en el municipio cada último domingo de cada mes, ya que se pueden reunir los jóvenes que quieran vender, también en el caso de la asociación de mujeres del municipio, **desarrollan el equipo cultural gastronómico enfocado a las comidas típicas**, pueden ser elementos para la propuesta.

Por otro lado se tiene **iniciativas económicas juveniles**, ya sea en crianza de pollo, cultivo de miel de abeja, porquerizas, elaboración de pupusas, que pueden ser comercializadas en el mercadito o se puede armar dentro de una estrategia turística como **“un fin de semana turístico”**, sumando a personas al esfuerzo, primero se deben preparar a las personas para sus aportes a las iniciativas.

Para armar una propuesta de desarrollo turístico se deben identificar los actores principales que van a participar, entre ellos pueden estar: **jaripeo, grupo de teatro en El Pital, mercadito**, etc. La idea principal es activar el municipio, porque es muy pasivo, sin embargo, la gente cuando hay festividades se mueve y participa consumiendo.

Antes de implementar el proyecto es recomendable hacer una validación por ejemplo de un mes (cuatro domingos) en las cuales se demuestra la viabilidad y factibilidad del proyecto para ello se deben entrevistar a las personas que prestaran los servicios, por ejemplo para comida típica investigar la disposición de las personas, con la alcaldía capacitar a personas para que se manejen como guías en los recorridos, etc.

Se debe censar a los posibles actores, para llamarlos y plantearles la idea, presentado las condiciones del proyecto, quienes serán los coordinadores, etc.

Se debe investigar en Suchitoto los mejores horarios cuando se da la mayor afluencia de personas para atraerlos al municipio, teniendo algo que ofrecerles.

PROGRAMAS

- Agropecuario
- Asistencia técnica
- Acompañamiento financiero
- Gestión de riesgo
- Fortalecimiento empresarial
- Fortalecimiento institucional

APUESTAS REGIONALES

- Fortalecimiento de la pesca artesanal y acuicultura
- Turismo Rural Comunitario
- Seguridad alimentaria

³² Entrevista al representante de CORDES.

- Agricultura orgánica
- Formación del tejido social y económico
- Juventud rural y mujeres
- Manejo y conservación de áreas naturales
- Infraestructura básica
- Expansión territorial
- Creación y fortalecimiento de iniciativas empresariales

MAG-PREMODER, AHORA LLAMADO AMANECER RURAL³³

Es necesario recalcar que dicha institución brindara sus servicios cuando estén totalmente establecidos ya que ha sido creada para beneficiar directamente a la región de Chalatenango, estando inmersa la población de San Luis del Carmen.

Área del Programa

Con una perspectiva de intervención nacional el área del Programa consiste de regiones/zonas y municipios prioritarios de mayor potencial para la intensificación/diversificación de la producción a la vez que aquellas áreas con la mayor concentración de los grupos-objetivo del Programa.

Mientras que habrá dos proyectos financiados por el FIDA³⁴ en 2011-2015 cubriendo los departamentos y municipios de las regiones central/paracentral y oriental.

El programa Amanecer Rural:

- Intervendrá con mayor énfasis en los departamentos de la región occidental del país, consolidando las empresas asociativas creadas con la atención del Programa de Reconstrucción y Modernización Rural (PREMODER), cuya ejecución concluyo a mediados de 2011, y promoviendo las otras líneas de acción del nuevo programa; y
- Complementará y reforzará, de manera coordinada, las acciones de los dos programas del FIDA en operación:
 - Programa de Desarrollo Rural y Modernización para la Región Oriental (PRODEMORO) (fecha de cierre, junio del 2017)
 - Proyecto de Desarrollo y Modernización Rural para las Regiones Central y Paracentral (PRODEMOR-Central) (inició operaciones en agosto de 2010; fecha de cierre, junio de 2016), en las líneas de acción especializada de desarrollo de encadenamientos empresariales, negocios rurales.
 - Servicios financieros rurales (SFRs), atendiendo segmentos diferenciados de las asociaciones de usuarios (p.ej., asociaciones-empresas de mayor escala, y en procesos de consolidación). Focalización social y geográfica.

El Programa será implementado a nivel nacional, definiendo las zonas específicas en base a los siguientes criterios generales:

³³ Entrevista a [] Presidente de la Cooperativa Altina

³⁴ Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola

- ✓ La tipología y caracterización del grupo-meta, esto es, concentración tanto de usuarios-beneficiarios vulnerables pobres, como aquellos con potencial/activos productivos para insertarse en cadenas de valor.
- ✓ La vocación productiva de las zonas y microrregiones y, en consecuencia, la localización natural de las cadenas de valor (café, hortalizas, lechería de pequeño productor, marañón, granos básicos, etc).
- ✓ Territorios con potencial desencadenante de desarrollo ya identificados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en el Plan Estratégico Sectorial 2010-2014 Modernización y Ampliación de la Base Productiva Agroalimentaria (PES-MAG).
- ✓ Cobertura complementaria geográfica, socioeconómica y de temas especializados (p.ej., mayores techos financieros para asociaciones-empresas a ser consolidadas; SFRs especializados, etc.) con los proyectos del FIDA en las regiones oriental y central paracentral, además de alianzas con otras iniciativas de desarrollo rural (p.ej., FOMILENIO, CARE, etc.). Criterios complementarios, incluyen: existencia de infraestructura de comercialización y para el acceso a los mercados (calles y carreteras de acceso), de relevancia especial para ciertos productos (p.ej., lácteos y otros perecederos); y la vocación productiva de la población rural pobre, como es el caso de productos típicos/emblemáticos de pueblos específicos (denominación de origen), y los del mercado de la nostalgia.

Grupo-Objetivo/Usuarios

Los grupos-objetivo comprenden: pequeños productores/as agropecuarios pobres, de subsistencia, incluyendo familias sin tierra (jornaleros y arrendadores); pequeños productores/as con potencial para vincularse a los mercados; productores/as agropecuarios con vinculación incipiente a los mercados y las cadenas de valor; micro y pequeños empresarios/as rurales involucrados en la transformación/agregación de valor (agropecuarios y no-agropecuarios); productores/as de artesanías, y prestadores de servicios de turismo rural comunitario; mujeres y jóvenes rurales, y familias de ascendencia indígena.

El programa contempla atender aproximadamente a 40,000 familias, incluyendo: 14,000 familias vinculadas directamente a la producción primaria y la transformación/agregación de valor en el contexto de los encadenamientos empresariales, asistencia técnica especializada, formulación de planes de negocio, y acceso a los fondos de capitalización y los servicios financieros rurales para la creación/consolidación de microempresas. Otras 26,000 familias se beneficiarán directamente de una o más de las acciones del programa, incluyendo: inversiones para el desarrollo humano (infraestructura social básica y ambiental), SFRs, organización en el ámbito de las comunidades, **capacitación en extensión rural comunitaria**, acciones afirmativas para jóvenes y mujeres rurales, incluyendo becas para educación técnica/inserción laboral(1,200), planificación territorial/ municipal, etc.

Objetivos del Programa

Como manifestado por el Acuerdo del Consejo Económico y Social de El Salvador, el objetivo de desarrollo del Programa es apoyar **“la reducción significativa y verificable de la pobreza, la desigualdad económica y de género y la exclusión social”** en el país. El objetivo del programa es contribuir a mejorar las oportunidades de generación de ingresos y empleo además de garantizar la seguridad alimentaria de las familias de los pequeños productores y productoras rurales, a través del aumento y diversificación de la producción y del acceso a mercados competitivos. Esto se busca conseguir en base a la expansión de las unidades productivas (asociativismo empresarial) y la creación y consolidación de negocios y empresas rurales (agropecuarias y no-agropecuarias).

Las iniciativas apoyadas por las unidades AMANECER RURAL, se detallan a continuación.

HOSTAL FLOTANTE³⁵

- ✓ La idea del hostel flotante comenzara con dos habitaciones pequeñas de una cama, el hostel se encontrara ubicado a la par del restaurante flotante, la finalidad de ubicarlos a la par es para hacer fluir los clientes del restaurante ya que se encontraran conectados por medio de un puente de hamaca.
- ✓ Las habitaciones del hostel contarán con televisión, hamacas, una cama y una moto acuática cada una.
- ✓ Los fondos serán del FISDL los cuales ya están en negociaciones que actualmente se encuentra parcialmente aprobados, los cuales serán utilizados para la construcción del hostel flotante y para aumentar la cantidad de jaulas para peces, ya que actualmente solo cubren una demanda de 5lb por familia, don Mauricio comenta que si una persona desea comprar 100lb por ejemplo se ven en la penosa situación de no vender tal cantidad ya que no pueden dejar de abastecer la constante demanda ya sea por el restaurante o de venta directa a las personas.
- ✓ También se busca arreglar el área de la isla donde se encuentra una estatua, para poder instalar cables para canopy y hamacas para modificarla como una área de descanso.
- ✓ Con el FISDL y AMANECER RURAL, el proyecto puede acceder a fondos que serán destinados para Chalatenango sin embargo deben presentar una propuesta formal que demuestre la factibilidad de los proyectos.
- ✓ Con el apoyo de MAG-PREMODER la cooperativa trabajo en el piso del restaurante con un costo de \$8,400.

RESTAURANTE FLOTANTE³⁶

- ✓ La capacidad del restaurante es limitada ya que solo cuentan con 100m² los cuales pueden atender a 50 personas simultáneamente, sin embargo, se presenta un

³⁵ Entrevista con el presidente de la cooperativa Altina.

³⁶ Entrevista con el presidente de la cooperativa Altina.

problema ya que algunos clientes disfrutando del ambiente se mantienen en las mesas consumiendo solamente bebidas por un largo periodo del tiempo, por lo que se ven en la situación de tener en cola a clientes que desean comer en el restaurante.

- ✓ La ampliación del cultivo de peces será de dos jaulas más totalizando seis jaulas.
- ✓ De lunes a jueves el restaurante es visitado por un promedio de 38 personas diarias, y de viernes a domingo un promedio de 80 personas por día, este flujo se da vía terrestre y vía marítima, ya que llegan lanchas con clientes sin previo aviso.
- ✓ Entre los socios de la cooperativa se tiene siete mujeres, siete jóvenes de 25 años o menos y diez adultos, el cual el de mayor edad es el presidente de 54 años.
- ✓ Entre las ideas de ampliación del servicio de restaurante esta la adaptación de la plaza santa cruz para atender en tierra a las personas.
- ✓ Se requiere de \$5,290, para la compra de una lancha y \$3,500 para el motor todo de 2da mano para poder atender a más personas.
- ✓ Actualmente cuentan con una planilla de \$6 por socio diario. La aportación es de \$1 para gastos de representación y \$3 para ahorro mensuales.
- ✓ Tienen un grado de avance muy bajo en cuanto a los requisitos ambientales y de salud, sin embargo ya se trabaja en la instalación de una planta de tratamiento de agua en el restaurante flotante.
- ✓ Por el momento hacen la declaración de la renta a cero ya que deben de cumplir con los requisitos para poder reintegrar al estado los impuestos respectivos.
- ✓ Los visito el ministerio de medio ambiente, para proporcionarles instrumentos adecuados para la higiene del restaurante por ejemplo jabón líquido para manos que no contamina el lago.
- ✓ Para junio planean tener todos los documentos en regla y estar en cumplimiento con los requisitos de salud y medio ambiente.

¿Qué pasaría si llega otra cooperativa a montar competencia? La cooperativa pone una distancia en la cual se ha destinado a funcionar evitando que se ubiquen servicios de la competencia que sea desleal.

HOSTAL EN TIERRA

Actualmente se está llevando a cabo la construcción de un hostel en el cantón Los Naranjos el proyecto es inversión privada de un médico que tiene dos propiedades en el cantón, el hostel prestara servicio con 7 habitaciones equipadas cada una con su baño privado, área verde, área de usos comunes como cocinas; la inversión actual ha sido de \$300,000, provenientes de fondos propios.

El mercado objetivo para su propietario son los extranjeros, actualmente está haciendo gestiones para trabajar con operadores turísticos en San Salvador para traer a las personas directo al municipio o para proveer información sobre el municipio y sus atractivos.



El proyecto toma en cuenta la adquisición de un microbús para transportar a las personas del hostel hacia el lago, y/o otros atractivos del municipio.

CEL³⁷

La URS ejecuta y formula planes de trabajo con la participación de las comunidades de las zonas de influencia directa e indirecta de las centrales y proyectos hidroeléctricos de CEL. Las áreas de inversión social identificadas: Accesibilidad y Transparencia de CEL; Desarrollo de las áreas de Educación, Cultura y Recreación; Con la Salud Comunitaria; Integración de la Comunidad; Programa de Desarrollo Sostenible.

La gestión y ejecución de las acciones de RS se realiza en coordinación con diferentes dependencias: Coordinación de Proyectos, Unidad de Desarrollo Humano, Unidad Ambiental, Unidad de Comunicaciones y Área de Transporte.

Descripción de los proyectos

Accesibilidad y Transparencia de CEL

Objetivo: Contribuir a la participación de la comunidad en la ejecución de las medidas ambientales del Proyecto Hidroeléctrico El Chaparral. Inversión: \$20,475.00

En la zona de influencia de Chaparral: Se realizaron 11 jornadas de divulgación del proyecto de pavimentación de 18 Km. de calle entre los Municipios de San Luis de La Reina, Carolina y San Antonio del Mosco. Se formuló de forma participativa con la Unidad Ambiental y Coordinación de Proyectos, los términos de referencia para Plan de Traslado de las Familias a Reubicar y Plan de Desarrollo Sostenible de la Comunidad Complejo Habitacional.

Desarrollo del Área de Salud

Objetivo: Contribuir a la reducción de enfermedades infectocontagiosas y la calidad de vida de la población. Inversión: \$24,119.18

En la zona de influencia de Chaparral: Se realizaron 2 jornadas médicas con entrega de medicinas en San Francisco Lempa, Azacualpa y San Luis del Carmen, con un impacto total de aproximadamente 900 pacientes. Campaña de salud visual en San Miguel de Mercedes a 300 adultos mayores en su mayoría.

En centrales hidroeléctricas: se desarrollaron 4 campañas de fumigación y recolección de residuos sólidos en comunidades aledañas a la 5 de noviembre, Cerrón Grande (San Luis del Carmen), Potonico y Jutiapa respectivamente.

Desarrollo de las áreas de Educación, Cultura y Recreación

³⁷ Entrevista al presidente Cooperativa Altina

Objetivo: Contribuir al fomento de los valores y recreación de la población. Inversión: \$49,729.94

En la zona de Baja Montaña: Se contribuyó al mejoramiento de los edificios de 4 centros escolares y 2 iglesias. Se entregaron uniformes, trofeos, balones y demás implementos deportivos a 73 equipos de fútbol de comunidades, centros escolares y alcaldías municipales. Apoyo a 10 convivios en centros escolares, fiestas patronales e inauguración de instituto nacional de Carolina.

En centrales hidroeléctricas: Se desarrolló el proyecto de capacitación a maestros rurales de los centros escolares del Municipio de San Francisco Lempa y San Luis del Carmen.

Desarrollo de la Integración con la Comunidad

Objetivo: Fortalecer la imagen de CEL como aliado de la población y demás actores sociales e institucionales en el ámbito local. Inversión: \$183,120.57

En centrales hidroeléctricas: Donación de 2 sillas de ruedas a vecinos de las centrales 15 de Septiembre y Cerrón Grande (San Luis del Carmen). Apoyo para la coordinación con la comunidad en el proyecto de construcción de cercado de tierras firmes de CEL.

Desarrollo de la economía local

Objetivo: Incrementar las oportunidades de empleo y los ingresos familiares, mediante la implementación de proyectos productivos. Inversión: \$130,372.39

En centrales hidroeléctricas: Proyecto de elaboración de papel y artesanías con Jacinto acuático beneficiando a más de 20 jóvenes especialmente mujeres del municipio de Potonico. Apoyo con capital de trabajo (4 jaulas) a la formación de una cooperativa de 20 mujeres de Vado Lagarto (Dolores, Cabañas) para proyecto de producción de tilapia en jaulas flotantes en embalse 15 de Septiembre, favoreciendo de igual manera al municipio de San Luis del Carmen.

Proyecciones³⁸

Accesibilidad y Transparencia de CEL

Fortalecimiento a la gestión de la Responsabilidad Social: Implementar un Comité de RS conformado por Coordinación Técnica, Coordinación de Proyectos, Gerencia de Producción, Gerencia de Energías Renovables, Gerencia Administrativa, Unidad Ambiental, Unidad de Comunicaciones, Unidad de Responsabilidad Social).

Objetivo: contribuir a una mayor coordinación y registro de las acciones de responsabilidad social, ejecutadas por las diferentes dependencias, con el objeto de confeccionar un balance social como rendición de cuentas y transparencia institucional.

³⁸ Memoria de Labores CEL.

Desarrollo del Área de Salud:

En la zona de la Baja Montaña: Campañas de salud bucal comunitarias, campañas de fumigación San Luis del Carmen; Campañas de recolección de residuos sólidos San Luis del Carmen; Ciclo de capacitaciones en orden y limpieza; Proyecto de recolección de aguas lluvias.

En centrales hidroeléctricas: Campañas de fumigación; Campañas de recolección de residuos sólidos; Campañas de recolección de jacinto acuático.

Desarrollo de las áreas de Educación, Cultura y Recreación:

En centrales hidroeléctricas: paquetes escolares; rehabilitación en infraestructura en Centro Escolar Cantón EL Pital, San Luis del Carmen.

Desarrollo de la economía local

En centrales hidroeléctricas: Fortalecimiento al proyecto de elaboración de papel y artesanías en base al Jacinto acuático. Programación anual de siembra de alevines en las 4 centrales; Campañas de recolección de Jacinto acuático; Apoyo a cooperativas (cooperativa Altina) de pescadores artesanales con jaulas.

Modelo de Abordaje Social

La RS de CEL en las comunidades busca promover un desarrollo integral, planteando un modelo donde la participación transversal de la comunidad, garantiza la sustentabilidad ambiental y socioeconómica de los programas de inversión social a desarrollar en las áreas productiva, salud y educación.

Dentro de las iniciativas que dicha instrucción han brindado apoyo al Municipio de San Luis del Carmen ya que han sido beneficiadas directamente **la cooperativa Altina con las jaulas para los peces.**

- ✓ Los estanques son una donación de la CEL, ya que la cooperativa se aboco directamente con el secretario técnico de la CEL.
- ✓ Las áreas del lago son propiedad del estado, sin embargo la CEL como ente del estado se encarga de dar la autorización de poder ocupar el cuerpo de agua que es donde se encuentra ubicado el restaurante flotante y próximamente el hostel, no piden requisitos pero si emiten autorización escrita.
- ✓ La cooperativa no puede arrendar ni comprar dichas áreas propiedad del estado pero con la autorización de la CEL pueden ocuparlas mientras dure la cooperativa.

1.2. SITUACIÓN INTERNA DE LOS CANTONES

De acuerdo a la distribución del uso del suelo, en estos cantones predominan las actividades agrarias de subsistencia, las cuales cubren el 32% del municipio entre cultivos anuales y mixtos, muchas veces sobre terrenos con fuertes pendientes.

En su mayoría son pequeños productores con reducidas parcelas cultivadas con métodos ancestrales y variedades criollas en gran parte de bajo rendimiento. La producción es orientada en su mayoría al consumo familiar y los escasos excedentes que generan se venden en el mercado local o intermediarios. No cuentan con infraestructura de almacenamiento. Las mayores áreas de cultivo de maíz se practican en Los cantones El Pital y Los Naranjos.

La ganadería es otro rubro importante y cubre alrededor del 10% de su municipio, es practicada de manera extensiva y de subsistencia, los hatos pequeños, de doble propósito y de baja productividad debido a problemas de alimentación en el verano, deficiente manejo de hato, falta de créditos adecuados, problemas de sequía, etc. Prácticamente están desprovistos de asistencia técnica y capacitación, programas de mejoramiento genético, diversificación de cultivos, apoyo financiero, asociatividad de productores, entre otros aspectos.

Entre algunas iniciativas sobresalen las asociaciones de productores de Maíz, Frijol, quienes con el apoyo de instituciones como Agronegocios, incentivan este cultivo, igual de importante es la asociación de ganaderos que pretende integrar a los productores de este rubro o insertarlos en las cadenas productivas y de comercialización.

En estos cantones son escasas las áreas de planicies, susceptibles al riego, al menos los espacios al paso del río Lempa, entre los embalses Cerrón Grande y 5 de Noviembre. Potonico, San José Cancasque, San Antonio de La Cruz y San Luís del Carmen presentan en conjunto 1,532 hectáreas en las proximidades del Lempa en las que se presume factibilidad de riego.

Otra valiosa ocupación es la actividad pesquera que se desarrolla a la orilla del embalse en cuyas inmediaciones residen varias comunidades pesqueras que en los últimos años han visto agravar su situación ante la drástica reducción del recurso pesquero debido al elevado número de familias que dependen de esta actividad y la sobreexplotación y mal manejo del recurso.

Por otra parte la desarticulación de los pescadores con los mercados de consumo y la adquisición del producto por parte de los intermediarios generan una baja rentabilidad insuficiente para cubrir las necesidades familiares, generando problemas sociales, elevada pobreza y marginalidad.

Un rubro que influye fuertemente en la vida económica de los cantones son las remesas que se obtienen de la emigración al extranjero, las que contribuyen a incrementar los ingresos familiares.

Las expectativas de estos cantones se cifran en los emprendimientos que puedan generarse con los beneficios de la Cuenta del Milenio como infraestructuras viales internas y productivas, de comercialización y de servicios que podrían dar pie a una reconversión de la agricultura y generar además ingresos de otras actividades alternativas como lo es el turismo, no enfrascándose tanto en las actividades agrícolas

1.2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA DE LOS CANTONES

Cada cantón de San Luis del Carmen posee su propio atractivo/recurso turístico y además potencial a desarrollar, en diferentes áreas que abarcan sus patrimonios culturales, áreas totalmente naturales, atractivos turísticos naturales como las pilas (posas) con nacimientos de agua situadas en el cantón los Naranjos.

Para concretar el análisis de la situación interna de los cantones fue necesario recolectar información general de cada uno de ellos con el fin de conocer aspectos tales como la ubicación, vías de acceso, población, actividades económicas, recursos con los que cuenta para el turismo, entre otros. Una vez conocidos los aspectos generales se procedió a realizar entrevistas con el objetivo de profundizar en la situación del turismo en cada cantón. Se realizaron tres tipos de entrevistas con el fin de conocer diferentes perspectivas.

ALCALDÍA MUNICIPAL

Con el objetivo de determinar cuál es la posición de los cantones con respecto al turismo, el apoyo que brinda a las iniciativas turísticas y los proyectos que se han realizado o se piensan realizar con el fin de impulsarlo, se llevó a cabo una entrevista con el encargado del tema en turismo de la alcaldía de San Luis del Carmen. La participación de la alcaldía municipal juega un papel muy importante en la realización de este proyecto ya que es uno de los entes más importantes que permitirán el desarrollo turístico de cada Cantón.

EMPRESARIOS DEL SECTOR TURISMO DE LOS CANTONES

Para determinar la perspectiva de las empresas turísticas con respecto al turismo en los cantones, se efectuaron entrevistas dirigidas a diversos actores que intervienen en el sector ya sea de manera directa o indirecta, con el objetivo de identificar los aspectos positivos y negativos percibidos por los empresarios. Con la entrevista también se buscó conocer cuál era la opinión de los empresarios acerca de llevar a cabo la implementación del plan de desarrollo Turístico Rural Comunitario Sostenible que los integre con más empresarios de otros cantones de los municipios aledaños siempre dentro de la Región de Chalatenango.

COMUNIDAD RESIDENTE EN LOS CANTONES

Otro eje principal en el desarrollo del turismo es la participación activa de la comunidad, ya que éstos se ven afectados ya sea directa o indirectamente por la realización de proyectos de tipo turístico, por ende a través de entrevistas personales realizadas a diferentes individuos residentes en los cantones involucrados, se determinó cuál es el pensar y sentir de los mismos expresando su opinión respecto a las iniciativas turísticas.

1.2.2. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN INTERNA DE LOS CANTONES

A continuación se muestra la información más relevante que los tres Cantones poseen en común incluso con el Casco urbano, asíéndose notar posteriormente las características que poseen cada uno con respecto a los atractivos turísticos y atractivos naturales, que les distingue uno de otro.

Fiestas patronales

Las fiestas patronales se realizan en honor a la virgen del Carmen, en el mes de Julio, se celebran en el casco Urbano por tal razón los tres cantones apoyan dichas celebraciones.

Ferias gastronómicas

Donde sus habitantes originarios de este lugar trabajan en diferentes puntos la gastronomía típica, con mayor incidencia el de las pupusas, las cuales se elaboran en diferentes tamaños y sabor es entre ellas las pupusas de maíz, arroz, revueltas, queso, loroco, innovando la pupusa de pollo y chipilín, existe un lugar donde elaboran pupusas de arroz pequeñas, y otro en el desvío viejo, en el cual elaboran pupusas de maíz en comal, contando así mismo con la variedad de platillos típicos como: atol de elote, nuégados, empanadas, enchiladas, pastelitos fritos etc.



A continuación se presenta la información obtenida con la investigación en cada uno de los Cantones en estudio:

1.2.2.1. CANTÓN SANTA CRUZ

Es uno de los más visitados por los turistas tanto extranjeros como locales de los municipios en efecto la razón principal es su restaurante flotante.

INFORMACIÓN GENERAL

Marco territorial:

El Cantón Santa Cruz está ubicado dentro del municipio de San Luis del Carmen, Departamento de Chalatenango, y está situado en el principal centro logístico, cercanías al casco urbano del municipio de San Luis del Carmen. Pertenece a la Asociación de Desarrollo Comunal. Cuenta con importantes vías de comunicación, la calle que llega directamente desde el casco urbano desde que se formó el Embalse del Cerrón Grande se puede llegar por el mismo.

Vías de acceso:

Tiene sistema de transporte terrestre, proporcionado por las rutas de buses 542 que se desplazan en los alrededores del casco urbano de San Luis del Carmen, se puede llegar

por las orillas del Embalse compartiendo con el Cantón Los Naranjos un mismo servicio de embarcaderos desde su plaza.

Población:

De acuerdo con los censos que maneja el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), para el año 2012, la población del cantón Santa Cruz era de 267 habitantes, de los cuales: 132 son mujeres teniéndose un 50.4 % y 135 hombres con el resto 50.6%. En el siguiente cuadro se muestra la población:

| Cantón/Barrio | 0-9 años | | 10-14 años | | 15-19 años | | 20-24 años | | 25-34 años | | 35-64 años | | 65 años + | |
|---------------------|-------------|----|------------|----|------------|----|------------|-------------|------------|----|------------|----|-----------|----|
| | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M |
| Cantón Santa Cruz | 22 | 27 | 18 | 17 | 9 | 14 | 11 | 11 | 12 | 15 | 47 | 36 | 13 | 15 |
| Total casco Urbano | 49 | | 35 | | 23 | | 22 | | 27 | | 83 | | 28 | |
| Total del cantón SC | 132 mujeres | | | | | | | 135 hombres | | | | | | |

Tabla 13: Población del Cantón Santa Cruz

Principales actividades económicas:

En el cantón Santa Cruz existen varias ventas en la Plaza Santa Cruz que generan una demanda laboral cuyos establecimientos tienen una participación cubierta por sus mismos pobladores. Además de contar con el afamado restaurante flotante, cuenta con su Plaza desde la cual se puede observar esplendorosas vistas mágicas como es la del cristo el cual queda casi cubierto al límite de los pies del Cristo cuando el embalse esta de llena en invierno, lográndose apreciar una fabulosa vista hacia sus pequeñas Islas inhabitadas.

De acuerdo a la distribución del uso del suelo, en el municipio predominan las actividades agrarias de subsistencia, por lo cual en este Cantón también predomina la misma actividad económica. En su mayoría son pequeños productores con reducidas parcelas cultivadas con métodos ancestrales y variedades criollas en gran parte de bajo rendimiento.

Iniciativas económicas identificadas en el canton

1. Granja de pollos.
2. Carpintería.

3. Granja de cerdos (porquerizas)
4. Panadería.
5. Producción de Quesos. (de forma artesanal, actualmente consumo propio)
6. Ganadería.

Recursos naturales

Embalses

Embalse Cerrón Grande

Islas

La Isla del Cristo.

Recursos para turismo

Jaulas

Jaulas para criaderos de tilapias.

Plaza Santa Cruz

Situada al final del cantón desde la cual se puede observar sus majestuosas vistas panorámicas desde la cual podemos observar la pequeña Isla del Cristo.



1.2.2.2. CANTÓN EL PITAL

Es uno de los más visitados por los turistas tanto extranjeros como locales de los municipios aledaños en efecto la razón principal es su sobador "Don Toño" sobador del Municipio de San Luis del Carmen quien es visitado por personas que vienen desde el gran San Salvador y Santa Tecla incluso de otros departamentos más lejanos, cabe mencionar que dentro de este Cantón se encuentra un grupo musical (Banda), la cual está conformada en su totalidad por jóvenes del mismo cantón, el grupo musical se encarga de amenizar fiestas que se desarrollen dentro del cantón u otros lugares aledaños, tocando música contemporánea, es necesario mencionar que trabajadores de la entidad CORDES son los encargados de encausar e impulsar las iniciativas que los jóvenes de dicho Cantón deseen realizar al igual que en los Cantones restantes.

INFORMACIÓN GENERAL

Marco territorial

El Cantón El Pital está ubicado dentro del municipio de San Luis del Carmen, Departamento de Chalatenango, y está situado en las afueras del municipio de San Luis del Carmen. Pertenece a la Asociación de Desarrollo Comunal. Cuenta con importantes vías de comunicación, la calle que llega directamente desde el casco urbano.

Vías de acceso

Tiene sistema de transporte terrestre, proporcionado por las rutas de buses 542-A que se desplazan en los alrededores del casco urbano de San Luis del Carmen, recorriendo todo

el cantón en sus principales calles, compartiendo sus cercanías con el Cantón Los Naranjos.

Población

De acuerdo con los censos que maneja el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), para el año 2012, la población del cantón El Pital era de 356 habitantes, de los cuales: 177 son mujeres teniéndose un 49.7 % y 179 hombres con el resto 50.3%. En el siguiente cuadro se muestra la población:

| Cantón/Barrio | 0-9 años | | 10-14 años | | 15-19 años | | 20-24 años | | 25-34 años | | 35-64 años | | 65 a + años | |
|---------------------------|-------------|----|------------|----|------------|----|------------|-------------|------------|----|------------|----|-------------|----|
| | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M |
| Cantón El Pital | 21 | 24 | 25 | 15 | 23 | 24 | 15 | 16 | 17 | 21 | 54 | 52 | 22 | 27 |
| Total casco Urbano | 45 | | 40 | | 47 | | 31 | | 38 | | 106 | | 49 | |
| Total del cantón El Pital | 177 mujeres | | | | | | | 179 hombres | | | | | | |

Tabla 14: Población del Cantón El Pital

Principales actividades económicas

Las principales actividades económicas del Cantón son la agricultura, la crianza de ganado vacuno de la cual muchas familias obtienen beneficios con los derivados de la leche.

En la agricultura principalmente se cosecha el maíz, frijol y maicillo. De acuerdo a datos recabados por el grupo de trabajo de grado un total de 36 familias se dedican al cultivo de uno o varios de estos granos destilándose algunas manzanas de terreno para el cultivo de los mismos en los diversos parces de tierra dentro del cantón.

Además se realizan otras actividades económicas secundarias en el sector informal, entre las que se encuentran los comedores, tiendas, chalet y ventas de bordados artesanales y medicina natural.

INICIATIVAS ECONÓMICAS IDENTIFICADAS en el cantón

- ✓ Granja de pollos.
- ✓ Árboles frutales.
- ✓ Cerrajería
- ✓ Panadería.
- ✓ Ganadería.

Recursos para turismo

Piedras con formas diversas

Los pobladores del cantón El Pital manifiestan tener rocas con formas diversas las cuales únicamente han sido apreciadas por algunos pobladores del Cantón. Algunos de los pobladores del Cantón manifiestan que se trata de una leyenda para lograr atraer y captar la atención de los visitantes

Bandas musicales

Dentro de sus pobladores existe un grupo de jóvenes los cuales han formado una banda musical que toca música contemporánea, los jóvenes están siendo apoyados por un representante de CORDES quienes son los encargados de encausar las iniciativas del Municipio y por ende trabajar en conjunto con cada cantón.

1.2.2.3. CANTÓN LOS NARANJOS

Este cantón al igual que Santa Cruz esta bañado por el embalse Cerrón Grande en las orillas del Rio Altina que encausa con el Embalse Cerrón Grande, el mayor atractivo para sus visitantes se encuentra en sus pilas (posas que se llenan con nacimientos de agua), sus habitantes comentan que los fines de semana realizan días de campo y llegan hasta las pilas para cocinar y quedarse disfrutando de sus posas y de su fresco clima.

Las pozas están rodeadas de numerosos árboles los cuales brindan sombra a sus visitantes, generalmente las pilas funcionan en pleno invierno ya que se llenan del agua que desborda de su cascada pues el agua de los nacimientos no es suficiente para llenar su caudal.

INFORMACIÓN GENERAL

Marco territorial

El cantón Los Naranjos está ubicado dentro del municipio de San Luis del Carmen, Departamento de Chalatenango, y está ubicado en las cercanías al casco urbano del municipio de San Luis del Carmen. Pertenece a la Asociación de Desarrollo Comunal. Cuenta con importantes vías de comunicación, la calle que llega directamente desde el casco urbano desde que se formó el Embalse del Cerrón Grande se puede llegar por el mismo de diferentes lugares.

Vías de acceso

Tiene sistema de transporte terrestre, proporcionado por las rutas de buses 542-A que se desplazan en los alrededores del casco urbano de San Luis del Carmen, recorriendo todo el cantón en sus principales calles, compartiendo sus cercanías con el Cantón El Pital.

Población

De acuerdo con los censos que maneja el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), para el año 2012, la población del Cantón Los Naranjos era de 214 habitantes, de los cuales: 115 son mujeres teniéndose un 53.7 % y 99 hombres con el resto 46.3%. En el siguiente cuadro se muestra la población:

| Cantón/Barrio | 0-9 años | | 10-14 años | | 15-19 años | | 20-24 años | | 25-34 años | | 35-64 años | | 65 a + años | |
|-------------------------------|-------------|---|------------|----|------------|---|------------|------------|------------|---|------------|----|-------------|----|
| | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M |
| Cantón Los Naranjos. | 22 | 8 | 7 | 16 | 8 | 9 | 6 | 8 | 13 | 5 | 33 | 33 | 26 | 20 |
| Total Urbano casco | 30 | | 23 | | 17 | | 14 | | 18 | | 66 | | 46 | |
| Total del cantón Los Naranjos | 115 mujeres | | | | | | | 99 hombres | | | | | | |

Tabla 15: Población del Cantón Los Naranjos

Principales actividades económicas

Las principales actividades económicas del Cantón son la agricultura, la crianza de ganado vacuno de la cual muchas familias obtienen beneficios con los derivados de la leche, así mismo se benefician de las actividades acuícolas, cuentan también con algunas asociaciones pesqueras.

En la agricultura principalmente se cosecha el maíz, frijol y maicillo. De acuerdo a datos recabados por el grupo del trabajo de grado un total de 46 familias se dedican al cultivo de uno o varios de estos granos se destinan algunas manzanas de terreno para el cultivo de los mismos en las diversas parcelas de tierra dentro del cantón.

Del total de la población del Cantón, de acuerdo con información de los Eco Familiares, un total de 23 personas cuentan con un empleo formal y 18 personas se encuentran insertas en el sector informal.

Además se realizan otras actividades económicas secundarias en el sector informal, entre las que se encuentran algunas tiendas, pequeños chalet de comidas típicas los cuales únicamente funcionan los fines de semana y por las tardes y ventas de bordados artesanales.

INICIATIVAS ECONÓMICAS IDENTIFICADAS en el cantón

- ✓ Granja de pollos.
- ✓ Árboles frutales.
- ✓ Ganadería.



- ✓ Hortalizas.
- ✓ Porquerizas.

Recursos naturales

Embalse

El Cerrón Grande

Pozas

Pozas con agua de nacimientos naturales

Cerros

Cerró la Mesa

Recursos para turismo

Ruinas

Ruinas cementerio del cantón San Juan, el cual desapareció cuando se formó el Cerrón Grande



Cancha

Cancha en las proximidades del embalse.

1.3. INVENTARIO DEL POTENCIAL TURÍSTICO

El turismo puede ser el incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes de zonas rurales y frenando a su vez el éxodo rural.

No obstante, el turismo no es la panacea para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, ni todas las zonas rurales están predispuestas a esta actividad. Es un error considerar al sector de turismo como la única alternativa posible al desarrollo de la agricultura o a otra actividad económica local con dificultades.

Este planteamiento pretende contribuir al avance de la planificación del desarrollo del turismo en el municipio de San Luis del Carmen, ya que el impulso de las actividades turísticas y de ocio interviene en la transformación y articulación del entorno económico, lo cual requiere un análisis de las realidades y problemas propios de esta actividad.

Por esta razón se ve en la necesidad de explorar a profundidad el municipio para determinar todos los recursos sean estos naturales o por activos económicos de la comunidad, permitiendo establecer un diagnóstico más acertado del municipio y definir el punto de partida sobre el cual se trabajará para su desarrollo.

1.3.1.METODOLOGÍA DEL INVENTARIO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO

Un inventario no solo es una acumulación de información, sino que es fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del que hacer turístico. Es preciso destacar, que el procedimiento de la información para el inventario es un trabajo permanente, de tal manera que ése se encuentre actualizado.

La recolección de información acerca del municipio que permita conocer los recursos potenciales turísticos se realiza de la siguiente manera:

- Investigación de información secundaria, para elaborar un inventario turístico preliminar.
- Elaboración de instrumento para la recolección de información, donde se evalúan los aspectos turísticos, infraestructura, acceso etc.
- Visitas a cada uno de los cantones donde es necesario llevar a cabo entrevistas con habitantes que funcionen como activos económicos.
En la entrevista con cada uno de los habitantes se buscan los objetivos siguientes:
 - Depurar el inventario preliminar.
 - Obtener una caracterización de cada uno de los cantones y los posibles lugares turísticos
- Búsqueda de sitios donde es pertinente valorar el potencial de los recursos y atractivos naturales susceptibles de constituirse en productos turísticos que permitirán ampliar y mejorar la oferta existente en la zona.

1.3.2.RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO

En esta fase se desarrolla la metodología para la elaboración del inventario turístico del municipio de San Luis del Carmen, de manera que se cubran todos los aspectos que puedan ser objeto de turismo, en cuanto a lo existente y en operaciones, lo existente que requiere de modificaciones y los recursos a los cuales se debe diseñar un proceso que permita su mejor aprovechamiento.

1.3.2.1. INVESTIGACIÓN SECUNDARIA

En la etapa de Anteproyecto se realizó la investigación para determinar a grosso modo el potencial que tenía el municipio para prestar servicios turísticos, dicha etapa concluyo con una serie de recursos naturales y activos económicos que pueden vincularse de alguna manera para prestar un servicio turístico en forma conjunta como municipio.

Desafortunadamente San Luis del Carmen carece de información estadística que respalde el movimiento turístico, sin embargo, por ser colindante con Suchitoto, un pueblo muy desarrollado en el ámbito turístico, es posible determinar un potencial de visita que pueda ser atraído a San Luis del Carmen.


1.3.2.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para evaluar de mejor manera el potencial turístico que tiene el municipio, se elaboraron tres instrumentos que engloban las generalidades del municipio así como los servicios de entretenimiento que ofrecen o tienen el potencial para ofrecer y otro de servicios básicos para el turista como alojamiento y alimentación.

A continuación se presentan los diferentes instrumentos de recolección para el municipio de San Luis del Carmen:

➤ **Generalidades, infraestructura y cultura**

Esta ficha de control recolecta información general del municipio, en cuanto a lo que hay independientemente si es para fines turísticos, recopila datos que permiten definir sus dimensiones para el desarrollo del proyecto.

| AMBITO | DESCRIPCION |
|---|---|
| Historia | |
| FECHA DE FUNDACIÓN | En 1850 se le otorga el título de pueblo bajo la jurisdicción de Cuscatlán fue hasta 1855 que pasa a ser parte del municipio de Chalatenango |
| ESCUDO |  |
| ACONTECIMIENTOS HISTÓRICOS ESPECIALES | La población es muy baja por dos factores: La inundación de tierras cuando se creó el embalse del Cerrón Grande y la guerra civil que se vivió en El Salvador en la década de los 80s. Debido a ello la mayoría de las personas de la comunidad emigraron hacia la capital (San Salvador) y hacia diferentes destinos en los Estados Unidos reduciendo drásticamente el número de habitantes. |
| Religión | |
| CATÓLICA | 60% |
| EVANGÉLICA | 40% |
| Arquitectura, Urbanismo, Edificaciones | |
| TRABAJOS DE EMBELLECIMIENTO | a la entrada del municipio se puede apreciar un arco que da la bienvenida a los visitantes del municipio |
| VISTAS, INTEGRACIÓN DE LOS EDIFICIOS EN LOS PAISAJES | la plaza de santa cruz está diseñada para apreciar el embalse del cerrón grande, así como el restaurante el faro que se encuentra a la orilla de lago |
| EDIFICACIONES | la iglesia conserva su diseño original ya que es considerado patrimonio cultural, los trabajos realizados en ella solamente son de restauración y no de modificación |
| ESPACIOS VERDE | por ser un pueblo montañoso conserva mucha vegetación ideal para el contacto con la naturaleza |
| Programa de "Renovación del Pueblo" | |

| | |
|--|--|
| IMPORTE DE LA AYUDA | Actualmente CORDES trabaja con pequeño grupos de jóvenes con incentivos económicos para la formación de microempresas en diferentes ámbitos como: crianza de pollos, cultivo de miel de abeja, porquerizas y elaboración de pupusas. |
| Características Culturales Específicas | |
| ESPECIALIDADES GASTRONÓMICAS REGIONALES | podemos encontrar el "pan de torta" que es propia de San Luis del Carmen, también tienen la costumbre de servir platillos típicos en hojas de huerta como pastelitos, enchiladas etc. |
| COSTUMBRES | Tienen un juego muy particular llamado "taba" que solamente lo juegan en las festividades, consiste en lanzar una taba (un hueso de la rodilla de una res), un lado representa la "carne" (gana) y el otro lado el "culo" (pierde). |
| FOLCLORE | cuentan con una plaza de toros en la cual una vez al año realizan jaripeos, también es utilizada para diferentes celebraciones |
| FIESTAS | tienen dos fiestas patronales: la oficial es realizada en Junio en honor a la virgen del Carmen, también realizan otra en diciembre la cual dura una semana |
| MERCADOS | cada último domingo de mes se instala en la plaza del casco urbano un agro mercado en el que diferentes agricultores llevan sus productos para comercializarlos ya sea a los mismos habitantes del pueblo o personas visitantes del agro mercado |
| PRODUCTOS REGIONALES | En el cantón El Pital vive una señora la cual elabora artesanías en madera se pueden apreciar en la plaza del casco urbano y en la alcaldía, sus productos también los comercializa en el Tunco. |
| PERSONALIDADES LOCALES | En el pital vive un "sobador" muy reconocido llamado "don Toño", el cual es conocido por enmendar fracturas, eliminar dolores, etc. Personas de San Salvador realizan viajes a San Luis del Carmen en busca de sus remedios |
| LEYENDAS, REFRANES, CUENTOS | cuentan historias entre los pobladores que las pilas (pozas) se encuentran encantadas, se ha escuchado en una de las pozas que el agua hierve con un particular olor como que se cocieran tamales |
| Entretenimientos | |

| | |
|--|--|
| TEATRO | En el Pital se reúne un grupo de jóvenes que realizan obras de teatro se han presentado en diferentes municipio como San Francisco Lempa y Azacualpa, sin embargo, no son muy reconocidos en San Luis del Carmen. |
| MÚSICA | En el cantón el Pital se ha formado un grupo musical (banda), el cual toca música contemporánea. |
| BIBLIOTECAS | La inclusión de una casa de la cultura promoverá la creación de una biblioteca. |
| Patrimonio Cultural, Curiosidades | |
| IGLESIAS | La iglesia parroquial católica cuya construcción data de 1820, convirtiéndose en una estructura con mucho valor histórico. |
| RUINAS | En la entrada del Pital se encuentra un pequeño desvío en el que se llega a unas piedras que se encuentran talladas con diferentes formas, no se conoce la fecha en la cual se tallaron ni quien lo realizo. |
| EDIFICIOS HISTÓRICOS | El pueblo no cuenta con edificaciones históricas, sin embargo, en el pueblo como tal se puede apreciar la antigüedad de las casas aun habitadas construidas con adobe (ladrillos de lodo). |
| LUGARES HISTÓRICOS | en el embalse se pueden encontrar diferentes islas con historias que han recorrido los años como la isla del ermitaño, la isla del burro, la isla de los pájaros, etc. |
| MONUMENTOS | en la plaza de Santa Cruz, se puede observar una pequeña isla con una escultura de cristo |
| Museos | |
| TIPO DE PRESENTACIÓN | El alcalde monto un museo durante una semana en la casa comunal del casco urbano en el cual presento diferentes artículos propiedad de los mismos habitantes, mostrando la historia del municipio a través de instrumentos utilizados para las diferentes actividades económicas que realizaba el municipio. Tuvo mucha participación de habitantes de los municipios aledaños y de San Salvador, inclusive llegaron reporteros de noticias. |
| Visitas Organizadas | |
| RUTAS | Viajes programados en el Ferry La Luna partiendo de Suchitoto a diferentes destinos de San Luis del Carmen, por ejemplo, al restaurante El Faro en el casco urbano, Restaurante flotante en Santa Cruz, y el cantón Los Naranjos para visitar las pilas. Se evaluara la idea de utilizar la modalidad de conga Ferry (animada con música y entretenimiento) |

Tabla 16. Generalidades, infraestructura y cultura de San Luis del Carmen

➤ **Entretenimiento y ocio**

La siguiente lista de control recopila todos los servicios que en el municipio se prestan o se pueden llegar a prestar, que sean para fines de entretenimiento y ocio del excursionista y/o del turista.

Cabe mencionar que se adiciona una columna llamada Estado, la cual presenta si el servicio esta "EXISTENTE", es decir, que se brinda actualmente en el municipio, o se encuentra "PREVISTO", por lo que será objeto de diseño y vinculación con los demás servicios prestados.

| AMBITO | DESCRIPCION | ESTADO |
|--------------------------|---|-----------|
| Deportes Náuticos | | |
| PESCA | Dentro de las jaulas de crianza de tilapias las personas pueden pescar su propia comida, para ser cocinada en el restaurante servicio propio del restaurante flotante. También se puede pescar en el embalse para ello se debe solicitar una canoa a los pescadores de la zona. | EXISTENTE |
| KAYAK | Para una aventura más personal los viajes en kayak permiten a las personas recorrer el lago de Suchitlan, diseñando diferentes rutas para seguridad del cliente. | PREVISTO |
| MOTOS ACUÁTICAS | Enmarcada en la iniciativa del hostel flotante se pretende adquirir motos acuáticas para alquiler de los visitantes, para paseos en el lago de Suchitlan. | PREVISTO |
| Zonas de Baño | | |
| POZAS NATURALES | En los naranjos se encuentran pozas con diferentes formas como "corazón", "martillo", "caracol", "canoa". Se puede disfrutar de un refrescante baño inclusive los visitantes realizan actividades gastronómicas como cocinar al aire libre a orillas de las pozas. | EXISTENTE |
| PISCINAS AL AIRE LIBRE | Actualmente se encuentra en construcción un hostel en Los Naranjos el cual tendrá una piscina para los huéspedes y/o visitantes del hostel. | PREVISTO |
| Deportes Aéreos | | |

| | | |
|----------------------------|--|-----------|
| CANOPY | En la plaza de santa cruz se evaluara la idea de instalar canopy's que pueden recorrer a lo ancho del embalse, llegando a la isla del Cristo o inclusive al otro lado el lago. | PREVISTO |
| Excursiones | | |
| SENDEROS | La creación de diferentes rutas que permitan apreciar la naturaleza del municipio, por ejemplo, hacia las pilas el trayecto es montañosos, también está el cerro La Mesa el cual en la cima es como una planicie ideal para apreciar la vista del lago de Suchitlan. | PREVISTO |
| BICI MONTAÑA | se evaluara en los senderos la posibilidad de crear rutas para bici montaña, y la adquisición de bicicletas para alquiler de los visitantes | PREVISTO |
| RECORRIDO POR EL MUNICIPIO | A través de un guía turístico que conozca la historia del municipio, se realiza un recorrido en los lugares más atractivos del municipio, de manera que el visitante conozca las diferentes actividades económicas que se practicaban en tiempos pasados. | PREVISTO |
| Ocio | | |
| PLAZAS DE DESCANSO | En la plaza de santa cruz se encuentra una plaza en la cual se puede apreciar la vista al lago, también cuenta con un kiosco el cual abre por las tardes para degustar de platillos típicos. | EXISTENTE |
| | También se evaluara la idea de instalar miradores en el camino hacia el municipio ya que cuenta con el recurso natural de alturas ideales para la vista al lago de Suchitlan | PREVISTO |

Tabla 17. Actividades de entretenimiento y ocio, existentes y potenciales de San Luis del Carmen

➤ **Alojamiento y alimentación**

Como su nombre lo indica la siguiente ficha muestra los diferentes servicios que el municipio presta en concepto de alimentación y alojamiento, de igual manera que la ficha anterior, se presenta el estado del servicio si se encuentra "EXISTENTE" o "PREVISTO".

| AMBITO | DESCRIPCION | ESTADO |
|------------------------|--|---------------|
| Alojamiento | | |
| HOSTAL FLOTANTE | Ubicado a la par del restaurante flotante, la cooperativa Altina se encuentra en proceso de desarrollo de un proyecto para la construcción de un hostel, el cual tendrá a disposición dos cabañas, equipadas con camas, televisión y duchas privadas, así como motos acuáticas para alquiler. | PREVISTO |
| HOSTAL EN TIERRA | Se encuentra en construcción en el cantón Los Naranjos un hostel el cual contara con seis habitaciones, equipadas con televisión, baño privado y una piscina. | PREVISTO |
| Alimentación | | |
| RESTAURANTES | El municipio actualmente cuenta con dos restaurantes: El Faro y El Flotante, en los cuales se pueden degustar platillos como pescado, carnes, aves y mariscos. En el Flotante se cuenta con la opción de pescar su propia comida. En el Faro también se cuenta con un ambiente amenizado con una rockola para que los clientes elijan su propia música también cuenta con servicio de karaoke. | EXISTENTE |
| BARES | En la plaza del casco urbano se encuentra una tienda dedicada a la venta de bebidas alcohólicas, sin embargo, carece de un equipamiento e infraestructura adecuados para funcionar como bar. | PREVISTO |
| KIOSCOS/FREIDURÍAS | En la plaza de Santa Cruz se encuentra un kiosco que abre por las tardes para la venta de platillos típicos, también en lo que es el casco urbano se encuentra una plaza con tres kioscos (actualmente solo funciona uno). | EXISTENTE |
| CAFETERÍAS | En el mismo lugar donde se encuentran los kioscos del casco urbano se tiene un espacio abierto con mesas sin restricción de uso alguna. | EXISTENTE |
| Ferias, Eventos | | |

| | | |
|-------------------|--|-----------|
| FERIAS | Se está trabajando con las municipalidades de San Francisco Lempa y Azacualpa para crear una feria con productos de los habitantes de cada municipio para fomentar la productividad entre los habitantes. | EXISTENTE |
| EVENTO DEPORTIVOS | Cada año se realiza un jaripeo en la plaza de toros (una de las mejores a nivel nacional), sin embargo, se busca la participación de más personas para programar más eventos en el año, ya que es una actividad que atrae a mucha gente proveniente de los municipio aledaños inclusive de San Salvador. | PREVISTO |
| CELEBRACIONES | en la plaza de toros en el casco urbano se realizan diferentes celebraciones como el día de la madre, el día del niño, etc., organizadas por la alcaldía | EXISTENTE |

Tabla 18. Servicios de alojamiento y alimentación, existentes y potenciales en San Luis del Carmen

1.3.2.3. INFORMACIÓN DE LOS ACTIVOS ECONÓMICOS DEL MUNICIPIO

Los habitantes del municipio de San Luis del Carmen subsisten principalmente de la agricultura, específicamente la siembra de maíz, maicillo y frijol, también se cría ganado, otro aporte que recibe el pueblo a través de sus habitantes son las remesas familiares, que como se detalló anteriormente, el conflicto armado en el país provoco la migración de las personas de varias zonas rurales entre ellas la baja montaña oriental, hacia la capital y el extranjero.

Por esta razón la actividad económica es muy limitada, donde el comercio se ha impulsado a pequeña escala. Existen proyectos que han alcanzado un éxito considerable en el ámbito gastronómico que son los restaurantes "El Faro" y "Flotante" y otro en el tema del transporte que es más una necesidad pero con potencial de ser un atractivo turístico que es el Ferry La Luna. Estos son considerados los principales activos económicos en el ámbito turístico que pueden y deben vincularse a una gama de proyectos para el desarrollo turístico de la comunidad.

Se entrevistó a las personas encargadas de dichos restaurantes, con la finalidad de encontrar esos aspectos que los llevo a la creación de estos establecimientos y la forma en que buscan el desarrollo local, así como las posibles vinculaciones a un plan más integrado.

Entrevista al Dueño del Restaurante El Faro y el Ferry La Luna

Se entrevistó al propietario y administrador del Ferry y el Restaurante, con el cual se busca impulsar la iniciativa del Conga Ferry con rutas predeterminadas a San Luis del Carmen.

RESULTADOS OBTENIDOS

La idea del ferry nació del abuelo hace ya 35 años, sin embargo, no pudo llevar a cabo el proyecto por lo que retomo la idea y la llevo a cabo. Por otro lado El Faro nace como

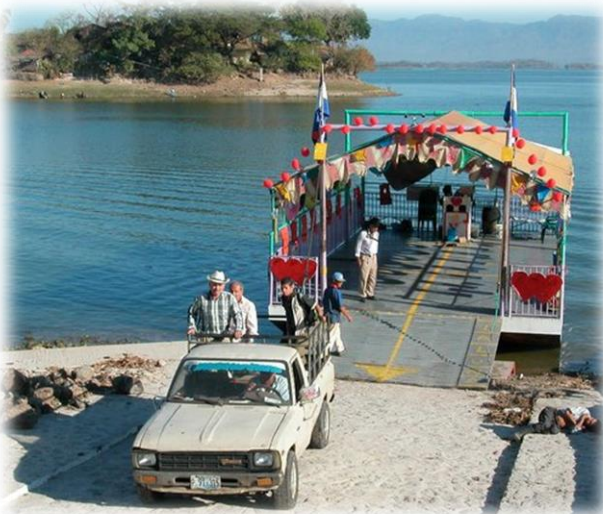
una necesidad que el ferry, pedía de tener un lugar para llevar a los clientes.

Considera que no hay suficiente afluencia turística, ya que el municipio casi está en cero, por lo menos, lo que es el faro solamente tiene cinco meses de estar funcionando (desde Enero 2013), por ser nuevo no tiene publicidad ni se promociona en la radio, prensa o televisión ni vallas publicitarias, no tiene un reconocimiento público. Menciono también que no se ha capacitado en temas turísticos pero las ideas que planea buscan captar la atención de los visitantes. Se está analizando la



posibilidad de invertir en publicidad para promocionar su negocio a mayor escala, ya que se trabaja actualmente en elaborar brochure para promocionarlo, ya que solo se

promociona en la web a través de una fanpage en Facebook.



Para impulsar sus negocios ha utilizado fondos propios ya que no ha recibido apoyo financiero de ninguna institución u organización financiera. Por otro lado está analizando la posibilidad de remodelar las instalaciones, lo que es El Faro no ya que aún está en fase de aceptación de los clientes, pero el ferry si está considerando construirle una segunda planta, para poderlo utilizar para eventos sociales y no solo para el transporte de personas y vehículos.

Los que lo llevo a brindar este nuevo servicio en el Ferry es por el turismo que existe en Suchitoto, ya que las personas siempre preguntan qué es lo que hay al otro lado del lago, es una de las razones por la que se construyó El Faro. Para ello se debe buscar trabajar en conjunto con los restaurantes de Suchitoto para poder llegar a un acuerdo o alianza.

Para este empresario, la alcaldía es muy poco el impulso que le está dando al municipio en el tema turístico, solamente que está dando apoyo al otro restaurante (el Flotante), debido a que ellos son de parte de una cooperativa mientras que El Faro es privado.

Sin embargo se encuentra completamente dispuesto a trabajar en conjunto con la alcaldía para desarrollar el turismo en el municipio ya que sería de mayor beneficio trabajar con personas que tengan ideas concretas para poder ayudar al desarrollo del pueblo.

Considera que el turismo rural comunitario es rentable para San Luis del Carmen a pesar que está comenzando a levantarse en El Salvador, pero las personas al conocer lo que tiene el pueblo para ofrecer de forma natural, regresan.

Tabla 19. Entrevista a propietario del restaurante El Faro y Ferry La Luna

Entrevista a presidente de Cooperativa ALTINA de R. L.

Se llevó a cabo una reunión con el presidente y fundador de la cooperativa ALTINA. La finalidad de la entrevista es obtener información sobre los proyectos que tiene la cooperativa en el ámbito turístico y de qué forma han gestionado los recursos para el restaurante flotante.

RESULTADOS OBTENIDOS

Con el apoyo del Programa MAG-PREMODER, ahora denominado AMANECER RURAL, se está llevando a cabo la idea de un hostel flotante el cual iniciara con dos habitaciones pequeñas equipadas con televisión, hamacas, una cama y una moto acuática cada una, el hostel se encontrara ubicado a la par del restaurante flotante, la finalidad de ubicarlos a la par es para hacer fluir los clientes del restaurante ya que se encontraran conectados por medio de un puente de hamaca.

La capacidad del restaurante es limitada ya que solo cuentan con 100m² los cuales pueden atender a 50 personas simultáneamente, sin embargo, se presenta un problema ya que algunos clientes disfrutando del ambiente se mantienen en las mesas consumiendo solamente bebidas por un largo periodo de tiempo, por lo que se ven en la situación de tener en cola a clientes que desean comer en el restaurante.

Los fondos se esperan sean proporcionados por el FISDL los cuales ya están en negociaciones que actualmente se encuentra parcialmente aprobados, los que serán utilizados para la construcción del hostel flotante y para aumentar la cantidad de jaulas para tilapias, ya que actualmente solo cubren una demanda de 5lb por familia, el presidente comenta que si una persona desea comprar 100lb por ejemplo se ven en la penosa situación de no vender tal cantidad ya que no pueden dejar de abastecer la constante demanda ya sea por el restaurante o de venta directa a las personas.

La ampliación del cultivo de peces será de dos jaulas más totalizando seis jaulas para la crianza de tilapias.

También se busca arreglar el área de la isla donde se encuentra una estatua de cristo, para poder instalar cables para canopy y hamacas para modificarla como un área de descanso.



Con el FISDL y AMANECER RURAL, el proyecto puede acceder a fondos que serán destinados para Chalatenango sin embargo deben presentar una propuesta formal que demuestre la factibilidad de los proyectos. Con el apoyo de MAG-PREMODER la

cooperativa trabajo en el piso del restaurante con un costo de \$8,400.

En cuanto a las visitas: de lunes a jueves el restaurante es visitado por un promedio de 38 personas diarias, y de viernes a domingo un promedio de 80 personas por día, este flujo se da vía terrestre y vía acuática, ya que llegan lanchas con clientes sin previo aviso.

Respecto a la cooperativa entre los socios se tiene siete mujeres, siete jóvenes de 25 años o menos y diez adultos, el cual el de mayor edad es el presidente de 54 años. Actualmente cuentan con una planilla de \$6 por socio diario. La aportación es de \$1 para gastos de representación y \$3 para ahorro mensuales.

Entre las ideas de ampliación del servicio de restaurante esta la adaptación de la plaza santa cruz para atender en tierra a las personas.

Se requiere de \$5,290, para la compra de una lancha y \$3,500 para el motor todo de 2da mano para poder atender a más personas.



Los estanques (jaulas) son una donación de la CEL, ya que la cooperativa se aboco directamente con el secretario técnico de la CEL.

Las áreas del lago son propiedad del estado, sin embargo CEL como ente del estado se encarga de dar la autorización de poder ocupar el cuerpo de agua que es donde se encuentra ubicado el restaurante flotante y próximamente el hostel, no piden requisitos pero si emiten

autorización escrita. La cooperativa no puede arrendar ni comprar dichas áreas propiedad del estado pero con la autorización de la CEL pueden ocuparlas mientras dure la cooperativa.

Por el momento hacen la declaración de la renta a cero ya que deben de cumplir con los requisitos para poder reintegrar al estado los impuestos respectivos. Les visito el ministerio de medio ambiente, para proporcionarles instrumentos adecuados para la higiene del restaurante por ejemplo jabón líquido para manos que no contamina el lago. Para junio planean tener todos los documentos en regla y estar en cumplimiento con los requisitos de salud y medio ambiente.

Comento también que se maneja la idea de la construcción de un hostel en tierra ubicado en el cantón de los naranjos el terreno es de dos manzanas dentro del cual el hostel será de 17x24m contando con cinco cabañas para comenzar, una piscina, una pecera en tierra, también contara con hamacas, áreas de descanso y una caseta de seguridad. El proyecto toma en cuenta la adquisición de un microbús para transportar a las personas del hostel en tierra hacia el lago y viceversa.

Tiene un grado de avance muy bajo en cuanto a los requisitos ambientales y de salud, sin embargo ya se trabaja en la instalación de una planta de tratamiento de agua en el restaurante flotante.

Tabla 20. Entrevista a presidente y fundador de cooperativa ALTINA de R. L.

Entrevistas a pequeños comerciantes del municipio

A pesar del poco comercio que tiene San Luis del Carmen, se pueden encontrar tiendas de abarrotes, de comidas típicas entre otros, se realizó una serie de entrevistas a los pequeños comerciantes del casco urbano para conocer su percepción acerca del turismo en el municipio y como pueden estos funcionar en un plan de desarrollo.

RESULTADOS OBTENIDOS

Más que ofrecer productos a las personas, es la necesidad la que los lleva a la incursión de pequeñas ventas de comida, también para poder brindar a las personas platillos propios del pueblo como el pan de torta y el toque único que le dan a la comida típica.



Se pueden encontrar en el casco urbano específicamente en los chalet que ha construido la alcaldía una tienda que ofrece almuerzos y golosinas, en otra se preparan platillos típicos, pero solo abre por las tardes, también en los alrededores del parque se encuentra un carretón de hotdog y tortas mexicanas, en el desvío hacia los naranjos, se pueden encontrar una tienda de abarrotes con productos de uso diario, también en la plaza de Santa Cruz se encuentra un chalet que

también ofrece comida típica y apertura solo por la tarde, por último se pueden encontrar diversas tiendas en el camino a los cantones.

De las personas que accedieron a ser entrevistadas se puede constatar que la afluencia de personas que visitan el municipio es muy poca, haciendo alusión al hecho que es muy poco lo que hay para ofrecer a un turista, primero porque no hay un lugar para hospedarse, ya que hay visitantes que han preguntado en donde pueden pasar la noche y deben enviarlos hasta Azacualpa o Suchitoto que son los más cercanos con hostales, otro punto a destacar es que no hay personas que sirvan de guía para la gente que gusta de conocer la historia y cultura.

Todos los entrevistados estuvieron de acuerdo que potencial tiene el municipio ya que el embalse cubre a dos de los cantones inclusive el casco urbano

En cuanto al desarrollo de un plan turístico, consideran que es un proyecto positivo ya que el municipio y la alcaldía deben buscar otras alternativas para ayudar a la comunidad y a través de proyectos como este, que involucran directamente a los habitantes puede ser de mucho beneficio.

Uno de los problemas que se reiteró entre los entrevistados es la pasividad del pueblo, debido a



que como no hay “nada que hacer” las personas permanecen en sus casas y las calles y plazas, pasan solas todo el día, una de las ideas que destaco es motivar e incentivar a los pobladores para “activar” el pueblo y hacerlo más llamativo para las personas que lo visitan, de forma que se corra la voz convirtiéndose en un verdadero atractivo.

Tabla 21. Entrevistas a pequeños comerciantes de San Luis del Carmen

1.3.2.4. RECURSOS SUSCEPTIBLES DE CONSTITUIRSE EN PRODUCTOS TURÍSTICOS

Dejando a un lado los activos económicos del municipio, a continuación se profundizará en el recurso natural con el que cuenta San Luis del Carmen ya que será el principal actor en el plan de desarrollo turístico rural comunitario.

Embalse Cerrón Grande

Construido a fines de los años 70', ha marcado profundamente a su población ribereña. Primero constituyó un trauma por todos los efectos asociados a la inundación y desplazamiento de personas; luego vino una preocupación por el deterioro ambiental que estaba experimentando, lo que motivó la creación del Comité Ambiental de Chalatenango (CACH) en 1995 y del Comité Interinstitucional del Humedal Cerrón Grande en el año 2000. Estos enfatizaron los aspectos ambientales y la apropiación de los recursos del territorio con miras a movilizar potencialidades para combatir la pobreza: vieron en la recuperación del ecosistema nuevas posibilidades de generación de empleo a partir del fomento de la pesca artesanal, la agricultura sostenible, el manejo de áreas protegidas, el turismo ambientalmente planificado y el mejoramiento de la calidad del agua y saneamiento. **Hoy es considerado como un “humedal” y constituye el recurso natural más importante del territorio.**



El Embalse del Cerrón Grande es el cuerpo de agua continental más grande del país, fue construido para servir de reservorio a la Central Hidroeléctrica del Cerrón Grande. Por su importancia en la pesca, generación de energía y conservación de vida silvestre, se han tomado iniciativas y propuestas de manejo del humedal del Cerrón Grande para su recuperación y manejo integrado así como promover el desarrollo sostenible de los municipios aledaños.

En el contexto de la creciente demanda turística que muestra un interés por lo natural, es factible para los empresarios mejorar su competitividad ofertando actividades complementarias de ocio ligadas al medio natural. Estas actividades constituyen una vía para mejorar la satisfacción de los turistas, incrementando la calidad de sus experiencias vacacionales, aumentando las probabilidades de que decidan repetir el destino, así como de que alarguen su estancia. Una oferta de actividades complementarias bien diseñada entretendrá



al turista a la vez que le creará una expectativa de diversión, incitándole a volver.

El Embalse del Cerrón Grande fue hecho por el hombre, es la masa de agua más extensa que posee el país y es el gran elemento de carácter natural de toda la región que lo rodea, es la pieza clave en el paisaje y en parte de la actividad económica para los lugareños. Su extensión varía en función de la época del año, debido a las fluctuaciones en la altura del nivel de la lámina de agua. Sus aguas son un excelente sitio para quienes gustan de pescar y observar las aves que constantemente vuelan sobre el espejo del embalse, ya que sirve de hogar para muchas especies de aves residentes y migratorias que durante los meses de menor nivel de agua llegan a postrarse en pequeñas isletas formadas en medio de las aguas, en las profundidades se encuentran variedades de peces que enriquecen la fauna; además en sus orillas crecen numerosas especies de plantas acuáticas, todo ello le da cierto interés ecológico para desarrollar actividades de turismo.



Además se puede viajar en el ferry "La Luna" que tiene capacidad de transportar 4 vehículos y hasta 100 personas, sirve como medio para transportar vehículos de una parte del lago a otra y para acortar distancias de varios kilómetros vía terrestre. Durante este paseo se puede disfrutar de hermosa flora, fauna y de diferentes islas como: Isla los Pájaros, Los Enamorados, El Salitre, El Chaparral, El León, El Burro, Trinidad, El Ermitaño etc.

El ferry hace su recorrido desde San Francisco Lempa en Chalatenango, hasta el Puerto San Juan en Suchitoto.



También se puede visitar en lancha la impresionante descarga del Cerrón Grande, caminar en la presa y observar la inmensa variedad de plantas existentes. Se puede ver la pesca artesanal que sostienen las comunidades aledañas.

Uno de los paseos en lancha más recomendado es a la Isla de las Aves dura una hora y media, la capacidad promedio de las lanchas es de quince personas, en esta isla se observan garzas, patos y muchas otras especies de aves migratorias y residentes. Otro recorrido interesante es a la llamada Isla del Ermitaño, este recorrido dura una hora veinte minutos, en esta isla hay un bosque de teca y se puede acampar allí. El tercer recorrido es hacia la Hacienda Colima, este recorrido dura dos horas.

En los últimos años artesanos de la zona se han dedicado a fabricar botes de vela y al mismo tiempo algunas cooperativas pesqueras han sido beneficiadas por entidades no gubernamentales con dotación de veleros catamaranes (como en el caso de la cooperativa ALTINA), los cuales embellecen aún más las aguas del Embalse del Cerrón Grande, siendo éste un atractivo turístico más.

Pozas de Los Naranjos

En el cantón de los naranjos aproximadamente a 30 minutos de la cancha de fútbol, se llega a las denominadas pilas o pozas las cuales son formaciones rocosas que en invierno simulan un río y pequeñas cascadas, siendo estas ideales para un refrescante baño.



No poseen un nacimiento de agua, ya que solo se puede apreciar en el invierno, sin embargo a dos meses de iniciado el invierno se crea una pequeña laguna aproximadamente a 3km del cantón y alimenta las pozas desembocando en el embalse.

Los lugareños las frecuentan para desarrollar diferentes actividades, por ejemplo, actividades religiosas, gastronómicas y de aventura. La zona por su ambiente silencioso y retirado del pueblo recrea un espacio ideal para los que gustan del contacto con la naturaleza.

El sendero por recorrer para llegar a las pilas es muy delicado, ya que se debe cruzar por el río y caminar por empinados caminos de tierra que el invierno dificulta su paso. A pesar de ello posee un enorme potencial turístico ya que las lomas en el camino permiten apreciar el embalse desde diferentes ángulos.

Otro recurso con el que las personas combinan la visita de las pozas es un bosque a 10 minutos de la cancha de fútbol, el cual es muy utilizado para acampar debido a lo frondoso que son los árboles con el hecho que se encuentran a la orilla del embalse.



Para poder explotar este recurso natural, se debe tomar en cuenta la seguridad de las personas que lo visitan, tanto para el sendero como las pozas y el bosque; seguridad no en el sentido de delincuencia, sino más bien limitar las zonas en las que se puede circular con seguridad.

1.3.3.DETERMINACIÓN DE LAS INICIATIVAS CON POTENCIAL TURÍSTICO

Sintetizando la información recopilada en la investigación de campo y secundaria en el municipio se identificaron las siguientes iniciativas, consideradas como las potenciales a desarrollar en el plan de turismo rural comunitario en San Luis del Carmen.

| | | | |
|----------|----------------------------------|-----------|------------------------------------|
| 1 | Casco Urbano San Luis del Carmen | 9 | Presa Hidroeléctrica Cerrón Grande |
| 2 | Piedra tallada El Pital | 10 | Isla del Burro |
| 3 | Bosque Los Naranjos | 11 | Mercado Gastronómico |
| 4 | Mirador Isla de Cristo | 12 | Cerro la Mesa |
| 5 | El Faro | 13 | Las Pilas |
| 6 | Plaza de toros | 14 | Cementerio Inundado |

| | | | |
|---|------------------------------------|----|--------------------------|
| 7 | Isla del Ermitaño, Cerro la Virgen | 15 | Borde del lago Suchitlan |
| 8 | Isla Los Pájaros | | |

Tabla 22. Iniciativas con potencial turístico rural comunitario

1.3.4. PRIORIZACIÓN DE LAS INICIATIVAS CON POTENCIAL TURÍSTICO

Una manera acertada de determinar la importancia y el potencial que tiene una iniciativa es evaluando su estado actual en cada una de sus características, de esta manera se pueden sentar las bases para tener un panorama general sobre el diseño de las estrategias más acordes al turismo rural comunitario y dentro de las cuales comprenderán diferentes servicios turísticos.

Para ello fue preciso determinar un inventario turístico rural comunitario en el municipio de San Luis del Carmen, a continuación se aplicará la metodología de evaluación multicriterio que revelara el estado en que actualmente se encuentran las iniciativas para poder descartar aquellas que se alejan del objetivo del turismo rural comunitario.

La metodología a utilizar es un procedimiento completo, en base a la información obtenida en el estudio de campo, y permite efectuar una valoración cuantitativa con base en las técnicas de Evaluación Multicriterio Discreta³⁹.

1.3.4.1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN MULTICRITERIO DISCRETA

- Se establece el objetivo principal de la evaluación de los recursos turísticos.
- Se define el conjunto de atributos.
- Inventario de recursos y descripción.
- Obtención de la matriz de decisión.
- Valoración de los recursos turísticos.
- Resultado Obtenidos

Objetivo

El objetivo central de la aplicación, es la evaluación de los recursos turísticos con potencial en el turismo rural comunitario y de los recursos turísticos de éste tipo ya consolidados en el municipio.

Las alternativas a ser evaluadas se describen en los instrumentos de recolección de información para el inventario turístico el cual se hizo en base a visitas a los cantones del municipio.

Definición del conjunto de atributos

Para la evaluación de las iniciativas del inventario turístico se consideran dos categorías de criterios: intrínsecos y extrínsecos. Los primeros son referidos a las características específicas de cada recurso de acuerdo a su naturaleza. Los criterios extrínsecos, por su parte, se caracterizan por agrupar a las variables de análisis propiamente recreativo-turísticas. Los criterios varían en función del tipo de recurso evaluado.

Criterios para la evaluación de las iniciativas con potencial turístico

En el cuadro siguiente se presentan los criterios identificados en estas dos categorías para el caso de los tipos de recursos encontrados en los cantones del municipio de San Luis del

³⁹ Ver anexo 2: Metodología Evaluación Multicriterio Discreta

Carmen se dividen en terrestres (los que comprenden senderos, bosques, montañas, etc.) y los acuáticos (en los que están nacimientos, estancamientos y los involucrados con el embalse del cerrón grande).

| CRITERIOS INTRINSECOS | | | |
|---|---|------------------------------------|---|
| Tipo de Recurso | Criterio | Atributo | Descripción |
| Terrestres (Cerros, bosques, montañas, parques etc.) | a) Cobertura | a1) Vegetación | Abundante Suficiente Escasa |
| | b) Condiciones de terreno | b1) Superficie | Pedregosa Terracería Húmeda Pastizal |
| | | b2) Antigüedad | Natural Por el hombre Moderna |
| | c) Atractivos naturales | c1) número de atractivos del lugar | Unidades |
| | | c2) áreas protegidas | Si No |
| | Acuáticos (Corrientes de agua, lagos estancamientos) | d) Características | d1) Transparencia |
| d2) Cuerpo de agua | | | Recreación Transito Pesca |
| e) Atractivo adicional | | e1) Fauna | Si No |
| f) Atractivos naturales | | f1) número de atractivos del lugar | Unidades |
| | | f2) áreas protegidas | Si No |

Tabla 23. Criterios intrínsecos de priorización

| CRITERIOS EXTRINSECOS | | |
|--|------------------------------|---|
| Criterio | Atributo | Descripción |
| g) Acceso físico | g1) tipo acceso | Calle asfaltada (Ca) Calle de tierra (Ct) Calle empedrada (Ce) Vereda (V) |
| | h1) estado de conservación | Excelente (E) Bueno (B) Regular (R) Malo (M) |
| h) Posibilidades de apreciación | h2) Calidad del entorno | Optima (O) Buena (B) Regular (R) Baja (B) |
| | h3) Reconstrucción | Ninguna (N) Parcial (P) Total (T) |
| | h4) Remodelación | Ninguna (N) Básica (B) Completa (C) |
| | i1) Señalización | Suficiente (S) Alguna (A) Insuficiente (I) Ninguna (N) |
| i) Infraestructura y Servicios | i2) Instalaciones turísticas | Instalaciones necesarias (A) Algunas instalaciones (M) No hay instalaciones (N) |
| | i3) tipo de infraestructura | Rustica (R) Ecológica (E) Moderna (M) |
| | i4) Servicios básicos | Si (S) No (N) Deficientes (D) |

Tabla 24. Criterios extrínsecos de priorización

Obtención de la matriz de decisión

Una vez tabulados los valores de los criterios, es posible llevar a cabo su transformación a una escala entre 1 y 10. El valor de cada atributo representa el grado en que cada alternativa cumple con el objetivo de valoración, siendo 10 el valor máximo posible. En aquellos casos en que el criterio se expresaba en una escala nominal o de intervalo, se aplicaron valores distribuidos en función del número de categorías de la leyenda y del grado de satisfacción del objetivo de cada una de ellas.

| INICIATIVA | ATRIBUTOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|-----------|-----|----|----|----|-----|-----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | a1 | b1 | b2 | c1 | c2 | d1 | d2 | e1 | f1 | f2 | g1 | h1 | h2 | h3 | h4 | i1 | i2 | i3 | i4 |
| Casco Urbano San Luis del Carmen | 1 | 10 | 5 | 4 | 0 | - | - | - | - | - | 10 | 7.5 | 10 | 6.7 | 6.7 | 10 | 10 | 6.7 | 10 |
| Piedra tallada El Pital | 5 | 7.5 | 5 | 3 | 0 | - | - | - | - | - | 7.5 | 7.5 | 5 | 10 | 10 | 2.5 | 3.3 | 10 | 6.7 |
| Bosque Los Naranjos | 10 | 5 | 10 | 2 | 0 | - | - | - | - | - | 2.5 | 7.5 | 7.5 | 10 | 10 | 5 | 6.7 | 6.7 | 6.7 |
| Mirador Isla de Cristo | 5 | 7.5 | 5 | 3 | 0 | - | - | - | - | - | 7.5 | 4 | 7.5 | 6.7 | 6.7 | 7.5 | 10 | 6.7 | 10 |
| El Faro | 5 | 10 | 1 | 3 | 0 | - | - | - | - | - | 10 | 7.5 | 10 | 6.7 | 3.3 | 10 | 10 | 3.3 | 10 |
| Plaza de toros | 1 | 7.5 | 1 | 2 | 0 | - | - | - | - | - | 10 | 7.5 | 10 | 6.7 | 6.7 | 10 | 6.7 | 3.3 | 10 |
| Isla del Ermitaño | 10 | 7.5 | 5 | 3 | 10 | - | - | - | - | - | 2.5 | 7.5 | 7.5 | 6.7 | 6.7 | 10 | 6.7 | 6.7 | 10 |
| Isla Los Pájaros | 10 | 5 | 5 | 3 | 10 | - | - | - | - | - | 2.5 | 7.5 | 7.5 | 10 | 10 | 10 | 6.7 | 10 | 10 |
| Presa Hidroeléctrica Cerrón Grande | 1 | 7.5 | 1 | 1 | 10 | - | - | - | - | - | 7.5 | 7.5 | 5 | 3.3 | 3.3 | 10 | 3.3 | 3.3 | 10 |
| Isla del Burro | 5 | 7.5 | 5 | 3 | 10 | - | - | - | - | - | 2.5 | 7.5 | 7.5 | 10 | 10 | 10 | 6.7 | 6.7 | 10 |
| Mercado Gastronómico | 1 | 10 | 1 | 2 | 0 | - | - | - | - | - | 7.5 | 7.5 | 7.5 | 6.7 | 3.3 | 10 | 6.7 | 3.3 | 10 |
| Cerro la Mesa | 10 | 7.5 | 10 | 4 | 0 | - | - | - | - | - | 2.5 | 7.5 | 7.5 | 10 | 10 | 2.5 | 6.7 | 10 | 6.7 |
| Las Pilas | - | - | - | - | - | 6.7 | 10 | 1 | 3 | 0 | 2.5 | 7.5 | 7.5 | 10 | 10 | 5 | 6.7 | 10 | 6.7 |
| Cementerio Inundado | - | - | - | - | - | 3.3 | 6.7 | 5 | 3 | 0 | 2.5 | 7.5 | 7.5 | 10 | 10 | 2.5 | 3.3 | 6.7 | 6.7 |
| Borde del lago Suchitlan | - | - | - | - | - | 6.7 | 3.3 | 5 | 1 | 10 | 2.5 | 4 | 5 | 6.7 | 6.7 | 2.5 | 3.3 | 6.7 | 3.3 |

Tabla 25. Matriz de decisión

Valoración de las iniciativas turísticas

Una vez construida la matriz de decisión, se aplica el procedimiento de combinación lineal ponderada. Para ello es preciso definir los valores de ponderación de los criterios que reflejara la importancia relativa de los grupos de criterios. Para la aplicación de los porcentajes se priorizo el estado del recurso natural de las iniciativas y se analizó que en este momento en el municipio algunas de las iniciativas aun no poseen elementos recreativos-turísticos e infraestructura, solamente poseen el atractivo natural, se estableció que los criterios intrínsecos representaban el 60% del peso total en la evaluación y, por consiguiente, el 40% restante sería repartido entre los criterios extrínsecos. Con el mismo objetivo se distribuyen los pesos de los atributos con los cuales se logra que los pesos más representativos estén definidos para los recursos naturales potenciales y sitios con potencial turístico.

| CRITERIOS INTRINSECOS | | | |
|---|---------------------------|------------------------------------|-----------------|
| Tipo de Recurso | Criterio | Atributo | Peso |
| Terrestres (Cerros, bosques, montañas, parques etc.) | a) Cobertura | a1) Vegetación | $W_{a1} = 0.11$ |
| | b) Condiciones de terreno | b1) Superficie | $W_{b1} = 0.06$ |
| | | b2) Antigüedad | $W_{b2} = 0.15$ |
| | c) Atractivos | c1) número de atractivos del lugar | $W_{c1} = 0.22$ |

| | | | |
|---|----------------------------------|------------------------------------|-----------------|
| | naturales | c2) áreas protegidas | $W_{c2} = 0.06$ |
| | $\Sigma W_n =$ | | 0.60 |
| Acuáticos (Corrientes de agua, lagos estancamientos) | d) Características | d1) Transparencia | $W_{d1} = 0.10$ |
| | | d2) Cuerpo de agua | $W_{d2} = 0.15$ |
| | e) Atractivo adicional | e1) Fauna | $W_{e1} = 0.20$ |
| | f) Atractivos naturales | f1) número de atractivos del lugar | $W_{f1} = 0.10$ |
| | | f2) áreas protegidas | $W_{f2} = 0.05$ |
| $\Sigma W_n =$ | | 0.60 | |

Tabla 26. Asignación de pesos a criterios intrínsecos

| CRITERIOS EXTRINSECOS | | |
|--|------------------------------|-----------------|
| criterio | Atributo | Peso |
| g) Acceso físico | g1) tipo acceso | $W_{g1} = 0.02$ |
| h) Posibilidades de apreciación | h1) estado de conservación | $W_{h1} = 0.05$ |
| | h2) Calidad del entorno | $W_{h2} = 0.04$ |
| | h3) Reconstrucción | $W_{h3} = 0.01$ |
| | h4) Remodelación | $W_{h4} = 0.05$ |
| i) Infraestructura y Servicios | i1) Señalización | $W_{i1} = 0.05$ |
| | i2) Instalaciones turísticas | $W_{i2} = 0.06$ |
| | i3) tipo de infraestructura | $W_{i3} = 0.06$ |
| | i4) Servicios básicos | $W_{i4} = 0.06$ |
| $\Sigma W_n =$ | | 0.40 |

Tabla 27. Asignación de pesos a criterios extrínsecos

Aplicando los pesos a las iniciativas, se obtiene la siguiente tabla:

| INICIATIVA | ATRIBUTOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|-----------|-----|-----|----|----|-----|-----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | a1 | b1 | b2 | c1 | c2 | d1 | d2 | e1 | f1 | f2 | g1 | h1 | h2 | h3 | h4 | i1 | i2 | i3 | i4 |
| Casco Urbano San Luis del Carmen | 0.1 | 0.6 | 0.8 | 1 | 0 | - | - | - | - | - | 0.2 | 0.4 | 0.4 | 0.1 | 0.3 | 0.5 | 0.6 | 0.4 | 1.6 |
| Piedra tallada El Pital | 0.6 | 0.5 | 0.8 | 1 | 0 | - | - | - | - | - | 0.2 | 0.4 | 0.2 | 0.1 | 0.5 | 0.1 | 0.2 | 0.6 | 0.4 |
| Bosque Los Naranjos | 1.1 | 0.3 | 1.5 | 0 | 0 | - | - | - | - | - | 0.1 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.5 | 0.3 | 0.4 | 0.4 | 0.4 |
| Mirador Isla de Cristo | 0.6 | 0.5 | 0.8 | 1 | 0 | - | - | - | - | - | 0.2 | 0.2 | 0.3 | 0.1 | 0.3 | 0.4 | 0.6 | 0.4 | 0.6 |
| El Faro | 0.6 | 0.6 | 0.2 | 1 | 0 | - | - | - | - | - | 0.2 | 0.4 | 0.4 | 0.1 | 0.2 | 0.5 | 0.6 | 0.2 | 0.6 |
| Plaza de toros | 0.1 | 0.5 | 0.2 | 0 | 0 | - | - | - | - | - | 0.2 | 0.4 | 0.4 | 0.1 | 0.3 | 0.5 | 0.4 | 0.2 | 0.6 |
| Isla del Ermitaño | 1.1 | 0.5 | 0.8 | 1 | 1 | - | - | - | - | - | 0.1 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.3 | 0.5 | 0.4 | 0.4 | 0.6 |
| Isla Los Pájaros | 1.1 | 0.3 | 0.8 | 1 | 1 | - | - | - | - | - | 0.1 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.5 | 0.5 | 0.4 | 0.6 | 0.6 |
| Presa Hidroeléctrica Cerrón Grande | 0.1 | 0.5 | 0.2 | 0 | 1 | - | - | - | - | - | 0.2 | 0.4 | 0.2 | 0 | 0.2 | 0.5 | 0.2 | 0.2 | 0.6 |
| Isla del Burro | 0.6 | 0.5 | 0.8 | 1 | 1 | - | - | - | - | - | 0.1 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.5 | 0.5 | 0.4 | 0.4 | 0.6 |
| Mercado Gastronómico | 0.1 | 0.6 | 0.2 | 0 | 0 | - | - | - | - | - | 0.2 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.2 | 0.5 | 0.4 | 0.2 | 0.6 |
| Cerro la Mesa | 1.1 | 0.5 | 1.5 | 1 | 0 | - | - | - | - | - | 0.1 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.5 | 0.1 | 0.4 | 0.6 | 0.4 |
| Las Pilas | - | - | - | - | - | 0.7 | 1.5 | 0 | 0 | 0 | 0.1 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.5 | 0.3 | 0.4 | 0.6 | 0.4 |
| Cementerio Inundado | - | - | - | - | - | 0.3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0.1 | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.5 | 0.1 | 0.2 | 0.4 | 0.4 |
| Borde del lago Suchitlan | - | - | - | - | - | 0.7 | 0.5 | 1 | 0 | 1 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.3 | 0.1 | 0.2 | 0.4 | 0.2 |

Tabla 28. Valoración de los atributos de las iniciativas

Resultados obtenidos

La evaluación implicó utilizar para cada uno de los grupos, la sumatoria lineal ponderada. Con base al procedimiento de combinación se obtuvo la valoración final de cada uno de las iniciativas turísticas en función de las necesidades que requieren para el desarrollo del plan en el municipio.

| N° | INICIATIVA | SUMA LINEAL SIN PONDERACION | | SUMA PONDERADA | | VALOR FINAL |
|-----------|---|-----------------------------|-------------|----------------|-------------|-------------|
| | | INTRINSECOS | EXTRINSECOS | INTRINSECOS | EXTRINSECOS | |
| 1 | Casco Urbano San Luis del Carmen | 20 | 77.6 | 2.34 | 4.48 | 6.82 |
| 2 | Piedra tallada El Pital | 20.5 | 62.5 | 2.41 | 2.65 | 5.06 |
| 3 | Bosque Los Naranjos | 27 | 62.6 | 3.34 | 2.78 | 6.12 |
| 4 | Mirador Isla de Cristo | 20.5 | 66.6 | 2.41 | 3.03 | 5.44 |
| 5 | El Faro | 19 | 70.8 | 1.96 | 3.11 | 5.07 |
| 6 | Plaza de toros | 11.5 | 70.9 | 1.15 | 3.08 | 4.23 |
| 7 | Isla del Ermitaño | 35.5 | 64.3 | 3.56 | 3.03 | 6.59 |
| 8 | Isla Los Pájaros | 33 | 74.2 | 3.41 | 3.43 | 6.84 |
| 9 | Presa Hidroeléctrica Cerrón Grande | 20.5 | 53.2 | 1.53 | 2.42 | 3.95 |
| 10 | Isla del Burro | 30.5 | 70.9 | 3.01 | 3.23 | 6.24 |
| 11 | Mercado Gastronómico | 14 | 62.5 | 1.30 | 2.76 | 4.06 |
| 12 | Cerro la Mesa | 31.5 | 63.4 | 3.93 | 2.85 | 6.78 |
| 13 | Las Pilas | 20.7 | 65.9 | 2.67 | 2.98 | 5.65 |
| 14 | Cementerio Inundado | 18 | 56.7 | 2.64 | 2.45 | 5.09 |
| 15 | Borde del lago Suchitlan | 26 | 40.7 | 2.77 | 1.78 | 4.54 |

Tabla 29. Resultado final de la priorización de las iniciativas

Del resultado anterior se pueden observar a cuatro iniciativas con una valoración debajo de cinco puntos en la que su apoderada de los criterios intrínsecos y extrínsecos, por lo

que dichas iniciativas se descartan para desarrollarse dentro del plan turístico para San Luis del Carmen, ya que no cuentan con los recursos suficientes para prestar servicios de turismo enmarcado en lo rural y comunitario.

1.4. INICIATIVAS PRIORIZADAS DE TURISMO

| N° | Iniciativa | Ubicación |
|----|------------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Casco Urbano | San Luis del Carmen |
| 2 | Piedra tallada El Pital | Cantón El Pital |
| 3 | Bosque Los Naranjos | Cantón Los Naranjos |
| 4 | Mirador Isla de Cristo | Cantón Santa Cruz |
| 5 | El Faro | San Luis del Carmen ⁴⁰ |
| 6 | Isla del Ermitaño, Cerro la Virgen | Lago de Suchitlan |
| 7 | Isla Los Pájaros | Lago de Suchitlan |
| 8 | Isla del Burro | Lago de Suchitlan |
| 9 | Cerro la Mesa | Cantón Los Naranjos |
| 10 | Las Pilas | Cantón Los Naranjos |
| 11 | Cementerio Inundado | Embalse Cerrón Grande ⁴¹ |

Tabla 30. Iniciativas priorizadas de turismo rural comunitario

1.4.1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS INICIATIVAS PRIORIZADAS

Para conocer la situación actual de las iniciativas, se realizó una visita a casa una de ellas con la finalidad de recolectar información sobre los siguientes aspectos:

- Ubicación de la iniciativa.
- Señalización turística con la que cuenta.
- Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.
- Comunidades dentro de la iniciativa.
- Infraestructura turística con la que cuenta.
- Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.

⁴⁰ Se refiere al casco urbano

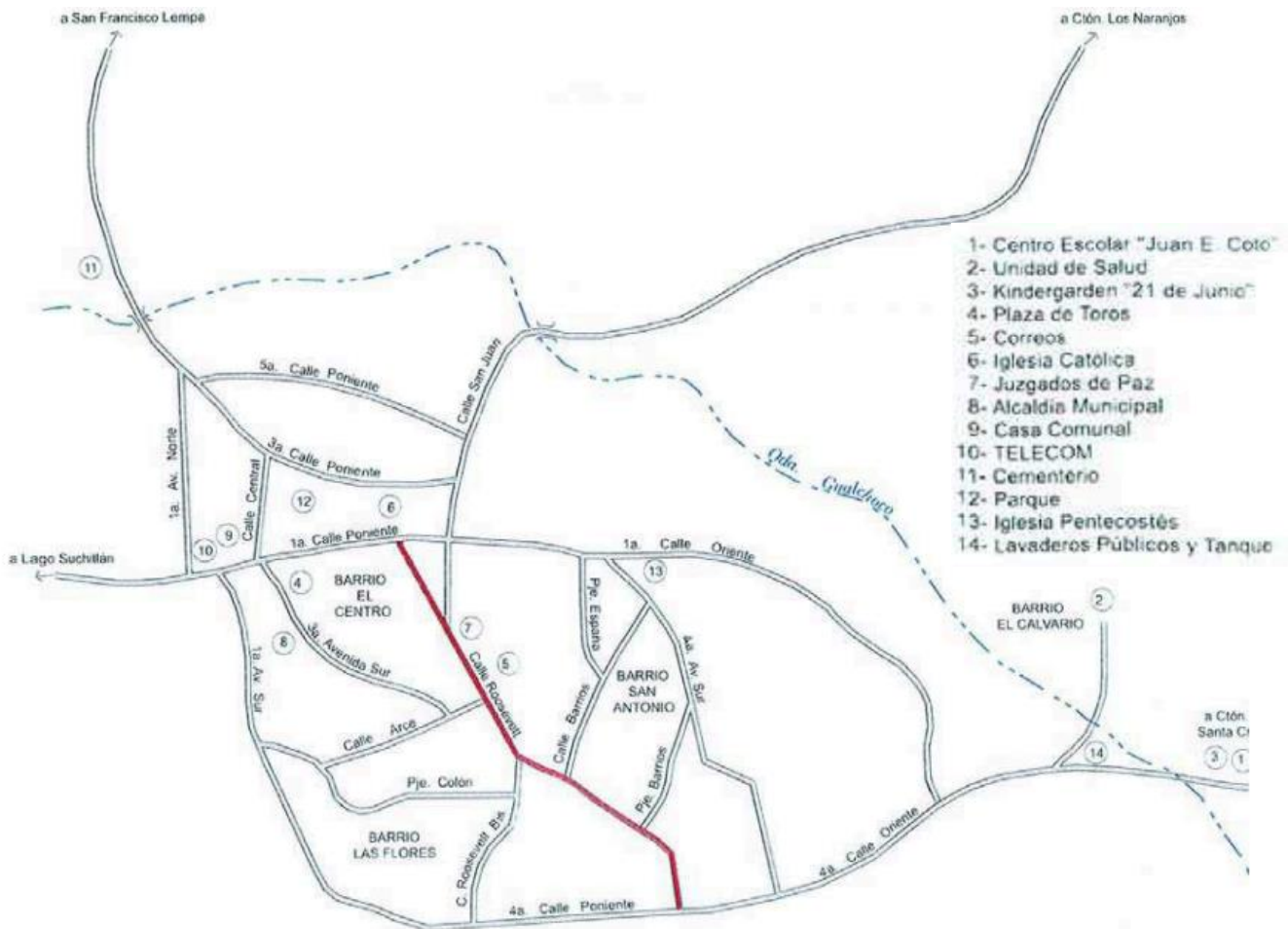
⁴¹ Ex cantón San Juan

- Administración del lugar.
- Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.

1.4.1.1. CASCO URBANO, SAN LUIS DEL CARMEN

Ubicación de la iniciativa

Se encuentra al centro del municipio, es el área medular que contempla, la infraestructura más importante del pueblo. Ubicado a 50km de San Salvador, con dos vías de acceso una llegando a Suchitoto, embarcándose en el ferry hasta San Francisco Lempa, y la otra por Chalatenango, pasando por Azacualpa seguido de San Francisco Lempa. La vía de acceso es asfaltada, y las calles del casco urbano en su mayoría son de adoquín. A continuación se muestra un mapa propio del casco urbano.



Señalización turística con la que cuenta



Desde el bypass de la carretera longitudinal del norte se puede observar en la cruz calle la señalización al desvío que lleva a los municipios de Azacualpa, San Francisco Lempa y San Luis del Carmen, aproximadamente a 40min se llega al municipio, en el camino se encuentran señales con la distancia restante para llegar al municipio.

Dentro del casco urbano, no cuenta con señalización a los diferentes destinos como la alcaldía, iglesia o cementerio, de igual manera en las calles no se logra visualizar la numeración correspondiente. Es importante que se encuentre señalizado el casco urbano ya que en él se encuentran los desvíos a los cantones Los Naranjos y Santa Cruz, y tienden a confundir a los visitantes.



Aspectos históricos que destacan de la iniciativa

Desde la llegada al casco urbano se puede apreciar la antigüedad que tiene no solo en sus casas sino también la infraestructura de la iglesia que data desde 1820, considerado como un patrimonio cultural, los habitantes conservan sus tradiciones, ya que se observan a las personas mayores que todas las tardes salen de sus casas y se reúnen en zonas comunes a platicar, en el área gastronómica tienen la costumbre de servir platillos típicos en hojas de huerta.

Un aspecto a destacar es que la tranquilidad del pueblo se debe a los pocos habitantes que hay, aproximadamente un 50% de las casas se encuentran deshabitadas, por diversas razones como la guerra civil que afectó negativamente al pueblo lo que llevo a las personas a migrar.



Comunidades dentro de la iniciativa.

Cuenta con cuatro barrios dentro del casco urbano, se concentra la mayor cantidad de habitantes del municipio,



Infraestructura turística con la que cuenta.

El casco no cuenta con infraestructura dedicada al turismo, sin embargo, tiene una plaza central para el ocio y actividades que la comuna organiza. Se considera la necesidad de matizar el casco con un tema que lo distinga y remoste su historia y raíces, que sea "pintoresco" y atractivo para quien lo visita.

Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.

Entre las actividades principales a realizar es un recorrido por las calles, que demuestran la antigüedad del pueblo, teniendo como principal atrayente la iglesia, se encuentra también, la plaza de toros en la cual se realizan diversos eventos culturales y se

programan jaripeos. En lo gastronómico se encuentran tres chalet los cuales ofrecen comida a cualquier hora del día y platillos típicos por la tarde.



Administración del lugar.

Todos los servicios que ofrece son propiedad de estado, es este caso de la alcaldía, y es ella quien brinda los permisos para organizar actividades recreativas, educacionales, etc. Actualmente la alcaldía organiza caminatas con guías que son habitantes del municipio, para dar un recorrido en el casco urbano. Esta iniciativa se practica de forma esporádica ya que se basan en los visitantes, sin embargo, se requiere impulsarla propiamente como turismo que permita aumentar el flujo de visitantes, tanto de las comunidades aledañas como de interior y exterior del país, para ello se debe promocionar de forma independiente o por medio de estrategias ya establecidas, como Pueblos Vivos.

Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.

Cada último domingo de mes se monta un agro mercado, en el que los habitantes que se dedican a la agricultura, fabricación de artesanías, gastronomía entre otros, ofrecen sus productos. Es una actividad que atrae al comercio e impulsa los micro-negocios, por ejemplo las iniciativas económicas de los jóvenes con el apoyo de CORDES. Otro atractivo del casco urbano son los eventos folclóricos que organizan en la que participan los habitantes desde jóvenes hasta adultos mayores.

1.4.1.2. PIEDRA TALLADA EL PITAL

Ubicación de la iniciativa.

Estas piedras localizadas a 48km de San Salvador, contiguo a San Francisco Lempa, camino a San Luis del Carmen, se encuentra el desvío al cantón El Pital, aproximadamente a medio kilómetro, hay que desviarse hacia el campo (solo se puede llegar caminando), pasando por un pequeño establo, se pueden apreciar estas piedras talladas por mano del hombre. No existe señalización alguna para llegar por lo que son pocas personas que tiene conocimiento de su ubicación.



Señalización turística con la que cuenta.

No cuenta con señalización, ni siquiera para llegar al cantón, debido a que no se ha tenido la intención de hacer un atractivo de este lugar, las piedras han permanecido intactas hasta el momento, la vía de acceso es rustica, solo se entra caminando y se debe cruzar propiedad privada para llegar, por lo que se considera, diseñar una vía de acceso que no requiera invadir propiedad privada, de forma que las personas puedan visitarlas sin problema alguno.

Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.

Es un misterio, ya que los habitantes de El Pital no tienen conocimiento alguno de la(s) persona(s) que lo elaboraron. También se desconoce la fecha en la que aparecieron.

Estos son de los motivos por lo que se han mantenido en anonimato durante muchos años y son pocas las personas que saben su ubicación.

Se puede apreciar el detalle y tiempo invertido para tallarlas, posiblemente para dejar huella de algún acontecimiento importante que sucedió en la zona.

Comunidades dentro de la iniciativa.

La comunidad más cercana es del cantón El Pital. La zona en la que se encuentran las piedras talladas está alejada de la vía de acceso por lo que no tiene actividad de ningún tipo en sus alrededores, solamente el pequeño establo que es de propiedad privada.



Infraestructura turística con la que cuenta.

No cuenta con ningún tipo de infraestructura ni algún mecanismo que limite la zona en las que están las piedras, los esfuerzos en este aspecto se deben enfocar a la protección y conservación de las piedras.

Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.

Para aprovechar al máximo los recursos naturales con los que cuenta el área, se pueden realizar caminatas para apreciar las colinas aledañas, también es indicado para actividades de relajación, colocando bancas y mesas.



Administración del lugar.

Podría decirse que no es propiedad de nadie, sin embargo, la alcaldía al limitar la zona para su conservación, será la encargada de mantener en óptimas condiciones para su presentación a los visitantes.

Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.

Se pueden realizar alianza con las personas que habitan en la zona cercana, principalmente con el establo, para prestar un servicio de cabalgatas por el campo, aprovechando el recurso natural que brinda para la realización de este tipo de actividad.

1.4.1.3. BOSQUE LOS NARANJOS

Ubicación de la iniciativa.

Se encuentra aproximadamente a 3km del casco urbano, específicamente donde termina la calle de los naranjos al embalse donde sucedió el hundimiento del cantón San Juan, su única vía de acceso es la que llega a la cancha de fútbol de Los Naranjos, también se puede llegar por lancha desde Santa Cruz e inclusive Los Naranjos.



Señalización turística con la que cuenta.

No se cuenta con señalización alguna para llegar al bosque, y la necesidad es por dos vías, tanto acuática como terrestre, inclusive para llegar al cantón los naranjos no se tiene señalización.

Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.

Este bosque es muy conocido por los habitantes por la historia de una niña que vivía en él. Cuentan las personas que hace años las personas que frecuentaban el bosque para acampar notaban que había alguien más con ellos, algo que nunca fue muy relevante, sin embargo, esta niña aparentemente de 11 a 14 años, salía al embalse a pescar a media noche y dejaba comida para las personas que acampaban, la historia se desvaneció con el pasar de los años, se dice que la niña creció y migro del bosque.



Comunidades dentro de la iniciativa.

A pesar de encontrarse en el cantón Los Naranjos, está en una zona aislada donde no tiene habitantes a sus alrededores. Es un lugar muy frecuentado por las personas de Potonico, San Francisco Lempa y Azacualpa.

Infraestructura turística con la que cuenta.

No cuenta con infraestructura de ningún tipo, es un bosque el cual ha sido adaptado por las personas que lo visitan, debido a lo tupido que son sus árboles ofrece un ambiente idóneo para el camping, se considera la necesidad de delimitar la zona, para resguardar la seguridad de los visitantes.



Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.



Se pueden realizar caminatas a la orilla del embalse, su actividad principal es el camping, también los visitantes actuales acostumbra a cocinar en fogata. Ofrece un vista al lago en la que se puede apreciar a unos cuantos metros el cementerio que se inundó la presa del cerrón grande.



cuando se construyó

Administración del

Se considera como propiedad de la alcaldía ya que no hay habitantes en sus alrededores, sin embargo, para llevar a cabo la iniciativa se debe tomar en cuenta el área que comprenderá, propiamente para el servicio de camping, que actualmente se realiza sin restricción alguna y para salvaguardar a los visitantes la alcaldía o la entidad debe asumir dicha responsabilidad.

lugar.

Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.

En base a entrevistas realizadas con personas que han visitado el bosque, se puede alquilar una canoa para dar paseos por el lago, siempre y cuando el propietario de la

lancha este de acuerdo. Una manera adecuada de beneficiar a los propietarios de las canoas que generalmente son de pescadores, es realizar una alianza junto con la entidad que ejecutara la iniciativa para brindar el servicio de paseos por el lago a las personas que visiten el bosque Los Naranjos.

1.4.1.4. MIRADOR ISLA DE CRISTO



Ubicación de la iniciativa.

Se encuentra aproximadamente a 1.5km del casco urbano, se llega directamente a la plaza Santa Cruz, la vía de acceso es de cemento y se puede arribar en carro, cuenta con un pequeño estacionamiento improvisado.

Señalización turística con la que cuenta.

A pesar de la diversidad de atractivos que posee el mirador, no cuenta con señalización de ningún tipo, los esfuerzos se deben enfocar desde el casco urbano, para ubicar a los visitantes y brindar la información necesaria sobre lo que pueden encontrar en el mirador, como la estatua de Cristo, el Flotante, etc.

Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.

En la época de la guerra civil en el país, San Luis del Carmen fue uno de los municipios golpeados, debido a la concentración de grupos de la guerrilla en la zona, provocando una alta migración. En lo que ahora es el mirador isla de cristo, hace 25 años lo utilizaron como vía de escape en canoa y lanchas en respuesta a la llegada de brigadas de la fuerza armada que no hacían distinción de los habitantes involucrados con los grupos revolucionarios y los que no.

Comunidades dentro de la iniciativa.

En el camino hacia el mirador, se encuentra la comunidad del cantón Santa Cruz, en ocasiones los habitantes, comercializan platillos típicos, productos agrícolas de sus cosechas, etc., en la plaza del mirador.



Infraestructura turística con la que cuenta.

Se cuenta con la plaza Santa Cruz, la cual está equipada con un chalet y mesas, también está el restaurante flotante y la isla de cristo que en verano (cuando el nivel de agua es bajo), se puede caminar hasta la base donde se encuentra la escultura. Requiere de modificaciones para comodidad de los visitantes, sin embargo, es uno de

los atractivos en los que ya se ha trabajado.

Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.

Entre las actividades a realizar en el mirador están: paisajismo desde la plaza Santa Cruz, también si el nivel de agua es bajo caminar hasta la base de la isla de Cristo; se encuentra también el restaurante flotante que ofrece variedad de platillos, este restaurante brinda el servicio de paseos en lancha a diferentes destinos como la isla del burro, la isla Los Pájaros,

etc., el área permite la instalación de cables para canopy atravesando el embalse, otra opción a considerar son la carreras de canoa que en ocasiones han realizado los pescadores por diversión.



También se están llevando a cabo las gestiones de un hostel flotante el cual está a lado del restaurante, estarán equipados con televisión, cama, hamaca, y se pondrán a disposición de los clientes motos acuáticas (jet sky), para paseos en el lago.



Administración del lugar.

La plaza Santa Cruz está a cargo de la ADESCO del cantón y el restaurante flotante de la cooperativa ALTINA con permisos de la CEL para la utilización del cuerpo de agua. Las estrategias a desarrollar deberán ser administradas por la alcaldía como nivel superior y por parte de la ADESCO y cooperativa el desarrollo y

prestación de los servicios en la plaza restaurante flotante respectivamente.

Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.

Entre los atractivos adicionales están las jaulas para el cultivo de tilapias que están a unos 50m del restaurante flotante, el viaje al establecimiento en la mayoría de las veces va acompañado por un recorrido por las jaulas (a petición de los clientes), las personas pueden inclusive alimentarlas y pescarlas para ser cocinadas en el restaurante.



La cooperativa está gestionando los fondos para aumentar dos jaulas más (totalizando seis), junto con la inversión a realizar para el hostel flotante, remodelación del restaurante y la instalación de la planta de tratamiento de agua.

1.4.1.5. EL FARO

Ubicación de la iniciativa.

El restaurante se encuentra a 500m de la plaza principal del casco urbano, en la orilla del lago, lugar donde también "duerme" el ferry la Luna. La vía de acceso se encuentra completamente pavimentada.

Señalización turística con la que cuenta.

Desde el casco urbano, se pueden encontrar diferentes rótulos en el casco urbano, indicando la distancia y calles a tomar para llegar al restaurante, es el único sitio del municipio señalado.



Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.

Así como en el mirador de la Isla de Cristo, la ubicación del restaurante fue uno de los puntos críticos durante la guerra civil, con la diferencia que el lugar fue donde desembarcaron brigadas de la fuerza armada para tomar el municipio, considerado con una alta concentración de grupos de la guerrilla. Se desplazaron desde Cuscatlán llegando a diferentes puntos de la parte sur de Chalatenango.

Comunidades dentro de la iniciativa.



La comunidad más cercana a la iniciativa es el casco urbano, eso debido a que se encuentra al final de la calle del lago en la que también está el centro de compostaje donde la alcaldía restringió la construcción de casas habitacionales cerca de este centro para la seguridad e higiene de los mismos.

Infraestructura turística con la que cuenta.

El restaurante cuenta con los servicios básicos necesarios para su buen funcionamiento, como mesas en buen estado, un bar, televisión, una rockola, baños en un lugar aislado de las mesas, agua potable, entre otros. También tiene un pequeño parqueo para seguridad de los clientes.



Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.



Su principal actividad es el servicio de restaurante, también funciona como bar, por la tarde-noche, otra actividad es el karaoke a petición de los clientes. El restaurante cuenta con dos lanchas para dar paseos por el lago de Suchitlán a diferentes destinos, como el

puerto San Juan en Suchitoto, la Isla del ermitaño, Los Pájaros, etc.



Administración del lugar.

El local es propiedad privada y todos los beneficios obtenidos son para el mismo restaurante y el ferry, sin embargo, su propietario se encuentra en la disposición de realizar vínculos en un plan de desarrollo turístico en pro de la comunidad de San Luis del Carmen, tanto con el restaurante como con el Ferry La Luna.

Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.



Una de las actividades más importantes para impulsar el turismo en San Luis del Carmen es la modificación del Ferry y más que un medio de transporte que sea como tal un servicio de entretenimiento, adaptando la modalidad de Conga Ferry en la que se realicen paseos programados partiendo desde Suchitoto a diferentes destinos de San Luis del Carmen, esto con la finalidad que cubrir la demanda que existe en Suchitoto de los visitantes y turistas que desean cruzar el lago en busca de más atractivos.

1.4.1.6. ISLA DEL ERMITAÑO, CERRO LA VIRGEN

Ubicación de la iniciativa.

Se encuentra en el lago de Suchitlan aproximadamente a 25 minutos desde el puerto San Juan en Suchitoto y 15 minutos desde el mirador Isla de Cristo, su única vía de acceso es por lancha.



Señalización turística con la que cuenta.

Para llegar directamente a la isla desde cualquier punto de salida, no existe señalización alguna, su ubicación y atractivo deriva de los paseos que realizan los establecimientos aledaños al lago.



Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.

El nombre de la isla se debe a una persona que durante el conflicto armado en el país, se vio en la obligación de salir de su comunidad, por los escasos recursos económicos con los que contaba, decidió refugiarse en un cueva de una isla cerca de Cuscatlán, sin familia alguna, esta persona se alojó durante varios años incluso después de firmados los acuerdos de paz, las personas que lo llegaron a conocer manifiestan que vivía de lo que la naturaleza le proveía como frutas, animales salvajes, etc.

Actualmente la cueva se encuentra deshabitada, se dice, que esta persona migro a los Estados Unidos. Al visitar la cueva se pueden observar objetos de caza, y pertenencia con las que vivía.

Comunidades dentro de la iniciativa.

Es una isla solitaria y aislada de los pueblos, habitada por fauna salvaje como: mapaches, cusucos, culebras del tipo, mazacuete, coral macho, bejuquia y tamagás, también hay conejos, ardillas, tepescuincles, garrobos, comadreas, etc.

Infraestructura turística con la que cuenta.

No cuenta con ningún tipo de infraestructura para prestar servicios turísticos, las personas que actualmente se encargan de velar por el cuidado de la isla, en especial la cueva, han decidido no modificar lo que el ermitaño en su momento hizo.

Los esfuerzos a realizar en esta iniciativa deben inclinarse a mantener y conservar la cueva, y su naturaleza, delimitando el área en la cual los turistas pueden estar seguros, debido a la cantidad de fauna salvaje existente, de la misma forma para evitar la caza de las especies.

Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.

Primero que todo el paseo que se realiza en lancha para llegar a la isla, se puede apreciar las colinas y laderas de los departamentos de Chalatenango y Cuscatlán cercanas al lago. También se pueden realizar caminatas dentro de la isla, ya que el ermitaño que vivía, ha dejado rastros de actividad en diferentes zonas de la isla. Algunas personas han decidido realizar camping en la cueva del ermitaño, esta actividad se encuentra fuera de las responsabilidades de las personas que realizan actualmente los paseos, sin embargo, las estrategias que se desarrollen dentro del plan, puede tomar en cuenta dicha actividad.

Administración del lugar.

Legalmente es parte del departamento de Cuscatlán, sin embargo, la seguridad del lugar es un servicio prestado por la asociación que opera el Puerto San Juan. Se encargan de mantener el aseo y velar por las personas que realizan visitas a la isla.

Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.

Como agregado al recorrido en la cueva del ermitaño esta la visita al cerro de la Virgen de Santa Lucía, que es una obra pintada en la piedra del cerro por el grupo de lancheros del cantón del Puerto San Juan



1.4.1.7. ISLA LOS PÁJAROS

Ubicación de la iniciativa.

La isla Los Pájaros, está ubicada a 35 minutos saliendo desde el Puerto San Juan y a 25 minutos desde el mirador Isla de Cristo, aledaña a la isla de Copapayo donde ocurrió la masacre en 1983.

Señalización turística con la que cuenta.

Así como la isla del ermitaño, no cuenta con señalización para llegar directamente por lancha, solamente se encuentra catalogado en los paseos que se ofrecen en el restaurante flotante así como también desde el Puerto San Juan.



Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.

Esta isla es muy conocida por la gran cantidad de especies de aves que habitan en ella, inclusive antes de desembarcar de la lancha se puede escuchar el cantar de las diferentes aves, entre ellas podemos encontrar: chiltotas, pijuyos, lechuzas, codornices, tortolitas, chillos, chipes, palomas ala blanca, palomas azulea, urracas, torogoz, estos anteriores están dentro de la isla y a orillas del lago se pueden observar pelicanos, pato chanco y garzas.



Un aspecto histórico importante es de la isla vecina que se incluye en la visita que se realiza, que es la masacre de Copapayo



Comunidades dentro de la iniciativa.

No existen comunidades en las islas ni zonas aledañas, desde la masacre de Copapayo han permanecido deshabitadas, la comunidad más cercana es del municipio de Copapayo en el departamento de Cuscatlán que se encuentra habitado en el centro y no en las orillas del embalse.

Infraestructura turística con la que cuenta.

No cuenta con ningún tipo de infraestructura para brindar un servicio turístico, es un área que no ha sido modificada, solamente es utilizada para dar paseos alrededor (en lancha) y para caminatas, sin embargo, no tiene diseñadas rutas o caminos los cuales permitan dar un recorrido a lo largo de las dos islas.

Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.

El paisajismo se encuentra presente en todo el recorrido desde que se está transportando en lancha, se pueden apreciar las diferentes especies de aves. Ubicados en la isla se pueden realizar caminatas por diferentes senderos, también es ideal para bici montaña, debido a los claros con los que cuenta. Otra actividad muy realizada son los picnic, las personas llevan sus alimentos y pueden pasar un par de horas en la isla, es una actividad que eleva el precio del paseo por el tiempo que requiere de la persona que maneja la lancha.



Administración del lugar.

En cuento a la limpieza de las zonas que son utilizadas para dar paseos, se encarga la asociación de lancheros del Puerto San Juan, sin embargo, se pretende en las alianzas a realizar con la municipalidad de Suchitoto, compartir las responsabilidades con San Luis del Carmen, de modo que puedan compartir de los beneficios de la isla sin entrar en competencia.

Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.

En San Luis del Carmen se maneja el control de patos para preservar los peces en el lago de Suchitlan, por lo que es una actividad en la que se pueden involucrar a los visitantes que deseen ser parte de la tarea. Es una actividad de doble beneficio ya que se mantiene controlada la población de esta especie, para no afectar a los pescadores y puede ser una actividad de entretenimiento para los turistas. La cooperativa ALTINA es la encargada de dicha actividad.

1.4.1.8. ISLA DEL BURRO

Ubicación de la iniciativa.

Se ubica a 10 minutos desde el Puerto San Juan y a 30 minutos desde el mirador isla de cristo, su única vía de acceso es por lancha y solamente puede ser visitada cuando el nivel de agua del embalse es elevado, debido a su forma peculiar.



Señalización turística con la que cuenta.

No cuenta con señalización sin embargo es una isla que se encuentra visible desde el Puerto San Juan y por su singular aspecto es fácil de distinguir. Desde Suchitoto se realizan paseos a la isla. Sin embargo no se hace de conocimiento de los turista que la isla no puede ser visitada en temporadas donde el nivel de embalse es bajo ya sea por el verano como por las compuertas de la presa Cerrón Grande que están cerradas.

Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.

Según lugareños de Suchitoto la isla del burro no destaca por algún acontecimiento histórico sino que por su forma que cubre una superficie pequeña, con un bosque bastante denso y elevado. Su nombre deriva de los pescadores que hacían referencia a la isla como la que parece burro, en los alrededores de la isla abunda la tilapia en el invierno.



Debido a la extensión que tiene la isla, tiene una cantidad limitada de especies animales, se encuentran solamente roedores,

Infraestructura turística con la que cuenta.

No cuenta con ningún tipo de infraestructura, ya que es una isla la cual no puede ser visitada con frecuencia por la dificultad de desembarcar con el nivel de agua bajo.

Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.

Generalmente se dan paseos en lancha en los que se puede apreciar el lao de Suchitlan, cuando el nivel de agua es indicado se pueden realizar caminatas dentro de la isla. Al ser una isla pequeña, el recorrido dura aproximadamente 15 minutos. Debido a las condiciones del bosque no permite realizar actividades al aire libre, sin embargo, la asociación de pesqueros del Puerto San Juan ha considerado la posibilidad de instalar un canopy desde la parte más alta de la isla hasta las orillas del embalse del lado de Suchitoto.

Administración del lugar.

Los paseos se realizan solo desde Suchitoto ya que desde el canto Santa Cruz en San Luis del Carmen es un recorrido que eleva demasiado el costo del servicio, por lo que su administración directamente recae en Suchitoto, aunque no se le realizan actividades de mantenimiento ya que lo usual es recorrer la isla desde la lancha.

1.4.1.9. CERRO LA MESA



Ubicación de la iniciativa.

Se encuentra a 2 km del casco urbano, se puede llegar por la calle de dirige al mirador Isla de Cristo en Santa Cruz, su vía de acceso es caminando desde Santa Cruz aproximadamente 45 minutos para llegar a la parte más alta del cerro.

Señalización turística con la que cuenta.

No cuenta con ningún tipo de señalización para llegar al cerro, solamente es conocido por su vía de acceso desde el cantón de Santa Cruz, los habitantes recomiendan que para subir al cerro se debe realizar en compañía de alguien que conozca la zona ya que es muy fácil perderse.

Comunidades dentro de la iniciativa.

Actualmente no existe una comunidad formal en el cerro, sin embargo, existen habitantes del municipio que residen en el cerro; construyeron casas improvisadas con adobe y no cuentan con servicios de agua ni energía eléctrica, pero manifiestan que es una opción indicada por la zona que posee un clima agradable.



Infraestructura turística con la que cuenta.

No existe infraestructura para prestar un servicio turístico en la entrada desde el cantón Santa Cruz ni en la cima del cerro. Para poder prestar un servicio turístico en el cerro se debe tomar en cuenta la complejidad de la zona señalizándola de la mejor manera para seguridad de los habitantes, así como delimitar las zonas en las que no interfiera con la comunidad que se está instalando en el cerro, de forma que no se invada la propiedad e integridad de los habitantes de la zona.

Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.

Entre las diferentes actividades a realizar en el cerro la mesa están: paisajismo, donde se puede admirar desde lo alto el cantón Santa Cruz y el lago de Suchitlan, también se puede practicar el senderismo con la opción de bici montaña, para los que gustan de algo más extremo. Para los que gustan asar tiempo entre familia o amigos, se pueden realizar picnic en la cima del cerro, ya que su clima y condiciones de la zona son ideales para actividades de ocio.



Administración del lugar.

La alcaldía se encarga de brindar los permisos a las personas que desean construir sus residencias en el cerro, así como para la recolección de madera, sin embargo, no lleva un control sobre los niveles de deforestación del cerro lo que puede afectar el atractivo natural del cerro; por lo tanto las iniciativas a llevar a cabo se deben coordinar con la alcaldía municipal.

Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.

Se pueden realizar una diversidad de actividades en el cerro ya que la planicie que se encuentra en la cima permite la instalación o construcción de infraestructuras para prestar servicios turísticos, por ejemplo, centro de alquiler de bicicletas, hamacas, venta de souvenir, etc., que facilite y haga de la visita una experiencia cómoda y placentera.

1.4.1.10. LAS PILAS

Ubicación de la iniciativa.

Se encuentra aproximadamente a 2 km del casco urbano en el cantón Los Naranjos cerca de la orilla del lago, su vía de acceso puede ser en vehículo hasta la cancha de fútbol del cantón, luego se debe caminar 20 minutos para llegar a las pilas.

También se llega por el lago de Suchitlan desembarcando a orillas de lo que fue el cantón San Juan, ingresando por donde el río que cae desde las pilas y se encuentra con el lago, es un camino no recomendable por las dificultades que presenta el terreno.

Señalización turística con la que cuenta.



No tiene señalización para llegar a las pilas, ni alguna referencia que permita ubicarlas, sin embargo por ser un lugar muy frecuentado por las personas, se ha delimitado el área y los caminos que llegan hasta las pilas.



Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.

Las pilas surgieron con un nacimiento de agua que se forma en el invierno a 5 km del cantón Los Naranjos, donde las rocas crearon formas y huecos que con el tiempo permitía estancar el agua. Se cuentan con cuatro pozas las cuales por sus formas peculiares han recibido sus nombres, entre ellas están, "martillo", "caracol", "corazón" y "canoa".



Se han contado diferentes historias sobre las pilas, pero la más predominante es la de la poza "caracol", en la que se cuenta que el agua hierve en época de verano que no corre el río, y se puede sentir un leve aroma como la cocción de tamales. Esta poza es peligrosa por lo que no es utilizada para bañarse, ya que se dice no tener fondo, que en realidad la forma de la poza es curva varios metros abajo con un túnel que corre unos metros de forma horizontal, razón por la que se dice no tener fondo.



cantón

Comunidades dentro de la iniciativa.

Se encuentra la comunidad del cantón Los Naranjos, la cual es la que más frecuenta las pilas, en el camino hacia las pilas se puede encontrar también pastando el ganado de algunos habitantes del



Infraestructura turística con la que cuenta.

Actualmente no cuenta con infraestructura para prestar el servicio turístico, aunque algunos esfuerzos de los habitantes han permitido cercar los caminos más peligrosos en el recorrido hacia las pilas. Al llegar al lugar se puede observar que se ha modificado parte

del suelo a las orillas de las pozas, para elaborar cocinas con piedras y leña, también para colocar mantas, etc.



Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.



Se puede practicar el senderismo ya que para llegar se debe caminar alrededor de 20 minutos, también se puede apreciar el paisaje que brindan las colinas, al llegar a las pozas, las personas pueden darse un refrescante baño, preparar alimentos en las cocinas improvisadas, y tener un momento de relajación escuchando solamente la caída de las cascada.

Otra actividad que realizan las personas que frecuentan las pilas, es la instalación de un lazo en un árbol para balancearse y caer en la "canoa" (que es de la más ideal por su profundidad).

Administración del lugar.

Las pilas no tienen administración privada, es un área en la que las personas pueden visitarla sin restricción alguna, los esfuerzos deben enfocarse a delimitar las zonas para seguridad de los turistas, que será responsabilidad de la entidad que ejecute la iniciativa dentro del plan de desarrollo para el municipio.



1.4.1.11. CEMENTERIO INUNDADO

Ubicación de la iniciativa.

A 2.5 km del casco urbano de San Luis del Carmen se encuentra el cementerio de lo que fue el cantón San Juan de San Luis del Carmen, se puede llegar en vehículo hasta la orilla del lago por el cantón Los Naranjos, luego se puede llegar caminando si el nivel de agua del embalse es bajo, de lo contrario su vía de acceso es en lancha.



Señalización turística con la que cuenta.

La señalización que existió del cantón San Juan ha desaparecido por completo, inclusive la naturaleza ha reclamado la zona donde se ubicaba el cantón ya que no quedan rastros de lo que fue. Este tipo de iniciativas deben ser señalizadas desde el casco urbano, brindando la información pertinente ya que las tumbas aun visibles pertenecen a habitantes del cantón inundado.

Aspectos históricos que destacan en el lugar de la iniciativa.

Lo más relevante del cementerio es que al encontrarse en una zona periférica al cantón no se cubrió por completo con la inundación del municipio por la creación de la presa Cerrón Grande, por lo que aún se pueden ver algunas de las tumbas.

Las personas que migraron del cantón San Juan a los demás de San Luis del Carmen, manifiestan que pocos años después de la inundación, se podía ver uno que otro cuerpo flotando por el lago hasta llegar al río Lempa. Inclusive hoy en día se dice que con las

tormentas fuertes y un nivel bajo de embalse, se desprende otro cuerpo del cementerio.



Comunidades dentro de la iniciativa.

Hoy en día no cuenta con comunidades aledañas, la más cercana es la del cantón Los Naranjos aproximadamente a 700m del cementerio inundado, sin embargo los pobladores para cruzar hasta el municipio de Potonico, deben pasar en las cercanías de la zona.



Infraestructura turística con la que cuenta.

La zona se encuentra intacta desde la inundación, el agua arrasó con las pocas casas de la zona, hasta el momento no se ha modificado, ni se ha construido ningún tipo de infraestructura.

Actividades que se pueden realizar dentro de la iniciativa.

En primer lugar esta las caminatas que se pueden realizar a las orillas del lago hasta llegar al cementerio, también se dan paseos en canoa por parte de los habitantes a las personas que lo solicitan. Por otro lado es una vía de acceso para llegar al bosque Los Naranjos y a las pilas (pozas).



Administración del lugar.

El cementerio sigue siendo jurisdicción de la alcaldía de San Luis del Carmen, sin embargo, no se cuenta con un plan o proyecto a realizar en la zona, por lo que se podría decir que está a la deriva.

Otros atractivos de valor agregado a la iniciativa.

Se pueden realizar cabalgatas a las orillas del lago, así como también realizar actividades de pesca de tilapia con el apoyo de los habitantes de Lo Naranjos que suelen pescar en la zona, los esfuerzos en esta iniciativa se deben enfocar en beneficiar a la comunidad, brindado también un servicio de calidad a los turistas, por lo que se considera establecer alianzas con los habitantes de la zona, para brindar estos servicios extra de cabalgatas y pesca.



**1.4.1.12. REQUERIMIENTO DE CADA INICIATIVA
TURÍSTICA PRIORIZADA**

| CASCO URBANO, SAN LUIS DEL CARMEN | |
|--|--|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Remodelar la estética del municipio ➤ Kioscos para comercialización de productos artesanales del lugar. ➤ Nuevas actividades de entretenimiento | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Matizar muros y paredes de la infraestructura del casco urbano ✓ Planificar y programar actividades de diversión ✓ Habilitar los kioscos de la plaza del casco urbano. ✓ Gestionar financiamiento |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización de todos los atractivos | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señales para las rutas fuera y dentro del casco urbano. |
| Conocimiento | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación en el área de atención al turista y buenas prácticas de turismo ➤ Capacitación para administración y organización de negocios de turismo. ➤ Conocimientos de manejo de grupos de turistas con guías informativos | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar capacitaciones en las áreas requeridas |

| Promoción y Publicidad | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del municipio a nivel nacional. ➤ Señalización externa para llegar al lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción a nivel nacional y participar en eventos turísticos, por ejemplo, pueblos vivos. ✓ Elaborar banners y brochure informativos del lugar |
| Organización | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación en planes de tour operadores regionales y nacionales. ➤ Administración de los recursos del casco | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de un SI que permita llevar un registro de la afluencia turística ✓ Creación de una estructura organizativa encargada de turismo ✓ Establecer normas de integración de las asociaciones y cooperativas con la alcaldía |
| Gestión | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros para la adecuación del lugar para la prestación de servicios de tipo turísticos. ➤ Apoyo de la POLITUR para brindar seguridad a los visitantes del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Actividades de gestión con diferentes entidades que permita el apoyo en las áreas requeridas. |
| Oferta Turística | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita un flujo regular de visitantes ➤ Una planificación de actividades para el turismo y para la comercialización de productos artesanales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conceptualización de un producto turístico a ofertar y sus características ✓ Crear paquetes turísticos y establecer la planificación de prestación de servicios |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos operativos o de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar modelos de procesos de servicios ✓ Establecer un sistema de indicadores para determinar el desempeño del funcionamiento del sitio |
| Otros | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor participación de la comunidad del municipio en las actividades turísticas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear una estructura que permita el apoyo a la creación de nuevas MYPES |

Tabla 31. Requerimientos de la iniciativa: CASCO URBANO, SAN LUIS DEL CARMEN

| PIEDRA TALLADA EL PITAL | |
|---|--|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adecuar caminos para llegar al lugar ➤ Bancas para descanso ➤ Delimitar zonas para el turista | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos, bancas para la zona |

| | |
|--|--|
| ➤ Señalización externa e interna | ✓ Elaborar señales que guíen hasta el lugar |
| ➤ Vías de acceso en buen estado | ✓ Gestionar mantenimiento y mejoras para las vías de acceso al lugar |
| Conocimiento | |
| ➤ Guías turísticos capacitados ➤ Formación en buenas prácticas de turismo. ➤ Adecuado manejo de grupos de personas | ✓ Brindar capacitaciones en temas relacionados al fortalecimiento del recurso humano |
| Promoción y Publicidad | |
| ➤ Investigar a profundidad la historia de las piedras para remitir la información al turista ➤ Promoción del lugar a nivel local y regional | ✓ Campañas de promoción a nivel municipal y participar en eventos turísticos. ✓ Colocación de banners en el caso urbano informativos del lugar ✓ Elaborar souvenir relacionados con el lugar |
| Organización | |
| ➤ Una entidad que se encargue de la administración de la iniciativa | ✓ Definir la estructura organizativa que administrara el lugar ✓ Establecer la normativa para la integración a estrategias turísticas municipales |
| Gestión | |
| ➤ Recursos financieros para la adecuación del lugar ➤ Seguridad a los visitantes de las piedras | ✓ Establecer modelos para la obtención de financiamiento para realizar inversiones en el lugar ✓ Coordinar con la alcaldía el manejo de personal de seguridad en el lugar |
| Oferta Turística | |
| ➤ Realizar procesos operativos y de servicio adecuados | ✓ Diseñar modelos de procesos del servicio ✓ Establecer un sistema de indicadores para el desempeño del lugar. |
| ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que permita mejorar el flujo actual de visitantes | ✓ Definir actividades que se puedan realizar en el lugar ✓ Integrar la iniciativa a un circuito turístico |
| Otros | |
| ➤ Mayor participación de la comunidad de El Pital en la iniciativa | ✓ Apoyar en la creación de MYPES en la zona |

Tabla 32. Requerimientos de la iniciativa: PIEDRA TALLADA EL PITAL

| BOSQUE LOS NARANJOS | |
|---|---|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Áreas de uso bien delimitadas ➤ Área de camping adecuada ➤ Bancas de descanso ➤ Kiosco para actividades turísticas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos, bancas y áreas de camping ✓ Gestionar financiamiento ✓ Adecuar la zona delimitando la extensión del bosque en la que se prestara el servicio turístico |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización externa e interna | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señales para llegar al lugar |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vías de acceso en buen estado | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar mantenimiento y mejoras para las vías de acceso al lugar |
| Conocimiento | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación en la creación en nuevos atractivos ➤ Administración del sitio y su cuerpo de agua | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar capacitaciones para el recurso humano |
| Promoción y Publicidad | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colocación de banners informativos del lugar. ✓ Campañas de promoción del bosque a nivel municipal |
| Organización | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ ADESCO de Los Naranjos coordine la iniciática con la alcaldía ➤ Unidad que administre el lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer la unidad a encargarse de la administración del lugar ✓ Creación de SI que permita el registro y control de los visitantes |
| Gestión | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros para la adecuación del lugar. ➤ Seguridad 24 horas para los visitantes del bosque | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos para obtener financiamiento de la inversión del lugar ✓ Coordinar con la alcaldía para brindar seguridad las 24 horas cuando se tengas visitantes |
| Oferta Turística | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir las actividades que se pueden realizar en el bosque ✓ Integrar la iniciativa a un ruta turística como un servicio complementario de alojamiento |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Procesos operativos o de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar los modelos de procesos de servicios en el bosque ✓ Establecer un sistema de indicadores que mida el desempeño del lugar |
| Otros | |

| | |
|--|---|
| ➤ Mayor participación de la comunidad en las actividades relacionadas al turismo | ✓ Integrar a los habitantes de Los Naranjos en la iniciativa con la creación de MYPES |
|--|---|

Tabla 33. Requerimientos de la iniciativa: BOSQUE LOS NARANJOS

| MIRADOR ISLA DE CRISTO | |
|--|---|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adecuación de mirador y bancas ➤ Nuevas actividades de entretenimiento ➤ Remodelación de la zona de embarcación para el restaurante flotante | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilitar kiosco del mirador ✓ Construir caminos seguros para embarcar a los visitantes del restaurante ✓ Gestionar financiamiento |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización de externa e interna | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Instalar señales en el casco urbano y dentro de la zona de la iniciativa para guiar al turista las zonas de embarcación |
| Conocimiento | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimientos de administración para propietarios de la iniciativa ➤ Formación en atención al cliente y BPT ➤ Técnicas para la diversificación de productos del restaurante, coste y comercialización ➤ Capacitación en manejo de los alimentos e inocuidad | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar capacitaciones en la áreas requeridas |
| Promoción y Publicidad | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional ➤ Señales informativas de la ubicación y atractivos del lugar específicamente en Suchitoto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción a nivel nacional y participar en eventos turísticos. ✓ Establecer alianzas con la asociación de lancheros del puerto san juan, para rutas turísticas ✓ Elaborar señales publicitarias en el puerto san juan y otros sitios que capten la atención del turista. |
| Organización | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación de la estructura de la cooperativa ALTINA, a nivel regional ➤ Desarrollo en conjunto con las municipalidades de Azacualpa y San Francisco Lempa para promocionar el turismo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de un SI para el registro y control de los visitantes ✓ Creación de formatos para el manejo de datos del restaurante flotante ✓ Descentralizar la administración del restaurante con la administración de la cooperativa ALTINA |

| Gestión | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros para la adecuación del mirador y remodelación del restaurante ➤ Seguridad de los visitantes ➤ Alianzas estratégicas con entidades externas al municipio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plantear modelos de financiamiento para las inversiones requeridas ✓ Integrar la iniciativa a proyectos regionales ✓ Coordinar con POLITUR la seguridad de los visitantes. |
| Oferta Turística | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas. ➤ Planificación de actividades para el turismo y para la comercialización de productos relacionados con la pesca de tilapias | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estructurar circuitos turísticos donde se incluya la iniciativa. ✓ Contar con un pronóstico de venta de la prestación de servicios. |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos operativos adecuados para la prestación de los servicios | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar los modelos de los procesos relacionados al mirador y al restaurante flotante ✓ Establecer un sistema de indicadores que determine el desempeño de sitio. |
| Otros | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor participación de la comuna y cooperativa en actividades turísticas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Permitir la creación de MYPES independientes de la estructura de la cooperativa |

Tabla 34. Requerimientos de la iniciativa: MIRADOR ISLA DE CRISTO

| EL FARO | |
|---|--|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Áreas de descanso y para servicio alimenticio apropiadas ➤ Equipamiento propicio del bar del restaurante y del ferry la Luna | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adecuación de las áreas de restaurante y bar ✓ Remodelación del ferry la luna para prestar servicios de entretenimiento ✓ Gestionar financiamiento |
| Conocimiento | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitación en áreas de Administración y organización de negocios de turismo para restaurantes y hostel de la isla. ➤ Formación en el área de atención al cliente y buenas prácticas ➤ Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas e inocuidad. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de capacitaciones en las áreas requeridas |
| Promoción y Publicidad | |

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel regional y nacional ➤ Señales dentro y fuera del municipio para llegar al lugar. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción a nivel nacional y participar en eventos turísticos ✓ Organizar actividades municipales en el restaurante ✓ Elaboración de señales ✓ Colocación de banners informativos del lugar en el ferry La Luna ✓ Realizar rutas turísticas en el ferry con destino al restaurante el Faro |
| Organización | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación del propietario del restaurante con la alcaldía ➤ Administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de un SI para el registro y control de los visitantes del restaurante y usuarios del ferry ✓ Creación de formatos para el manejo de datos del restaurante flotante |
| Gestión | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros para mejoramiento del ferry ➤ Alianzas con la asociación del puerto san juan | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Actividades de gestión que permita el apoyo en las áreas requeridas |
| Oferta Turística | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas. ➤ Una Planificación de actividades para el turismo y para la comercialización de servicios relacionados con el ferry | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear paquetes turísticos con diferentes destinos en el municipio y establecer la planificación de la prestación de los servicios ✓ Diversificar los servicios del ferry para la organización de eventos sociales |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Procesos operativos o de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar los modelos de los procesos relacionados al mirador y al restaurante flotante ✓ Establecer un sistema de indicadores que determine el desempeño de sitio. |
| Otros | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alianzas con la cooperativa ALTINA y ADESCOS del municipio para la integración conjunta de los servicios turísticos | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear una estructura municipal que organice y direcciones las entidades que impulsen iniciativas turísticas |

Tabla 35. Requerimientos de la iniciativa: EL FARO

| ISLA DEL ERMITAÑO, CERRO LA VIRGEN | |
|---|---|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Senderos y caminos delimitados para el turista ➤ Área de camping adecuada ➤ Áreas para descanso como bancas y mesas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de senderos, bancas, mesas y kioscos para actividades de ocio ✓ Gestionar la obtención de financiamiento |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantenimiento de la cueva y sus alrededores | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Planes de mto. para resguardar los recursos y atractivos de la cueva del ermitaño |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización interna y externa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señales para llegar al lugar indicando los lancheros que realizan los viajes, así como señalar dentro de la isla los diferentes atractivos |
| Conocimiento | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitación en administración y organización de negocios turísticos ➤ Capacitación para los lancheros como guías turísticas ➤ Formación en la preservación de los recursos naturales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar capacitación en las diferentes áreas requeridas |
| Promoción y Publicidad | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colocación de banners informativos de la cueva y del cerro la virgen ✓ Realizar campañas de promoción y participar en eventos turísticos |
| Organización | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar la estructura organizativa encargada de administrar el lugar ✓ Creación de un SI para el control de los viajes en lancha realizados |
| Gestión | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros para la adecuación de la isla ➤ Brindar seguridad a los visitantes | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos financieros para la obtención de recursos para la inversión ✓ Coordinar con la alcaldía y las diferentes entidades que hacen uso de la isla para fines turísticos, la seguridad de los visitantes |
| Oferta Turística | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Integración a una oferta turística consolidada que permita mejorar el flujo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear paquetes turísticos que incluyan la iniciativa, planificando actividades |

| | |
|--|--|
| de visitantes ➤ Planificación para las actividades de turismo relacionados con el rescate y preservación de la historia | relacionadas con los atractivos del lugar. |
| ➤ Procesos operativos o de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar modelos de procesos para la prestación de servicios turístico en la zona ✓ Establecer un sistema de indicadores que permita determinar el desempeño del lugar |

Tabla 36. Requerimientos de la iniciativa: ISLA DEL ERMITAÑO, CERRO LA VIRGEN

| ISLA LOS PAJAROS | |
|--|---|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| ➤ Senderos | ✓ Construcción de caminos y senderos propiamente delimitados para la seguridad del turista. |
| ➤ Delimitación de la zona para el turista | |
| ➤ Zona de camping | |
| ➤ Señalización respectiva interna y externa | ✓ Elaborar señalización |
| Conocimiento | |
| ➤ Formación en atención al cliente y buenas prácticas de turismo | ✓ Gestión de capacitación para la formación del recurso humano |
| ➤ Formación en la preservación de la fauna de la zona | |
| Promoción y Publicidad | |
| ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción a nivel nacional sobre las especies que habitan ✓ Participar en eventos turísticos |
| ➤ Señales informativas de los atractivos del lugar | |
| Organización | |
| ➤ Administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar una estructura organizativa para administrar la isla ✓ Creación de un SI para el control de los viajes en lancha realizados |
| Gestión | |
| ➤ Recursos financieros para la adecuación de la isla. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos para obtener financiamiento que permita la correcta inversión en el lugar. ✓ Coordinar con las alcaldías la seguridad de la zona, así como la protección de las especies. |
| ➤ Seguridad para los visitantes | |
| ➤ Seguridad para la fauna de la isla | |
| Oferta Turística | |
| ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que diversifique las | ✓ Estructurar rutas turísticas que incluya la isla entre otras. |

| | |
|--|---|
| <p>actividades a realizar y mejora la afluencia de turistas.</p> <p>➤ Planificar actividades que fomenten la conservación de la fauna y ecosistemas.</p> | <p>✓ Contar con un pronóstico de ventas y prestación de servicios para la planificación de las actividades</p> |
| <p>➤ Realizar procesos de operativos en la prestación de servicios adecuados.</p> | <p>✓ Diseñar los modelos de procesos de la prestación de los servicios en la isla.</p> <p>✓ Establecer un sistema de indicadores que mida el desempeño de la iniciativa</p> |
| Otros | |
| <p>➤ Establecer vínculos con entidades relacionadas a la protección de especies animales</p> | <p>✓ Dar prioridad en la iniciativa a la conservación de la fauna de la isla</p> |

Tabla 37. Requerimientos de la iniciativa: ISLA LOS PAJAROS

| ISLA DEL BURRO | |
|---|---|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <p>➤ Caminos y senderos para los visitantes.</p> <p>➤ Adaptación de una entrada accesible todo el año</p> <p>➤ Zona de recreación y descanso</p> | <p>✓ Construcción de caminos delimitados para los turistas, adaptación de zonas para ocio y modificar la zona donde se desembarca para que se pueda visitar la isla durante todo el año</p> |
| <p>➤ Señalización tanto en el municipio como en la isla para la ubicación de los visitantes</p> | <p>✓ Elaboración de señales informativas</p> |
| Conocimiento | |
| <p>➤ Atención al cliente y buenas prácticas de turismo</p> <p>➤ Capacitar en primeros auxilios y situaciones de emergencia a los guías de las islas</p> | <p>✓ Gestionar capacitaciones en las áreas requeridas para el recurso humano</p> |
| Promoción y Publicidad | |
| <p>➤ Promoción de la isla a nivel local</p> <p>➤ Difundir información acerca de los atractivos del lugar</p> | <p>✓ Realizar campañas de promoción de la isla, participando en diferentes eventos turísticos</p> <p>✓ Elaborar banners y brochure informativos de la isla</p> |
| Organización | |
| <p>➤ Organización conjunta con la asociación de lancheros del puerto san juan</p> | <p>✓ Establecer normativas para organizar actividades conjuntas con la asociación de lancheros</p> |
| <p>➤ Administración de la isla</p> | <p>✓ Diseñar una estructura que permita la correcta administración de la iniciativa</p> <p>✓ Crear un SI que registre y controle a</p> |

| | |
|---|--|
| | afluencia de visitantes y viajes en lancha |
| Gestión | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros junto con la asociación de lancheros para la adecuación de la isla ➤ Seguridad para la turistas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos para obtener recursos económicos que brinden la inversión requerida ✓ Coordinar con la asociación la seguridad de la isla |
| Oferta Turística | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertenecer a una oferta turística consolidada que diversifique las actividades a realizar y mejora la afluencia de turistas. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estructurar rutas turísticas que incluya la isla entre otras. ✓ Contar con un pronóstico de ventas y prestación de servicios para la planificación de las actividades |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos de operativos en la prestación de servicios adecuados. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar los modelos de procesos de la prestación de los servicios en la isla. ✓ Establecer un sistema de indicadores que mida el desempeño de la iniciativa |
| Otros | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alianzas con organizaciones de Suchitoto para ofrecer servicios turísticos en conjunto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Integrar un plan que demuestre el beneficio de trabajar en conjunto organizaciones de los municipios |

Tabla 38. Requerimientos de la iniciativa: ISLA DEL BURRO

| CERRO LA MESA | |
|--|--|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Caminos y senderos seguros para el turista ➤ Bancas y mesas en la cima del cerro así como zonas de recreación ➤ Señalización interna y externa del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de senderos, caminos y sitios de recreación y ocio para los visitantes ✓ Elaborar señales para orientar a los visitantes |
| Conocimiento | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención al cliente y buenas prácticas de turismo ➤ Primeros auxilios y situaciones de emergencia | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar capacitación para en recurso humano en las áreas requeridos ✓ Formación para MYPES turísticas |
| Promoción y Publicidad | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del cerro a nivel local y nacional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Participar en eventos turísticos para dar a conocer los atractivos del cerro ✓ Elaborar banners publicitarios del cerro |
| Organización | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar una estructura organizativa que permita la correcta administración del |

| | |
|---|--|
| | <p>cerro</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incluir micro negocios en la cima del cerro que promuevan el desarrollo municipal |
| Gestión | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros para la adecuación del lugar que permita la prestación de servicios turísticos ➤ Incentivar a la comunidad para invertir en el cerro con micro negocios en el cerro | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer normativas para la integración de la asociación de mujeres a la iniciativa ✓ Establecer modelos para la obtención de financiamiento para la inversión requerida |
| Oferta Turística | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que permita mejorar el flujo actual de los visitantes ➤ Incluir a los habitantes del municipio para ofrecer una oferta diversificada | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir actividades que se puedan realizar ✓ Integrar la iniciativa a un circuito turístico ✓ Importar negocios del casco urbano y demás cantones a la iniciativa. |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos operativos o de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar modelos de los procesos de servicio turístico ✓ Establecer un sistema de indicadores que permita medir el desempeño del lugar |
| Otros | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Incluir como actores principales a la comunidad de San Luis del Carmen | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Integrar en el plan de desarrollo a pequeños negocios del municipio para su participación activa en la iniciativa |

Tabla 39. Requerimientos de la iniciativa: CERRO LA MESA

| LAS PILAS | |
|---|--|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Senderos y caminos adecuados ➤ Área de picnic ➤ Bancas y zonas de descanso | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos, senderos, bancas y mesas. ✓ Adecuación del lugar para picnic |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización desde el casco urbano hasta las pilas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración de señales para ubicar a los visitantes |
| Conocimiento | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Guías turísticos capacitados en atención al cliente y primeros auxilios ➤ Formación en la creación de nuevos atractivos ➤ Buenas prácticas de turismo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar capacitaciones en las áreas requeridas |
| Promoción y Publicidad | |

| | |
|---|--|
| ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Campañas de promoción así como participación en eventos turísticos ✓ Organización de eventos culturales, sociales, entre otros, en el cerro ✓ Elaborar banners informativos sobre los atractivos del lugar |
| Organización | |
| ➤ Asociaciones y cooperativas se interrelaciones para la administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer vínculos con la asociación de mujeres y ADESCOS del municipio para administrar en conjunto la iniciativa ✓ Diseñar una estructura organizativa para la correcta administración del lugar |
| Gestión | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros para la adecuación de la zona tanto los caminos y senderos como la cima del cerro ➤ Recurso humano dispuesto a invertir en pequeñas iniciativas económicas dentro de la iniciativa del cerro ➤ Seguridad para los visitantes | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos para obtener financiamiento sobre la inversión requerida ✓ Coordinar alcaldía con PNC la seguridad de la zona |
| Oferta Turística | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertener a una oferta consolidada que permita mejorar la afluencia de visitantes ➤ Diversidad de actividades | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir las actividades que se pueden realizar en la zona ✓ Crear circuitos turísticos que integren a la iniciativa ✓ Definir los micro negocios más favorables a llevar a cabo en la zona |
| ➤ Realizar procesos de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar modelos para la prestación de servicios ✓ Establecer un sistema de indicadores para medir el desempeño de la zona |
| Otros | |
| ➤ Mayor participación de los habitantes de la comunidad en actividades turísticas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear una estructura abierta que permita la creación de nuevas MYPES |

Tabla 40. Requerimientos de la iniciativa: LAS PILAS

| CEMENTERIO INUNDADO | |
|--|--|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION |
| Físicos | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Caminos para llegar al lugar ➤ Bancas y zonas de picnic para descanso | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos seguros para llegar al cementerio, así como bancas y |

| | |
|---|---|
| y recreación | mesas para ocio |
| ➤ Señalización adecuada tanto interna como externa | ✓ Elaborar señales en el lugar de la iniciativa y en el casco urbano |
| Conocimiento | |
| ➤ Formación en atención al cliente y buenas prácticas de turismo ➤ Conocimiento acerca de la historia y eventos que llevaron al cantón San Juan a hundirse | ✓ Gestión de capacitación para los guías turísticos en las áreas requeridas |
| Promoción y Publicidad | |
| ➤ Promoción del lugar a nivel local ➤ Señales informativas acerca del lugar | ✓ Realizar campañas de promoción y participar en eventos turísticos a nivel regional ✓ Elaborar banners informativos acerca de la historia del municipio y sus cambios con el tiempo |
| Organización | |
| ➤ Administración del lugar | ✓ Establecer una estructura organizativa para la administración y conservación |
| Gestión | |
| ➤ Recursos financieros para la adecuación de los caminos para llegar al lugar | ✓ Establecer modelos de financiamiento para la inversión en la iniciativa |
| Oferta Turística | |
| ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que diversifique las actividades a realizar y mejora la afluencia de turistas. | ✓ Estructurar rutas turísticas que incluya el cementerio entre otros. |
| ➤ Realizar procesos de operativos en la prestación de servicios adecuados. | ✓ Diseñar los modelos de procesos de la prestación de los servicios en la zona ✓ Establecer un sistema de indicadores que mida el desempeño de la iniciativa |

Tabla 41. Requerimientos de la iniciativa: CEMENTERIO INUNDADO

1.4.2.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Se ha considerado como servicios complementarios a aquellos lugares que ofrecen el servicio de alojamiento y gastronomía. Se presenta una lista de los lugares disponibles por cada uno de los cantones del municipio donde se ubican las iniciativas priorizadas.

Alojamiento

| Cantón | Lugar de Hospedaje | Estado |
|--------------|--------------------|------------------------------|
| Los Naranjos | Los Naranjos | En construcción |
| Santa Cruz | Hostal Flotante | En gestión de financiamiento |
| El Pital | No tiene | --- |
| Casco Urbano | La Cima | Abandonado |

Tabla 42. Información de servicio de alojamiento en el municipio

Gastronomía

| Cantón | Lugar para comer | Estado |
|--------------|---------------------------|-------------------|
| Los Naranjos | No tiene | --- |
| Santa Cruz | Restaurante Flotante | En funcionamiento |
| El Pital | No tiene | --- |
| Casco Urbano | Plaza San Luis del Carmen | En funcionamiento |
| | El Faro | En funcionamiento |

Tabla 43. Información de servicio de gastronomía en el municipio

1.4.3.ANÁLISIS DE SITUACIÓN ACTUAL DE LAS INICIATIVAS PRIORIZADAS

Se ha realizado un levantamiento de la información de las once iniciativas turísticas priorizadas. Para lo cual se realizaron visitas a cada una de ellas, con lo que fueron identificadas una serie de dificultades que se relacionan, de manera general, con los siguientes puntos:

- La administración u organización de los sitios
- Canales de promoción y publicidad
- Las vías de acceso
- La infraestructura turística
- Señalización
- Flujo turístico
- Inversión Financiera

SISTEMA ADMINISTRATIVO U ORGANIZATIVO

Son muy pocas las iniciativas que cuentan con una administración formal sea privada o de cooperativas y asociaciones, la mayoría de ellas requieren de la creación o asignación a una entidad ya conformada para su administración. Por el momento no existen convenios para trabajar en conjunto encabezado por la junta directiva de turismo de la alcaldía, lo cual debilita la coordinación de visitas turísticas. El nivel de integración de las iniciativas incluso de aquellas que se encuentran en el mismo cantón es muy bajo.

CANALES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La manera más adecuada en la que las iniciativas pueden promocionarse hacia sus mercados objetivos es en las ferias gastronómicas o eventos socio-culturales de los pueblos aledaños, ya que reúne a personas tanto de municipios cercanos como de las zonas más urbanas, también se puede realizar por medio de brochure y afiches colocados en la alcaldía y casas comunales

LAS VÍAS DE ACCESO

En cuanto a las vías de acceso, un 72% (8/11) de los lugares necesita mejorar las calles que permiten tener acceso a los sitios ya que se encuentran dañadas y el mantenimiento es poco, para el turismo una carretera en buen estado es vital. También los accesos por vía acuática, requieren de mejoras en las áreas de embarcación y desembarcación, ya que en la mayoría de lugares se utilizan áreas improvisadas que con los cambios del nivel del embalse se ven afectadas.

En cuanto a los senderos, estos no están delimitados exactamente, el mantenimiento que reciben es únicamente el que dan los pobladores o habitantes de la zona. Necesitan ser señalizados, para seguridad de los visitantes y de los habitantes, para que no se les invada propiedad privada.

LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

En cuanto al tema de infraestructura solamente el 27% (3/11) cuenta con infraestructura adecuada para la prestación de servicios turísticos, que solo requieren pequeñas modificaciones y/o adecuaciones. Se requiere de la construcción de áreas de descanso, zonas de camping, picnic y otras para la recreación y ocio de los visitantes.

SEÑALIZACIÓN

Debido al bajo desarrollo en turismo del municipio, no existe señalización alguna que ubiquen a San Luis del Carmen como un destino turístico (señalización azul, comúnmente utilizada en El Salvador). Ninguna de las islas con potencial turístico cuenta con información sobre sus atractivos, ni la ubicación en la que se encuentran, solamente las personas que brindan los paseos conocen sus ubicaciones.

FLUJO TURÍSTICO

Debido a que la promoción y publicidad que tiene cada iniciativa es muy poca o nula, ya que se limita a nivel local en su gran mayoría, el flujo turístico que se presenta es baja. Sin embargo, existe un gran potencial en las iniciativas para desarrollar actividades rurales con la prestación de servicios de la comunidad que diversifiquen la oferta, buscando la integración en proyectos a nivel nacional como la Ruta de Pueblo Festivos impulsada por FOMILENIO II, para ello se debe desarrollar a nivel municipal en cada uno de sus cantones.

INVERSIÓN FINANCIERA

Las iniciativas que tienen un grado de avance apto para prestar servicios turísticos como el restaurante El Faro y El Flotante provienen de fondos propios, sin embargo la alcaldía municipal con su reciente formada Junta Directiva de Turismo, apoyara con la gestión y otorgamiento de fondos las iniciativas que benefician a la comunidad tanto para los habitantes como para dar a conocer el municipio a nivel nacional.

1.5. ANÁLISIS DE MERCADO

1.5.1. MERCADO CONSUMIDOR

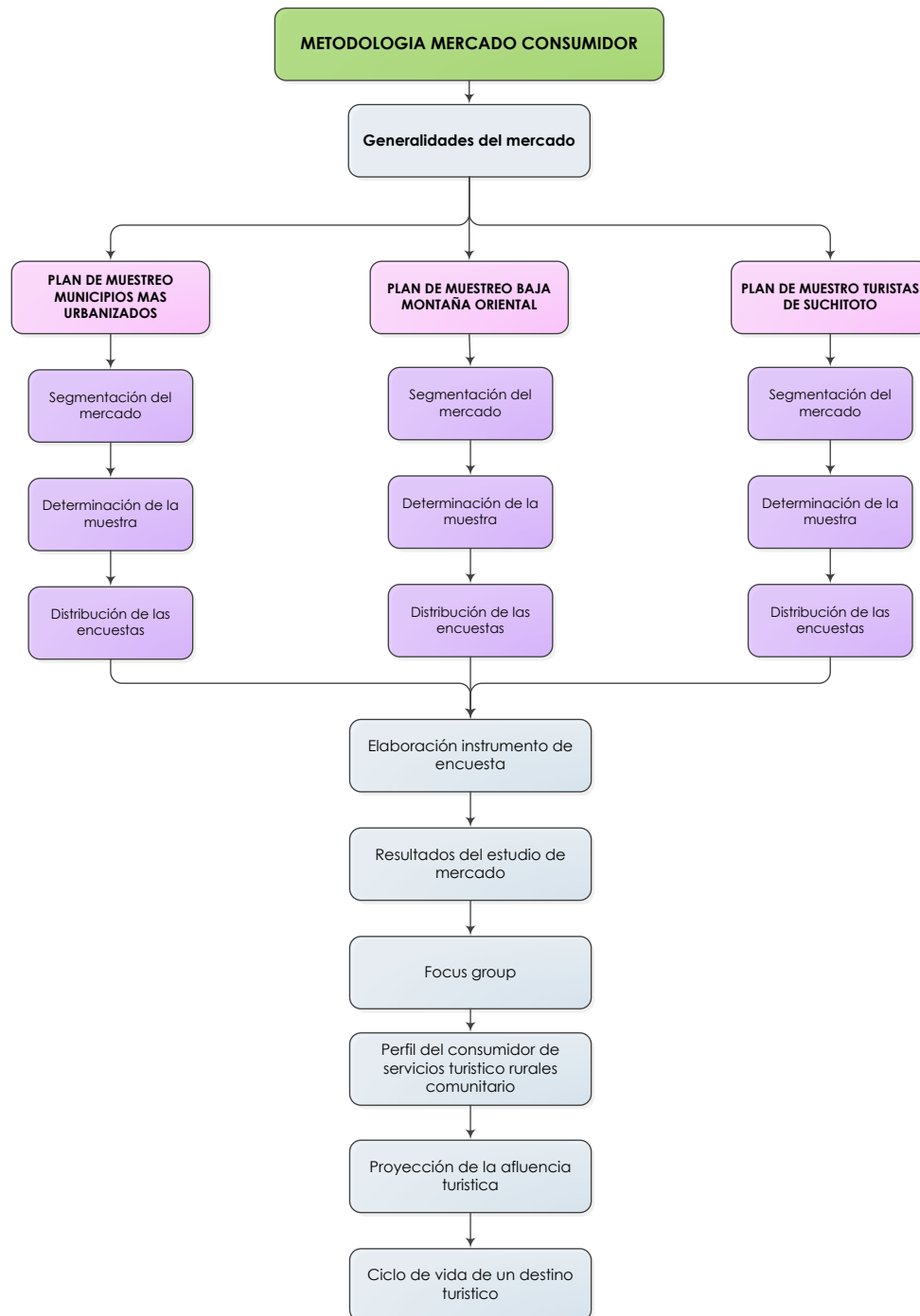


Ilustración 7. Metodología mercado consumidor

1.5.1.1. GENERALIDADES MERCADO CONSUMIDOR

Un mercado surge por la existencia de un producto, en este caso los servicios turísticos, que son ofrecidos en forma diferenciada por una diversidad de agentes económicos y son demandados por un grupo heterogéneo que integra la demanda turística.

El mercado turístico tiene una oferta y una demanda. Por una parte, la oferta es la producción turística y por otra parte la demanda es el consumo de los servicios turísticos.

A diferencia del mercado de bienes consumibles, el mercado del turismo rural comunitario tienen los elementos específicos siguientes:

- El lugar de la oferta es el mismo lugar del consumo, pero puede ser distinto del lugar de la demanda.
- La oferta del turismo es el resultado de una imagen mental que el consumidor potencial (el turista) tiene a través de información recibida directa o indirectamente.
- La oferta turística no es flexible, lo que significa que no es elástica ni en tiempo ni en espacio y no puede ser almacenada ni transformada.
- La demanda del turismo es muy elástica y está bajo una dinámica permanente generada por varios factores de naturaleza: económica, social y circunstancial.
- Esto se dirige, momentáneamente, a un segmento de mercado restringido (nicho de mercado) y que llega a los consumidores de productos y servicios turísticos.

En contraste con el mercado de bienes, el mercado turístico, vende servicios y productos con un alto grado de abstracción, productos y servicios relativamente "invisibles" que pueden ser cuantitativa y cualitativamente estimados solamente de forma parcial e indirecta.

Entre las características propias de un servicio turístico que permiten diferenciarlo de un bien aparecen:

- La intangibilidad (un servicio no puede verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra).
- La heterogeneidad (dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales).
- La inseparabilidad (la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos).
- La perecibilidad (un servicio no se puede almacenar).
- La ausencia de propiedad (los compradores de un servicio adquieren el derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo).

En realidad el mercado turístico rural comunitario debe ser visto como una relación de cambio permanente entre la demanda y la oferta turística. El éxito del equilibrio de las dos partes será la consecuencia indirecta de la segmentación permanente del mercado.

Para la realización del estudio, se recurrió a dos fuentes de información: las primarias, que consisten básicamente en investigación de campo por medio de encuestas y otros métodos como la observación directa, y las secundarias que consisten en toda la información documentada que guarda relación con el tema de servicios turísticos y turismo rural comunitario, como por ejemplo estudios anteriores, información en internet, libros y artículos entre otros.

INVESTIGACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS

Para la obtención de la información de fuentes primarias se utilizó la encuesta y la entrevista.

Encuestas: La información que se requiere de los consumidores está orientada a sus hábitos, preferencias, gustos, frecuencias para hacer turismo, precios que paga en cada visita a lugares turísticos, veces que asiste, días que se hospeda por visita, expectativas, y todos los aspectos relevantes que los clientes consideran al momento de adquirir un servicio turístico rural comunitario y la disponibilidad que presentan para comprar un nuevo concepto de servicio turístico una vez este en el mercado.

Con este instrumento también se pretende recolectar información importante sobre los "usuarios potenciales" es decir personal que aún no han experimentado una experiencia de turismo rural comunitario, que es importante conocer las razones por las cuales las personas no hacen uso de estos servicios y que disponibilidad presentan a comprar los servicios si dichas circunstancias cambian o mejoran.

El mercado encuestado es: **Personas individuales**

INVESTIGACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias consultadas para la realización del estudio de mercado son:

- VI Censo de población y vivienda 2007 (Población, Viviendas y Hogares).
- Directorio de establecimientos de la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC).
- Mapa de Pobreza: Tomo II. Indicadores para el manejo social del riesgo a nivel municipal. 2005 FISDL
- MAPA DE POBREZA URBANA Y EXCLUSIÓN SOCIAL. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Programa El Salvador, Ministerio de Economía (MINEC), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) San Salvador, El Salvador, 2010.

1.5.1.2. PLAN DE MUESTREO.

Se realizaron planes de muestro, uno a nivel nacional (con criterios de segmentación), y otro para los municipios de la baja montaña oriental en Chalatenango y uno especialmente para los turistas que visitan Suchitoto.

PLAN DE MUESTREO: MUNICIPIOS MÁS URBANÍSTICOS

Determinación de la muestra

- **Personas de 15 -80 años:** de los departamentos más urbanizados del país que son San Salvador (93.4%), La Libertad (70.1%), Santa Ana (63.5%), Sonsonate (59.5%) y San Miguel con (50.6%), de cada departamento se escogió aquellos municipios con el porcentaje urbanístico más grande por departamento, los datos fueron obtenidos del VI CENSO DE EL SALVADOR DEL AÑO 2007. Ante la lejanía del lugar solo se consideran los municipios que pertenecen al área metropolitana de San Salvador

| DEPARTAMENTO | MUNICIPIO | POBLACION ENTRE 15-80 AÑOS ⁴² |
|---------------------|-------------------|---|
| La Libertad | Santa Tecla | 73,806 |
| | Antiguo Cuscatlán | 22,851 |
| San Salvador | San Salvador | 218,810 |
| | Mejicanos | 97,433 |
| | Soyapango | 167,109 |
| TOTAL | | 580,009 |

Tabla 44. Población urbana por municipio.

Tomando a consideración que en las ciudades salvadoreñas, miles de pobladores se encuentran limitados en sus vidas debido a las condiciones precarias de los sitios donde habitan; en estos llamados comúnmente asentamientos populares urbanos (APU), se restara este porcentaje de población, para lograr una mejor caracterización del consumidor para el proyecto, según datos obtenidos de FUNDASAL y PNUD, la cantidad de personas en asentamientos populares urbanos⁴³ dentro del rango se presentan en la siguiente tabla:

| DEPARTAMENTO | MUNICIPIO | POBLACION ENTRE | ESTIMACIÓN DE POBLACIÓN EN APU ⁴⁴ | POBLACION NO CONSIDERADA EN APU |
|---------------------|-------------------|--------------------|--|---------------------------------------|
| | | 15 – 80 años | | |
| La Libertad | Santa Tecla | 73,806 | 11,338 | 62,468 |
| | Antiguo Cuscatlán | 22,851 | 3,498 | 19,353 |
| San Salvador | San Salvador | 218,810 | 65,212 | 153,598 |
| | Mejicanos | 97,433 | 28,416 | 69,017 |
| | Soyapango | 167,109 | 21,977 | 145,132 |
| TOTAL | | 580,009 | | 449,568 |

⁴² VI CENSO DE EL SALVADOR DEL AÑO 2007., TOMO I "Características Generales de la Población", Cuadro 1. población total por área de residencia y sexo, según departamento y municipio. Cuadro 2. población por área de residencia y sexo, según departamento, grupos de edad y edades simples.

⁴³ Denominados con el nombre de APU (Asentamientos urbanos precarios), también por organizaciones como el PNUD

⁴⁴ Escenarios de vida desde la exclusión urbana, Capítulo III, CUADROS 3.4, 3.5 y 3.7 Distribución de la población por tipología de APU, Área Metropolitana, Zona occidental y zona oriental (respectivamente)

Salvador, Soyapango, Mejicanos, Antigua Cuscatlán y Santa Tecla, y que no esté dentro de la población que viva en APU.

El área a considerarse como se ha definido antes es la que tiene mejor conveniencia para el estudio, por albergar a la mayor cantidad de personas en zonas urbanísticas y con menor índice de APU.

Selección de la muestra probabilística.

La población considerada para la muestra probabilística será **449,568 personas** pertenecientes a los 5 municipios antes mencionados, todos tiene la misma probabilidad de ser abordados, por cual es un muestreo aleatorio simple.

Determinación del tamaño de la muestra.

La fórmula utilizada para el cálculo de la muestra será la de población conocida, ya que se conoce la cantidad de personas de 15-80 años y esto permitirá conocer cuántas del total es necesario encuestar a partir de otros parámetros de la formula.

| FORMULA | | | |
|---|-------------------|------------------------------|----------------|
| $n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times P \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times P \times q}$ | | | |
| PARAMETROS | Definición | Valor para el estudio | |
| | N | Población | 449,568 |
| | Z _α | Nivel de seguridad | 90% |
| | d | Precisión | 7.5% |
| | P | Probabilidad de aceptación | 50% |
| | q | Probabilidad de rechazo. | 50% |

Tabla 45. Parametros para determinar el tamaño de la muestra

Los valores del estudio se escogieron bajo los siguientes criterios:

- Nivel de confianza 90%, es apropiado para estudios de carácter social, administrativos, empresariales. Siendo su valor proporcionado por la curva normal de 1.64
- Error muestral, dado que la población se considera grande un error del 7.5%⁴⁵, se considera apropiado el estudio, además hay que tomar en cuenta que la confianza y error muestral no son complementarios.
- Para la determinación de la muestra es necesario primero determinar los valores **p** y **q**, de la formula a utilizar, para ello se realizó una prueba piloto para determinar cada uno de ellos, las encuestas realizadas en dichas pruebas para estimar p y q, fueron el 10% de la muestra con probabilidades iguales de rechazo y aceptación:

⁴⁵ Inclusive la DIGESTYC aconseja de 5% hasta 10% un error muestral aceptado.

$$n = \frac{449,568 \times 1.64^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.075^2 \times (449,568 - 1) + 1.64^2 \times 0.5 \times 0.5} = 120 \text{ Encuestas}$$

Para la prueba piloto se utilizaron 12 encuestas para determinar p y q.

Esta prueba piloto se llevó a cabo en Metrocentro San Salvador. El propósito de la prueba piloto fue determinar cuántas personas de las 12 a entrevistar aceptaban tomar la encuesta, la metodología que se siguió fue la siguiente:

- Se informó a la persona sobre el tipo de encuesta que se pretendía realizar, preguntándole si disponía tiempo para ser entrevistado.
- Si la persona estaba dispuesta a colaborar con la encuesta se tomó como aceptación y se le realizó la encuesta, si dijo que no se tomó como rechazo.

De esta manera se completaron las 12 encuestas piloto y se obtuvieron los siguientes datos:

- 8 personas aceptaron ser entrevistadas.
- 4 personas se negaron a colaborar con la encuesta.

Con estos datos calculamos la probabilidad de aceptación y de rechazo:

Probabilidad = casos ocurridos / total de casos posibles

$$p = 8 / 12 = 0.67 \quad q = (1-p) = (1-0.67) = 0.33$$

Calculando de nuevo "n" con los valores obtenidos en la prueba piloto:

$$n = \frac{449,568 \times 1.64^2 \times 0.67 \times 0.33}{0.075^2 \times (449,568 - 1) + 1.64^2 \times 0.67 \times 0.33} = 106 \text{ Encuestas}$$

Se han seleccionado los siguientes puntos para realizar las encuestas:

| LUGAR | MUNICIPIO |
|---------------|-------------------|
| Plaza Mundo | Soyapango |
| Metrocentro | San Salvador |
| Las Cascadas | Antiguo Cuscatlán |
| Plaza Merliot | Santa Tecla |

PLAN DE MUESTREO: BAJA MONTAÑA ORIENTAL

Determinación de la muestra

- **Personas de 15 a 69 años:** de los 12 municipios que conforman la baja montaña oriental.

Al igual que el muestreo a nivel nacional, se han tomado los criterios para segmentar el mercado, delimitando únicamente aquellas personas que no se encuentran dentro del índice de pobreza extrema en cada uno de los municipios que pertenecen a la zona de la baja montaña oriental.

| | Población entre 15-69 años | % pobreza extrema ⁴⁶ | Población |
|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|-------------|
| ARCATAO | 1682 | 35.1% | 1092 |
| AZACUALPA | 687 | 36.5% | 436 |
| NOMBRE DE JESÚS | 2487 | 35.0% | 1616 |
| NUEVA TRINIDAD | 982 | 40.4% | 585 |
| POTONICO | 1012 | 47.2% | 534 |
| SAN ANTONIO DE LA CRUZ | 965 | 40.0% | 579 |
| SAN ANTONIO LOS RANCHOS | 973 | 49.7% | 489 |
| SAN FRANCISCO LEMPA | 526 | 31.6% | 360 |
| SAN ISIDRO LABRADOR | 1518 | 58.1% | 636 |
| SAN JOSÉ CANCASQUE | 954 | 43.1% | 543 |
| SAN JOSÉ LAS FLORES | 959 | 51.1% | 469 |
| SAN MIGUEL DE MERCEDES | 1485 | 34.5% | 973 |
| TOTAL | 14230 | | 8312 |

Tabla 46. Datos de la población de la zona de la baja montaña oriental

Selección de la muestra probabilística.

La población considerada para la muestra probabilística será **8,312 personas** pertenecientes a los 12 municipios antes mencionados, todos tiene la misma probabilidad de ser abordados, por cual es un muestreo aleatorio simple.

Determinación del tamaño de la muestra.

La fórmula utilizada para el cálculo de la muestra será la de población conocida, ya que se conoce la cantidad de personas de 15-69 años y esto permitirá conocer cuántas del total es necesario encuestar a partir de otros parámetros de la formula.

Se asumieron los mismos valores que en el plan de muestreo nacional, la única variante es la población.

$$n = \frac{8,312 \times 1.64^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.075^2 \times (8,312 - 1) + 1.64^2 \times 0.5 \times 0.5} = 117 \text{ Encuestas}$$

Para la prueba piloto se utilizaron 11 encuestas para determinar p y q.

Esta prueba piloto se llevó a cabo en el municipio de San Francisco Lempa. El propósito de la prueba piloto fue determinar cuántas personas de las 11 a entrevistar aceptaban tomar la encuesta, la metodología que se siguió fue la siguiente:

⁴⁶ Datos extraídos de Indicadores por municipio del FISDL

- Se informó a la persona sobre el tipo de encuesta que se pretendía realizar, preguntándole si disponía tiempo para ser entrevistado.
- Si la persona estaba dispuesta a colaborar con la encuesta se tomó como aceptación y se le realizó la encuesta, si dijo que no se tomó como rechazo.

De esta manera se completaron las 11 encuestas piloto y se obtuvieron los siguientes datos:

- 10 personas aceptaron ser entrevistadas.
- 1 persona se negó a colaborar con la encuesta.

Con estos datos calculamos la probabilidad de aceptación y de rechazo:

Probabilidad = casos ocurridos / total de casos posibles

$$p = 10 / 11 = 0.91 \quad q = (1-p) = (1-0.91) = 0.09$$

Calculando de nuevo "n" con los valores obtenidos en la prueba piloto:

$$n = \frac{8,312 \times 1.64^2 \times 0.91 \times 0.09}{0.075^2 \times (8,312 - 1) + 1.64^2 \times 0.91 \times 0.09} = 39 \text{ Encuestas}$$

PLAN DE MUESTREO: TURISMO EN SUCHITOTO

Con la cercanía que mantiene Suchitoto con San Luis del Carmen, se ha determinado que atraer a los turistas de ese municipio es muy importante, por lo cual se ha considerado realizar un muestreo especialmente para ellos.

Determinación de la muestra

- **Personas de 15 - 80 años:** Personas que visitan el municipio de Suchitoto, ya sean Excursionistas, visitantes, turistas.

Selección de la muestra probabilística.

La población considerada para la muestra probabilística será **5,104 personas** que es el promedio de turistas que ingresaron mensualmente a Suchitoto en el año 2011, según el informe de coyuntura de Turismo cuarto trimestre realizado por la unidad de inteligencia de mercado de CORSATUR.

Determinación del tamaño de la muestra.

La fórmula utilizada para el cálculo de la muestra será la de población conocida, ya que se conoce la cantidad de personas de 15-80 años y esto permitirá conocer cuántas del total es necesario encuestar a partir de otros parámetros de la fórmula.

$$n = \frac{5,104 \times 1.64^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.075^2 \times (5,104 - 1) + 1.64^2 \times 0.5 \times 0.5} = 117 \text{ Encuestas}$$

Para la prueba piloto se utilizaron 11 encuestas para determinar p y q.

Esta prueba piloto se llevó a cabo en la plaza frente a la iglesia en Suchitoto. El propósito de la prueba piloto fue determinar cuántas personas de las 11 a entrevistar aceptaban tomar la encuesta, la metodología que se siguió fue la siguiente:

- Se informó a la persona sobre el tipo de encuesta que se pretendía realizar, preguntándole si disponía tiempo para ser entrevistado.

- Si la persona estaba dispuesta a colaborar con la encuesta se tomó como aceptación y se le realizó la encuesta, si dijo que no se tomó como rechazo.

De esta manera se completaron las 9 encuestas piloto y se obtuvieron los siguientes datos:

- 9 personas aceptaron ser entrevistadas.
- 2 personas se negaron a colaborar con la encuesta.

Con estos datos calculamos la probabilidad de aceptación y de rechazo:

Probabilidad = casos ocurridos / total de casos posibles

$$p = 9 / 11 = 0.82 \quad q = (1-p) = (1-0.82) = 0.18$$

Calculando de nuevo "n" con los valores obtenidos en la prueba piloto:

$$n = \frac{8,312 \times 1.64^2 \times 0.82 \times 0.18}{0.075^2 \times (8,312 - 1) + 1.64^2 \times 0.82 \times 0.18} = 70 \text{ Encuestas}$$

1.5.1.3. RESULTADOS OBTENIDOS EN EL ESTUDIO DEL MERCADO CONSUMIDOR

MUESTRA BAJA MONTAÑA ORIENTAL

La investigación se realizó en los 12 municipios que conforman la baja montaña oriental, a 39 personas residentes de ellos.

Las personas fueron abordadas en los lugares más transitados de los municipios, como las plazas centrales de esos lugares.

Información de clasificación

El 49% de las personas que fueron entrevistadas fueron mujeres, el complemento fueron personas del sexo masculino, las encuestas no fueron distribuidas bajo ningún orden de género, el resultado anterior es completamente aleatorio.

La población que más se logró encuestar fueron personas que estaban dentro del rango de edad de 26-36 años con un 45%, seguido de personas 37-47 años, con lo anterior se puede decir que adultos jóvenes son los que prefieren visitar el municipio de San Luis del Carmen.

En cuanto al ingreso familiar promedio de las personas entrevistadas oscilan entre \$100-\$350 (48%), y de \$351-\$650 (47%), cabe mencionar que las familias de estos municipios sobreviven de actividades agropecuarias o por remesas de sus familiares en el exterior.

El 47% de los encuestados señalo estar empleado, mientras que el 22% son estudiantes el 14% son amas de casa y únicamente el 17% poseen un negocio propio; estos negocios son principalmente tiendas, o ventas de ropa.

Información sobre prácticas turísticas

De 39 personas encuestadas el 59% considera que el país posee una oferta atractiva en cuanto a lugares turísticos, esta pregunta sirve como introductoria al instrumento de



encuesta, el 41% de los encuestados no considera que existe una oferta atractiva, al preguntarles el porqué, de su respuesta el 50% de ellos dijo que el problema no es que no exista sino que no se le da la publicidad necesaria aquellos servicios turísticos, no convencionales.

La frecuencia con la que habitantes de la baja montaña realiza viajes con fines turísticos, es mayor a un mes con un 46%, seguido con el 41% de personas que realizan viajes turísticos una vez por mes y cada 15 días el restante 13%, cada fin de semana fue la opción de frecuencia de viajes que ninguno de los encuestados marco.

Con lo que podemos concluir que la mayor cantidad de personas realiza viajes con fines turísticos, con una frecuencia mayor a un mes, es decir principalmente en temporadas de vacaciones.

En cuanto a quien influye más en decidir que sitio turístico visitar, el 43% de los encuestados expresaron que quién influye en su decisión al momento de escoger un destino turístico para visitar son sus familiares, seguido por un 29% que es influido por sus amigos; la influencia de los hijos se manifiesta en un 17% de los encuestados, sólo un 11% toma la decisión con su pareja.



A través de lo anterior podemos concluir que los viajes se realizan con mayor frecuencia con la familia.

Ante la interrogante que necesidad satisfacen las personas al realizar un viaje turístico, el 64% buscar conocer nuevos lugares cuando realizan turismo, seguido por un 33% que busca divertirse y buscar aventuras, relajarse de sus rutinas diarias esta el 28%, empatado con un 25% las personas buscan culturizarse y visitar familiares o amigos.

- El 33% de las personas que respondieron que realizan turismo para divertirse, también respondieron (46%) busca a la vez conocer nuevos lugares.
- El 18% que busca conocer nuevos lugares, totalizan el 28% de personas que quieren relajarse de sus rutinas diarias.

Entre los aspectos más importantes a la hora de escoger un destino turísticos, el 70% de las personas encuestadas respondieron que el precio es muy importante a la hora de decidir entre los destinos turísticos a visitar, seguido por el 63% que considera el clima como factor importante de decisión a la hora de viajar con fines turísticos, la diversificación de servicios es la opción que a las personas menos le interesan a la hora de buscar lugares que visitar.

Al cuestionar a las personas que actividades han practicado en sus viajes turísticos resulto que la mayor cantidad de personas encuestadas ha visitado pueblos catalogados como turísticos (74.36%), si mismo han realizado actividades clasificadas como agropecuarias y gastronómicas (71%), el 100% de los encuestados que contesto a las dos anteriores opciones han practicado esto en el mismo lugar que han visitado.

El 59% ha practicado senderismo, siendo el 70% de ellos lo han practicado en los pueblos catalogados como turísticos, así mismo el 46.15% ha acampado durante sus paseos turísticos, el 20% ha practicado cabalgata.

Entre las actividades que menos realizan las personas al momento de visitar un sitio turístico son: bici montaña (8%), Escalada (3%), Montañismo (15%)

El 77% de las personas realizan viajes de un día a los lugares que visitan, restante 23% se hospedan con un promedio de dos días en su estadía.

Al consultar Cuánto gasta en promedio por persona en sus salidas turísticas se obtuvo 59% de la población entrevistada acostumbra gastar en sus viajes turístico de \$51 a \$100, seguido con un 33% que invierte la cantidad de \$101-\$150 dólares, muy poco de los entrevistados (8%) invierte más de \$150 dólares en sus actividades turísticas.

Cuando se les interrogo a las personas si tenían conocimiento del termino turismo rural comunitario, únicamente el 15% de las personas entrevistadas conocían el termino Turismo rural comunitario, cabe mencionar que al momento de realizar la encuesta, se les preguntaba a las personas que dijeran una breve definición del termino como prueba fehaciente que conocían el término.

Entre los lugares que ofrecen actualmente en el país turismo clasificado como rural el mayor porcentaje de personas visita principalmente municipios dentro del departamento siempre de Chalatenango, siendo Dulce Nombre de María el más visitado con casi un 80% de los encuestados, así mismo La Palma siempre del departamento de Chalatenango con un 69% de personas encuestadas lo han visitado.

De los municipios más alejados de su lugar de residencia las personas dijeron haber visitado Juayua, Nueva Concepción de Ataco y El Cerro Verde con 53%, y 41% respectivamente.

San Francisco Lempa a pesar que es un municipio cercano a la población estudiada, únicamente alcanzo el 10% de las personas que lo han visitado, por su restaurante el Tao Tao.

Los encuestados dicen enterarse principalmente por recomendación de lugares y el internet, estos son los medios de publicidad que más prefieren los habitantes de la baja montaña, a la hora de escoger un sitio turístico tienen un 72% y 38% respectivamente.

Información sobre el municipio de San Luis del Carmen

El 69% de las personas ha visitado a San Luis del Carmen, con fines turísticos, el 14% siguiente lo ha realizado para hacer viajes en el Ferry La Luna, así mismo, el municipio ha servido como tránsito y negocios para las personas que han visitado el lugar.

Los show de Jaripeos y visita a los restaurantes son las actividades que más porcentaje de votación se obtuvo, con 24% cada uno, seguido con la visita a las pozas del cantón los Naranjos y el agro mercado realizado cada fin de mes.

El 14% se ha abocado por caminatas en el pueblo/casco urbano del municipio.

Los viajes en el Ferry, para los habitantes de la baja montaña oriental es la actividad que menos han realizado a la hora de visitar el municipio, lo cual es un hecho comprensible debido a que los municipios de la baja montaña están situados a la cercanía del embalse.

La frecuencia de visita más alta entre los encuestados es de cada tres meses con un (37%), seguido por una vez al mes y un año con el 22%.

Al momento que se realizaban las encuestas las personas respondían que referían ir al municipio, los fines de semana y días festivos.

Los viajes semanales al municipio, son los que poseen menor frecuencia entre los habitantes de la baja montaña.

Cuando se les cuestiono a las personas de la baja montaña sobre las iniciativas que se quieren llevar a cabo en el municipio, los viajes en el ferry es la opción con menor interés de la personas entrevistadas con 6.9%, así mismo los hostales tanto flotante como convencional no llaman la atención de las personas de este segmento de mercado, el panorama cambia con las opciones de caminatas, ferias gastronómicas y corridas de toros; que muestran una gran aceptación, siendo las que mayor interés muestran entre el segmento de mercado, que también se ve interesado por actividades como Canopy y miradores dentro del municipio.

El 80% de las personas que han visitado el municipio de San Luis del Carmen recomendarían a otras personas hacerlo, el 20% de los encuestados dijo No recomendar el municipio, cuando se les interrogo el porque la mayoría (55%), dijo que no encontró mayor atractivo en el municipio más que la iglesia o los restaurantes.

Síntesis analítica del mercado meta consumidor de la baja montaña oriental

- Los habitantes de la baja montaña oriental realizan viajes con fines turísticos con una frecuencia de más de un mes o un mes principalmente.
- El grupo familiar tiene una gran influencia a la hora de decidir el lugar donde visitar para este segmento de mercado
- Nuevos lugares que conocer y relajarse son las principales características que buscan las personas de la baja montaña para salir de paseo, pero a la vez que sea cómodo para sus bolsillos ya que señalan que el precio de los servicios turísticos o los costos que pueden generarles la visita a algún sitio turístico son muy importantes a la hora de decidir visitarlo o no, ya que no buscan gastar más de \$100.00 por un viaje turístico con su familia.
- Las visitas a los pueblos clasificados como turísticos, mantiene la mayor preferencia para los habitantes de la baja montaña que a la vez disfrutan actividades



enmarcadas dentro de atractivos agropecuarios y gastronómicos en los sitios turísticos.

- En sus viajes turísticos las personas no buscan hospedarse, realizan viajes de un día, pero si se hospedan en promedio tiene 2 días de estadia.
- El termino turismo rural comunitario no es muy conocido entre los habitantes de la baja montaña (85%).
- Municipios turísticos cercanos a su hogar son los que más frecuentan (80%) este segmento de mercado, así mismo municipios que ya cuentan con un desarrollo turístico avanzado son de su preferencia a la hora de visitar como es el caso de Juayua y Ataco.
- Cuando un lugar les es recomendado (72%) los habitantes se incentivan a visitar.

MUESTRA TURISTAS DE SUCHITOTO

La investigación se realizó en el municipio de Suchitoto entre los días diez y once de mayo, para la muestra, se cuestionó a 70 personas que visitaban el lugar en los días que se llevó acabo el levantamiento de información.

Las personas fueron abordadas tanto en la plaza frente a la iglesia como en puerto San Juan.

Información de clasificación

De un total de 70 personas encuestadas El 54% de los encuestados fueron del sexo femenino, contra un 46% masculino; principalmente entre las edades de 37-47 años con un 42%, seguido de adultos jóvenes entre las edades de 26-36 años.

El ingreso familiar promedio con mayor frecuencia es el de \$651 - \$1,000 con un 33%, seguido por personas con ingresos con más de \$1,000 y en menores proporciones están las personas con salarios menores a los \$651.00, más el 50% de los encuestados son empleados, el restante 50% se distribuyen entre amas de casas, estudiantes, negocios propios y otros; en esta opción manifestaron ser pensionados.

Como Suchitoto actualmente es un municipio turístico muy potenciado recibe turistas extranjeros por lo que se trató de entrevistar tanto a turistas nacionales como extranjeros, El 59% de los encuestados fueron turistas nacionales y el 41% de encuestados turistas extranjeros.

La mayor cantidad de turistas nacionales encuestados en Suchitoto residen en el municipio de San Salvador (20%), seguido por Soyapango (14%), entre los turistas extranjeros, el país de residencia de ellos mayoritariamente fue USA (17%), seguido por turistas canadienses.



Información sobre turismo

El 80% de los encuestados tienen una percepción que en el país existen ofertas atractivas turísticas, las personas de muestra estudiada realizan viajes turísticos con una mayor frecuencia una vez cada tres meses (34%), seguido una vez por mes (27%), la menor frecuencia identificada fue la de cada fin de semana con un (5%), La pareja es el factor principal de decisión al momento de escoger un sitio que visitar el 30%, seguido por los familiares con un 26%, un 23% para los hijos y en última instancia sus amigos con el 21% restante.

Las personas cuando salen a paseos turísticos, busca principalmente divertirse y aventurarse, además de relajación y conocer nuevos lugares, estas tres opciones fueron por la que se abocaron principalmente las unidades muestrales, seguido de culturizarse.

El precio, el clima y la seguridad del lugar son los aspectos que generan mayor importancia a las personas para visitar un destino turístico.

La visita a pueblos vivos, representa una de las actividades que más han realizado las personas residentes en los municipios encuestados, seguida por la visita han sitios arqueológicos, cabe mencionar que las personas que han realizado visitar a pueblos clasificados como turísticos, han realizado en estos lugares observación y participación de actividades agropecuarias y gastronómicas. El montañismo y senderismo son otras actividades.

Se les interrogo a las personas sobre su estadía de más de un día en los sitios donde visitan, el 34% de los encuestados no acostumbra hospedarse en los lugares turísticos que visita, el 66% lo hace con un promedio de estadía de 3 días. Los encuestados que respondieron que si se hospedan, en su visita a Suchitoto se estaban quedando ya sea en hostales u hoteles del municipio.

De igual manera para conocer sus hábitos de gastos se les cuestiono que cantidad promedio invierten en sus viajes, el 33% de las personas encuestadas gasta entre de \$50.00 a \$100.00 cuando realiza viajes con fines turísticos, seguido por el rango de \$151.00-\$200.00 con un 23%, El 18% lo representan gastos de \$151.00 a \$200.00.

Información sobre preferencias turísticas

En cuanto se les cuestiono si conocían el término turismo rural comunitario, el 59% de los encuestados desconoce el término turismo rural comunitario mientras que el 41% de los encuestados si conoce la definición del término, y que actividades están clasificadas dentro de él.

En cuento a los lugares que los turistas que visitaban Suchitoto también han visitado se encontraban en los primeros lugares Ataco, Juayua y el boquerón son los sitios turísticos que más han visitado.

La opción de comunicación con mayor puntaje fue la recomendación, es decir que las personas que se han abocado a los destinos turísticos de la pregunta 10, han conocido la existencia de estos lugares principalmente por este medio, seguido por el internet y las redes sociales que se sitúan en primer lugar como medios de comunicación por excelencia

La mayor frecuencia de visitas municipio de Suchitoto es de una vez al año 27% de las personas indicaron esto, seguido por visitas semestrales y trimestrales, muy pocas personas escogen visitar el municipio cada quince días o un mes y ninguna opta por hacerlo cada semana.

A los encuestados se les pidió que evaluaran aspectos de Suchitoto, que es lo que más les atrae de él así como su perspectiva sobre los servicios turísticos que ofrecen, el pueblo, la seguridad del lugar son uno de los factores que más les gustan a los turistas de Suchitoto, lo que menos les gusta es principalmente el clima del municipio, en cuanto a los atractivos actuales del municipio, el 59% de las personas encuestadas considera que Suchitoto no tiene los suficientes servicios y/o atractivos turísticos, mientras que el 41% dice que el municipio si cuenta con lo necesario actualmente para atraer al público

Ante los resultados anteriores se les cuestiono a las personas si estarían interesados en participar en nuevas iniciativas de rutas turísticas desde Suchitoto hacia el otro lado del embalse en el municipio de San Luis del Carmen, el 73% de los entrevistados se ve motivado a participar en nuevas iniciativas turísticas partiendo desde Suchitoto a través del embalse, mientras que el 27% no poseen el mismo interés, por lo cual se concluye que se sienten satisfechos con los servicios actuales que presta el municipio.

Con fines de encontrar que servicios ofrecerles, se les cuestiono a las personas sobre diferentes iniciativas que se ha planteado llevar acabo, las personas que dijeron sentirse atraídas por una nueva experiencia turística en San Luis del Carmen el 90% de ellos está interesado en un conga ferry, y muy principalmente de fines de semanas gastronómicos, las corridas de toros también poseen un alto grado de aceptación de 51 personas 47 dijeron sentirse muy interesadas en la observación de estas actividades.

La práctica de Bici montaña y un hostel flotante son las opciones que menos atracción generaron en los turistas.

MUESTRA MUNICIPIOS MÁS URBANIZADOS

La investigación se realizó en los 5 municipios seleccionados para la muestra, se cuestionó a 106 personas residentes de ellos.

Las personas fueron abordadas en los lugares previamente determinados para la encuesta.

Información de clasificación

El 62% de las personas encuestadas fueron mujeres y el 38% hombres, personas con edades entre 26-36 años fueron los que más participación tuvieron en la muestra con un 31%, seguido por personas entre 15 a 25 años con el 28%, y 22% personas que oscilan entre 37 a 47 años, el porcentaje restante se encuentra en edades mayores a 47 años

El ingreso familiar promedio fue el 44% de los encuestados mantiene ingresos familiares mayores entre el rango de \$651 - \$1000, seguido por ingresos de \$351.00 a \$650.00 con un porcentaje del 35%, el 55% de los encuestados manifiestan ser empleados, a continuación un 29% son estudiantes.

El mayor porcentaje de personas que fueron entrevistadas residen en el municipio de San Salvador (33%), el 20% fueron personas residentes en el populoso municipio de Soyapango, 17% Mejicanos, 16% Santa Tecla y el 14% personas que residen en Antigua Cuscatlán

Información sobre turismo

El 87% de los encuestados tienen una percepción que en el país existen ofertas atractivas turísticas, Las personas de la muestra estudiada realizan viajes turísticos con una mayor frecuencia una vez cada tres meses (30%), seguido una vez por mes (21%), la menor frecuencia identificada fue la de cada fin de semana con un (13%).

La familia es el factor principal de decisión al momento de escoger un sitio que visitar el 29% de los encuestados aseguraron que ellos toman la decisión, seguido por el grupo de amigos con un (21%), en la opción otros que representa el 18% manifestó tomar ellos la decisión de qué lugar visitar.

Las personas cuando salen a paseos turísticos, busca principalmente divertirse y aventurarse, además de relajación y conocer nuevos lugares, estas tres opciones fueron por la que se abocaron principalmente las unidades muestrales, seguido de culturizarse, el clima y el precio son dos factores muy importantes a la hora definir qué lugar visitar, pero son superados por el factor que seguridad del lugar, para la mayoría de los entrevistados un 58% considera este factor como el más importante.

La visita a pueblos vivos, representa una de las actividades que más han realizado las personas residentes en los municipios encuestados, seguida por la visita a sitios arqueológicos, cabe mencionar que las personas que han realizado visitar a pueblos clasificados como turísticos, han realizado en estos lugares observación y participación de actividades agropecuarias y gastronómicas.

El 59% de los encuestados no acostumbra hospedarse en los lugares turísticos que visita, el 41% lo hace con un promedio de estadía de 3 días.

El 35% de las personas encuestadas gasta entre de \$50.00 a \$100.00 cuando realiza viajes con fines turísticos, seguido por el rango de \$151.00-\$200.00 con un 27%, los rangos con gastos por encima de los \$200.00 tienen variaciones de 3% a 5% en las personas encuestadas totalizando juntas el 16% y el 22% restante lo representan aquellas personas que gastan menos de \$50.00 en viajes turísticos.

Al preguntarle a las personas sobre el término turismo rural comunitario,, el 61% de los encuestados desconoce el término turismo rural comunitario mientras que el 39% de los encuestados si conoce la definición del término, y que actividades están clasificadas dentro de él.

De los sitios que ofrecen turismo rural, el Boquerón, Juayua y La Palma en Chalatenango son los más visitados, el boquerón lo han visitado 75 personas encuestadas es un resultado esperado ya que se encuentra cerca del área de residencia de la muestra estudiada, el siguiente lugar es Juayua el cual 66 personas han visitado, Este lugar es famoso por sus festivales gastronómicos y la Palma en Chalatenango por sus artesanías (64 personas lo han visitado).

Las personas pertenecientes a esta muestra se enteran principalmente por recomendación, es decir que las personas que se han abocado a los destinos turísticos de la pregunta 11, han conocido la existencia de estos lugares principalmente por este medio, seguido por el internet y las redes sociales que se sitúan en primer lugar como medios de comunicación por excelencia.

Se cuestionó a las personas dentro de la muestra de AMSS, si han visitado Suchitoto con el objetivo obtener índices demanda en los consumidores, El 54% de las personas entrevistadas ha visitado la ciudad de Suchitoto, mientras que un 46% dice nunca haberlo hecho.

La mayor frecuencia con la cual el 54% de los encuestados visita la ciudad de Suchitoto es una vez al año seguido de una vez cada semestre y trimestralmente, con lo anterior se puede decir que existe una frecuencia de visita principalmente trimestral por parte de los turistas al municipio.

El pueblo en si es uno de los atractivos principales que posee la ciudad de Suchitoto, en total 48 de 57 personas indicaron que es lo que más les gusta, seguido de la seguridad que sienten en el lugar, entre las actividades que las personas realizan, los viajes en lancha es uno de los atractivos principales a las hora de visitar Suchitoto el 44% dice haber realizado este tipo de viajes, seguido por los viajes en el Ferry la Luna el cual obtuvo el 32%.

Información sobre San Luis del Carmen

De 106 personas encuestadas únicamente el 39% de ellas conoce el municipio de San Luis del Carmen, las cuales representa 41 personas, el 80% de las personas que conocen el municipio de San Luis del Carmen lo han visitado, mientras que 8 personas (20%), han oído hablar de él pero nunca lo han visitado.

La motivación principal por la cual el 80% de las personas que conocen el municipio lo han visitado es por visita a sus familiares (34%), seguidos por fines turísticos con un 30% y viajes en el ferry con un 24%.

Las visitas a los restaurantes y los Show de jaripeos son los atractivos principales actualmente a la hora de visitar San Luis del Carmen, seguido por caminatas en el pueblo (casco urbano), la frecuencia con la cual las personas visitan el municipio es semestral (31%), en segundo lugar se encuentran los viajes una vez al año y cada mes son el 18% de las personas seguido por la frecuencia de trimestral la cual consiste en un 15% de las personas encuestadas.

De las servicios que se han propuesto dentro del proyecto, los fines de semana gastronómicos, corridas de toros, canopy y miradores son las iniciativas que más llaman la atención de las personas encuestadas, seguido por caminatas guiadas a sitios específicos del municipio, partir de un conga ferry desde Suchitoto con destino a San Luis del Carmen, y la construcción de un hostel convencional; las actividades que quedan descartadas para este mercado por no representar un alto grado de interés (mayor a 25) por los encuestados es la Bici montaña y el hostel flotante el cual tuvo la menos puntuación en cuanto a interés de las personas se refiere.

Únicamente el 73% de las personas encuestadas, recomendarían a otros a San Luis del Carmen como un sitio turístico, el 27% no lo haría y la razón principal de ellos es la escasa diversificación de servicios y/o atractivos turísticos que posee el municipio.

1.5.1.4. FOCUS GROUP

Continuando con la investigación de campo, para la recolección de información sobre los gustos preferencias, se procedió a formar un grupo focal con personas, que hayan experimentado una experiencia turística rural comunitaria, el grupo consistió en personas de distintos sexos; se les pidió que brindaran sus opiniones, expectativas y su percepción principalmente acerca de sus experiencias en turismo rural comunitario en la que participaron.

La metodología consistió en reunir a 15 personas para llevarlas al municipio por la Longitudinal del Norte y de regreso al San Salvador a través embalse en el Ferry La Luna



La Ruta del Focus Group consistió en el recorrido de los tres cantones de municipio iniciando con una caminata hacia las pozas (pilas) en los Naranjos, recorrido en el casco urbano para posteriormente almorzar en el restaurante El Faro, luego de haber realizado el almuerzo y de departir un rato en las instalaciones del Faro, el grupo fue trasladado hacia el cantón Santa Cruz, donde se visitó el islote del Cristo y se realizó un viaje en lancha hacia el restaurante Flotante además se tuvo la oportunidad de alimentar tilapias en el criadero del restaurante.

Preparación:

Se trataron los temas de las características del servicio, los elementos que los componen, las instalaciones y factores externos, el logo, el precio, las percepciones, recomendaciones, preferencias, etc.

Reglas:

Se utilizaron principalmente dos:

- Respetar la opinión de los demás,
- Respetar el turno de palabra de cada individuo

El desarrollo de la sesión del grupo focal comprende tres etapas:

- Preguntas en base a la experiencia en actividades de turismo rural comunitario.
- Preguntas en base a la experiencia en el municipio de San Luis del Carmen.
- Opiniones hacia el planteamiento de las iniciativas y/o que el grupo de trabajo les exponía.

| PREGUNTA | RESPUESTA | CONCLUSIÓN |
|--|---|--|
| ¿Visita lugares con prácticas de turismo rural comunitario? | Todos respondieron que si han visitado | A las personas les llama la atención visitar este tipo de lugares. |
| ¿Qué actividades relaciona con Turismo Rural comunitario? | <ul style="list-style-type: none"> • Actividades de montaña o en bosques. • Actividades relacionadas con la naturaleza. • -Actividades en lugares lejanos a la ciudad. • -Actividades rusticas, sin contacto con tecnología | Es notable que el termino Turismo rural se relaciona más que todo con pueblos en zonas frías y montañosas, zonas lejanas a ciudades y con poca tecnología. |
| ¿Qué es lo que más les gusta de las experiencias de Turismo Rural comunitario? | <ul style="list-style-type: none"> • Que se conocen nuevos lugares • El tipo de instalaciones o pueblo • La comida, que es como de campo • La abundante vegetación y el aire puro • Que están alejados de la ciudad | Las características del turismo rural comunitario que se prefieren son el clima, el tipo de comida y se hace énfasis en que está lejos de la ciudad la gente busca paz y tranquilidad. |
| ¿Qué lugares en la modalidad de turismo rural han visitado? | <ul style="list-style-type: none"> • Hostal Flotante Jiquilisco (1) • -Lago de Coatepeque (5) • -Restaurantes en zona Ataco y Apaneca (9) • Eco albergue el Sapo (3) • Eco parque El Espino (8) • La palma Chalatenango (3) • Perkin (2) • Dulce nombre de María (1) • Arcatao (1) | Las visitas a lugares turísticos rurales se hacen más que todo en zona de montaña y zona de bosques, o tanto así en ríos y lagos. Así mismo rutas turísticas representativas y publicitadas por el MITUR |
| ¿Qué es lo que más lo motiva para visitar este | <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente de paz y tranquilidad | La principal motivación que hace que las personas visiten lugares de |

| | | |
|--|---|--|
| <p>tipo de lugares turísticos?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mayor contacto con la naturaleza • Es más relajante • Se tiene más contacto con la naturaleza | <p>turismo rural es un mayor acercamiento a la naturaleza y un ambiente de tranquilidad.</p> |
| <p>¿Qué actividades prefieren realizar en un lugar catalogado como turismo rural?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Descansar en zona tranquila • Conocer nuevos lugares • Comer nuevos platillos • Actividades acuáticas | <p>Las actividades que se refieren hacer en estos lugares, son caminatas, conocer nuevos lugares, las actividades acuáticas también llaman mucho la atención.</p> |
| <p>¿Qué servicios espera encontrar en un lugar denominado con turismo rural comunitario?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones de madera, bajareque y adobe • Restaurante • Abundante fauna y vegetación • Hospedaje • Zona para acampar • Atractivos de aventura | <p>En los lugares turísticos rurales se espera que las instalaciones sean en su mayoría sean rusticas y que haya actividades relacionadas con la aventura y conocer la naturaleza.</p> |
| <p>¿Qué tipo de comida prefiere en estos lugares?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mariscos (3) • Comida Típica (5) • Carnes (4) • Comida de la Zona (3) | <p>El tipo de comida que se prefiere es la comida típica incluyendo platillos de la zona, así como platos fuertes las carnes y mariscos.</p> |
| <p>¿Qué criterios son los más importantes para seleccionar un lugar con turismo rural?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad (7) • Acceso y Ubicación (4) • Precios Bajos (3) • Calidad en el Servicio (8) | <p>La gente se enfoca y le da más importancia a la calidad en el servicio, además que es necesario garantiza seguridad, y las vías de acceso.</p> |
| <p>¿Con quienes prefiere practicar ecoturismo?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • -Familia (9) • -Amigo (6) | <p>Las actividades turísticas rurales son practicadas en su mayoría por familias aunque también se lleva a cabo con amigos.</p> |
| <p>¿Estarían dispuestos a experimentar una nueva experiencia turística rural en la zona del embalse de Cerrón grande?</p> | <ul style="list-style-type: none"> • sí (12) | <p>La respuesta fue afirmativa, aunque se hizo hincapié en que se deben cumplir con las condiciones necesarias para prestar un buen servicio.</p> |

Desarrollo de la sesión de grupo Focal
(En base a su visita a San Luis del Carmen)

| PREGUNTA | RESPUESTA | CONCLUSIÓN |
|--|--|--|
| ¿Qué es lo que más les gusto del municipio? | <ul style="list-style-type: none"> • Que hay acceso a paseos en lancha e ir a islas. • Que es un lugar tranquilo y con vegetación • Las vistas del embalse y de lugares del pueblo • La rusticidad del pueblo y su iglesia • La caminata a la posa y las historias del pueblo, la formación del embalse. • El restaurante flotante. • La limpieza del lugar | A las personas en general les gusto su experiencia de visita al pueblo, principalmente aspectos con tranquilidad, el embalse. Rusticidad del lugar fueron atractivos, así mismo la limpieza de las calles y zonas del casco urbano y demás cantones. |
| ¿Qué aspectos externos no le parecieron en la visita? | <ul style="list-style-type: none"> • Que las vías de acceso son muy estrechas • No hay rótulos ni señalización del municipio, ni dentro del el sobre los lugares. • No se ven muchas personas en el casco urbano (solitario) | Uno de los aspectos que más se toma en cuenta es la condición de la vía de acceso, así como la señalización. |
| ¿Qué aspectos le gustaron más del restaurante le faro? | <ul style="list-style-type: none"> • La variedad de platillos • La vista • El ambiente fiestero • Amabilidad • La presentación de los platos | El ambiente y la carta de platos fuertes fue lo que más le gusto al grupo cuando realizo el almuerzo en el Faro |
| ¿Qué aspectos le no le gustaron del restaurante El Faro? | <ul style="list-style-type: none"> • Moscas • La tardanza en servir los platillos • Inexistencia de variedad de bebidas, solo cervezas o sodas. • No hay carta de postres | La higiene del lugar, es bueno con excepción de las moscas que se generaban cuando servían mariscos, la diversidad en el menú también fue criticada ya que además de carta de postres o bebidas más típicas como horchata o cebada. |
| ¿Qué fue lo que más disfruto de su visita a las pozas? | <ul style="list-style-type: none"> • La caminata hasta las posas • Las historias del nombre de cada una y sus leyendas. • El paisaje en general • La aventura | La caminata y el paisajismo fue lo que más les atrajo a las personas del recorrido a las pozas. |
| ¿Qué fue lo que menos disfruto de su visita a las pozas? | <ul style="list-style-type: none"> • Que no se podía bañar en las pozas por que el nivel del agua no era el adecuado | La poca funcionalidad que tiene las pozas en el verano, que solo funcionan como final de una caminata y no como atracción |

| | | |
|---|---|---|
| ¿Qué le pareció la visita al cantón Santa Cruz? | <ul style="list-style-type: none"> • El mirador es muy bonito, pero se ve abandonado. • La isla del Cristo es muy atractiva más para fotografiarse. • Alimentar a las tilapias y el viaje en lancha. • El restaurante no tiene el menú a la vista, no ofrece variedad y es un tanto reducido. | <p>principal, es uno de los inconvenientes.</p> <p>El cantón en sí fue una atracción para las personas, las vistas desde el mirador, el Cristo y las jaulas de tilapia son muy atractivas para los turistas, aunque el abandono de la plaza Santa Cruz.</p> |
| ¿Una ruta desde Suchitoto a través del embalse hasta San Luis del Carmen les resulta atractiva? | <ul style="list-style-type: none"> • Si (15) | <p>Efectivamente la ruta desde Suchitoto le resulta más atractiva a las personas el recorrido de Suchitoto que hacerlo por la longitudinal del norte.</p> |
| ¿Considera importante la presencia de hostales o posadas en el municipio? | <ul style="list-style-type: none"> • Si(11) • No (4) | <p>Mayoritariamente le grupo de personas indico que es necesario que existan lugares para la pernoctación.</p> |
| ¿Le interesa un Canopy a través del embalse en el cantón Santa Cruz? | <ul style="list-style-type: none"> • Si (12) • No(3) | <p>La mayoría de personas considera que sería un atractivo para los turistas, además que</p> |
| La idea de un hostel flotante, junto al restaurante les parece atractiva | <ul style="list-style-type: none"> • NO(14) • Si(1) | <p>La idea del hostel flotante no es atractiva a las personas, prefieren una ampliación del lugar.</p> |

En forma general se le pidió a los participantes recomendaciones observaciones puntuales y aspectos que mejorarían en la experiencia en el municipio de San Luis del Carmen y se mencionan los siguientes:

- Es necesario que más personas este involucradas para brindar servicios, que le den la bienvenida cuando uno llegue le explique lo que hay disponible en el lugar, que comida hay, que actividades se pueden realizar, pensar en un punto de información turística.
- Incluir servicios de transporte interno a los lugares del municipio donde se iniciaran los atractivos, por ejemplo en los Naranjos llevar a las personas hasta el cantón para que inicien la caminata, ya que hacer el recorrido desde el casco urbano a pie es muy largo.

- En el menú no habían bebidas naturales ni otros productos representativos de este concepto rural, además deben de existir otros atractivos como atoles, riguas o comida representativa del pueblo.
- Es necesario que exista un hostel o posada donde quedarse ya que el viaje para un día muy difícilmente se puede abarcar todo lo que contiene el municipio.
- Se deben aumentar y diversificar las actividades acuáticas, ya que no se vio otra actividad que no sea el paseo en lancha.
- Se debería tener como rótulos informativos de la especies vegetales, de los lugares donde uno se encuentra o como llegar.
- Una feria o fin de semanas festivos son una buena opción para el municipio.

1.5.1.5. PERFIL DE VISITANTE DE TURISMO RURAL COMUNITARIO.

Características demográficas

- Personas entre 18 y 47 años
- Género masculino y Femenino
- Ingresos medios por encima del mínimo.
- Empleado del sector formal, ama de casa o empleados sector informal
- Gasto promedio de \$50.00 por visita

Necesidades

- Seguridad
- Relajarse
- Conocer nuevos lugares
- Culturizarse

Elementos importantes al elegir lugar turístico

- Practicar nuevas experiencias en lugares no conocidos
- Actividades que les brinden diversión y aventura.
- Ambiente de paz y tranquilidad que sea más relajante y alejado de la ciudad.
- Ubicación y fácil acceso a las instalaciones del lugar turístico

Medio de comunicación por medio del cual se entera de Lugares Turísticos

- Recomendaciones
- Periódicos
- Internet

Otra Información

- Práctica de turismo con el grupo familiar , la familia ejerce la mayor influencia a la hora de escoger un destino turístico
- Visita lugares turísticos en época de vacaciones
- Los visitantes se hospedan 2 días en los lugares turísticos
- Los habitantes prefieren visitar pueblos catalogados como turísticos y practicar actividades agropecuarias y gastronómicas.
- Entre los servicios que espera un turista son: caminatas, actividades que se integren con la naturaleza, cabalgatas.

1.5.1.6. PROYECCIÓN DE AFLUENCIA TURÍSTICA

La determinación de las proyecciones de afluencia turística, permitirán calcular el número total de la población considerada bajo el concepto de "demanda de marca", con el fin de identificar cual es el porcentaje del universo total de consumidores a quienes se dirigirá este proyecto.

La metodología para estimar las proyecciones de afluencia para un destino turístico, se realizarán en base a información proporcionada por los resultados obtenidos en el estudio realizado al mercado consumidor.

METODOLOGÍA PARA EL CÁLCULO DE LA DEMANDA

La metodología a seguir para el cálculo de la demanda aparente para el servicio se realizará de la siguiente manera:

Se multiplica el universo considerado en cada segmento de mercado (Personas que respondieron "Si" cuando se les consultó si practicaba actividades turísticas; esta personas se considera que son las que toman la decisión al decidir el destino turístico) por la aceptación del servicio según la encuesta, obteniendo así el número de personas que practican actualmente actividades turísticas.

Para efectos de este estudio nuestro mercado definido como meta estará comprendido inicialmente por el porcentaje de la población que ya ha practicado turísticas en el país y que a la vez estaría dispuesto a vivir una nueva experiencia de tipo turismo rural comunitario.

SEGMENTO 1: BAJA MONTAÑA ORIENTAL

De acuerdo a la pregunta 12 donde se les cuestiona a los encuestados si han visitado el municipio de San Luis del Carmen, se obtiene el siguiente cuadro resumen por municipio de la muestra (39 personas en la muestra):

| | Población | Encuestados | Demanda actual según muestra | Índice demanda actual | Cantidad de personas que visitan SLC |
|-------------------------|-----------|-------------|------------------------------|-----------------------|--------------------------------------|
| SAN FRANCISCO LEMPA | 360 | 12 | 9 | 75.0% | 270 |
| AZACUALPA | 436 | 8 | 6 | 75.0% | 327 |
| SAN MIGUEL DE MERCEDES | 973 | 6 | 4 | 66.7% | 649 |
| SAN ISIDRO LABRADOR | 636 | 2 | 1 | 50.0% | 318 |
| NUOVA TRINIDAD | 585 | 1 | 0 | 0.0% | 0 |
| SAN ANTONIO DE LA CRUZ | 579 | 2 | 1 | 50.0% | 290 |
| SAN JOSÉ CANCASQUE | 543 | 1 | 0 | 0.0% | 0 |
| POTONICO | 534 | 2 | 1 | 50.0% | 267 |
| SAN ANTONIO LOS RANCHOS | 489 | 1 | 1 | 100.0% | 489 |
| SAN JOSÉ LAS FLORES | 469 | 1 | 0 | 0.0% | 0 |
| ARCATAO | 1092 | 2 | 0 | 0.0% | 0 |
| NOMBRE DE JESÚS | 1616 | 1 | 0 | 0.0% | 0 |

Tabla 47. Cálculo del índice de demanda actual

Para obtención del índice de demanda actual, se realizó a través de la razón del total de encuestados y la cantidad de personas de esos encuestados que realiza viajes turísticos a

San Luis del Carmen; los municipios que obtuvieron un índice del 0% no serán tomados para los cálculos posteriores.

Ahora bien es necesario proyectar la cantidad de habitantes de los municipios para ello se utilizó el índices de crecimiento poblacional⁴⁷ , para posteriormente proyectar la cantidad de visitantes al municipio de San Luis del Carmen, se realizaron proyecciones para 5 años.

| MUNICIPIO | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| SAN FRANCISCO LEMPA | 360 | 362 | 364 | 366 | 369 | 372 |
| AZACU ALPA | 436 | 439 | 441 | 444 | 447 | 450 |
| SAN MIGUEL DE MERCEDES | 973 | 979 | 985 | 990 | 998 | 1,005 |
| SAN ISIDRO LABRADOR | 636 | 640 | 644 | 647 | 652 | 657 |
| SAN ANTONIO DE LA CRUZ | 579 | 582 | 586 | 589 | 594 | 598 |
| POTONICO | 534 | 537 | 540 | 544 | 547 | 551 |
| SAN ANTONIO LOS RANCHOS | 489 | 492 | 495 | 498 | 501 | 505 |
| TOTAL | 4,031 | 4,055 | 4,055 | 4,079 | 4,108 | 4,137 |

Tabla 48. Crecimiento poblacional proyectado para cada municipio

A la tabla de crecimiento poblacional se le adiciona un 1.5% de crecimiento para realizar las proyecciones de demanda por municipios, para los siguientes 5 años, pero **¿Por qué un 1.5%?**: se considera un aumento de 1.5% del ratio ya que en estos 5 años no se espera hacer de los del municipio de San Luis del Carmen una primera opción como sitio turístico, más bien es una introducción del municipio como destino, por lo cual se considera un crecimiento paulatino en la vida de las personas, no se pretende cambiar sus gustos, preferencias, estilo de vida de noche a la mañana, pero se considera el crecimiento debido a las nuevas tendencias de "Go Green", movimientos "Earthly" y aprecio por la naturaleza y la conservación de actividades y/o costumbres vernáculas de cada país, región o municipio.

Por esas tendencias se considera factible esperar un crecimiento del 1.5%.

⁴⁷ La tasa de crecimiento para el cálculo de la población por municipio según edades del estudio, fueron tomados del documento "Estimaciones y proyecciones nacionales de población 1950 -2050" de la DIGESTYC, UNFPA y CELADE, para el año 201

DEMANDA PROYECTADA

| MUNICIPIO | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| SAN FRANCISCO LEMPA | 277 | 284 | 291 | 299 | 307 |
| AZACUALPA | 336 | 344 | 353 | 362 | 371 |
| SAN MIGUEL DE MERCEDES | 667 | 686 | 705 | 725 | 745 |
| SAN ISIDRO LABRADOR | 329 | 341 | 353 | 365 | 378 |
| SAN ANTONIO DE LA CRUZ | 300 | 311 | 321 | 332 | 344 |
| POTONICO | 277 | 286 | 296 | 307 | 317 |
| SAN ANTONIO LOS RANCHOS | 499 | 510 | 520 | 531 | 543 |
| | 2,685 | 2,762 | 2,839 | 2,921 | 3,004 |

Tabla 49. Proyección de demanda por municipio

SEGMENTO 2: MUNICIPIOS MÁS URBANIZADOS

La metodología para la demanda proyecta fue la misma utilizada para el segmento de mercado de la baja montaña, exceptuando el porcentaje de crecimiento del porcentaje de demanda, que para este segmento será el 0.5% considerando la lejanía del lugar con los municipios más urbanizados el país (San Tecla, Antigua Cuscatlán, San Salvador, Mejicanos, Soyapango).

A continuación se presentan de resultados.

| | |
|------------------------------|----------------|
| Universo | 449,568 |
| Muestra | 106 |
| Índice demanda actual | 74% |
| Demanda actual a SLC | 332,680 |

Tabla 50. Cuadro resumen demanda actual total de los municipios más urbanizados

| MUNICIPIO | POBLACION NO CONSIDERADA EN APU | Encuestados | Demanda actual según | Índice demanda actual | Cantidad de personas |
|-------------------|---------------------------------|-------------|----------------------|-----------------------|----------------------|
| Santa Tecla | 62,468 | 17 | 4 | 23.6% | 14,733 |
| Antigua Cuscatlán | 19,353 | 15 | 6 | 40.4% | 7,825 |
| San Salvador | 153,598 | 35 | 10 | 28.6% | 43,910 |
| Mejicanos | 69,017 | 18 | 6 | 33.3% | 22,980 |
| Soyapango | 145,132 | 21 | 7 | 33.0% | 47,921 |
| | 449,568 | 106 | 33 | | 137,369 |

Tabla 51. Índices de demanda actual por municipio.

Al igual que el segmento 1, se proyectara la población, con el fin de calcular posteriormente la demanda para los próximos 5 años.

Los índices de crecimiento fueron los mismos utilizados para el segmento anterior.

| MUNICIPIO | 2,013 | 2,014 | 2,015 | 2,016 | 2,017 | 2,018 |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Santa Tecla | 62,468 | 62,838 | 63,211 | 63,586 | 63,963 | 64,342 |
| Antiguo Cuscatlán | 19,353 | 19,468 | 19,583 | 19,699 | 19,816 | 19,934 |
| San Salvador | 153,598 | 154,509 | 155,425 | 156,347 | 157,274 | 158,207 |
| Mejicanos | 69,017 | 69,426 | 69,838 | 70,252 | 70,669 | 71,088 |
| Soyapango | 145,132 | 145,993 | 146,858 | 147,729 | 148,605 | 149,487 |

Tabla 52. Crecimiento poblacional proyectado para municipios más urbanizados.

A través de la cantidad de población del cuadro anterior se calcula la cantidad posible de visitantes para los próximos 5 años, recordando que el crecimiento de la demanda actual se le adicionara un 0.5% para cada año.

DEMANDA PROYECTADA

| MUNICIPIO | 2,014 | 2,014 | 2,014 | 2,014 | 2,014 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Santa Tecla | 15,135 | 15,540 | 15,950 | 16,365 | 16,784 |
| Antiguo Cuscatlán | 7,968 | 8,114 | 8,260 | 8,408 | 8,558 |
| San Salvador | 44,943 | 45,987 | 47,041 | 48,107 | 49,183 |
| Mejicanos | 23,464 | 23,952 | 24,445 | 24,943 | 25,447 |
| Soyapango | 48,935 | 49,960 | 50,994 | 52,040 | 53,096 |

Tabla 53. Demanda proyectada de visitantes al municipio de San Luis del Carmen pertenecientes a los municipios más urbanizados el AMSS

SEGMENTO 3: TURISTAS DE SUCHITOTO

Para las proyecciones de los turistas que visitan Suchitoto, se realizó de manera similar que con los segmentos de mercado anteriores, a continuación se presentan los resultados.

El siguiente cuadro muestra el porcentaje de visitantes y turistas interesados en participar en iniciativas de turismo al otro lado del embalse desde Suchitoto, este resultado se obtuvo a partir de los datos de la pregunta 15 del instrumento de encuesta número 3.

| | | | |
|--------------|---------------------------------|-----|--------------|
| 5,104 | turistas por mes | | |
| 73% | interesados | | |
| 70 | Muestra | | |
| 3,726 | Interesados en la nueva turismo | | |
| 41 | nacionales | 59% | 3,011 |
| 29 | Extranjeros | 41% | 2,093 |

Tabla 54. Cuadro resumen visitantes y turistas actuales que visitan Suchitoto

A través de los datos de ingreso promedio de turistas que ingresaron a Suchitoto en el año 2011, según el informe de coyuntura de Turismo cuarto trimestre realizado por la unidad de inteligencia de mercado de CORSATUR fue en total 61,248, y a partir de los datos sobre la nacionalidad de los encuestados, proporcionado por el instrumento de encuesta número 3, fue posible calcular la proporción de turistas nacionales y extranjeros que ingresan al municipio.

| MUNICIPIO | Visitantes y turistas por año | Encuestados | Demanda actual según muestra | Índice demanda actual | personas interesadas en visitar SLC |
|-------------|-------------------------------|-------------|------------------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| Suchitoto | 61,248 | 70 | 51 | 73% | 44,624 |
| Nacionales | 36,136 | 41 | 30 | 73% | 26,441 |
| Extranjeros | 25,112 | 29 | 21 | 72% | 18,184 |

Tabla 55. Cantidad de turistas nacionales y extranjeros que ingresan a Suchitoto anualmente

La proyección anual se hará con datos del Informe Estadístico de Turismo. Año 2012 de MITUR que muestra los datos siguientes para visitantes y turistas al municipio de Suchitoto.

| Tasas de crecimiento turísticas proyectadas | | |
|---|---------------------|---------------------|
| Año | Tasa de crecimiento | Tasa de crecimiento |
| 2,014 | 1.75% | 2.35% |
| 2,015 | 2.07% | 2.21% |
| 2,016 | 2.11% | 2.07% |
| 2,017 | 2.45% | 2.36% |
| 2,018 | 3.21% | 2.65% |

A partir de los datos anteriores, se proyecta la afluencia de turistas al municipio de Suchitoto en los próximos 5 años, cabe recalcar que el fin de proyectar la afluencia al municipio de Suchitoto, se debe a que se pretende atraer a este mercado hacia San Luis del Carmen.

| MUNICIPIO | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------|--------|--------|--------|----------|--------|
| Suchitoto | 62,687 | 62602 | 62516 | 6269345% | 62,871 |
| Nacionales | 36,769 | 36,884 | 36,899 | 37,022 | 37,296 |
| Extranjeros | 25,702 | 25,667 | 25,631 | 25,704 | 25,777 |

Una vez calculada la proyección de demanda total de turismo rural comunitario, se establecerá la demanda de marca, este porcentaje se definirá tomando en cuenta los siguientes:

- El turismo rural comunitario, si bien no es un concepto nuevo su difusión en El Salvador lo es y actualmente no existen registros estadísticos ni leyes, que reflejen el desarrollo del mismo en la región, expertos del tema consideran que el turismo rural como tal aún se encuentra en una etapa de crecimiento dentro del mercado turístico en EL Salvador.
- No existen antecedentes relacionados a este tipo de proyectos en la zona en estudio (Cantones Los Naranjos, El Pital y Santa Cruz), el desarrollo de éste, es considerando como "una nueva experiencia", esto lo convierte en un reto para la comunidad ya que estos no poseen experiencia en la realización de este tipo de actividades, igualmente el municipio no posee datos históricos relacionados a la prestación de este tipo de servicios, únicamente los restaurante llevan datos históricos de las visitas.

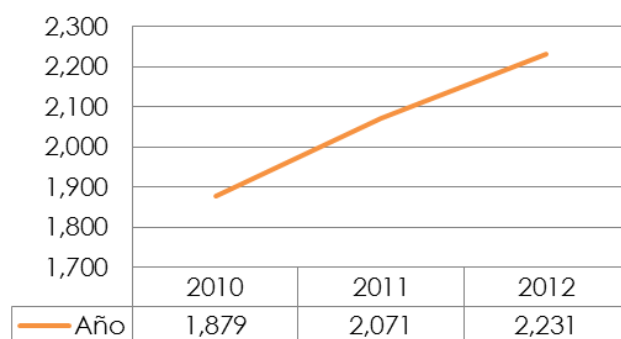
Para efecto de establecer el porcentaje de mercado el cual se cubrirá como demanda de marca se han estudiado otras iniciativas a nivel de país ya que no se cuentan con datos oficiales de otras iniciativas turísticas de municipios o con las mismas características de las de este proyecto.

En este caso realizo una visita a una experiencia de turismo rural comunitario en el municipio de Santo Domingo de Guzmán, la cual se está llevando a cabo desde 2010 y son miembros activos de la mesa de turismo rural comunitario la información sobre afluencia de turistas al municipio fue proporcionada por el Sr., se hace un análisis de similitud de las actividades que componen el producto turístico y se muestra a continuación:

| SANTO DOMINGO DE GUZMAN | | SAN LUIS DEL CARMEN | |
|--|---|--|--|
| Pueblo colonial | ✓ | Pueblo colonial | |
| Caminatas | ✓ | Caminatas | |
| Avistamiento de Flora y Fauna | ✓ | Avistamiento de Flora y Fauna | |
| Contacto con vertientes de agua natural | ✓ | Contacto con vertientes de agua natural | |
| Actividades acuáticas | ✓ | Actividades acuáticas | |
| Venta de alimentos (chalets comunitarios) | ✓ | Venta de alimentos (chalets comunitarios) | |
| Paisajismo. | ✓ | Paisajismo | |
| Observación y participación en actividades pecuarias | | Observación y participación en actividades pecuarias | |
| Servicio de guía turístico | | Servicio de guía turístico | |
| Venta de artesanías | | Venta de artesanías | |
| Senderismo | ✓ | Senderismo | |
| Alojamiento | | Alojamiento | |
| Asocio con tour operadores | | Asocio con tour operadores | |
| Excursiones programadas | ✓ | Excursiones programadas | |

Según este análisis se muestra que existe una similitud del 64% con respecto a las actividades que se ofertan Santo Domingo de Guzmán a continuación se muestra la tabulación de afluencia turística desde el 2010, datos

Afluencia turística Santo Domingo de Guzman



proporcionados por el presidente de la cooperativa

| Año | Total |
|----------|-------|
| 2010 | 1,879 |
| 2011 | 2,071 |
| 2012 | 2,231 |
| Promedio | 2,060 |

Se ha optado por tomar los datos de la iniciativa del municipio de Santo domingo de Guzmán tomando en cuenta los siguientes criterios:

- Es una iniciativa de turismo rural comunitario, que cuenta con el respaldo de la mesa de turismo rural y mantiene convenios con hoteles, tour operados turísticos y con instituciones internacionales.
- La fuente de información es primaria por lo tanto son cifras confiables, con la que se puede realizar cálculos más acertados.

Para este estudio se toma el promedio de visitas que ha tenido el municipio de Santo Domingo de Guzmán desde que impulso sus iniciativas en el año 2010, es un lugar que ofrece turismo rural comunitario y ofrece servicios y/o atractivos similares a los de este proyecto. Por lo tanto se tiene que se cuentan con 2,060 personas que visitan el lugar al año.

De lo anterior se puede realizar una estimación que permitirá tener un panorama del porcentaje de la población que conformará la demanda de marca del proyecto. Se estima que el 1.2⁴⁸% del universo total conformara la demanda de marca del proyecto, alcanzar esta meta conllevara todo un proceso que se verá representado a través del ciclo de vida del producto turístico.

1.5.1.7. PROYECCIÓN DEMANDA DE MARCA

| Año | 2,014 | 2,015 | 2,016 | 2,017 | 2,018 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| Proyección de demanda de marca (personas) | 2,085 | 2,110 | 2,135 | 2,161 | 2,187 |

Tabla 56. Proyección demanda de marca

⁴⁸ Porcentaje adecuado para la introducción de la marca del municipio de San Luis del Carmen ya que se encuentra aún en un proceso de gestación.

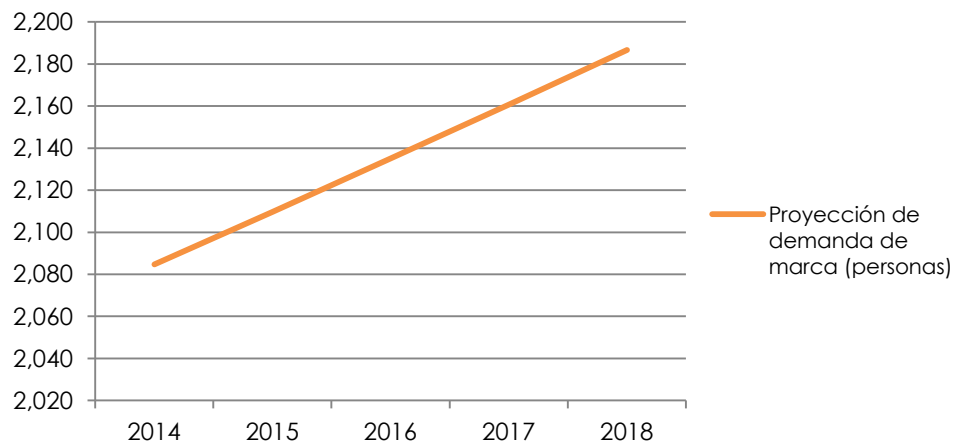
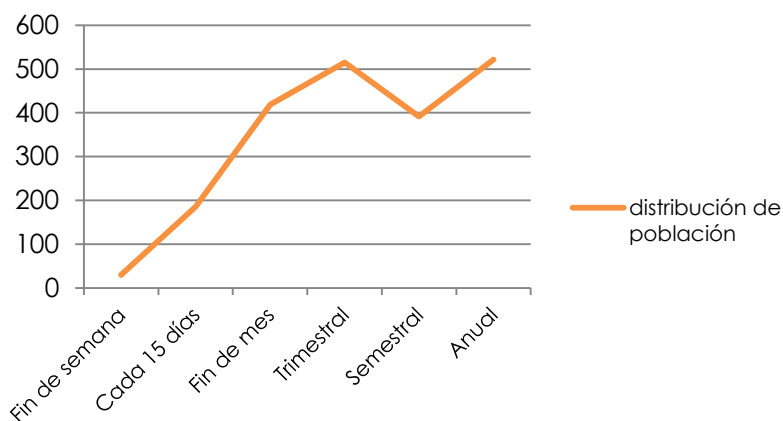


Gráfico. 1. Proyección demanda de marca

VARIACIÓN DE LA DEMANDA

La variación de la afluencia turística dependerá de los periodos estacionarios obtenidos en base a la información recolectada en el estudio del mercado consumidor. A continuación se presenta un resumen porcentual de cuál es la preferencia a la hora de elegir el periodo para efectuar el viaje.

| Periodo del año | % de población |
|-----------------|----------------|
| Fin de semana | 1.5% |
| Cada 15 días | 9.0% |
| Fin de mes | 20.3% |
| Trimestral | 25.0% |
| Semestral | 19.0% |
| Anual | 25.3% |



En base a la información anterior y tomando como base la proyección de la demanda de marca considerada para el año 2013 se obtiene la siguiente distribución poblacional:

| Periodo del año | distribución de población |
|-----------------|---------------------------|
| Fin de semana | 30 |
| Cada 15 días | 185 |
| Fin de mes | 419 |
| Trimestral | 515 |
| Semestral | 391 |
| Anual | 522 |

La gráfica muestra la estacionalidad de la prestación del servicio durante el año para dicho cálculo se utilizó el promedio de los porcentajes de frecuencia obtenidos en los tres

instrumentos de entrevista, con el fin de tener un dato más aproximado de la frecuencias de visitas para los tres segmentos de mercado, siendo la mayor demanda a finales del año.

OTROS FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos. Se puede definir como la cantidad demandada a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el **PRECIO**, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque:

- Disminuye la capacidad adquisitiva del turista
- Los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio

El primer elemento de decisión del turista deberá ser el precio y la cantidad de servicios y de productos que se ofrece unos por otros.

Cuando los productos son heterogéneos, el criterio básico de elección es la **COMPARABILIDAD** que consiste en comparar las características de un producto turístico con otro.

El segundo criterio de elección de los turistas es **LA FIDELIDAD**, uno compra los productos o servicios turísticos por costumbre o tradición en una determinada empresa por que satisface las necesidades planteadas por el turista. Solamente se cambiara de empresa, producto, o servicio cuando se modifique algo esencial de las características del producto o que otra empresa oferte un producto similar más ventajosamente.

El tercer criterio de elección es la **EXPECTATIVA**, es el deseo, el sentido que tiene cada persona de cómo va a desarrollarse su viaje por que las actividades turísticas se tienen que adquirir o comprar con anterioridad a la realización del viaje.

El cuarto criterio es la **PERCEPCIÓN**, es la impresión subjetiva que tiene cada persona ante las características de los productos o servicios turísticos, teniendo en cuenta que ante un mismo producto, la percepción de dos personas puede ser completamente distinta porque entran en juego los sentimientos, la atención y los criterios particulares de cada persona.

1.5.2.MERCADO COMPETIDOR

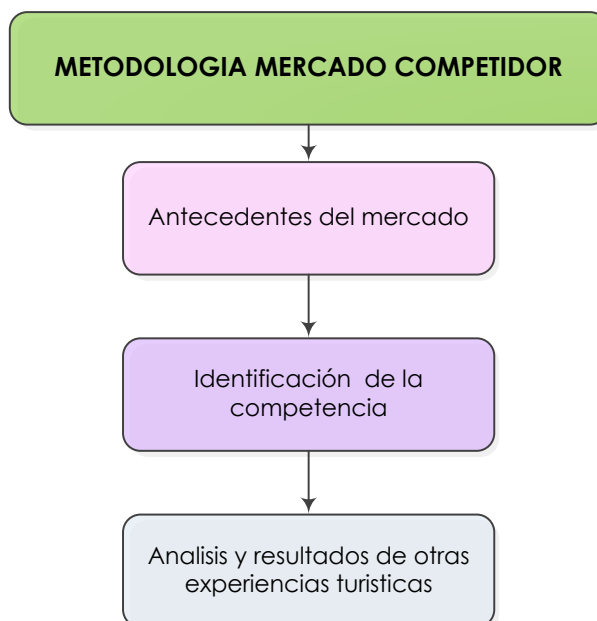


Ilustración 8. Metodología mercado competidor

1.5.2.1. ANTECEDENTES DEL MERCADO COMPETIDOR

Hoy en día, el Turismo Rural Comunitario se considera como una oportunidad de desarrollo turístico para las diversas comunidades pequeñas que se encuentran con atractivos suficientes para motivar a las personas a viajar. Ya sabemos que el turismo en general constituye una de las más importantes actividades económicas debido a que crea experiencias de vida en los que lo practican.

En El Salvador, el turismo rural comunitario ha logrado sobresalir y ya existen muchos proyectos donde se aprovechan al máximo los recursos naturales.

En la zona norte del país destaca, por sus más de 2,000 kilómetros cuadrados, el departamento de Chalatenango. Con un clima templado y abundante vegetación es uno de los polos de desarrollo turístico que explota el país en la actualidad. Chalatenango posee atractivos naturales únicos

La región como tal cuenta con una larga lista de sitios para visitar y practicar turismo de aventura, rappel y bici montaña.

Además, dos de sus municipios, La Palma y San Ignacio, forman parte de la Ruta del Paraíso Artesanal, donde se elaboran artesanías en madera, usando colores llamativos.

En Las Pilas y Miramundo abundan los cultivos de hortalizas, frutas y flores, en donde los turistas pueden adquirir productos frescos y de buena calidad, a precios módicos. En la misma zona se encuentra el punto más alto del país, el Cerro El Pital, con una elevación de 2,730 metros sobre el nivel del mar. El clima es muy fresco, debido a la cantidad de árboles de pino, roble, encino y ciprés que hay. Ideal para acampar.

Otros destinos son el templo colonial de El Pilar, en Citalá, y los ríos El Sumpul y Nunuapa. También el turicentro Agua Fría, que se caracteriza porque sus aguas son heladas. En Concepción Quezaltepeque se hacen hamacas en hilo de algodón, mantos y cortinas en crochet.

Actualmente en Centroamérica, varias comunidades campesinas están participando en experiencias de turismo rural comunitario; un elemento clave para su despegue ha sido la creación de estructuras de apoyo y la definición de políticas nacionales para el fortalecimiento del sector. En Nicaragua, Guatemala y Costa Rica se han formado Redes de Turismo Rural Comunitario, integradas por pequeños productores, cooperativistas, comunidades indígenas y de afro descendiente, y pequeños empresarios locales que son apoyadas por ONG, cooperación internacional y municipalidades.

Estas redes se han enfocado en la capacitación de los actores, en el fortalecimiento de su parte empresarial, desarrollo de destinos, paquetes y comercialización, logrando consolidar un estilo de hacer turismo alternativo a los modelos más convencionales. Costa Rica incluso aprobó recientemente una Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario.

En El Salvador existen experiencias relacionadas con el turismo rural comunitario, pero no todas han sido identificadas como tal. Algunas de las modalidades más sobresalientes del turismo rural que se están dando en el país son: Ecoturismo, Agroturismo, turismo Cultural, turismo de Aventura y Gastronómico.

El segmento de turismo rural comunitario, incluyendo las modalidades de eco-agro turismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, etnoturismo, está experimentando mayor dinamismo a nivel mundial. La causa de la creciente orientación de los turistas hacia este tipo de turismo se basa esencialmente en la búsqueda de nuevos estímulos o retos, en su deseo de estar en pleno contacto con la naturaleza, así como en una sensibilidad cada vez mayor acerca de la situación y los problemas del medio ambiente.

1.5.2.2. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

Para identificar el tipo de competencia al que estará sometido el proyecto: "PLAN DE DESARROLLO TURISTICO RURAL COMUNITARIO SOSTENIBLE APLICADO AL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO", se deberá tener en cuenta los diferentes tipos de turismo que se encuentran en el país, por lo tanto el que más características similares tenga al concepto de un turismo rural comunitario, será la competencia directa del proyecto, ya sea nacional o regional; también existe el turismo tradicional que se convertirá en competencia indirecta.

TURISMO RURAL COMUNITARIO EN CENTROAMÉRICA

A continuación se realiza una descripción de los principales destinos de Centroamérica que presenta iniciativas de turismo rural comunitario, que por su ubicación geográfica, así como por los recursos y atractivos turísticos que poseen, se consideran competidores de El Salvador en el ámbito turístico

- **Turismo rural comunitario en Guatemala**

En la actualidad, el turismo representa para Guatemala el segundo generador de divisas, por detrás de las remesas familiares (BANGUAT, 2009). Su crecimiento ha sido constante y sostenido a lo largo de las últimas dos décadas. Guatemala ha representado un destino

accesible a los principales centros emisores mundiales de turismo conformados por Estados Unidos, Canadá y el Centro de Europa. Su rica biodiversidad, en conjunto con sus rasgos culturales, la han posicionado como un destino de gran atractivo para los consumidores.

Debido a esta riqueza, Guatemala ha establecido parámetros para el aprovechamiento turístico de los destinos, de una manera **eficiente y sostenible**. Como resultado de esto, surgen modalidades de turismo responsable con los recursos y atractivos a visitar.

Últimamente, existe una diversificación en cuanto a la oferta de productos y servicios turísticos, surgiendo modalidades tales como el turismo de aventura, el ecoturismo o el turismo cultural,



enmarcadas propiamente en el TURISMO RURAL COMUNITARIO, el cual ha cobrado mayor notoriedad, debido a la cobertura mediática que recibe y a su aparición en las agendas de desarrollo por parte de diferentes entes relacionados al tema turístico y/o al tema social.

- **Turismo rural comunitario en Honduras**

Honduras cuenta actualmente con el potencial para desarrollar seis productos turísticos reconocidos a nivel regional, tomando como base la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible (ENTS) se destaca como productos en desarrollo los denominados productos tradicionales, tales es el caso de Sol y Playa, no obstante de esto la tendencia actual está orientada al fortalecimiento de productos no tradicionales o los denominados «turismos alternativos», dentro de estos se encuentran el Turismo Rural Comunitario.

En Honduras El turismo rural comunitario comprende toda actividad turística sostenible y planificada que se realiza en el medio rural y natural, personalizada, compuesta por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda donde se le brinde una oportunidad al turista de convivir con las comunidades rurales, para conocer y aprender otras formas de vida, en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto al entorno natural y valor de la identidad cultural de los pueblos, mediante la participación activa de las comunidades locales, para la diversificación de los ingresos, con el objetivo de contribuir al desarrollo integral de la comunidad.

En Honduras esta actividad se caracteriza por ser vivencial e integral ya que promueve la incorporación de las comunidades locales en el manejo responsable de sus recursos naturales, culturales y humanos. Plantea una interrelación más estrecha con las comunidades locales, contribuyendo en la conservación de los recursos naturales y culturales del área en que se efectúa la actividad turística. En este proceso se encuentra



intrínseco el desarrollo de capacidades en la comunidad para el manejo y gestión de los servicios turísticos rurales acordes a las características del producto y las necesidades del mercado. Alienta a las comunidades locales asumir un compromiso de respeto, valoración y conservación del patrimonio e incentiva a los mismos a darlo a conocer y promoverlo al mundo.

- **Turismo rural comunitario en Costa Rica**

El Turismo Rural Comunitario en Costa Rica, ha tenido un crecimiento importante en el país, tanto en relación con su oferta como con la demanda. Se estima que ya existen más de 90 organizaciones sociales⁴⁹. Bajo una encuesta realizada por el ICT en el 2005, se conoció que el 15% de los turistas indican haber tenido una experiencia de turismo rural comunitario, por lo que las comunidades se han interesado en implementar actividades relacionadas con la producción agrícola y agropecuaria, dentro de las vivencias de los visitantes. Igualmente se agregan ingredientes de tipo histórico y cultural, haciendo del Turismo Rural Comunitario un producto auténtico del ser costarricense.



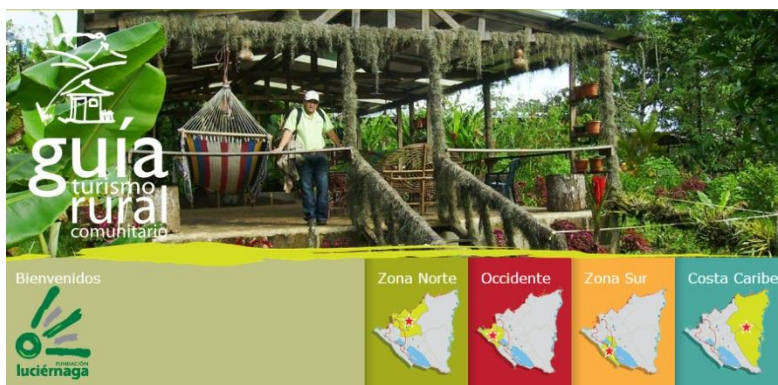
El Gobierno de Costa Rica reconoció en el 2007 al turismo rural comunitario como de interés público y además, a nivel institucional el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) lo declaró como cuarto macro producto turístico, lo que implica un paso importante para la promoción internacional de ese rubro. A la fecha en Costa Rica ya cuenta con la Ley de turismo rural comunitario.



- **Turismo rural comunitario en Nicaragua.**

Nicaragua es un país con un alto potencial turístico compuesto por hermosas playas, montañas con vegetación variada, volcanes esperando ser escalados, diversidad cultural, gente muy acogedora y hermosos paisajes que atraen a cualquiera. Esta belleza natural ha llevado a muchos inversionistas nacionales y extranjeros a establecer negocios turísticos, que son vistos como alternativas laborales y puentes para el progreso.

⁴⁹ Información sustraída de: Una nueva forma de viajar : Turismo Rural Comunitario en Costa Rica, ACTUAR (Asociación costarricense de Turismo Rural Comunitario), 2010



Desde que Nicaragua empezó a aparecer en el mapa como destino turístico en los últimos años, la larga tradición organizativa de los campesinos locales encontró una nueva veta: el turismo rural comunitario, una práctica con antecedentes en los 80's, cuando en los tiempos de la Revolución Sandinista las cooperativas campesinas germinaron por todo el país.

Hoy, siguiendo los pasos de países con amplia tradición en este tipo de turismo, como Ecuador o Bolivia, son más de 40 las cooperativas, familias campesinas, comunidades indígenas y asociaciones de artesanos organizados que funcionan en toda Nicaragua en torno al turismo rural comunitario. Sin embargo, hace apenas un par de años que empiezan a ser una opción visible para el visitante: primero con la creación de la Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario y la Red de Turismo Sostenible; y ahora con la edición por la Fundación Luciérnaga -una ONG de Managua dedicada a apoyar a las organizaciones populares- de la primera Guía de Turismo Rural Comunitario de Nicaragua, que reúne información completa sobre 39 de estas organizaciones.

Dividida en cuatro zonas, la Guía ofrece fotografías, información de contacto, descripciones generales de las organizaciones, sus servicios y actividades y los tipos de alojamiento e infraestructura que ofrecen, además de los atractivos cercanos que pueden visitarse y cómo llegar desde Managua. También incluye testimonios de dirigentes comunitarios locales sobre la vida en las zonas rurales de Nicaragua.

Aunque en general los servicios son básicos respecto al alojamiento y la infraestructura (la guía cumple en precisar información imprescindible para el viajero, como la disponibilidad de agua potable o servicios higiénicos), existe una amplia gama de opciones: desde paquetes organizados para conocer ruinas precolombinas y hoteles ecológicos donde aprender horticultura orgánica, hasta pequeñas comunidades indígenas que ofrecen al viajero compartir un cuarto en sus casas y sus comidas típicas en medio de la densa jungla caribeña.

De estas cuarenta iniciativas hay algunas que llevan más de 10 años trabajando y que prácticamente todos los días atienden a visitantes. La Guía forma parte de un proyecto más amplio de apoyo a esas organizaciones. Pretende facilitar el conocimiento y acceso



de mucha gente que puede tener interés por conocer los recursos naturales de Nicaragua de la mano de sus mejores conocedores: campesinos y campesinas del lugar. Entre las organizaciones de la Zona Norte de Nicaragua, prevalecen las cooperativas cafetaleras, pero también iniciativas como la del Pueblo Indígena de Mozote, que reúne a 14 comunidades indígenas en proyectos de agricultura orgánica; o los guías del impresionante Cañón de Somoto. En la región de Occidente (Chinandega y León), el turismo rural se enfoca en los volcanes de la zona y las aguas termales: el Centro Eco turístico es uno de los más organizados del país. En la Zona Sur se encuentran comunidades que trabajan en reservas naturales (por ejemplo la Finca Magdalena, una hacienda cafetalera de la isla de Ometepe) o cooperativas de ceramistas (la Quetzalcóatl, en San Juan de Oriente, es una de las más interesantes). En la Costa Caribe, apenas descubierta por el turismo, hay comunidades indígenas como la Awas en la Laguna de Perlas, una de las lagunas de agua dulce más grandes de América; o la Rama Cay, donde conocer las costumbres de esta etnia frente a playas de postal.

- **Turismo rural comunitario en Panamá**

Panamá posee una gran riqueza en recursos naturales y culturales. En Centroamérica existen numerosos ejemplos de países (y de zonas) ricos en recursos, pero pobres o muy pobres en productos.

Panamá conoce una gran variedad de flora y fauna y cultura. Por ejemplo, la Cuenca Hidrográfica del Canal de Panamá es un destino natural muy atractivo para turistas pero aun relativamente desconocida especialmente para turistas extranjeros. Hay poca información sobre el área en Internet y la información turística. Muchos visitantes prefieren por esa razón a los destinos más comunes como Bocas del Toro, Boquete y la Ciudad de Panamá. Muchas veces sin saber que hay mucho más que explorar en el país.

Panamá tiene los recursos necesarios para generar productos y además existen en muchas comunidades facilidades como restaurantes, hostales y tours. Los restaurantes ofrecen comida local lo cual da al turista la oportunidad de conocer la cocina nacional y regional. Los hostales son pequeños y muchas veces las familias ofrecen uno o más cuartos al turista, lo cual permite interactuar con la gente del país. Estas facilidades son desarrolladas a pequeña escala y ofrecen un servicio básico. Además hay tours ofrecidos por gente local que conoce su comunidad. Los guías son capacitados a veces por organizaciones nacionales y algunos hablan un segundo idioma. Por ejemplo, en la Cuenca Hidrográfica del Canal de Panamá existen comunidades que ya tienen un servicio que ofrecer, pero el área todavía es desconocida y falta promoción de la región.

La opción del turismo rural comunitario, gana espacio en Panamá con la iniciativa de desarrollar un proyecto nacional para convertir granjas agrícolas en centros dedicados al ocio.

Para los especialistas en Panamá, esa modalidad permitirá a los amantes de la naturaleza la posibilidad de apreciar el entorno una plaza dedicada a la producción agropecuaria.



El proyecto denominado *Fortalecimiento del Desarrollo Agropecuario* por medio del agroturismo busca acercar la ciudad al campo, atacar la pobreza y generar ingresos para los productores nacionales.

En esa dirección se combinan los esfuerzos del ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA), el Instituto Panameño de Turismo y la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Una de las aspiraciones está en lograr que los productores del campo participen en la actividad turística sin descuidar la labor agropecuaria, igualmente importante para el país.

Posicionamiento de los mercados competidores de Centroamérica

Actualmente los destinos competidores, en mayor o menor medida, se están intentando posicionar en el mercado turístico con una imagen de marca relativamente diferenciada.

| PAIS | ELEMENTOS DIFERENCIADORES | SLOGAN |
|------------|---|---|
| Costa Rica | Eco turismo y naturaleza | "sin ingredientes artificiales" |
| Honduras | Cultura maya, naturaleza, playas y arrecifes | "Un pequeño país, tres grandes mundos" |
| Guatemala | Cultura y naturaleza, autenticidad y diversidad | "Alma de la tierra", "Corazón del mundo maya" |
| Nicaragua | Aventura, lagos, naturaleza, gente amable | "Nicaragua donde todo es posible" |
| Panamá | Playas y naturaleza | "La ruta por descubrir" |

Tabla 57. Marcas turísticas de países centroamericanos

Los esfuerzos realizados en torno a la imagen de marca tienen una repercusión directa en la percepción del destino por parte del turista real y potencial. A continuación se muestra un cuadro en el que se pueden observar los nichos de mercado prioritarios para cada uno de los destinos centroamericanos, en los que compiten con El Salvador, tanto por la riqueza de su oferta como por la solidez de su demanda.

| PAIS | NICHO MERCADO |
|-------------------|-----------------------|
| Costa Rica | Ecoturismo/Aventura |
| | Sol y Playa |
| | Surf |
| Guatemala | Arqueológico/Cultural |
| | Ecoturismo/Aventura |
| | Idiomático |
| Honduras | Arqueológico/Cultural |
| | Sol y Playa |
| | Ecoturismo/Aventura |
| Nicaragua | Sol y Playa |
| | Ecoturismo/Aventura |

| | |
|---------------|--------------------|
| | Cultural |
| Panamá | Negocios y compras |

Tabla 58. Nichos de mercado de países centroamericanos

Costa Rica es, sin duda, el destino mejor posicionado en el segmento del turismo rural comunitario. Países como Guatemala, Honduras y Nicaragua, que cuentan con una oferta importante en este sentido han despuntado paulatinamente en este tipo de turismo creando leyes y más vinculaciones.

Definitivamente la competencia más amplia se sitúa en Costa Rica, que presenta un producto turístico consolidado. Sin embargo, cabe resaltar que dicho grado de desarrollo ofrece también desventajas respecto a un destino emergente como El Salvador, debido principalmente al coste de los servicios ofrecidos, que resultan superiores en Costa Rica. Este factor es especialmente importante para los segmentos de surf y turismo náutico ya que estos requieren unos atributos complementarios al recurso principal, el mar, que pueden ser planificados.

Por tanto, según los datos antes expuestos, Honduras, Nicaragua y Guatemala se sitúan como los destinos competidores directos de El Salvador, bien por las coincidencias de su oferta y demanda, bien por razones históricas y socio-económicas que han lastrado o retrasado su desarrollo turístico; estando Costa Rica y Panamá mejor posicionados turísticamente, ya sea por su mayor "proximidad histórica" a Estados Unidos o por el apoyo de sus administraciones, y, en cualquier caso, por la mejor acogida de su respectiva imagen/país en la demanda internacional.

Competencia Nacional

El Mercado competidor se analizará de la siguiente manera: En primer lugar, se analizarán municipios o asociaciones de municipios que ofertan rutas turísticas a nivel nacional para posteriormente diferenciar aquellas que representan una competencia directa o indirecta para el municipio de San Luis del Carmen.



Competencia directa

En una competencia directa, los ofertantes de turismo que se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe cierta cantidad de ofertantes que realizan el mismo servicio y la participación en el mercado está determinada por la calidad, precio y el servicio que se brinda al consumidor.

Definiremos a la competencia directa como todos aquellos destinos turísticos que se pueden clasificar dentro de las **modalidades** que pertenecen al turismo rural comunitario y que se están brindando en el país.

Para llevar a cabo la identificación de estos sitios, se presenta un listado de lugares clasificados por la modalidad correspondiente al turismo rural comunitario.

A continuación se detallan algunas experiencias y sitios considerados como turismo rural comunitario que se están dando en el país.

○ **Agroturismo**

Incluye el alojamiento compartido o independiente en la vivienda de los propietarios, dedicados a la actividad ganadera, agrícola o forestal. Se trata de reactivar las zonas más deprimidas con una mejora de su calidad de vida, complementando las actividades económicas tradicionales con las turísticas.

| DESTINO | DESCRIPCION |
|---|---|
| <p>"Paraíso entre Ríos" en Concepción de Ataco, Ahuachapán.</p>  | <p>Desarrollo del segmento de turismo de montaña, en una de las zonas geográficas de mayor belleza en El Salvador. Comprende la creación de infraestructura para la atención turística (6 cabañas, rancho restaurante, 7000 mts2 de senderos) con un enfoque de responsabilidad ambiental, así como el desarrollo de cultivos no tradicionales: noni, higo, pacaya, café orgánico, plantas aromáticas, medicinales y ornamentales.</p> |
| <p>DULCE NOMBRE DE MARIA Asociación cooperativa agropecuaria y de servicios múltiples "El Manzano" de RL</p>  | <p>Ubicada en el caserío el Manzano, cantón el Ocotal en Dulce Nombre de María, Chalatenango. Desde 1998 la cooperativa le apostó al turismo, aprovechando el atractivo del bosque de árboles de pino, roble y liquidámbar, el interés histórico de la zona, más la tranquilidad y belleza de los paisajes. Ofrecen restaurante, tienda de artesanías, cabañas zonas para acampar, servicios como visitas guiadas, caminatas por senderos, visitas a proyectos productivos, pozas y miradores, entre otros.</p> |
| <p>San José Las Flores en Chalatenango</p> | <p>El municipio es conocido y admirado por el desarrollo cultural, educativo, agrícola y turístico que se experimenta. Uno de los lugares más visitados es el restaurante comunal, donde se ofrecen exquisitos platillos con la sazón propia de la gastronomía chalateca, además de ser elaborados con productos</p> |



naturales cultivados por agricultores de la zona. Parte de su éxito culinario y turístico se lo debe al nivel de organización alcanzado en la última década. San José Las Flores cuenta también con una variada producción de lácteos elaborados por cooperativistas, cuenta con panaderías comunales, talleres artesanales, centros turísticos comunales entre otros proyectos que consideran básicos para continuar impulsando su desarrollo.

Jayaque Tour del Café



Ofrece a sus visitantes una amplia oferta turística que está integrada por: recorridos por los senderos de las fincas, visita a talleres de artesanías, visitas al centro histórico de la ciudad y consumo de alimentos en los diferentes restaurantes, entre otros. Motivados por los atractivos disponibles para el turista: naturaleza, clima fresco, excelentes vistas panorámicas y todo el paisaje que en general. Las empresas que integran la oferta de Jayaque Tour del Café son: Finca linda vista, La casona de jayaque. El carmel café jardín, Arte en lata los pepes, Arte Jayaque, Delicias de Jayaque, Finca La Esperanza y Finca Santa Elena.

Ruta del bálsamo en San Julián



Es un proyecto Educativo Cultural orientado a la conservación de la especie y también en dar a conocer la extracción de la resina del bálsamo, una planta milagrosa y muy antigua la cual existe desde la época de la colonia y que está en peligro de extinción. La finca está ubicada en la ciudad de San Julián en Sonsonate. Costo de la entrada es \$ 2.00 e incluye: Tour guiado por un Ingeniero Agrónomo con una especialidad en plantas, una bebida refrescante, brochure con la historia completa del bálsamo, video y uso de las instalaciones. El Menú es campestre

Finca San Jorge, San Julián, Sonsonate (fundación ANADES)



La finca cuenta con infraestructura necesaria para el desarrollo de ecoturismo: energía, agua, calles, mirador, cafetería, cabañas, área de jardín y parque. Se encuentra acondicionada y amueblada para recibir turistas para caminatas, excursiones, eventos... Actualmente se está capacitando a las personas que viven en la finca para que puedan atender diferentes áreas y acceder a un trabajo.



Tabla 59. Identificación competencia directa con la modalidad de agroturismo

○ **Ecoturismo**

Se refiere a los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma.

| DESTINO | DESCRIPCION |
|--|--|
| <p>Asociación Pro Desarrollo Turístico de Perquín (PRODETUR) en Jocoaitique, departamento de Morazán</p>  | <p>La Ruta de La Paz está conformada por siete municipios: Torola, San Fernando, Villa El Rosario, Jocoaitique, Arambala, Perquín y Meanguera, ubicados todos al norte de Morazán.</p> <p>El recorrido se proyecta como un destino turístico rural, que ofrece riqueza cultural, histórica y natural.</p> <p>PRODETUR ha registrado que entre los lugares más visitados está río Sapo a su paso por Arambala, el sitio El Mozote en Meanguera, áreas para acampar, así como las cascadas El Chorrerón y Los Manantiales y los ríos Negro y Pichigual, en San Fernando. Entre las actividades turísticas que ofrece la ruta están las caminatas, ciclismo de montaña, aventurismo, investigación de flora y fauna, rappel, así como la visita a monumentos históricos, recorrido a museos, talleres de artesanías, elaboración de prendas y teñidos de añil</p> |
| <p>Eco Albergue Río Sapo</p>  | <p>Ubicado en el extremo nororiente del departamento de Morazán, 250. Kms. De San Salvador. Con su impresionante cauce de limpias y frías aguas de atractivo color turquesa, recorre una extensa área de aproximadamente 6 mil hectáreas entre bosques de pinos y robles. El lugar dispone de cubículos para instalar tiendas de campaña, mesas para picnic y cocinas artesanales. Un albergue rural con instalaciones de baños sanitarios higiénicos y amigables con el medio ambiente. Hay servicios de alimentación proporcionados por familias campesinas que residen en las cercanías del proyecto.</p> |

**La Palma, San Ignacio, Citalá en
Chalatenango**



La Palma • San Ignacio • Citalá | Chalatenango, El Salvador



Representante de la campiña salvadoreña ofrece a sus visitantes una arquitectura colonial y la puerta hacia una de las cordilleras más altas del país.

En San Ignacio se puede escalar la famosa Peña de Caya huanca, cerro de 1,621 msnm, y disfrutar de sus paisajes así como de su clima. En este lugar se pueden apreciar distintos tipo de árboles, frutales y maderables entre los que destacan son los pinos y ciprés, flores silvestres, frutas.

Al lado poniente de San Ignacio están las cuevas de Shuntrun, donde se encuentran dos ríos y sus sabrosas aguas invitan a bañarse en ellas.

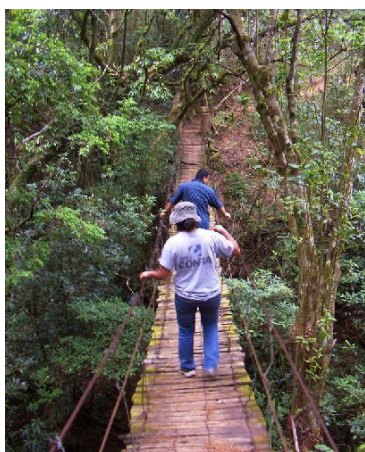
Eco parque El Espino



La Finca El Espino, desde hace algunos años, cuenta con un Eco parque. Este territorio forma parte de la reserva forestal protegida por la Ley de Medio Ambiente. Es catalogado el último pulmón del área metropolitana de San Salvador por su aporte de oxígeno y recurso hídrico para la zona.

La reserva se encuentra ubicada en la falda sur-sureste del volcán de San Salvador, entre los municipios de Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán y San Salvador. Tiene una elevación de hasta 1,200 metros sobre el nivel del mar. Se sitúa en la Sabana Tropical Calmosa, donde la temperatura promedio es de 21 grados centígrados, con una captación de lluvia de 1,849 milímetros anuales.

**Parque nacional Los Andes, Santa
Ana**



Es el refugio de una gran variedad de animales como tucanes, colibríes, halcones y gatos monteses, y el sitio donde crecen muchos árboles, arbustos y una diversidad de plantas ornamentales. En el lugar se puede contemplar una variedad de flores, como hortensias, margaritas y "pensamientos". Varias cabañas de madera están instaladas en medio de la exuberante vegetación. En los alrededores se pueden apreciar y recorrer senderos que conducen a miradores, áreas de descanso y hasta el cráter del volcán llamatepec o de Santa Ana.

El turista tiene la opción de visitar el orquideario, varios miradores (como el de "Los Chorritos" y "El Tecolote") y el puente de Los Helechos, desde el cual se contempla un refrescante nacimiento de agua. En este sitio turístico se puede hacer uso de áreas para cocinar, acampar y parquear.

Los chorros de la Calera, Juayua

Los Chorros de la Calera constan de 3 espectaculares y



maravillosas cascadas, siendo las principales caídas de agua de unos veinte metros de altura que se encuentran en Juayúa, Sonsonate. Lugar de clima fresco, ideal para practicar el rapel

Parque Nacional Montecristo



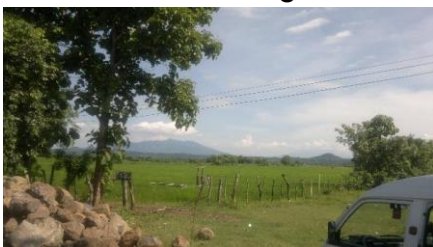
Dentro de este bosque se encuentra el Jardín de los cien años, donde podrá observar más de 70 diferentes especies de orquídeas; agapantos varsovias, hortensias, cartuchos, etc. Entre los animales que se pueden observar están: quetzales, venados de cola blanca, cotuzas, etc. Montecristo está localizado en el departamento de Santa Ana.

Ausoles de Ahuachapán



Constituyen uno de los fenómenos más interesantes del volcanismo en Centroamérica. Por el aprovechamiento que se hace de ellos al transformar la energía geotérmica en energía eléctrica, han hecho de El Salvador un país de los pioneros en el mundo en este tipo de procesos. A la hora de visitar este espectáculo se puede apreciar enormes columnas de humo e incluso observar cómo en las charcas hirvientes se cocinan huevos y elotes. Además se puede visitar la planta geotérmica "LA GEO" donde especialistas en la materia explican cómo se aprovechan y cuidan estos Recursos naturales.

Santa Bárbara, El Paraíso en Chalatenango



Ahí los turistas pueden recorrer el casco de una hacienda que data de principios del siglo pasado o caminar por la reserva natural. Desde la cúspide se aprecia el humedal del Cerrón Grande, recientemente declarado sitio Ramsar, con el propósito de conservación. Al visitar la zona también se dan paseos en velero, que son fabricados por los lugareños.

Laguna Olomega

Antes llamada de Camalotal porque abundaban las



gramíneas acuáticas llamadas Calamote a 15 kilómetros al este de San Miguel. Tiene una superficie de 18 kilómetros cuadrados. Por el norte recibe el río San Antonio y a al oeste se desagua en el río Grande de San Miguel. En un paseo en lancha se admira la belleza de esta hermosa laguna. Hacia el sur posee dos islas pequeñas en las que se puede desembarcar.

Dirección: Departamento de San Miguel, El Salvador.

Laguna de Alegría



En la cúspide del volcán de Tecapa, en el fondo del cráter reposa la laguna de Alegría. Sus aguas son de color amarillo verdosas, debido a su contenido de azufre y sus propiedades curativas. La laguna cuenta con fuentes termales y fumarolas.

Laguna de Apastepeque



Esta Laguna descansa sobre un cráter de explosión volcánica en la parte norcentral del Departamento de San Vicente, con un área de 1.5 manzanas. La cobertura vegetal en las riberas de la laguna, se encuentra tipificada como un bosque húmedo sub-tropical, con transición tropical; considerada como una de las principales zonas de vida de El Salvador, se extiende desde la cadena volcánica hasta las planicies costeras. Algunas especies vegetales típicas de esta zona de vida son: la Ceiba, Maquilishuat y Cedro Real, entre otros.

Su nombre en náhuatl significa, "Cerro de las vasijas grandes" o "Cerro de los alabastros". Se encuentra ubicado en San Vicente en el cantón Apastepeque a 64 kilómetros de la ciudad capital.

Cueva del Ratón



Se puede escalar una montaña, observar la cueva ratón, que no es exactamente una cueva, sino una formación rocosa con un hoyo muy pequeño que parece la abertura que hace un ratón. En este lugar los habitantes quemaban una especie de barro y por eso su color tan característico. En medio del bosque se encuentra un área de cafetería, habitaciones para hospedarse y una variedad de actividades al aire libre.

EL PITAL

Es el punto más alto del país. Lugar ideal para acampar, realizar caminatas, reservar la flora y fauna y disfrutar de un clima frío. También se encuentran lugares para hacer rappel, entre ellos el peñón de Calla huanca. El lugar


| | |
|---|--|
|  | <p>está rodeado de bellos ríos con poca contaminación, el río Sumpul y el río Nunuapa. Se puede escalar la peña rajada; se encuentra un mirador natural sobre una inmensa roca con vistas a San Ignacio, La Palma y partes de Honduras y Guatemala</p> |
|---|--|

Tabla 60. Identificación competencia directa con la modalidad de ecoturismo

- **Turismo colonial-cultural**

| DESTINO | DESCRIPCION |
|--|---|
| <p>Arcatao, Chalatenango</p>  | <p>Cuenta con los atractivos turísticos de Río Gualsinga y Cerros Las Ventanas, La Cañanada y Quebrada el Avarío, los cuales son ofertados al público como turismo Eco-histórico y colonial ya que las personas pueden realizar su recorrido por el pueblo y ver casas antiguas en su infraestructura así mismo su iglesia.</p> <p>Cuenta con su propio operador turístico Arcatour.</p> |
| <p>Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate</p>  | <p>Su iniciativa turística ha despuntado desde el año 2010, y es uno de los miembros más activos de la mesa de turismo rural comunitario, cuenta con atractivos como cascadas y recorrido por los talleres de fabricación de artesanías de barro, así mismo cuenta con nahuat hablantes que les brindan una demostración a los turistas.</p> <p>Frente a la alcaldía del pueblo han creado un comedor comunitario, el cual los mimos habitantes atienden así como una tienda donde 10 artesanos de barro exponen sus obras.</p> |
| <p>Apastepeque, San Vicente</p> | <p>Apastepeque posee sitios turísticos, tales como: la Barranca del Zisimico, donde se pueden observar fósiles de animales prehistóricos; la laguna de Apastepeque y ciega.</p> <p>Apastepeque es una población precolombina fundada por tribus pipiles y su nombre significa</p> |



"Cerro de los Alabastros". En textos antiguos se menciona como Santiago Apastepeque. Obtiene su título de ciudad en 1916.

Juayua, Sonsonate



El municipio de Juayua a través de ya varios años ha sido un gran atractivo turístico, en este municipio se encuentran múltiples opciones gastronómicas todos los fines de semana alrededor del parque central. En el municipio es posible realizar compras de llamativas artesanías, cestería y otros productos hechos a base de tule y mimbre a precios accesibles. Así mismo se puede recorrer los senderos hacia increíbles caídas de agua, entre otros atractivos que hacen de Juayúa.

Suchitoto, Cuscatlán



Ciudad histórica colonial en El Salvador, con calles empedradas, casas coloniales, ricas tradiciones culturales y vistas panorámicas al lago de Suchitlán. Suchitoto ofrece una variedad de comodidades en su tranquila ciudad, incluyendo hoteles y restaurantes para todos los presupuestos, museos, galerías de arte. También le ofertan al público visitas a sus zonas rurales como fincas y/o haciendas

Dulce Nombre de María



Es un pueblo en las montañas de Chalatenango, es tranquilo que ofrece aire fresco. Cuenta con muchos comedores y pupuserías, tiendas pequeñas, farmacias y las otras cosas que normalmente encuentran en un pueblo pequeño. Entre los atractivos que cuenta son visitas o recorridos al Manzano, que son bosques y un río que son propiedad de la Cooperativa El Manzano (110 M), En el municipio existen lugares donde hospedarse hostales y un hotel con 10 habitaciones.

San Jose Cancasque

El municipio cuenta con atractivos como es el pueblo en si con construcciones de bajareque y adobe, en sus viviendas además representaciones arquitectónicas propias de la colonia. Entre otros atractivos con los cuales este municipio cuenta son pozas, haciendas, caminatas a cerros, senderismo.



Museo Winakirika



Es un museo comunitario que dedica el espacio para contar la historia de los primeros pobladores de Cacaopera, a través de la memoria popular, arqueológica e histórica de los asentamientos que encontraron los españoles a su llegada. El museo es un santuario de la comunidad indígena local.

Dirección Casa del Sr. Miguel Ángel Amaya, Cacaopera, Morazán

Tabla 61. Identificación competencia directa con la modalidad colonial-cultural

Competencia indirecta

Los competidores indirectos serán todas aquellas rutas y/o destinos turísticos que poseen características diferentes a lo que engloba a las identificadas en el turismo rural comunitario, como lo es el turismo convencional el cual está relacionado con playas, balnearios (centros turísticos o parques acuáticos), en otras palabras lo que se considera como un turismo tradicional.

- **Playas**

Las playas del país se han identificado por zonas como se presenta a continuación:

| ZONA | PLAYA |
|---|--|
| Zona Occidental  | Los Cóbanos Barra de Santiago Playa el Metalío |
| Zona Central | Playa El Palmarcito Playa El Zunzal Playa El Tunco |

| | |
|---|--|
|  | <p>Playa La Paz Playa San Diego Playa Costa del Sol y Estero de Jaltepeque Playa El Zonte</p> |
| <p>Zona Oriental</p>  | <p>Bahía de Jiquilisco Playa El Espino Playa El Cuco Playa Las Flores Playa Las Tunas, Torola, Playas Negras y El Tamarindo Golfo de Fonseca</p> |

Tabla 62. Identificación de la competencia indirecta Playas

- **Centros Turísticos**

Los centros turísticos que se encuentran en el país son los siguientes

| NOMBRE DEL CENTRO TURÍSTICO | IMAGEN | UBICACIÓN |
|-----------------------------|--|---------------|
| Sihuatehuacán |  | Santa Ana |
| Los Chorros |  | Lourdes colón |
| Atecozol |  | Sonsonate |

| | | |
|------------------------------|--|------------------------------|
| Agua fría |  | Chalatenango |
| Toma de Quezaltepeque |  | Quezaltepeque |
| Apulo |  | San Salvador |
| Ichanmichen |  | Zacatecoluca |
| Costa del Sol |  | San Luis la Herradura |
| Amapulapa |  | San Vicente |

Tabla 63. Identificación de la competencia indirecta centros turísticos – balnearios

1.5.2.3. IDENTIFICACIÓN, SELECCIÓN Y ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS RELACIONADAS CON TURISMO RURAL COMUNITARIO DESARROLLADAS EN EL SALVADOR

DESARROLLO DE METODOLÓGICO.

Para un mejor análisis del mercado competidor se elegirán algunos sitios turísticos a entrevistar de los que fueron listados como competencia directa, esto se llevará a cabo vía correo electrónico, entrevistas personales o telefónicas con la finalidad de conocer las experiencias turísticas de una forma más directa y detallada y así determinar estrategias que ayuden al desarrollo del estudio.

PARTE I. Elección de los posibles destinos a visitar.

Para poder realizar esta recopilación de información se tendrá en cuenta los siguientes pasos:

Se debe de tener en cuenta que los sitios turísticos elegidos serán aquellos que más se relacionen al concepto de turismo rural, tomando en consideración la descripción de los sitios turísticos que fueron identificados en la competencia directa y que posean algunas características de las que se muestran a continuación:

- Se encuentra ubicado en una zona rural
- Participación activa de los habitantes de la comunidad
- La comunidad u organizadores desarrollan actividades productivas.
- Se desarrolla en una zona natural (bosques, ríos, lagos/lagunas, etc.)
- Se puede realizar un turismo de aventura (caminatas, escaladas, camping, etc.)
- La comunidad cuenta con atractivos culturales (costumbres, tradiciones, historia).

PARTE II. Listado de sitios turísticos

Mediante los criterios anteriores se escogieron las siguientes experiencias turísticas que se encuentran identificadas dentro de la información de la competencia directa, a los cuales se aplicará la metodología de evaluación multicriterio con lo que serán seleccionados aquellos sitios los cuales de acuerdo a sus características y servicios que brindan, se apeguen más al concepto de turismo rural comunitario.

- Apastepeque, San Vicente
- Arcatao, Chalatenango
- Asociación Pro Desarrollo Turístico de Perquín (PRODETUR) en Jocoaitique, departamento de Morazán
- Ausoles de Ahuachapán
- Cueva del Ratón
- Dulce Nombre de María
- Eco Albergue Rio Sapo
- Ecoparque El Espino
- Laguna de Alegría
- Laguna Olomega
- Los chorros de la Calera, Juayua
- Museo Winakirika
- Parque Nacional Montecristo
- Parque nacional Los Andes, Santa Ana
- San jose Cancasque
- San Jose Las Flores

- EL PITAL
- Juayua, Sonsonate
- La Palma en Chalatenango
- Santa Bárbara, El Paraíso en Chalatenango
- Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate
- Suchitoto, Cuscatlán

En base a los criterios definidos se asignará una calificación a una escala de 1 al 10, siendo 10 el valor máximo posible, para cada criterio.

Cada criterio posee una ponderación y diferente forma de evaluación para colocar la nota, esta priorización de actividades se realiza a través de la recopilación de información secundaria.

| CRITERIO | FORMA DE EVALUACION | %pon. |
|--|--|-------|
| • Actividades de participación de la comunidad | <ul style="list-style-type: none"> • Si participan (10) • Participan parcialmente (5) • No participan (2) | 25% |
| • Desarrollo de actividades involucradas con la naturaleza (bosques, ríos, pozas, lagos, etc) | <ul style="list-style-type: none"> • Ambos* bosques + acuáticos (10) • Solo uno (5) • Ninguno (2) | 20% |
| • Realización de actividades agropecuarias | <ul style="list-style-type: none"> • Si se realizan (10) • No se realizan (5) | 15% |
| • La comunidad se ve directamente favorecida con la actividad turística | <ul style="list-style-type: none"> • En su totalidad (10) • Parcialmente (7.5) • De ninguna manera (5) | 20% |
| • Se ofrecen diferentes tipos de tours | <ul style="list-style-type: none"> • Más de 5 tour (8) • Entre 3-5 tour (6) • Menos 1-2 tour (4) | 10% |
| • Se promueve la conservación del medio ambiente | <ul style="list-style-type: none"> • Suficiente promoción (10) • Alguna promoción (7.5) • Insuficiente promoción (5) • Ninguna (2.5) | 10% |

Tabla 64. Criterios para la priorización de actividades

PARTE III. Elección de los posibles sitios a visitar.

| | Criterio 1 | | Criterio 2 | | Criterio 3 | | Criterio 4 | | Criterio 5 | | Criterio 6 | | Nota final |
|---------------------------------|------------|------|------------|------|------------|------|------------|------|------------|------|------------|------|-------------|
| | NOTA | % | NOTA | % | NOTA | % | NOTA | % | NOTA | % | NOTA | % | |
| Apastepeque, San Vicente | 5 | 1.25 | 5 | 1.00 | 5 | 0.75 | 7.5 | 1.50 | 5 | 0.50 | 10 | 1.00 | 6.00 |
| Arcatao, Chalatenango | 10 | 2.50 | 5 | 1.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 5 | 0.50 | 5 | 0.50 | 7.50 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|----|------|----|------|----|------|-----|------|----|------|-----|------|-------------|
| Asociación Pro Desarrollo Turístico de Perquín (PRODETUR) en Jocoaitique, departamento de Morazán | 5 | 1.25 | 10 | 2.00 | 5 | 0.75 | 7.5 | 1.50 | 5 | 0.50 | 7.5 | 0.75 | 6.75 |
| Ausoles de Ahuachapán | 5 | 1.25 | 5 | 1.00 | 5 | 0.75 | 7.5 | 1.50 | 2 | 0.20 | 7.5 | 0.75 | 5.45 |
| Cueva del Ratón | | 0.00 | | 0.00 | | 0.00 | | 0.00 | | 0.00 | | 0.00 | 0.00 |
| DULCE NOBRE DE MARIA (Asociación cooperativa agropecuaria y de servicios múltiples "El Manzano" de RL) | 10 | 2.50 | 10 | 2.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 5 | 0.50 | 7.5 | 0.75 | 8.75 |
| Eco Albergue Rio Sapo | 10 | 2.50 | 10 | 2.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 2 | 0.20 | 7.5 | 0.75 | 8.45 |
| Ecoparque El Espino | 10 | 2.50 | 5 | 1.00 | 5 | 0.75 | 10 | 2.00 | 5 | 0.50 | 7.5 | 0.75 | 7.50 |
| EL PITAL | 5 | 1.25 | 5 | 1.00 | 5 | 0.75 | 7.5 | 1.50 | 5 | 0.50 | 10 | 1.00 | 6.00 |
| Finca San Jorge, San Julián | 5 | 1.25 | 5 | 1.00 | 10 | 1.50 | 5 | 1.00 | 2 | 0.20 | 7.5 | 0.75 | 5.70 |
| Jayaque Tour del Café | 5 | 1.25 | 5 | 1.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 10 | 1.00 | 7.5 | 0.75 | 7.00 |
| Juayua, Sonsonate | 5 | 1.25 | 10 | 2.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 5 | 0.50 | 5 | 0.50 | 7.25 |
| La Palma en Chalatenango | 10 | 2.50 | 5 | 1.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 2 | 0.20 | 7.5 | 0.75 | 7.45 |
| Laguna de Alegría | 5 | 1.25 | 10 | 2.00 | 5 | 0.75 | 7.5 | 1.50 | 2 | 0.20 | 10 | 1.00 | 6.70 |
| Paraíso entre Ríos en Concepción de Ataco, Ahuachapán. | 5 | 1.25 | 5 | 1.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 5 | 0.50 | 7.5 | 0.75 | 6.50 |
| Parque Nacional Montecristo | 5 | 1.25 | 10 | 2.00 | 5 | 0.75 | 5 | 1.00 | 10 | 1.00 | 10 | 1.00 | 7.00 |
| Parque nacional Los Andes, Santa Ana | 5 | 1.25 | 10 | 2.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 5 | 0.50 | 7.5 | 0.75 | 7.25 |
| Ruta del bálsamo en San Julián | 10 | 2.50 | 5 | 1.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 2 | 0.20 | 5 | 0.50 | 7.20 |
| San Jose Cancasque | 10 | 2.50 | 10 | 2.00 | 5 | 0.75 | 10 | 2.00 | 2 | 0.20 | 5 | 0.50 | 7.95 |
| San José Las Flores en Chalatenango | 10 | 2.50 | 10 | 2.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 2 | 0.20 | 5 | 0.50 | 8.20 |
| Santa Bárbara, El Paraíso en Chalatenango | 5 | 1.25 | 5 | 1.00 | 5 | 0.75 | 5 | 1.00 | 5 | 0.50 | 7.5 | 0.75 | 5.25 |
| Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate | 10 | 2.50 | 10 | 2.00 | 5 | 0.75 | 10 | 2.00 | 5 | 0.50 | 5 | 0.50 | 8.25 |
| Suchitoto, Cuscatlán | 10 | 2.50 | 10 | 2.00 | 10 | 1.50 | 7.5 | 1.50 | 10 | 1.00 | 5 | 0.50 | 9.00 |

Tabla 65. Evaluación de los sitios más relevantes a visitar

Resultados de la priorización de iniciativas

De acuerdo a los resultados obtenidos de la matriz multicriterio, se seleccionaran aquellas experiencias dentro de la clasificación de turismo rural comunitario cuya nota final sea mayor a 7.5. Teniendo en cuenta los aspectos anteriores se escogieron las siguientes experiencias turísticas que se encuentran identificadas dentro de la información de la competencia directa:

- a. Arcatao, Chalatenango
- b. Dulce nombre de maría (Asociación el Manzano)
- c. Eco Albergue Rio Sapo
- d. Ecoparque El Espino
- e. San Jose Cancasque
- f. Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate
- g. Suchitoto, Cuscatlán

PARTE IV. Elaboración de cuestionarios

Las entrevistas se llevaran a cabo por medio de tres vías:

- Entrevistas personales por medio de la visita de campo.
- Entrevistas vía telefónica.
- Solicitudes por medio de correo electrónico.

Mediante esta investigación se pretende recolectar la información como la siguiente:

- Tipo y características del servicio que brindan.
- Cómo surgió la iniciativa turística en esa zona.
- Características de los clientes: frecuencia de visitas, tipos de clientes, actividades que realizan.
- Temporadas con mayor afluencia.
- Precios.
- Medios y actividades de publicidad.
- Se ha detallado un cuestionario para realizar dichas entrevistas. (Ver ANEXO 3.2 Mercado competidor // Entrevista experiencias turísticas)

PARTE V. Experiencias priorizadas

SANTO DOMINGO DE GUZMAN, SONSONATE

| | |
|-------------------------------|--|
| Entrevistado | Presidente del comité de turismo de Santo Domingo de Guzmán. |
| Forma de toma de datos | Visita al municipio |



Cuentan con una tienda de artesanías de barro en la plaza central del municipio las cuales son abastecidas por nueve productores que son socios de la asociación, estas artesanías también son comercializadas en el Tunco.



En la asociación hay artesanos, agricultores, vendedores en los chalet de la plaza. Los locales de la plaza son arrendados los cuales cancelan un dólar por día a la alcaldía por local.

¿Cómo surgió la iniciativa de esta idea de turismo? El 5 de octubre de 2010, fue a través de una misionera, laica de la ciudad de Marinol USA, la cual observo el potencial del municipio en cuanto a la naturaleza, las artesanías que se producen y el idioma náhuatl que algunos habitantes hablan. Buscaron la forma de combinar las tres, avocándose a las diferentes asociaciones del municipio que son tres (asociación de artesanos, ARCOINA y EL COMAL). Dichas asociaciones vieron con futuro las iniciativas y combinaron esfuerzos para hacerlo realidad.

Ella gestiona diferentes capacitaciones y reuniones para dar a conocer al municipio y las asociaciones interesadas en desarrollar el proyecto.

Participaron en una feria de Pueblos Vivos gracias a la mesa nacional de turismo, rural comunitario, en la cual conocieron a personas del Hotel Decameron Salinitas, con las que actualmente tienen un acuerdo para la realización de tour



¿Quién coordina la actividad turística en la región?

La asociación de turismo Huizápan

¿Cuántas iniciativas y cuáles son las entidades que participan?

Por el momento no tienen vínculos con la alcaldía ya que el cambio de gobierno generó tensión, por lo cual trabajan aparte de la alcaldía, buscan un enlace con la ruta nahuapipil buscando un intermediario por medio del MITUR para dar a conocer el trabajo del municipio en beneficio de todo el municipio.

¿Conocen bajo que leyes se deben regir para la prestación del servicio turístico?

Se encuentra en proceso de legalización de la asociación, ya que tuvieron un inconveniente en el documento, sin embargo, ya completaron el documento de la normativa solo falta presentarlo, se espera que para el mes de septiembre la asociación este legalizada y de esta manera pueda optar a créditos para la mejora de los servicios actuales que posee.

¿Qué apoyo ha brindado el MITUR?

Desde el 2010 el Ministerio de turismo los ha apoyado, desde que comenzó la ruta Nahuapipil de los pueblos originarios, les brindó un recorrido de dos días así como una

capacitación de dos días en el hotel Ágape, participaron tres mexicanos, también llevaron a seis salvadoreños a México a participar en otra capacitación para conocer como promueven la cultura, ya que trabajan bastante lo que es el ecoturismo, en México.

Mitur les ha proporcionado los conocimientos técnicos de turismo, como manejar los negocios y los estatutos que deben de cumplir en la atención de los clientes, así como buenas prácticas de turismo.

También están en la gestión con el MITUR de buscar un intermediario para que las alcaldías los tomen en cuenta sin apartarlos del proyecto sino que trabajar conjuntamente.

¿De qué manera se avocaron a MITUR?

La misionera estadounidense que motivo la iniciativa de este tipo de turismo, se enteró mediante internet sobre la ruta de los pueblos originarios, que estaba promocionando el MITUR y solicito participar.

¿Qué tipo de turistas reciben con mayor frecuencia?

A principios de este año recibieron un grupo de canadienses, también de las zonas aledañas, su mayor afluencia se da en verano debido a que el invierno provoca un poco de temor por los ríos.

De los extranjeros llegan de Canadá, asiáticos, europeos, todos provenientes por enlaces con el hotel Decamerón principalmente, los cuales ofrecen tours a los visitantes y les dan transporte hacia los municipios con alianzas.

De los municipios aledaños llega bastante gente, pero como ellos generalmente conocen el municipio no anticipan la llegada

El estimado de visitantes al año es de 2000 personas del cual un porcentaje mínimo del 40% busca a la asociación para asignarles un guía.

Los meses en los cuales se tiene mayor afluencia turística son para semana Santa, Junio, Julio, Agosto y para Fin de año.

¿Cómo se promociona el pueblo en cuanto al turismo?

Actualmente solamente a través de una fanpage en Facebook, se está trabajando en una página web que esperan habilitar pronto. También se encuentra toda la información turística del municipio en boletines y brochure en el MITUR.



¿El municipio tiene participación en ferias?

El municipio si participa en ferias, se está preparando la feria de la ruta nahuapipil, también se trabaja en la participación de diferentes trueques (ferias) en otros municipios.

La mesa de turismo está organizando una feria por 5 días en Junio, feria de pueblos vivos.



¿Los visitantes tienen opción para hospedaje?

Actualmente no hay hostales, existe uno pero no tiene el mantenimiento adecuado lo cual no permite que la gente encuentre atractivo pasar la noche, generalmente los viajes son de día.

¿Qué tipos de servicios tienen?

Esta la caminata a salto el Escuco, con la opción de combinarlo con el salto de Tepechapa (dos cascadas). En el recorrido se traslada a las personas a la plaza para almorzar y luego se llevan a visitar los diferentes talleres de artesanías, si todavía hay tiempo o el visitante está interesado puede platicar con personas en náhuatl para aprender un poco la lengua y llevarse un agradable recuerdo del municipio.



El salto Tepechapa es para los más aventurados ya que la caminata dura aproximadamente hora cuarenta minutos, en cambio el pequeño Escuco se encuentra a cinco minutos

¿Cómo manejan la seguridad del turista?

Los guías están en constante control de las personas cuidando los horarios para que las personas no permanezcan hasta el anochecer en las cascadas, así como en invierno para prevenir a las personas cuando el río bloquea las rutas de acceso, se tiene control desde la plaza central para avisar a los guías en las cascadas si se observan probabilidades de lluvia.

No cuentan con puesto de POLITUR debido a que la iniciativa es muy pequeña, y la afluencia de extranjeros no es mucha.

¿Cómo son los precios de los servicios turísticos?

En las caminatas se les pide a las personas que colaboren con un dólar, que es una retribución que se le da a los guías, por ejemplo para 20 personas visitantes asignan 3 guías. Y si los visitantes requieren seguridad se solicita a la policía que los acompañen, dicha contribución se utiliza para la alimentación de los guías y policías.

¿Qué ruta es más frecuentada?

La pequeña (el salto del Escuco) debido a que el recorrido es corto y la poza en la cual cae la cascada es más grande. Aparte que la otra cascada es para los más aventurados que buscan algo más extremo, por eso se recomienda la pequeña para un ambiente familiar.

¿Han trabajado con tour-operadores?

Habían trabajado con tres tour-operadores (Uno de Ahuachapan, Uno de San Salvador el cual se evoca más al turismo de personas de la tercera edad que es) pero ya no se logró mantener un contacto con ellos.

¿Las inversiones del proyecto fueron por fondos propios o algún organismo o crédito?

Todo ha sido por fondos propios de la asociación, no se ha realizado ningún préstamo, la misionera estadounidense apoyo al inicio para brochures y \$100 para el documento, luego lo que quedaba en caja se utilizaba para avanzar.

¿Algo que quiera compartir sobre esta experiencia de turismo?

La mejor experiencia en este proyecto ha sido el *crecimiento* que ha tenido la asociación ya que al principio eran pocos los asociados, pero todos colaboraban en todos los sentidos ya que se rotaban para atender los chalets o para ser guías con grupos visitantes.

Por el momento se tiene doce solicitudes de personas que desean formar parte de la asociación, sin embargo, como aún se encuentra en proceso de legalizar los documentos faltantes



se ha congelado el ingreso de más asociados hasta el momento que se establezca para poder continuar creciendo como asociación y de esta manera contribuir de mejor manera al municipio.

¿De qué manera hicieron contacto con la mesa de turismo?

Érica les comento sobre la mesa de turismo he hizo el contacto para incluirlos en capacitaciones y reuniones, de esta forma la asociación continuo siendo parte de la mesa de turismo así como Santa Adelaida, Los pinos, El Tunco.

¿Quiénes conforman la ruta de los pueblos originarios?

Caluco, Izalco, Nahuizalco, Santo Domingo de Guzmán, San Antonio del Monto, Comasagua y actualmente se está incorporando Nahuilingo.

¿Existen mitos sobre el municipio?

- **La cueva el Isticho**

Cerca de la ruta hacia el salto el Escuco se encuentra la entrada a la cueva encantada, en la cual se dice que al llegar al final se podía hablar con el propio "jefe" (el diablo), en la cual podía intercambiar el alma por una mejor vida, se firmaba con sangre el pacto y al morir la persona regresaba a la cueva.

Hay muchas personas que han intentado entrar en la cueva, pero no todos pueden hacerlo ya que hay una piedra que impide la entrada y en ocasiones se encuentra abierta.

Hubo una persona que logro entrar pero que para no perderse dejaba lazos para continuar deo alrededor de seis lazos de doce metros cada uno, sin embargo, no llegaba a ninguna parte por lo que decidió retornar a la salida.

- **La cueva El Ostugar**

En esa cueva vivió el patriarca que gobernaba Santo Domingo de Guzmán, se encontraba una pila embrocada (invertida), en la cuales les hacían rituales a los niños, en forma de ofrenda que se realizaba cada mes, en dicha pila llevaban a los niños de un mes de nacido y los lanzaban de cabeza, si salía nadando es porque se convertiría en un buen brujo y si se ahogaba una culebra se lo comía.

Tiempo después hubo un alcalde que ya no quiso seguir con la tradición y decidió matar a la serpiente, solo logro hierla y fue a aparecer en el turicentro de Izalco por lo que ahí mataron a la serpiente.





Ilustración 9. Imágenes del municipio de Santo Domingo de Guzmán

Check list de información recolectada.

| | | |
|--------------------------------|--|---|
| Santo Domingo de Guzmán | Productos que ofrecen | Senderismo en áreas verdes |
| | | Senderismo talleres de barro |
| | | Comedores comunitarios (platos típicos, gallina india, pescado, cerdo y licuados) |
| | Forma de organización | Comité de turismo |
| | | Asociación de artesanos |
| | Temporadas altas | Semana santa, junio, julio, agosto y diciembre |
| | Tipo de turista que los visita | Extranjeros y nacionales (2000 por año en promedio) |
| | Costos de servicio | Guía \$1.00 por persona del grupo, se asignan 3 guías, uno de ellos nahuat hablante |
| | | Comida \$2.50 - \$5.50 |
| | | Bebidas \$0.35 - \$3.25 |
| Señalización y seguridad | Todos los senderos y destinos se encuentran señalizados | |
| | Existen guías y personas capacitadas en primeros auxilios, pero no Politur | |

| | | |
|--|---------------------|---|
| | Promoción turística | Se promociona por medio de Social Media (FB, Twitter), a través de su fanpage o por la fanpage de la mesa nacional de TRC |
| | | Brochures del MITUR e informativos en el Salvador impresionate vía online |
| | Alianzas | Únicamente tours desde el Decamerón |

Tabla 66. Check list Santo Domingo de Guzmán

ECOPARQUE EL ESPINO

¿Cómo surgió la iniciativa de este proyecto turístico? ¿Cuál es su historia?

La finca El Espino, es territorio que llegó a ser conformado por 803 hectáreas a lo largo de su historia y que hoy en día de manera se ha reducido a 550 manzanas.

Después que el gobierno aprobara la ley del medio ambiente, 4 ONG, trataron de apoderarse de las tierras de la finca el Espino para explotarla como alternativa turística, por lo que habitantes del cantón el Espino y cooperativa con el mismo nombre en mayo de 2003, decidieron constituir el Ecoparque El Espino, que comprende un área de 50 manzanas, según el administrador

¿Cómo están organizados, existe un comité o asociación que coordine la actividad turística de la región?

Un comité propio para coordinar no existe pero dentro de la cooperativa se han designado a personal para que esté trabajando completamente en el parque, se tiene un administrador del parque y su asistente que se encargan de velar para que todo dentro de este funcione a la perfección, así mismo de la promoción del parque.

¿Cuántas y cuales iniciativas, asociaciones o municipalidades integran este proyecto turístico?

La iniciativa es apoyada por los residentes de la zona especialmente por la cooperativa El Espino, con sus 125 miembros, que son habitantes del lugar.

¿Cuál ha sido el apoyo municipal que han recibido?

Cuando se inició el proyecto, la alcaldía no coopero hasta este año (2013), dono material para el ornato del parque (pintura)



¿Cuál ha sido el apoyo que el Ministerio de Turismo les ha brindado hasta la fecha?

MITUR, les brinda charlas de cómo manejar el Eco parque, como hacer más atractivo para el turista, capacitaciones en atención al cliente, capacitación para los guías del senderismo, además ha llevado a miembros de la cooperativa a otros municipios con iniciativas turísticas similares (TRC), para que puedan tomar ideas de ellos, así mismo MITUR es un enlace para vinculaciones con universidades para que realicen estudios en el Eco parque.

¿Qué tipo de turista es el que reciben frecuentemente: turista interno (zona metropolitana) o de otra zona del país, o turista extranjero?

Los principales visitantes del parque son personas de los municipios de S.S, Santa Tecla y Antigua Cuscatlán, para hacer bici montaña, además ellos realizan competencias de ciclismo.

También al parque lo visitan muchos extranjeros, a quienes les gusta hacer caminatas, visitar los ausoles. Personas que son del interior del país tienen muy poca afluencia en el parque.



¿Cuáles han sido las formas en las que se ha promocionado este proyecto o centro turístico?

La promoción es poca, está más bien viene de los visitantes hacia otras personas, pero se tiene con una cuenta en FB donde se van poniendo eventos, se publica el menú del restaurante y fotos de los diferentes atractivos que posee el parque.

¿Qué tipo de servicios turísticos ofrecen?

- Ciclismo extremo.
- Ciclismo nocturno
- Dos cabañas (una familiar y otra para parejas)
- Cafetería
- Cancha Basket
- Puente de hamacas
- Senderismo guiados
- Ausoles (El Infiernillo)
- 2 Miradores (uno hacia S.S y otro a Santa Tecla)
- Alquiler de las instalaciones para eventos (Extreme Party's)



¿Cuáles son los precios de los diferentes servicios que ofrecen?

- Entrada \$1.50, por persona
- Parqueo \$1.00
- Cabaña familiar \$25
- Pareja \$15 (los precios de las cabañas pueden variar según días de estancia)
- Los precios para realización de eventos tienen diferentes tarifas.

¿En qué temporadas del año reciben mayores visitas turísticas?

La afluencia de personas en los días de semana se da principalmente de 5:00 a.m a 8:00 a.m., para hacer ejercicio, o andar en bicicleta.

De Vienes a domingo, durante todo el día, días festivos; en la época de vacaciones el parque es muy concurrido

¿Qué actividades realizan con más frecuencia las personas durante sus viajes y estancias en el lugar?

Ciclismo, uso del restaurante, especialmente el plato de Gallina india.

¿La inversión total para la implementación del proyecto provino de Fondos propios, de Donaciones o de Préstamos, o de una combinación de las anteriores?

Toda la inversión realizada en el parque fue con los fondos propios de la cooperativa.

¿Qué instituciones han apoyado este proyecto.

Únicamente MITUR con capacitaciones

*****INFORMACIÓN EXTRA:**

La cooperativa cuenta con un beneficio de café en cantón Floramarilla en Zapotitlán; se ofrecen paseos para explicar el proceso del beneficio, el café que se obtiene es orgánico en su mayoría, y es exportado hacia Alemania y USA, el remanente es vendido en la cooperativa ubicada a una cuadra y media del eco parque.



| | | |
|--------------------------------|--------------------------------|---|
| ECOPARQUE EL ESPINO | Productos que ofrecen | Senderismo en áreas verdes |
| | | Cafetería |
| | | Cancha de básquet |
| | | Circuito ciclístico |
| | | Cabañas para pernoctación |
| | | Miradores |
| | Forma de organización | Comités comunitarios |
| | | Cooperativa |
| | Temporadas altas | Fines de semana, semana santa y fiestas de agosto |
| | Tipo de turista que los visita | Extranjeros y nacionales (AMSS) |
| Costos de servicio | Libra de café orgánico \$1.00 | |

| | | |
|----------|--------------------------|--|
| | | Platos de comida \$2.50-\$7.25 |
| | | Bebidas \$0.45 - \$5.00 |
| | Señalización y seguridad | No se encuentra señalizados |
| | | Existen guías para dar el tour, pero únicamente cuando estos son solicitados |
| | Promoción turística | A través de su fanpage en Facebook, y por medio de la recomendación de los visitantes. |
| Alianzas | No | |

Tabla 67. Check list Eco parque Espino

ECO ALBERGUE RIO SAPO

| | |
|-------------------------------|-----------------------|
| Entrevistado | Gerente PERKINTOUR. |
| Forma de toma de datos | Entrevista telefónica |



El producto turístico que este lugar ofrece se concentra en tres puntos importantes: Historia, Cultura y Naturaleza

¿Cómo surgió la iniciativa de este proyecto turístico? ¿Cuál es su historia?

Esta experiencia surgió después de la firma de los acuerdo de paz en junio de 1992, como iniciativa de un grupo de excombatientes del E.R.P. de Morazán los cuales se organizaron para celebrar un festival de invierno y dar a conocer la historia contemporánea combinado con la naturaleza y poco a poco construir una empresa de servicios, guías locales, transporte turístico, hoteles, hostales y área para acampar.

¿Cómo están organizados, existe un comité o asociación que coordine la actividad turística de la región?

El Pionero de este proyecto fue El Comité Turístico de Festival de Invierno, que más tarde se convirtió en la Asociación Pro Desarrollo Turístico de Perquín, Morazán. PRODETURPERQUIN y que en la actualidad es quien lidera con los proyecto turístico en Morazán.

Su organización está conformada por un comité cuyo objetivo está orientado al Turismo de Desarrollo y al resguardo del área protegida privada de Rio



Sapo, tiene junta directiva y poseen asamblea general.

¿Cuáles han sido algunos inconvenientes que surgieron en la puesta en marcha del proyecto, y los principales que beneficios que se han tenido?

Entre los principales problemas u obstáculos con que se enfrentaron en los inicios del proyecto fueron: la resistencia al Cambio de actitud, al cambio de cultura y al cambio empresarial, en todos los actores.

La evolución que ha sufrido desde sus inicios hasta la fecha sido todo un proceso de cambio de: simbolización turística ha existido un notorio crecimiento económico y se ha logrado tener recurso humano especializado.

Los principales beneficios que se han obtenido al formar parte de una asociatividad han sido la obtención de una personería jurídica y el amplio desarrollo económico que ha sufrido la región.

Los principales retos que han enfrentado hasta el momento han sido principalmente.

- La preparación del recurso humano capacitado.
- La obtención de financiamiento.
- La falta de políticas de ordenamiento por parte de las entidades de turismo del país.

¿Qué leyes rigen sus servicios?

Los servicios turísticos que ofrecen están regidos bajo: La Ley del Ministerio de Turismo, El Registro de Comercio y la Ley de Protección y Conservación del Medio Ambiente y Recursos Naturales.

La participación del Ministerio de Turismo en el desarrollo de este proyecto ha sido a través de la Coordinación para capacitaciones y el apoyo para la promoción del proyecto.

¿Qué instituciones les han apoyado para llevar acabo la iniciativa?

Entre las instituciones que han apoyado esta iniciativa se encuentran la Unión Europea, Cooperación Irlandesa y Cooperación Española.

Este servicio turístico se encuentra actualmente regulado por la unidad de salud de Perquín, las normativas d calidad están bajo la responsabilidad de cada uno de los prestadores de servicio de la zona.

¿La iniciativa cuanta con alianzas estratégicas?

Entre las alianzas estratégicas que se tienen con los comerciantes de la zona se encuentra un encadenamiento productivo para promover la oferta turística que se posee.



¿Qué tipo de turista es el que reciben frecuentemente: turista interno (zona metropolitana) o de otra zona del país, o turista extranjero?

El tipo de turista que visita más frecuentemente este sitio pertenece a la Zona de san salvador (35%), al oriente del país (40%) y EEUU (25%).

La mayor afluencia de visitantes en este sitio se da en los periodos comprendidos de: Semana Santa, Fiestas Agostinas y Fin de Año.

¿Cómo se promocionan actualmente?

La promoción de este sitio turístico se ha efectuado principalmente a través de: Televisión, Periódico, Radio e Internet.

¿Cuáles son los precios de los diferentes servicios que ofrecen?

Los servicios con los que se cuenta son, alojamiento en hostel para 8 personas, Camping para 35 personas con equipo de tiendas, Salón múltiple, Senderos interpretativos.

Los precios de los diferentes servicios que se ofrecen en este sitio turístico dependen de los paquetes turísticos que los visitantes elijan. El costo de entrada por persona es de \$1 y para acampar se cancelan \$5 (cantidad que no incluye alquiler de tiendas de campaña ni bolsas para dormir)

Una habitación en hostel varía según la temporada pero en promedio es \$10.00 por persona.

La actividad que realizan con mayor frecuencia los visitantes está dirigida a la investigación de la historia del lugar y la visita al museo de la revolución.

¿Se utilizan intermediarios como tours operadores?

En cuanto a los operadores turísticos localmente se ha creado uno llamado PERKINTOURS este es el encargado de encadenar los servicios turísticos de toda la región.

¿La inversión total para la implementación del proyecto provino de Fondos propios, de Donaciones o de Préstamos, o de una combinación de las anteriores?

La inversión total para la implementación de este proyecto provino en un porcentaje mayor al 50% de cooperación extranjera, siendo lo restante proveniente de inversión privada.

¿Qué recomendación daría ud. para la puesta en marcha de una iniciativa turística enmarcada en el turismo rural comunitario?

La recomendación para una nueva iniciativa de turismo de desarrollo está enmarcada y dirigida al enfoque del análisis del entorno social económico, cultural, ambiental con el fin de evitar el agotamiento de los recursos que se poseen.

| | | |
|--------------------------------|---|--|
| ECO ALBERGUE EL SAPO | Productos que ofrecen | Museo de la revolución |
| | | Caminatas |
| | | Zona de camping |
| | | Alquiles de tiendas y bolsas para camping |
| | | Hostal con 8 habitaciones |
| | Forma de organización | Asociación |
| | | Comités comunitarios |
| | Temporadas altas | Semana Santa, Fiestas Agostinas y Fin de Año. |
| | Tipo de turista que los visita | Extranjeros y nacionales(S.S y oriente del país) |
| | Costos de servicio | Entrada al parque \$1.00 |
| | | Entrada para camping \$5.00 |
| | | Habitación hostal \$10.00 por persona |
| | | Tiendas y bolsas depende la estancia Aprox (\$4.00-\$6.00) |
| | Señalización y seguridad | No se encuentra señalizados |
| Existen guías para dar el tour | | |
| Promoción turística | A través de su página web de PRODETOUR PERQUIN donde no solo patrocinan el parque, sino también otros atractivos de la zona | |
| Alianzas | Si, comerciantes y negocios turísticos de la zona como hostales | |

Tabla 68. Check list Eco albergue rio Sapo

SUCHITOTO, CUSCATLAN



| | |
|------------------------|---------------------------------------|
| Entrevistado | Personal Oficina municipal de turismo |
| Forma de toma de datos | Visita municipio |

¿Cómo están organizados, existe un comité o asociación que coordine la actividad turística de la región?

Dentro del municipio existen comités turísticos comunitarios y municipales, los comunitarios están en contacto con la unidad de turismo del municipio, con el fin que todos se encuentre en la misma sintonía e imagen que proyectar sobre el municipio al visitante.

Es por ello que se ha puesto como regla por ejemplo mantener el aspecto colonial de las casas; cuando se le hará algún cambio a la infraestructura esta debe evaluarse en conjunto con la alcaldía para ver qué impacto puede tener en la imagen que proyecta el municipio, así mismo letreros o cualquier publicidad que se quiera utilizar para el negocio debe de ir acorde a la imagen colonial del municipio, ya que esto es uno de los aspectos que más les gustan a los turistas.

Además de las asociaciones y comités, también existe capital privado o de una sola persona invertido en el municipio lo cual directa o indirectamente beneficia a todos.



¿Cuál ha sido el apoyo que el Ministerio de Turismo les ha brindado hasta la fecha?



El ministerio desde que se inició hace unos años con el turismo, ha apoyado en gran medida primeramente lo hizo a través de capacitaciones, brindo señalización y así mismo promociona siempre ya sea recomendando el municipio o mostrando los atractivos en rutas turísticas.

¿Qué tipo de turista es el que reciben frecuentemente: turista interno (zona metropolitana) o de otra zona del país, o turista extranjero?

En promedio se reciben 5000 turistas por mes, pero un dato que separe a turistas nacionales de extranjeros no se lleva, pero los turistas extranjeros que las visitan el municipio son estadounidenses y canadienses, en su gran mayoría jóvenes mochileros o personas de edad media.

En cuanto a los turistas nacionales, son principalmente personas pertenecientes a los municipios de Soyapango, San Salvador, San Martín.

¿Cuáles han sido las formas en las que se ha promocionado el municipio?

A través de MITUR, CORSATUR y páginas de internet con información sobre el municipio, la oficina municipal cuenta con su Fanpage en Facebook, en la cual promocionan las actividades programadas, así como los lugares que puede visitar el turista.

¿Qué tipo de servicios turísticos ofrecen y cuáles son los atractivos con los que cuenta el municipio?

El municipio ofrece servicios de alojamiento con hostales con habitaciones de \$7.00 por persona hasta hoteles con habitaciones de \$64.00, en total existen 16 lugares donde las personas pueden hospedarse.

Los cuales son:

- Los Almendros de San Lorenzo
- Hacienda Colima
- El Gringo Hostal
- Casa de Niña Rubia
- Hostal Los Sanchez
- La Estancia la Bermuda
- La Posada de Suchitlán
- Hostal con Vista al Lago
- Hostal El Palmar
- Posada Blanca Luna
- Hotel Las Puertas
- Posada Altavista
- El Tejado
- Villa Balanza
- Hostal El nido
- Hostal sapito

Así mismo cuenta con museos, como el museo de la moneda, museo de Don Alejandro Cotto; galerías de arte, restaurantes, el puerto San Juan donde se realizan viajes en lancha a las diferentes islas que rodean el municipio.

Dentro de atractivos con los cuales cuenta el municipio se pueden mencionar:

- **Los tercios:**

El Salto Los Tercios se sitúa en la quebrada las Ánimas a 1km y medio del centro de la ciudad. Su interés radica en la espectacular composición de la pared vertical de la cascada formada por bloques hexagonales de piedra fina tallada.

- **Lago de Suchitlán:**

Este impresionante lago artificial fue creado por medio del embalse en 1973 tras la realización de la Presa del Cerrón Grande.

- **Turicentro Puerto San Juan**

Existen restaurantes, cuyos platos principales son carnes blancas y rojas y pescados ya sean mareños o de río, dentro del turicentro se puede realizar canopy y contratar lanchas para paseos pre establecido.

Las personas que conducen estas lanchas van dándoles en el recorrido a las personas la instrucción necesaria sobre cada uno de los lugares destino. Cabe recalcar que no son



necesariamente personas residentes de Suchitoto los cuales conducen estas lanchas, sino que pueden ser residentes de otros municipios como es el caso del cantón Copapayo.

- **Hacienda La Bermuda:**

Es un inmueble el cual actualmente se ve reducido a unas cuantas paredes sin ventanas ni puertas, sin embargo estas muestran varios rectangulares y cuadrangulares. El sistema constructivo es de adobe con fundaciones de piedra, y la mayor parte de las paredes están cubiertas por hierba y maleza.

En el cantón la Bermuda, se cuenta con un centro recreativo donde hay piscinas, alquileres de hamacas y cabañas.

Los precios de los servicios son muy variados, dependerá del sitio que se visite por ejemplo la entrada al puerto San Juan cuesta \$0.50 y solo incluye para ingreso a las instalaciones en él se puede comer en sus 6 restaurantes donde los platos oscilan desde \$4.00 hasta \$12.00, las bebidas tienen precios de \$0.75-\$5.00.

Dentro del casco urbano los comedores ofrecen platos más económicos oscilando desde \$2.50-\$5.00.

El municipio cuenta con 6 tiendas de artesanías para souvenir del visitante.

En el casco urbano se dan paseos en caballo por el casco urbano.

¿Qué actividades realizan con más frecuencia las personas durante sus viajes y estancias en el lugar?

Las actividades que más efectúan los turistas son degustación de platillos, viajes en lancha, visita a la iglesia, tour hacia hacienda colima y los tercios.

¿Se utilizan intermediarios como tours operadores?

Dentro del municipio existen 3 tour operadores Sapito tours, El gringo tours, y Suchitlan tour ellos se encargan en realizar alianzas con otros tour operadores para traer turistas principalmente extranjeros al municipio, trabajan en base a alianzas con los pequeños hoteles del país, en San Salvador Sapito tour trabaja de cerca con el hotel Grecia Real, el cual recibe muchas convenciones religiosas y siempre llevan a los grupos a Suchitoto entre otros lugares del país.



| | | |
|-----------------------------|--|--------------------------------------|
| SUCHITOTO | Productos que ofrecen | Restaurantes |
| | | Caminatas |
| | | Tour en lanchas |
| | | Hostales y hoteles para pernoctación |
| | | Balnearios |
| | | Museos y galería de artes |
| | | Tiendas de artesanías |
| | Forma de organización | Comités comunales |
| | | Comité municipal |
| | Temporadas altas | Semana Santa, Agosto, y fin de año |
| | Tipo de turista que los visita | Nacional y extranjero |
| | Costos de servicio | Comida \$0.35-\$12.00 |
| | | Hospedaje \$7.00 -\$64.00 |
| | | Tour en lanchas \$10-\$60 |
| | | Visitas guiadas \$15 el grupo |
| | Señalización y seguridad | Completamente señalizado |
| Clínica y unidades de Salud | | |
| Policía turística | | |
| Promoción turística | A través de MITUR, internet, social media, tour operadores | |
| Alianzas | Tour operadores, hoteles capitalinos | |

Tabla 69. Check list Suchitoto

SAN JOSE CANCASQUE

| | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| Entrevistado | Directora de la Casa de Cultura |
| Forma de toma de datos | Visita municipio |



¿Cómo surgió la iniciativa de este proyecto turístico? ¿Cuál es su historia?

Esta iniciativa turista surge hace 3 años a través del apoyo de la Cel a la zona del humedal, es decir todos aquellos municipios cercanos al embalse del Cerrón Grande y a la presa, la rica arquitectura y vegetación que posee el municipio además el aprovechamiento de la cercanía tanto al embalse como al ríos Sumpul y Lempa fueron el motor para llevar acabo la iniciativa,

¿Cómo están organizados, existe un comité o asociación que coordine la actividad turística de la región?

El municipio cuenta con diferentes comités el cual cada uno lleva acabo una diferente función ya sea en el aspecto turístico o cultural

La ADESCO, se encarga de proporcionar guías turísticos a los visitantes, los cuales fueron capacitados por el ministerio de turismo sobre las buenas prácticas de turismo.

El comité de deportes; organiza torneos deportivos en la comunidad, impulsando practicando el futbol entre los jóvenes y el softbol entre las mujeres jóvenes de la comunidad. Cada fin de semana hay partidos de estos deportes el turistas se acopla a esto e inclusive forman sus equipos de visitantes, esto seda principalmente cuando son organizados tour en el municipio.

El comité de turismo, que es coordinado por personal de la alcaldía y por miembros de los cantones, son los que se encargan en realizar ferias, ser ellos mismos centros de atención al turista, sí se da el caso que no llevan guía, además se encargan de mantener reuniones con los dueños de negocios, para conocer la aceptación que van teniendo, dichas reuniones se realizan cada 15 días los miércoles.

¿Cuántas y cuales iniciativas, asociaciones o municipalidades integran este proyecto turístico?

El proyecto lo integra prácticamente en su totalidad la comunidad ya que unos tiene negocios donde les brindan diferentes servicios al turistas y otros se organizan para las ferias o ventas de artesanías o bien para atender al turistas, siempre se busca que los guías roten para que todos puedan participar.

¿Cuál ha sido el apoyo municipal que han recibido?

La municipalidad ha sido un gran apoyo ya que a través de ella se han generado los acercamientos con entidades como la Cel y MITUR que han fungido como donares y capacitadores para esta iniciativa turística.

La alcaldía también gestiona recursos para la señalización y mejoramiento de las áreas de esparcimiento en el municipio.

¿Qué instituciones les han apoyado en su iniciativa?

ACISAM: Asociación de Capacitación e Investigación para la Salud Mental:

Trabajo en salud mental con jóvenes en el proceso de formación de radio comunicadores.

CCR. Coordinadora de Comunidades Rurales: Organización, gestión y legalización de locales como restaurantes en la zona.

¿Qué tipo de turista es el que reciben frecuentemente: turista interno

Grupos familiares y grupos de excursionistas nacionales y extranjeros.

¿Qué tipo de servicios turísticos ofrecen?

En el municipio se puede disfrutar de caminatas a sitios específicos, degustación de ferias gastronómicas, restaurantes, paseos a cascadas y/o pozas (guiadas), así mismos guías para visitar la presa el Cerrón grande y el embalse, cuando se realiza este tipo de visita se les proporciona transporte hasta un punto luego se procede con una caminata hasta el lugar, el transporte es un microbús de la alcaldía especialmente utilizado para aspectos relacionados con el turismo.

A continuación se presenta el circuito turístico actual del municipio que se realiza a través de caminatas guiadas.

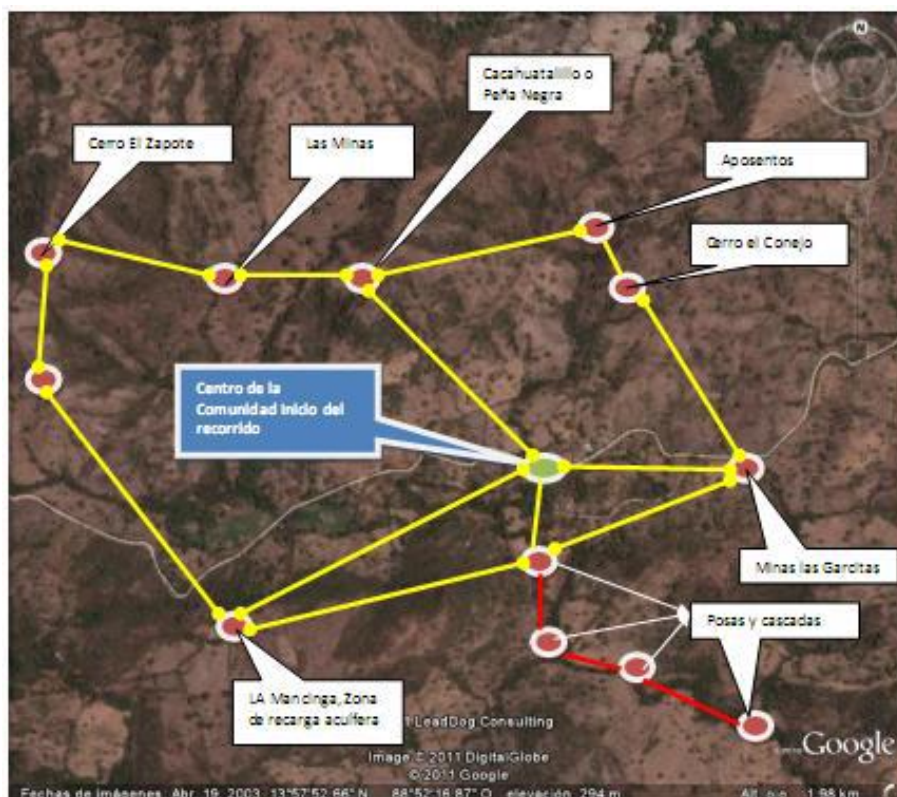


Ilustración 10. Circuito turístico actual, elaboración propia en conjunto con el entrevistado

Dentro de los lugares que más visitan los turistas se mencionan a continuación:

Cerró la coyotera: Fue bautizado así por abundancia de coyotes en la región, con acceso viable por senderos donde se cultiva maíz, frijol, maicillo y ajonjolí. Desde este cerro y dada su altura se logra ver los diferentes territorios aledaños, tanto se San José Cancasque como parte del río Lempa y comunidades de cabañas, el sendero que conduce al sitio era el camino recorrido anteriormente al embarcadero el "Copinol" donde los pobladores de la comunidad cruzaban en barcas de madera que conducían a 10 y 15 personas y hasta 6 caballos hasta el otro lado de Lempa.



Cerro filo alto: El nombre viene dado por el tipo de cerro, se accede por la calle principal a 700mts. Con vistas al oriente al cerro Santa Catarina, al norte comunidad Los Guillenes.

Existen más cerros en el municipio pero estos son los más visitados por las personas.

Quebrada el Salto: Su nombre se da por las diferentes cascadas que se encuentran en su recorrido.



Cascada el Saltón; un Kilómetro al nororiente de la comunidad, la cascada el saltón ubicada en el río el salto adquiriendo su nombre por la altura de la caída de agua,



aproximadamente unos 30 metros, con vegetación abundante y nativa que dan vida a la quebrada. Existen diferentes mitos que los/as pobladores tienen sobre la cascada, apareamiento de encantos por medio de una mujer hermosa, entre otros.

Las piletas: Pozas que se ubican en la cascada el salto, donde las formaciones rocosas figuran pilas talladas de aquí proviene dado su nombre.

¿En qué temporadas del año reciben mayores visitas turísticas?

Las épocas del año en las cuales se recibe mayor afluencia turística son las vacaciones (semana santa, agosto, diciembre) y para las fiestas patronales en marzo (18-19).

¿Se utilizan intermediarios como tours operadores?

Se trabaja con Salvadorean Tour, se logró el contacto a través de un conocido del dueño de la empresa, además se tienen alianzas con colegios, escuelas e institutos.

| | | |
|-------------------------------|---|------------------------------------|
| SAN JOSE CANCASQUE | Productos que ofrecen | Restaurantes |
| | | Caminatas en el pueblo |
| | | Caminatas cascadas |
| | Forma de organización | Comités comunales |
| | | Comité municipal |
| | Temporadas altas | Semana Santa, Agosto, y fin de año |
| | Tipo de turista que los visita | Nacional y extranjero |
| | Costos de servicio | Comida \$1.25-\$5.00 |
| | | Guía \$1.00 por persona |
| | Señalización y seguridad | Parcialmente señalado |
| Clínica y unidades de Salud | | |
| Promoción turística | Sitios turísticos de El Salvador vía internet, brochure de la CEL | |
| Alianzas | Tour operadores, hoteles capitalinos | |

Tabla 70. Check list San José Cancasque

ARCATAO, CHALATENANGO

| | |
|-------------------------------|--|
| Entrevistado | Encargada comité de turismo de la alcaldía |
| Forma de toma de datos | Visita municipio |



¿Cómo surgió la iniciativa de este proyecto turístico? ¿Cuál es su historia?

El turismo en Arcatao inicio con iniciativas privadas a partir que muchas personas visitaban el pueblo y necesitaban quedarse, principalmente familiares o amigos de personas en el extranjero.

Con el tiempo el pueblo fue llamando la atención por su atractivo colonial, relación histórica con el conflicto armado que afecto al país y la diversidad de paisajes acuáticos (pozas, cascadas, quebradas, ríos).

¿Cómo están organizados, existe un comité o asociación que coordine la actividad turística de la región?

La alcaldía municipal de Arcatao tiene un comité especial de turismo, en el cual las asociaciones se avocan a él principalmente para solicitar vinculaciones con MITUR, especialmente en congresos que este realiza, en conjunto con la zona norte de Chalatenango.

Dentro del municipio existen 3 Asociaciones, las cuales se dedican al desarrollo turístico, organizando e involucrando a la comunidad en la venta de artesanías, platos típicos, ferias gastronómicas, atención al turista.



¿Cuál ha sido el apoyo que el Ministerio de Turismo les ha brindado hasta la fecha?

El ministerio de turismo proporciono la señalización más grande hacia el municipio y dono pintura para que la comunidad identificara los sitios y atractivos turísticos del municipio

¿Cuáles son sus atractivos que ofrece al turista el municipio?

Entre los atractivos turísticos con que cuenta el municipio están los distintos recursos naturales: cerros, ríos y quebradas. Entre los principales, está el cerro La Cañada y el cerro Eramón; ambos presentan además de la belleza de los recursos naturales (impresionantes vistas panorámicas de paisajes y



diversidad de flora y fauna), mucha riqueza del patrimonio social e histórico del municipio.

El cerro La Cañada, fue el primer **bastión de guerra**, con los primeros asentamientos revolucionarios en El Salvador. Es un lugar en donde se pueden encontrar tatús, que son similares a las cuevas, en los cuales, durante el conflicto armada, la gente se refugiaba de los bombardeos y de los ataques militares, y desde donde se transmitía la Radio Farabundo Martí. Y el Cerro Eramón, lugar donde inicialmente se fundó la Villa de Arcatao, también encierra riqueza del patrimonio histórico del municipio.

Los ríos Zalzalapa y Gualsinga representan otro atractivo turístico, ya que poseen una intensidad de la corriente muy alta y fluida, donde se forman pequeñas pozas, y nace agua fresca y cristalina.

Actualmente no existe una oferta de alojamiento turístico estructurada el único hotel es la Estancia Rural Las golondrinas, más sin embargo cuando un turista o una delegación visita el municipio, durante su estadía el alojamiento puede darse de dos formas: si los visitantes, gustan del turismo rural, desean tener la experiencia de convivir con familias, es decir, se hospedan en las casas de las familias, se alimentan con lo que ellos comen cada día y de ser posible, los acompañan a sus labores (trabajar los cultivos, etc.) o por el contrario, cuando las delegaciones quieren hospedarse en un mismo lugar todos juntos, lo hacen en el Centro de Formación Mártires del Sumpul, ubicado en la Colonia Jesús Rojas, ahí les brindan el hospedaje y la alimentación. Actualmente el alojamiento se gestiona, para ambas modalidades, por medio de la Parroquia San Bartolomé Apóstol.

La oferta de servicios de alimentación, también es reducida y únicamente está a disposición de los turistas y de los mismos habitantes, el Comedor Comunal, donde les ofrecen variedad de desayunos, almuerzos y cenas; y algunas pupuserías particulares. La gastronomía se caracteriza por los platos típicos propios del país: tamales de gallina, pupusas, quesadillas, etc.

Así mismo cada último fin de semana de mes se realiza una feria gastronómica la cual actualmente no está muy publicitada y participan principalmente habitantes de los municipios aledaños.

Otro atractivo turístico es la preservación del patrimonio histórico, con la conmemoración de acontecimientos históricos sucedidos en el municipio, como la masacre del Sumpul el 14 de mayo, las víctimas de la masacre del Zapote el 11 de abril, la masacre en El Rincón el 8 de mayo y la guinda del 12 de mayo.

Con relación a la oferta artesanal, actualmente, únicamente la constituyen los bordados realizados por el sector mujeres del municipio, en el taller de bordados, que es parte de los proyectos implementados por el sector mujeres y por iniciativa de la pastoral social de la Parroquia.



¿Qué tipo de turista es el que reciben frecuentemente turista interno o extranjero?

No se cuenta con un dato estadístico de demanda turística, sin embargo, de acuerdo a lo manifestado por los habitantes de la zona, la mayoría de visitantes son nacionales, teniendo en cuenta que solo llegan en temporada de vacaciones de semana santa o para el mes de diciembre.

También se tiene la visita de extranjeros, que principalmente son parte de los hermanamientos de Madison y Seattle, miembros de instituciones jesuitas o de organismos internacionales que llegan al municipio con programas de desarrollo local, y una vez identificados con las necesidades de los habitantes, promocionan con sus amistades el municipio como destino turístico.

¿Cuáles han sido las formas en las que se ha promocionado este el municipio?

El municipio se patrocina únicamente por medio de folletos del ministerio de turismo y recomendaciones que dan las personas que lo han visitado.

Esas son las únicas vías de promoción, otras iniciativas ya individuales como el hotel la Estancia rural Las Golondrinas lo hacen por medio de Facebook o por páginas en internet como es el caso de las señoras que realizan los bordados que poseen una página en internet mostrando sus productos autóctonos del Arcatao principalmente de San Bartolomé.

¿Qué tipo de servicios turísticos ofrecen?

- Alojamiento comunitario y hotel (desde \$10 por persona)
- Comedores comunales \$1.25- \$5.00
- Artesanias (bordados) \$5.00 - \$75
- Tour a la Cañada y la Cascada (por parte de la Estancia rural Las Golondrinas) \$1.5 por persona



¿Se utilizan intermediarios como tours operadores?

Se trabaja con 2tour operadores el Salvadorean Tour, Nice tour, Y se manejan alianzas con la asociación de hoteles pequeños del país.

| | | |
|----------------|--------------------------------|--|
| ARCATAO | Productos que ofrecen | Comedor comunal |
| | | Pupuserías |
| | | Tour a cascadas y posas |
| | | hospedaje (hotel y pernoctación comunal) |
| | | Tiendas de bordados |
| | Forma de organización | Asociaciones |
| | | Comité municipal |
| | Temporadas altas | Semana Santa, Agosto, y fin de año |
| | Tipo de turista que los visita | Nacional y extranjero |
| | Costos de servicio | Comida \$1.25- \$5.00 |
| | | Hospedaje \$10.00 |
| | | Visitas guiadas \$1.5 por persona |
| | Señalización y seguridad | Parcialmente señalado |

| | | |
|--|---------------------|--|
| | | unidades de Salud |
| | Promoción turística | A través de MITUR, internet, tour operadores |
| | Alianzas | Tour operadores, asociación pequeños hoteles |

Tabla 71. Check List Arcatao

ASOCIACIÓN COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y SERVICIOS MÚLTIPLES EL MANZANO DE R.L. (Dulce Nombre de María)

| | |
|-------------------------------|------------------------|
| Entrevistado | Vocal de la asociación |
| Forma de toma de datos | Visita municipio |

El producto turístico que este lugar ofrece es un ecoturismo rural, en el que se pueden apreciar muchos atractivos naturales como caminatas, cascadas entre otros.

¿Cómo surgió la iniciativa de este proyecto turístico? ¿Cuál es su historia?

La Cooperativa se integró por personas desmovilizadas de la guerra y repobladoras, la cual obtuvo su personería jurídica en 1996. Posteriormente se incorporaron personas llegadas de fuera que compraron el derecho de propiedad a algunas personas beneficiarias, y algunas personas asociadas se trasladaron a vivir fuera de la comunidad

Con el impulso de una catedrática universitaria jubilada, que luego fue presidenta del consejo de administración y Gerente local, desde 1998 la cooperativa le apostó al turismo, aprovechando el atractivo del bosque de árboles de pino, roble y liquidámbar, el interés histórico de la zona, más la tranquilidad y belleza de los paisajes en las 110 manzanas de la vocación forestal obtenidas por la cooperativa a través del programa de transferencia de tierras (PTT).

La iniciativa comenzó utilizando un dormitorio dejado por la misión de observadores de las Naciones Unidas (ONUSAL), para el alojamiento de las personas visitantes. Luego acondicionaron algunas viviendas como posadas, limpiaron zonas para acampar, fijaron una cuota de entrada, organizaron un servicio de guías turísticos y establecieron la marca de café "Ereguán".

Para el año 2006 hubo una intervención de PREMODER (Programa de Reconstrucción y Modernización Rural) con la ejecución de un proyecto orientado al establecimiento de 16 iniciativas productivas de carácter familiar, la remodelación de infraestructura para contar con caseta de información, museo, agromercado, restaurante y tienda de artesanía; la construcción de cabañas; y el mejoramiento de las zonas para acampar. El proyecto también incluyó una estrategia de publicidad y la introducción de otros servicios como visitas guiadas, caminatas por senderos, visitas a proyectos productivos, pozas y miradores, así como el alquiler de aperos para acampar, entre otros.

¿Cuáles han sido los mayores obstáculos y fortalezas por las cuales paso esta iniciativa turística?

Uno de los obstáculos que enfrentó la iniciación de este proyecto fue el miedo por parte de las personas a involucrarse en la realización de actividades.

Dentro de los beneficios brindados a la comunidad con el proyecto se encuentra la generación de empleo donde personas de los alrededores se encuentran trabajando en actividades como: la administración del centro de los visitantes, las cabañas, el restaurante, la tienda de artesanías y el chalet.

¿Cómo están organizados, existe un comité o asociación que coordine la actividad turística de la región?

La cooperativa está constituida por 26 personas asociadas, de las cuales 15 son mujeres en el que la participación y compromiso de ellas es mayor que en años anteriores. Las personas asociadas han aprendido a hacer y a recibir observaciones. Las mujeres expresan sus ideas en un clima de mayor respeto y el pertenecer a la cooperativa les ha ofrecido una forma productiva de invertir su tiempo y energía en otras actividades, más allá de las domésticas.

En la parte organizacional de la cooperativa, las mujeres han ocupado cargos muy importantes como Presidentas en dos ocasiones y de Gerente local, actualmente tienen cargos en la Junta de Vigilancia y Secretaria del Consejo Administrativo.

¿Qué tipo de servicios turísticos ofrecen y cuáles son los precios de los diferentes servicios que ofrecen?

Los precios de algunos de los servicios que ofrece este sitio turístico son los siguientes: la entrada al parque cuesta \$1 por persona. Quienes deseen acampar y no cuentan con el equipo necesario, pueden alquilarlo. Quedarse cuesta un dólar extra, el sleeping \$1 por día y la tienda de campaña \$5. El lugar ofrece siete cabañas su costo es de \$10 por persona.

Los visitantes pueden llevar su comida, aunque el lugar ofrece platillos típicos suficientes entre ellos pupusas, carne asada y sopa de gallina india. Además el famoso café Ereguan, elaborado ahí mismo. El restaurante Las Orquídeas, ofrece comida desde 1.50 a 5.00 dólares. Su especialidad es el conejo, la codorniz y la gallina, que la misma localidad produce.

El parque cuenta con un centro ceremonial que atrae indígenas de diferentes partes del mundo. Las visitas han sido por alemanes en un 10%, estadounidenses 20% y del país en un 70%.

¿Cuál ha sido el apoyo municipal que han recibido?

La oficina de turismo de la Alcaldía de Dulce Nombre de María los ha respaldado con publicidad por medio de la divulgación mediática.

¿Cuál ha sido el apoyo que el Ministerio de Turismo les ha brindado hasta la fecha?

El apoyo que les ha brindado el Ministerio de Turismo, es recibir brochures para poder ofrecerlos a potenciales excursionistas.

| | | |
|--|---|--------------------------------------|
| MANZANO DE R.L. (DULCE NOMBRE DE MARIA) | Productos que ofrecen | Comedores |
| | | Caminatas al bosque y ríos |
| | | Restaurante |
| | | Centro ceremonial indígena |
| | | Campo para camping |
| | | Cabañas para pernoctación |
| | Forma de organización | Asociación |
| | Temporadas altas | Semana Santa, Agosto, y fin de año |
| | Tipo de turista que los visita | Nacional y extranjero |
| | Costos de servicio | Comida \$0.50-\$5.00 |
| | | Hospedaje \$10 por persona |
| | | Visitas guiadas \$1 por persona |
| | Señalización y seguridad | Únicamente señalizado los atractivos |
| Punto de información | | |
| Promoción turística | A través de MITUR, programas de televisión, recomendación | |
| Alianzas | No | |

Tabla 72. Check list Dulce Nombre de María

PASO VI. ENFASIS EN LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Por lo general, las fortalezas y las debilidades son factores que se encuentran bajo el control de una empresa, iniciativa, organización, etc. Sin embargo, cuando se observa a un competidor, también debe examinar su grado de preparación para enfrentar factores fuera de su control. Éstas son las denominadas oportunidades y amenazas.

Evaluación de la competencia

Para determinar la competencia más fuerte a la que se enfrentará el municipio de San Luis del Carmen, en cuanto a turismo posteriormente ha implementar el plan de desarrollo, realiza una evaluación a la competencia en base a diferentes criterios:

| | Gasto promedio un día de visita para 1 persona | Vías de acceso | Publicidad | Instalaciones e identificación del destino | trabajo comunitario | Total |
|---|--|----------------|-------------|--|---------------------|--------|
| Arcatao, Chalatenango | \$ 12.63 | 5 | 3 | 5 | 5 | 18 |
| Dulce nombre de maría (Asociación el Manzano) | \$ 12.75 | 3 | 3 | 5 | 7 | 18 |
| Eco Albergue Río Sapo | \$ 13.25 | 3 | 5 | *** | 5 | 13 |
| Ecoparque El Espino | \$ 6.00 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| San Jose Cancasque | \$ 10.45 | 5 | 3 | 3 | 7 | 18 |
| Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate | \$ 11.50 | 7 | 5 | 7 | 7 | 26 |
| Suchitoto, Cuscatlán | \$ 13.10 | 7 | 7 | 5 | 3 | 22 |
| *** No se obtuvo información al respecto comprobada al respecto | | | 7 Excelente | 5 Bueno | 3 Regular | 1 Malo |
| Nota: en los campos que no se cuenta con información se asigna el valor de 1 (malo) | | | | | | |

Tabla 73. Evaluación de la competencia

Los municipios de Arcatao, San Jose Cancasque, dada la cercanía a San Luis del Carmen y que a pesar que aun estan en una etapa de crecimiento en cuanto al tema turístico van adelantados al municipio en estudio, logrando ser una amenaza al potencial turístico.

Además los municipios de Arcatao, Santo Domingo de Guzmán y San Jose Cancasque, son los que representan el menor gasto por persona, por un día de visita (\$11.53 en promedio); el promedio del gasto por persona en San Luis del Carmen⁵⁰ son \$7.20 (sin incluir gasolina o transporte), y considerando que actualmente no se tiene otros servicios más que restaurantes, San Luis del Carmen puede lograr ser más competitivo si su promedio de gastos por persona es de \$10.50.

Resumiendo la tabla anterior en base a la clasificación de competidores directos:

| LUGAR | PUNTAJE |
|---|---------|
| Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate | 26 |
| Suchitoto, Cuscatlán | 22 |
| Ecoparque El Espino | 20 |
| Arcatao, Chalatenango | 18 |
| Dulce nombre de maría (Asociación el Manzano) | 18 |
| San Jose Cancasque | 18 |
| Eco Albergue Río Sapo | 13 |

Tabla 74. Posición de la Competencia Directa

La grafica siguiente muestra el posicionamiento según los criterios de cada una de las iniciativas de turismo.

⁵⁰ Gasto calculado a través de las experiencias de visita al municipio.

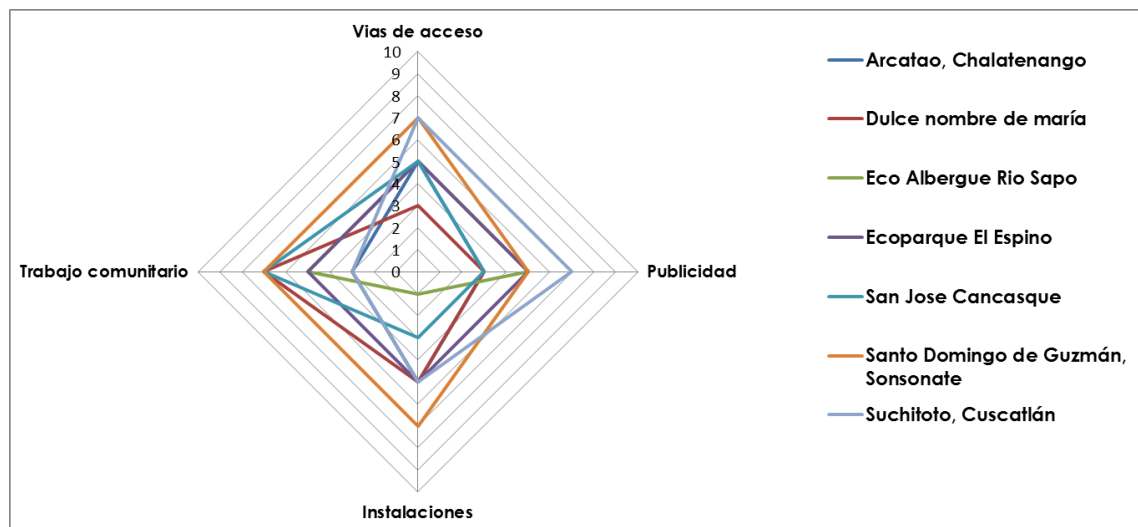


Gráfico 2. Diagrama radial del posicionamiento de la competencia directa

Se observa que el mayor competidor actual en cuanto a turismo rural comunitario es el municipio de Santo Domingo de Guzmán y puntea más con respecto a Suchitoto que ya es un municipio completamente turístico, esto debido a que en cuanto al criterio de trabajo comunitario, Santo Domingo de Guzmán trabaja al 100% de esta manera en el municipio.

Sin embargo San José Cancasque y Arcatao son las amenazas más grandes que posee el municipio debido a su cercanía y también a causa que ya llevan avanzado su proyecto, han generado alianzas con tour operadores y hoteles, estos dos municipios están dando pasos agigantados en su desarrollo turístico.

Las debilidades más grandes de estos dos competidores son en cuanto a publicidad e identificación de sus atractivos o servicios.

PASO VII: Establecimiento de la posición de San Luis del Carmen

Una vez se ha determinado cuáles son las fortalezas y debilidades de los competidores, hay que determinar dónde ubicar la contraparte del estudio en relación con la competencia.

Para ello se evaluara de la misma manera a la contraparte utilizando los mismos criterios en su estado actual

| | Gasto promedio un día de visita para 1 persona | Vías de acceso | Publicidad | Instalaciones e identificación del destino | trabajo comunitario | Total |
|---|--|----------------|-------------|--|---------------------|--------|
| San Luis del Carmen | \$ 10.50 | 5 | 1 | 1 | 3 | 10 |
| *** No se obtuvo información al respecto comprobada al respecto | | | 7 Excelente | 5 Bueno | 3 Regular | 1 Malo |
| Nota: en los campos que no se cuenta con información se asigna el valor de 1 (malo) | | | | | | |

Tabla 75. Evaluación de San Luis del Carmen

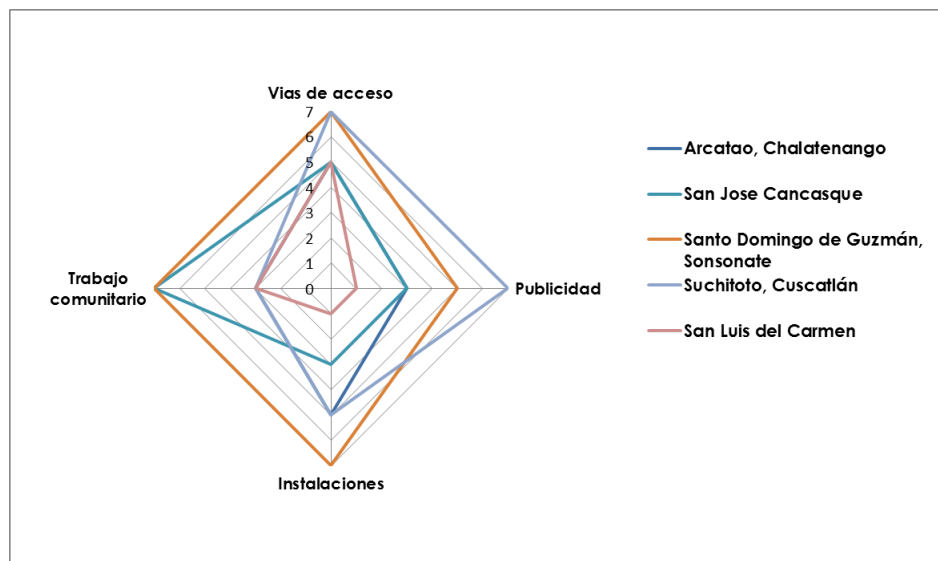


Gráfico 3. Posicionamiento de San Luis del Carmen respecto a la competencia directa

Los puntos más débiles del San Luis del Carmen, se encuentran en la publicidad del municipio, identificación de iniciativas (no existe aún) y el trabajo comunitario, exceptuando las ferias agropecuarias y gastronómicas todos los comercios y/o iniciativas turísticas actuales son de carácter privado.

1.5.3.MERCADO ABASTECEDOR

Para el caso de nuestro proyecto, definiremos el mercado abastecedor como aquellas instituciones públicas o privadas que proporcionen los conocimientos necesarios en temas directamente relacionados con el turismo, ya sea por medio de capacitaciones, cursos técnicos, diplomados, maestrías, etc. con respecto a temas afines al turismo y que sirvan de apoyo al mismo como cursos de primeros auxilios.

De igual forma se considerará parte del mercado abastecedor a los establecimientos que servirán de fuente de abastecimiento de los productos utilizados para brindar el servicio de restaurantes y hospedaje y algunas otras iniciativas que se pretenden implementar como deportes acuáticos.

Es de recalcar que los servicios de transporte y seguridad no formarán parte de este mercado, éstos serán tomados en cuenta como parte de los programas propuestos en la etapa de Diseño.

1.5.3.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN



Identificación de Conocimientos Necesarios sobre Servicios Turísticos



Para poder implementar el servicio turístico y manejarlo de una forma correcta, en el transcurso del tiempo, es necesario que los involucrados reciban educación y capacitaciones constantes respecto al servicio, para mantenerse actualizados y que comprendan como manejar el proyecto.

Dentro de los posibles aspectos importantes para los cuales podría ser necesario realizar talleres o capacitaciones están:

- Capacitación para conocer las especificaciones técnicas y operativas de cada puesto que se requerirá.
- Capacitación sobre administración, gerencia y contabilidad.
- Capacitación para la preparación y manejo higiénico de alimentos con respecto a restaurantes y las buenas prácticas de turismo en general.
- Calidad en los servicios turísticos.
- Cursos de primeros auxilios y rescate según las actividades que se realicen.
- Cursos de educación ambiental que permitirán valorar aún más los recursos y cómo conservarlos, preservarlos y en su caso recuperarlos.
- Capacitación para formar guías especializados.
- Instrucción de los productores agropecuarios, apicultores, artesanos y otros que quieran participar con sus actividades en el servicio turístico, así como a personas que quieran tener un emprendedurismo en alguna actividad.
- Capacitación a personal que se encargara del mantenimiento de áreas que lo necesitan.

1.5.3.2. INSTITUCIONES QUE BRINDAN CONOCIMIENTOS SOBRE SERVICIOS TURÍSTICOS

A continuación se presenta una lista de instituciones que ofrecen cursos o capacitaciones sobre estos temas:

| Registro de instituciones que ofrecen capacitaciones y asistencia técnica | | | |
|--|--|--|---|
| Institución | Contacto | Sobre la institución | Capacitaciones ejecutadas o por ejecutar. |
| Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social FUSADES  | Edificio FUSADES, Boulevard y Urbanización Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador Apartado Postal 01 - 278 PBX: (503) 2248 – 5600 FAX: (503) 2278 – 3356 Pridex: Lic. Emma Arauz Directora programa PRIDEX erauz@fusades.org Teléfono: (503) 2248-5661 Lic. Korina Márquez Coordinadora proyecto PYMETUR kmarquez@fusades.org Teléfono: (503) 2248-5663 Correo electrónico: pridex@fusades.org Fax: (503) 2248-5668 | El objetivo fundamental de Fusades es desarrollar toda clase de actividades que tiendan a fomentar la seguridad y el bienestar económico, social, intelectual y físico de los habitantes de El Salvador, bajo los lineamientos de un sistema de Libertades económicas e individuales. | Como parte del apoyo que FUSADES brinda al sector de la pequeña y mediana empresa del país, desarrolla el proyecto. <ul style="list-style-type: none"> • "Fortalecimiento de la competitividad de la PYME turística de El Salvador", conocido como PYMETUR, el cual es organizado por el Programa de Promoción de Inversiones y Diversificación de Exportaciones, PRIDEX, auspiciado por la Confederación de Empresarios de Andalucía, CEA, y el Programa de Cooperación Internacional de la Junta De Andalucía. |
| CENTROMYPE  | Av. Manuel E. Araujo, Edificio Century Plaza, Primer Nivel San Salvador, El Salvador, Centro América. Teléfono: (503) 2275-8030 Fax (503) 2275-8031 Correos Electrónicos Información: info@centromype.com.sv Negocios: csalguero@centromype.com.sv | Su objetivo es establecer un nivel de desarrollo para el actual trabajo de promoción del micro, pequeña y mediana empresa, dinamizando el mercado de servicios de calificación y subcontratación. Además de Servir de puente para el encuentro entre diversas escalas empresariales con el propósito de favorecer la transferencia tecnológica al micro, pequeña y mediana empresa promoviendo así sus negocios. | La capacitación asistencia técnica empresarial es uno de los apoyos brindados por CENTROMYPE. Los temas son los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> * Formulación de Plan de Mercadeo. *Administración de Pequeños Negocios. * Mercadeo y Ventas. *Administración de la Producción. *Planeación Estratégica. *Plan de Negocios para Pequeños Empresarios. * Administración de Costos. Asistencia técnica: La asistencia técnica está orientada a mejorar sus |

| | | | |
|---|--|---|--|
|  | | | <p>productos y fortalecer su gestión empresarial. Las empresas pueden recibir apoyo tanto de forma individual como asociativa. Se brinda apoyo en áreas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Diseño de planes de marketing. *Investigaciones y sondeos de mercado. *Diseño de empaques y etiquetas. *Diseño de páginas web *Mejoras en los sistemas de producción. <p>Proyectos en ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Cultura emprendedora y asociatividad. *Fortalecimiento de MIPYME turísticas. *Asesoría técnica para la competitividad de la MIPYME. |
| <p>CONAMYPE</p>  | <p>Dirección: Alameda Juan Pablo II y Calle Guadalupe Edificio C1 - C2, Centro de Gobierno, San Salvador, El Salvador, C.A. Teléfono: (503) 2260 - 9260. Fax: (503) 2260 -6590. E-mail: conamype@conamype.gob.sv</p> | <p>CONAMYPE contribuye de una forma eficaz al desarrollo del micro y pequeña empresa, como parte de los planes de desarrollo económico del país.</p> | <p>Realiza congresos, programas, proyectos y capacitaciones en apoyo y fortalecimiento de las MIPYME enfocadas en este rubro y dentro de los apoyos que ofrecen esta los centros de desarrollo artesanal.</p> |
| <p>MINISTERIO DE TURISMO</p>  | <p>Dirección: Edificio Carbonel #1, Colonia Roma, Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo, Pasaje Carbonel. San Salvador, El Salvador. Teléfonos: (503) 2243-7835 (503) 2241-3200 Fax: (503) 2223-6120</p> | <p>Su Misión es posicionar a El Salvador como marca y destino turístico de primer orden en la Región con las entidades turísticas de El Salvador, tanto públicas como privadas Centroamericanas, mediante la ordenación turística del territorio, la puesta en valor y sostenibilidad de los recursos turísticos,</p> | <p>Realiza diversos proyectos apoyados con diversas empresas e instituciones con el fin de brindar Capacitaciones y asistencias técnicas a las micro, mediana y pequeña empresa del país relacionadas al sector turístico.</p> |
| <p>CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE EL SALVADOR</p> | <p>San Salvador 9a Av. Norte y 5a C. Pte. Teléfono: (503) 2231-3000 Fax: (503) 2271 - 4461 Correo electrónico: camara@camarasal.com</p> | <p>La Cámara de Comercio e Industria de El Salvador es una asociación no lucrativa, Constituida con fines</p> | <p>En cargada de apoyar a las empresas Proporcionándoles herramientas prácticas y efectivas que les permitan identificar sus necesidades</p> |

| | | | |
|---|--|---|--|
|  | | <p>de servicio, integrada por personas naturales y jurídicas que desarrollan actividades productivas.</p> | <p>reales de capacitación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboración de su Plan de Capacitación anual ▪ Conferencias gratuitas sobre diferentes temas de actualidad. <p>MODALIDADES DE SERVICIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Seminarios Abiertos *Seminarios Cerrados *Seminarios a sectores |
| <p>ASOCIACION PROESA</p>  | <p>Dirección : Colonia y Calle Centroamérica, casa #226, San Salvador Fundación PROESA - Teléfonos: (503) 2225-1080 - (503) 2225-1846 - (503) 2226-5280 - (503) 2226-6678. Emails: proesa@fundacionproesa.org fundacionproesa@integra.com.sv</p> | <p>La Fundación PROESA nació como respuesta a las inquietudes de un grupo de Personas interesadas en los problemas económicos y sociales de El Salvador; y frente a la necesidad inminente de contribuir y en la búsqueda de soluciones, se debía contar con una entidad con la que se pudiera ayudar a los grupos más necesitados.</p> | <p>Busca Fomentar modelos alternativos para el desarrollo de la economía rural. Impulsando acciones de capacitación, y asistencia técnica apropiadas a las necesidades de estos sectores.</p> <p>Los públicos meta de la Fundación son pequeños productores y empresarios, con actividades agrícolas, turísticas y artesanales; ubicados en zonas rurales, semi-urbanas y urbanas; y, que muestra un fuerte interés y compromiso por impulsar acciones de organización asociativa, de mejoramiento productivo.</p> |
| <p>ACEPESA</p>  | <p>ACEPESA Costa Rica - San José Distrito de Zapote, de las oficinas Administrativas de la Cruz Roja, 300 metros al noreste y 100 metros al sur. Contiguo al parque infantil. Apdo. 1257-1002 Teléfono: +506 2280-6327 Fax: +506 2280-6327 (ext. 102) Contacto: Licda. Yorlenny coto. Coordinadora de turismo sostenible</p> | <p>Es una organización no gubernamental reconocida en el ámbito costarricense y centroamericano por su aporte con productos técnicos innovadores y de alta calidad, así como por su contribución a la articulación de los esfuerzos públicos y privados en la gestión del desarrollo y la sostenibilidad.</p> | <p>ACEPESA ha participado de manera comprometida junto a otros actores sociales y públicos para incidir en la política turística vinculante al turismo rural comunitario. Uno de sus propósitos es:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ crear y promover espacios de negociación, articulación ✓ coordinación de acciones por parte de las comunidades y organizaciones, para facilitar el desarrollo de condiciones que permitan convertir el turismo rural comunitario en |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | instrumento de desarrollo local y conservación de la naturaleza. |
| FUNDACIÓN EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO EDUCATIVO.  | Dirección: Educativo, Calle El Pedregal contiguo a Escuela Militar, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador, Centroamérica. Teléfono: (503) 2212-1600, Fax: 2212-1696 | Su misión es Inspirar, orientar y articular el apoyo de la empresa privada al desarrollo del capital humano en El Salvador, a través del apoyo en el aumento de la cobertura y la calidad de la educación pública, la educación tecnológica superior y el fomento de la competitividad empresarial. | FEPADE tiene convenios con CORSATUR para que en conjunto pueda llevarse a cabo proyecto y programas que ayuden a desarrollar y fortalecer las empresas que están este rubro, así como al desarrollo de planes de capacitación alineado con el plan de nación, con un enfoque en turismo. |
| Academia Panamericana de Arte Culinario  | Dirección: 4º Calle Oriente, Colina Utila, Edificio APAC, entre Avenida Zablah Touché y 13 Avenida Sur Robert Waden 7-6 Santa Tecla, La Libertad. El Salvador, C.A. Tel: 2288-3854 E-mail: apac_elsalvador@hotmail.com info@apacculinaria.com Web: http://apacculinaria.com/index.php | La Academia Panamericana de Arte Culinario (APAC), Una institución certificada de formación profesional en alta cocina que cuenta con reconocidos chefs ejecutivos en su staff de instructores. | Diplomado de cocinero profesional. Cursos libres (cocina navideña, asiática, vegetariana, sea food) |

Ilustración 11: registro de instituciones especializadas en capacitaciones y asistencia técnica a las MIPYMES en El Salvador.

ANALISIS

Para poder llevar a cabo este proyecto se requiere que el recurso humano esté capacitado para poder darle seguimiento y poder mejorarlo en el transcurso del tiempo.

Es por ello que se debe de abastecer del conocimiento necesario para poder hacer un buen manejo de la oferta turística que se pretende brindar, por lo que se dan a conocer algunos de los lugares que dan apoyo a proyectos turísticos integrados por micro pequeñas y medianas empresa, este apoyo es dado a través de programas donde ayudan a las personas a emprenderse en nuevas actividades, a manejar un negocio propio, así como capacitaciones para poder gestionar administrar promocionarse etc., así como asistencia técnica para la realización de ciertas actividades.

El abastecimiento de conocimientos es muy importante para el momento de la ejecución, los comienzos y el transcurso de las actividades turísticas a ofertar para poder ir mejorando con el tiempo y poder ofrecer lo que el turista requiere y lo que se puede ofertar.

1.5.3.3. IDENTIFICACIÓN DE INSUMOS NECESARIOS PARA EL SERVICIO DE RESTAURANTE, HOSTAL Y DEPORTES ACUÁTICOS.

RESTAURANTE

A continuación se listan los diferentes insumos necesarios para la preparación y elaboración de los platos más ofrecidos en las iniciativas priorizadas⁵¹.

PESCADO FRITO

- Pescado: robalo, corvina, boca colorada.
- Sal
- Pimienta
- Aceite
- Sazón completa

PECHUGA DE POLLO

- Pechuga de pollo deshuesada
- Sazón completa
- Pimienta
- Limón
- Aceite

LOMO DE RES

- Lomo de res
- Sazón completa
- Pimienta
- Sal
- Aceite

CREMA DE JAIBA

- Jaiba de río
- Crema de mariscos
- Sal
- Tomate
- Cebolla

ARROZ

- Aceite
- Arroz
- Zanahoria
- Cubitos
- Sal

ENSALADA FRESCA

- Lechuga
- Tomate
- Limón
- Sal

ENSALADA DE VEGETALES

- Papa
- Zanahoria
- Ejote
- Sal
- Pimienta.

TORTILLAS

- Harina de maíz
- Sal
- Aceite

De acuerdo a las necesidades de cada uno de los restaurantes que prestan el servicio de alimentación se agruparon los insumos según características similares obtenemos los siguientes bloques de insumos:

⁵¹ Ver anexo 3.4.1 Listado de Precios Vigentes de Súper Selectos

| | | |
|---|---|---|
| CONDIMENTOS | | PECES Y CRUSTÁCEOS |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sazón completa ▪ Pimienta ▪ Sal ▪ Crema de mariscos ▪ Cubitos de pollo | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Robalo ▪ Corvina ▪ Boca colorada ▪ Jaiba de río ▪ Cangrejo de mar |
| CONDIMENTOS | | PECES Y CRUSTÁCEOS |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sazón completa ▪ Pimienta ▪ Sal ▪ Crema de mariscos ▪ Cubitos de pollo | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Robalo ▪ Corvina ▪ Boca colorada ▪ Jaiba de río ▪ Cangrejo de mar |
| VERDURAS | | CARNES |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zanahoria ▪ Lechuga ▪ Tomate ▪ Limón ▪ Papa ▪ Ejote ▪ Cebolla | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lomo de res ▪ Pechuga de pollo deshuesada |
| | | GRANOS BÁSICOS Y HARINAS |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arroz ▪ Harina de maíz |
| BEBIDAS SIN ALCOHO | | BEBIDAS CON ALCOHOL |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gaseosas <ul style="list-style-type: none"> • Coca cola • Uva • fresa ▪ Jugos de fruta en lata <ul style="list-style-type: none"> • Pera • Manzana • Melocotón ▪ Agua pura <ul style="list-style-type: none"> • Alpina • Cristal | <ul style="list-style-type: none"> • Fanta • Fresca • Superchampan • Durazno • Mango • Agua del campo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cervezas <ul style="list-style-type: none"> • Pilsener • Golden • Corona • Suprema |

INSUMOS ADICIONALES

Para brindar un servicio completo en los restaurantes, además de la comida son necesarios otros insumos como lo son:

- ✓ Servilletas
- ✓ Bolsitas de Sal
- ✓ Pajillas
- ✓ Salsa de chile picante
- ✓ Jabón para lavar platos

HOSPEDAJE

De acuerdo a las Instalaciones en buen estado con un aspecto higiénico y ordenado son necesarias para dar una buena imagen a los clientes. Es por ello que la limpieza, es una actividad de gran importancia que se realiza cada día con el fin de satisfacer al cliente.

Los insumos necesarios para el servicio de hospedaje son los productos para realizar la limpieza de las habitaciones, restaurante y baños. Estos son:

- Detergente
- Jabón de ropa
- Jabón líquido de manos
- Desinfectante para piso
- Papel higiénico

1.5.3.4. FUENTES DE ABASTECIMIENTO DE INSUMOS PARA EL SERVICIO DE RESTAURANTE, HOSPEDAJE Y DEPORTES ACUÁTICOS.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Se realizó la investigación de campo en los cantones del municipio de San Luis del Carmen: Los Naranjos, El Pital y Santa Cruz.

Santa Cruz y Los naranjos son dos cantones que se deben de tomar en cuenta debido a la cercanía con las iniciativas priorizadas y El Casco urbano por estar justo en el centro del municipio.

En cada uno de estos cantones se investigó cuáles podrían ser las fuentes de abastecimiento para los insumos requeridos y se realizó un sondeo de los precios que éstas ofrecen al público.

Cantón Santa Cruz

En el cantón Santa Cruz se identificó únicamente como fuente de abastecimiento:

- ✓ Criaderos de Tilapias

Los Naranjos

En este cantón las fuentes de abastecimiento identificadas son:

- ✓ Ventas de Frutas varias.

Chalatenango

En este municipio las fuentes de abastecimiento identificadas son:

- ✓ Despensa Familiar
- ✓ Despensa de Don Juan
- ✓ Súper Selectos
- ✓ Mercado municipal de Chalatenango

San Salvador

En este municipio se investigaron los precios en:

- ✓ Despensa Familiar
- ✓ Despensa de Don Juan
- ✓ Súper Selectos
- ✓ Mercado de la Ti-endona

RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Previamente a iniciar con la recolección de precios, se identificaron qué insumos se comprarán en los lugares identificados como fuente de abastecimiento.

| | CRIADERO DE TILAPIAS | SÚPER MERCADO | MERCADO |
|-------------------------------------|---------------------------------|----------------------|----------------|
| Condimentos | | X | |
| Peces y Crustáceos | X | | X |
| Frutas y Verduras | | X | X |
| Carnes | | X | X |
| Granos Básicos y Harinas | | X | |
| Aceites | | X | |
| Insumos Adicionales | | X | |
| Productos de Limpieza | | X | |

CRITERIOS DE COMPARACIÓN DE LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO.

A continuación se presentan los criterios que se evaluaron para seleccionar a los proveedores idóneos.

CALIDAD DEL PRODUCTO

Se evaluará si los productos cumplen a cabalidad o no los criterios de calidad establecidos.

PRECIO

Este criterio es muy importante ya que las iniciativas no cuentan con un capital amplio por lo que se debe evaluar este criterio con mucho detenimiento pero tomando en cuenta que se quiere calidad de producto.

CONDICIONES DE ENTREGA

Se evaluará la capacidad de la fuente de abastecimiento de ofrecer el transporte de los insumos hasta las iniciativas.

DISPONIBILIDAD DE LA PRESENTACIÓN DE COMPRA

Se evalúa si la fuente ofrece la presentación de compra que se requiere.⁵²

CONDICIONES DE PAGO

Se deben analizar las condiciones de pago si existe o no financiamiento o si solamente se hacen los pagos al contado.

LOCALIZACIÓN

Se pretende que las fuentes de abastecimiento estén cercanas a las iniciativas ya que así se reducirán costos de transporte y los insumos llegarán en mejores condiciones.

Para la evaluación de los criterios se realizó una visita a cada una de las fuentes de abastecimiento y se tomó nota de cuales cumplían o no con los criterios establecidos.

MATRIZ DE COMPARACIÓN DE FUENTES DE ABASTECIMIENTO

Abreviaturas empleadas

- ✓ DF: Despensa Familiar
- ✓ DJ: Despensa de Don Juan
- ✓ MT: Mercado la Ti-endona
- ✓ MM: Mercado Municipal de Chalatenango
- ✓ SS: Súper Selectos
- ✓ CT: Criaderos de Tilapias (Cooperativa ALTINA. de RL)
- ✓ (SS): San Salvador
- ✓ (CH) Chalatenango
- ✓ X: Cumple a cabalidad los criterios de calidad.

Calculo del precio

El precio que se presenta es el precio promedio que registró el producto durante los meses de enero a octubre del año 2012.⁵³

⁵² Buenas prácticas para el turismo sostenible. CORSATUR

⁵³ Organización de las Nacional Unidas para la Alimentación y la Agricultura

ACEITE

| PRODUCTO | FUENTE | CALIDAD | PRECIO | TRANSPORTE | PRESENTACIÓN | PAGO | CERCANÍA |
|----------------|---------|---------|--------|------------|--------------|---------|----------|
| Aceite Vegetal | DF (CH) | X | 1.95 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 2.05 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 2.10 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 2.15 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 2.10 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 2.05 | | X | Contado | |

CONDIMENTOS

| PRODUCTO | FUENTE | CALIDAD | PRECIO | TRANSPORTE | PRESENTACIÓN | PAGO | CERCANÍA |
|-----------------------|---------|---------|--------|------------|--------------|---------|----------|
| Sazón completa | DF (CH) | | | | | | |
| | DJ (CH) | X | 8.70 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 8.50 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | | | | | | |
| | DJ (SS) | X | 8.67 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 8.50 | | X | Contado | |
| Pimienta Negra Molida | DF (CH) | | | | | | |
| | DJ (CH) | X | 4.41 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 4.36 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | | | | | | |
| | DJ (SS) | X | 4.43 | | | Contado | |
| | SS (SS) | X | 2.68 | | | Contado | |
| Sal de cocina | DF (CH) | X | 0.14 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | | | | | | |
| | SS (CH) | X | 0.16 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | | | | | | |
| | DJ (SS) | X | | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | | | X | Contado | |
| Crema de Mariscos | DF (CH) | X | 0.61 | | | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 0.57 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 0.57 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 0.61 | | | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 0.57 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 0.57 | | X | Contado | |
| Cubitos de Pollo | DF (CH) | X | 3.75 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 3.75 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 3.75 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 3.73 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 3.73 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 3.73 | | X | Contado | |

GRANOS BÁSICOS Y HARINAS

| PRODUCTO | FUENTE | CALIDAD | PRECIO | TRANSPORTE | PRESENTACIÓN | PAGO | CERCANÍA |
|----------------|---------|---------|--------|------------|--------------|---------|----------|
| Arroz | DF (CH) | | | | | | |
| | DJ (CH) | | | | | | |
| | SS (CH) | X | 3.44 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | | | | | | |
| | DJ (SS) | | | | | | |
| | SS (SS) | X | 3.75 | | X | Contado | |
| Harina de maíz | DF (CH) | X | 1.21 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | | 1.56 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | | 1.67 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 1.35 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | | 1.55 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | | 1.65 | | X | Contado | |

CARNES

| PRODUCTO | FUENTE | CALIDAD | PRECIO | TRANSPORTE | PRESENTACIÓN | PAGO | CERCANÍA |
|------------------|---------|---------|--------|------------|--------------|---------|----------|
| Lomo | DF (CH) | | | | | | |
| | DJ (CH) | X | 5.10 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 4.29 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | | | | | | |
| | DJ (SS) | X | 5.32 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 4.34 | | X | Contado | |
| | MT(SS) | X | 4.56 | | X | Contado | |
| Pechuga de pollo | DF (CH) | X | 1.71 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 1.69 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 1.56 | | X | Contado | X |
| | MM(CH) | X | 1.49 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 1.73 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 1.67 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 1.56 | | X | Contado | |
| | MT(SS) | X | 1.45 | | X | Contado | |

PECES Y CRUSTÁCEOS

| PRODUCTO | FUENTE | CALIDAD | PRECIO | UNIDAD | TRANSPORTE | PAGO | CERCANÍA |
|----------|--------|---------|--------|--------|------------|---------|----------|
| Robalo | CT(CH) | | | | | | |
| | MM(CH) | X | 1.47 | Lb | | Crédito | X |
| | MT(SS) | X | 2.09 | Lb | X | Contado | |
| Tilapia | CT(CH) | X | 1.25 | Lb | | Crédito | |
| | MM(CH) | X | 1.52 | Lb | | Crédito | X |
| | MT(SS) | X | 1.64 | Lb | X | Contado | X |
| Curvina | CT(CH) | | | | | | |

| | | | | | | | |
|----------------------|--------|---|------|----|---|---------|---|
| | MM(CH) | X | 1.85 | Lb | | Crédito | X |
| | MT(SS) | X | 2.15 | Lb | X | Contado | |
| Boca colorada | CT(CH) | | | | | | |
| | MM(CH) | X | 1.65 | Lb | | Crédito | X |
| | MT(SS) | X | 2.59 | Lb | X | Contado | |
| Jaiba | CT(CH) | | | | | | |
| | MM(CH) | X | 1.53 | Lb | X | Crédito | X |
| | MT(SS) | X | 1.61 | Lb | | Contado | |

VERDURAS

| PRODUCTO | FUENTE | CALIDAD | PRECIO | UNIDAD | TRANSPORTE | PAGO | CERCANÍA |
|----------------------|---------|---------|--------|--------|------------|---------|----------|
| Zanahoria | DF (CH) | X | 0.97 | Lb | | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 1.01 | Lb | | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 1.03 | Lb | | Contado | X |
| | MM(CH) | X | 0.97 | Lb | | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 1.04 | Lb | | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 1.06 | Lb | | Contado | |
| | SS (SS) | X | 1.11 | Lb | | Contado | |
| | MT(SS) | X | 1.01 | Lb | | Contado | |
| Papa Soloma | DF (CH) | X | 1.02 | Lb | | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 1.02 | Lb | | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 1.30 | Lb | | Contado | X |
| | MM(CH) | X | 1.01 | Lb | | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 1.07 | Lb | | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 1.08 | Lb | | Contado | |
| | SS (SS) | X | 1.31 | Lb | | Contado | |
| | MT(SS) | X | 1.10 | Lb | | Contado | |
| Lechuga | DF (CH) | X | 2.20 | Lb | | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 2.15 | Lb | | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 2.13 | Lb | | Contado | X |
| | MM(CH) | X | 2.10 | Lb | | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 2.18 | Lb | | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 2.15 | Lb | | Contado | |
| | SS (SS) | X | 2.59 | Lb | | Contado | |
| | MT(SS) | X | 1.98 | Lb | | Contado | |
| Tomate | DF (CH) | X | 0.95 | Lb | | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 0.89 | Lb | | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 1.05 | Lb | | Contado | X |
| | MM(CH) | X | 0.86 | Lb | | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 1.01 | Lb | | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 0.96 | Lb | | Contado | |
| | SS (SS) | X | 0.11 | Lb | | Contado | |
| | MT(SS) | X | 0.10 | Lb | | Contado | |
| Limón Pérsico | DF (CH) | X | 0.13 | Unidad | | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 0.12 | Unidad | | Contado | X |

| | | | | | | | |
|----------------|---------|------|------|--------|---------|---------|---|
| | SS (CH) | X | 0.09 | Unidad | | Contado | X |
| | MM(CH) | X | 0.09 | Unidad | | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 0.10 | Unidad | | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 0.12 | Unidad | | Contado | |
| | SS (SS) | X | 0.15 | Unidad | | Contado | |
| | MT(SS) | X | 0.14 | Unidad | | Contado | |
| Ejote | DF (CH) | X | 1.36 | Lb | | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 1.40 | Lb | | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 1.45 | Lb | | Contado | X |
| | MM(CH) | X | 1.20 | Lb | | Contado | X |
| | DF (SS) | | 1.45 | Lb | | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 1.40 | Lb | | Contado | |
| | SS (SS) | X | 1.45 | Lb | | Contado | |
| Cebolla | MT(SS) | X | 1.22 | Lb | | Contado | |
| | DF (CH) | X | 0.73 | Lb | | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 0.78 | Lb | | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 0.88 | Lb | | Contado | X |
| | MM(CH) | X | 0.73 | Lb | | Contado | X |
| | DF (SS) | | 0.79 | Lb | | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 0.88 | Lb | | Contado | |
| | SS (SS) | X | 0.84 | Lb | | Contado | |
| MT(SS) | X | 0.81 | Lb | | Contado | | |

INSUMOS ADICIONALES

| PRODUCTO | FUENTE | CALIDAD | PRECIO | TRANSPORTE | PRESENTACION | PAGO | CERCANÍA |
|--------------------------|---------|---------|--------|------------|--------------|---------|----------|
| Servilletas | DF (CH) | X | 0.91 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 0.99 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 1.09 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 0.91 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 0.99 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 1.07 | | X | Contado | |
| Bolsitas de Sal | DF (CH) | X | 1.32 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 1.24 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 1.20 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 1.25 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 1.24 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 1.28 | | X | Contado | |
| Pajillas | DF (CH) | X | 0.24 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 0.28 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 0.28 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 0.24 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 0.28 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 0.27 | | X | Contado | |
| Jabón para Platos | DF (CH) | X | 3.50 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 3.52 | | X | Contado | X |

| | | | | | | | |
|-------------------------|---------|---|------|--|---|---------|---|
| | SS (CH) | X | 3.70 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 2.67 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 2.73 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 2.75 | | X | Contado | |
| Salsa para Chile | DF (CH) | X | 1.25 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 1.29 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 1.18 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 1.26 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 1.29 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 2.10 | | X | Contado | |

PRODUCTOS DE LIMPIEZA

| PRODUCTO | FUENTE | CALIDAD | PRECIO | TRANSPORTE | PRESENTACION | PAGO | CERCANÍA |
|---------------------------------|---------|---------|--------|------------|--------------|---------|----------|
| Detergente | DF (CH) | X | 2.86 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 2.86 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 2.86 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 2.86 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 2.86 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 2.86 | | X | Contado | |
| Jabón para ropa | DF (CH) | X | 2.15 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 2.15 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 2.69 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 2.85 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 2.86 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 2.87 | | X | Contado | |
| Jabón Líquido para manos | DF (CH) | X | 2.25 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 2.25 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 2.25 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 2.45 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 2.48 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 2.49 | | X | Contado | |
| Desinfectante para Pisos | DF (CH) | X | 1.74 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 1.75 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 1.80 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 1.85 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 1.89 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 1.90 | | X | Contado | |
| Papel Higiénico | DF (CH) | X | 2.95 | | X | Contado | X |
| | DJ (CH) | X | 2.64 | | X | Contado | X |
| | SS (CH) | X | 2.64 | | X | Contado | X |
| | DF (SS) | X | 3.05 | | X | Contado | |
| | DJ (SS) | X | 3.10 | | X | Contado | |
| | SS (SS) | X | 3.15 | | X | Contado | |

1.5.3.5. SELECCIÓN DE LOS PROVEEDORES

De acuerdo a los criterios presentados anteriormente se hace la selección de los proveedores de los insumos que cumplen con la mayoría de éstos. Principalmente los que cumplen con la mejor calidad y menores precios.

Debido a la lejanía de las iniciativas priorizadas, todas las fuentes de insumo del municipio de San Salvador fueron descartadas como proveedores. Esto deja como proveedores a los siguientes:

PROVEEDORES SELECCIONADOS

| | Insumos | Despensa Familiar | Despensa de Don Juan | Súper Selectos | Mercado Municipal | Criaderos de Tilapias | Precio (\$) |
|--------------------|-----------------------------|-------------------|----------------------|----------------|-------------------|-----------------------|-------------|
| CONDIMENTOS | Sazón completa | | | X | | | 8.50 |
| | Pimienta | | | X | | | 4.36 |
| | Sal | | | X | | | 0.16 |
| | Crema de mariscos | | X | X | | | 0.57 |
| | Cubitos de pollo | X | X | X | | | 3.75 |
| PECES Y CRUSTÁCEOS | Robalo | | | | X | | 1.47 |
| | Tilapia | | | | | X | 1.25 |
| | Corvina | | | | X | | 1.85 |
| | Boca colorada | | | | X | | 1.65 |
| | Jaiba | | | | X | | 1.53 |
| FRUTAS Y VERDURAS | Zanahoria | X | | | X | | 0.97 |
| | Lechuga | | | | X | | 2.10 |
| | Tomate | | | | X | | 0.86 |
| | Limón | | | X | X | | 0.09 |
| | Papa Sóloma | | | | X | | 1.01 |
| | Ejote | | | | X | | 1.20 |
| | Cebolla | | | | X | | 0.73 |
| CARNES | Lomo de Res | | | X | | | 4.29 |
| | Pechuga de Pollo Deshuesada | | | | X | | 1.49 |
| G.B Y HARINAS | Arroz | | | X | | | 3.44 |
| | Harina de Maíz | X | | | | | 1.21 |
| ACEITE | Aceite | X | | | | | 1.95 |

| | | | | | | | |
|------------------------------|-----------------|---|---|---|--|--|------|
| INSUMOS ADICIONALES | Servilletas | X | | X | | | 0.91 |
| | Bolsitas de sal | | | X | | | 1.20 |
| | Pajillas | X | | | | | 0.24 |
| | Chile | | | X | | | 1.18 |
| PRODUCTOS DE LIMPIEZA | Jabón de Platos | X | | | | | 3.50 |
| | Detergente | X | X | X | | | 2.86 |
| | Jabón de Ropa | X | X | | | | 2.15 |
| | Jabón Líquido | X | X | X | | | 2.25 |
| | Desinfectante | X | | | | | 1.74 |
| | Papel Higiénico | | X | X | | | 2.64 |

Tabla 76. Selección de proveedores para el área gastronómica

Para las Bebidas sin alcohol y con alcohol, el proveedor es Industrias La Constancia.

Los camiones repartidores se encargan de llevar el producto hasta las instalaciones de las iniciativas y en ese momento se realiza la compra del nuevo lote de bebidas que se utilizarán. El pago de la compra se realiza al contado.

A continuación se muestran los precios a pagar por una caja de 24 unidades de cada una de las bebidas.

BEBIDAS SIN ALCOHOL

Gaseosas:

- ✓ Coca Cola: \$6.00
- ✓ Uva: \$6.00
- ✓ Fresa: \$6.00
- ✓ Fanta: \$6.00
- ✓ Fresca: \$6.00
- ✓ Superchampan: \$6.00

Jugos de fruta en lata:

- ✓ Pera: \$5 .00
- ✓ Manzana: \$5 .00
- ✓ Agua pura
- ✓ Botella de 600 ml : \$7.00
- ✓ Garrafón de 5 galones: \$2.00

BEBIDAS CON ALCOHOL

Cervezas:

- ✓ Pilsener: \$14
- ✓ Golden: \$14.50
- ✓ Corona: \$23.00
- ✓ Suprema: \$17.00

1.5.3.6. INSUMOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS DEPORTES ACUÁTICOS Y SERVICIOS DE RESTAURANTE Y ALIMENTACIÓN.⁵⁴

DISPONIBILIDAD DE INSUMOS, MATERIAS PRIMAS Y SERVICIOS.

A continuación se muestra la información sobre la disponibilidad de materias primas e insumos necesarios para ofrecer los servicios propuestos, tales como precios, proveedores, maquinaria, equipo, etc. Esta información fue adquirida a través de entrevistas e investigación de campo.

| Nº | Servicio | Proveedor | Contacto | Costo aproximado | Especificaciones técnicas |
|----|--|-----------------------------------|----------------------|--|----------------------------|
| 1 | Restaurante (El Faro) | Mercado Municipal de Chalatenango | Personal de servicio | \$4,500/ Inversión Total. | Según normas de la salud. |
| 2 | Canopy/ Tirolesa | Ferretería/ Chalatenango | Personal de servicio | \$880.00/equipo sin kit de protección personal. | NSR 03.58.01:08 |
| 3 | Senderismo | Guía Turista | MITUR/ CORSA TUR | \$35.00/día | NRS 03.55.01:08 |
| 4 | Servicio de alojamiento. ⁵⁵ | Ferretería/ S.S y Chalatenango | Personal de servicio | \$150,000/ Hostal (1) Cap. 4 cabañas Inversión Total. | NTJ04 (norma nicaragüense) |
| 5 | Bici montaña ⁵⁶ | Guía Turista | MITUR/ CORSA TUR | \$40-75/día | NRS 03.55.01:08 |
| 8 | Venta de artesanías | Mochileros | Amigos/ Lugareños | \$800.00/mes | - |
| 9 | Motos acuáticas ⁵⁷ | Kawasaki/ Yamaha | Personal de servicio | \$1,200 hasta \$3,000 | - |

Tabla 77. Proveedores potenciales para materias primas y servicios turísticos

DETALLE DE ALGUNOS COSTOS POR PRODUCTO/SERVICIO:

Canopy:

El equipo para tirolesa ideal para un solo cable es el siguiente: (\$880.00)

- ✓ 1 Polea Petzl.
- ✓ 1 Arnés Noble multi talla.
- ✓ 1 Extensión de cinta plana Petzl.

⁵⁴ Difusión y Socialización de Normas de Calidad Turística MITUR-CORSA TUR

⁵⁵ Costos aproximados dados por el Dueño del Hostal en construcción.

⁵⁶ Investigación de campo MITUR/CORSA TUR

⁵⁷ Código de Navegación Vigente año 2012.

- ✓ 1 Casco Noble multi talla.
- ✓ 1 Mosquetón Petzl con seguro de rosca.
- ✓ 1 Par de guantes de piel.

Si la tirolesa tiene doble cable se deberá comprar lo siguiente: (\$1,400.00)

- ✓ 2 Poleas Petzl.
- ✓ 1 Arnés Noble multi talla.
- ✓ 2 Extensiones de cinta plana Petzl.
- ✓ 1 Casco Noble multi talla.
- ✓ 2 Mosquetones Petzl con seguro de rosca.
- ✓ 1 Par de guantes de piel.

Venta de artesanías: *Alquiler de 1 kiosco \$200.00; * Inversión por cada artesano \$200.00 (3 artesanos); Costo total \$200+\$600=\$800/mes

Motos acuáticas

- ✓ Jet-ski, marca: Yamaha; modelo: Wave Venture 1999 motor 1,100, con retrovisores, batería nueva les incluye tráiler, solo usado en agua dulce muy pocas horas de uso a solo \$2,799.
- ✓ KAWASAKI STX12F Jet Sky 2007. Color Blanco. \$3,000
- ✓ KAWASAKI ZXI 1100 98 usado en agua dulce con su tráiler, \$2,900
- ✓ 2 jet-skies Marca: Yamaha XL, precio negociable \$1,200 cash y \$2,000 al crédito. (Precio por cada uno).

NIVEL DE FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO.⁵⁸

Con el propósito de definir si reúnen las condiciones para enfrentar la implementación de los servicios/productos así como también que tipo de capacitación requerirían en caso de desarrollar los servicios y productos propuestos se define el nivel de formación del recurso humano.

| Puesto de trabajo | Cantidad asignada | Formación académica | Experiencia laboral | Antigüedad dentro del Restaurante | Capacitación/ área |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|---|--|-----------------------------|
| Cocinera | 1 | Secundaria | Más de 6 años; en puestos de cocina y oficios varios. | 5 meses | Área de cocina |
| Meseras | 1 | Básica (tercer ciclo) | Más de 2 años de experiencia como mesera | 2 años; 3 meses | Área de atención al cliente |
| Encargado de lancha | 1 | Básica (tercer ciclo) | 2 años dando paseos en lancha en Centro Turístico | 3.5 de meses | Área atención al cliente |
| Encargado de jaulas | 1 | Básica (tercer ciclo) | 1 año en criaderos de tilapias en Chalatenango | 2 años | Área Criaderos de tilapia. |

⁵⁸ Investigación de campo brindada por cada persona entrevistada.

1.5.4.MERCADO COMERCIALIZADOR

1.5.4.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

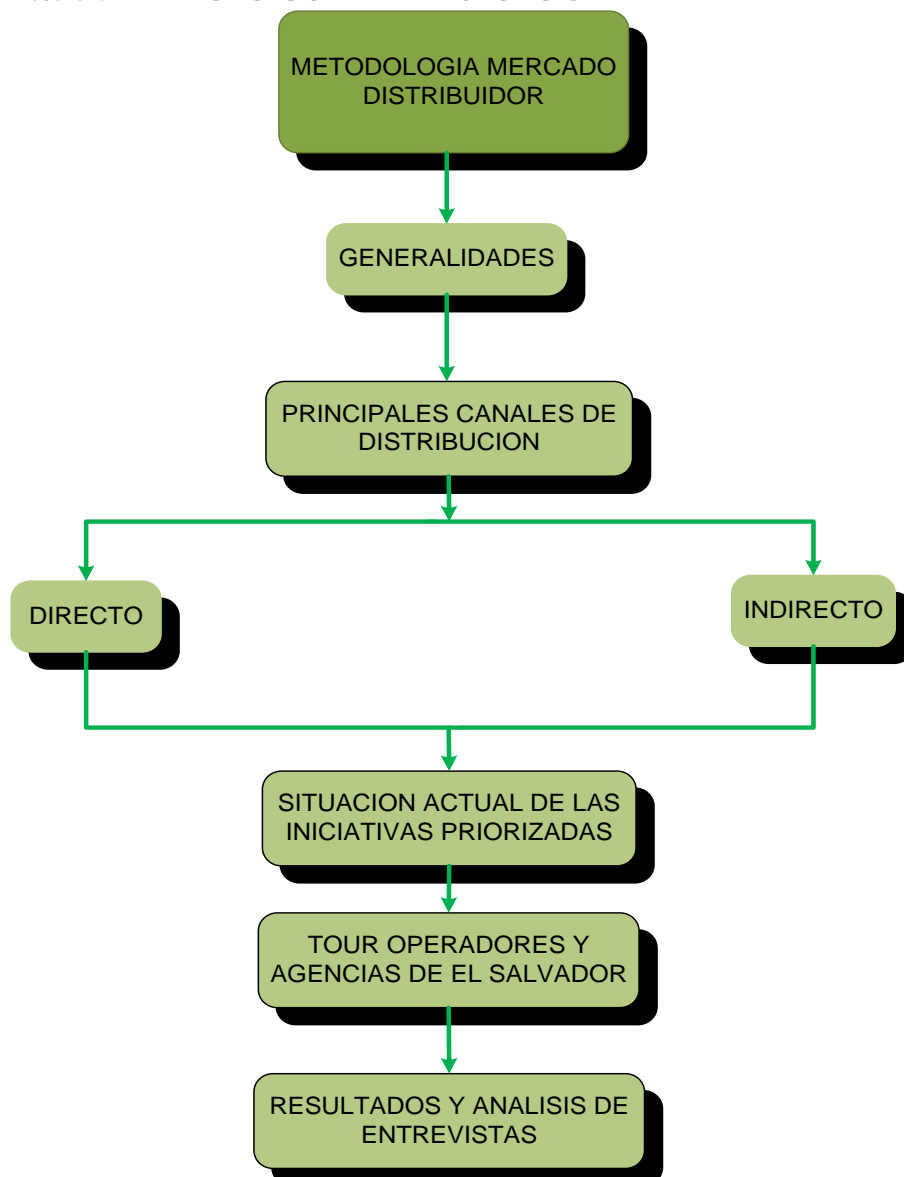


Ilustración 12: Metodología de la Investigación mercado comercializador

1.5.4.2. GENERALIDADES DEL MERCADO COMERCIALIZADOR

Para el caso de la distribución física de los productos esta consiste en acercar el producto al cliente identificando las formas en que están organizadas las cadenas que relacionan a la unidad productora con la unidad consumidora.

Si logramos aplicar dicho concepto al turismo nos referimos al acercamiento del consumidor al producto, en este caso al servicio que se ofrece.

En este caso la oferta de servicios Rurales Comunitarios turísticos su localización o punto de venta es de vital importancia; sin embargo, ésta no es suficiente, sino que también se hace necesario mantener un circuito de ventas que actúen fuera del lugar donde se brindan los servicios, debido a la distancia entre los usuarios y el prestatario.

Esto surge también, por la necesidad de captar la mayor parte del mercado, nuevos clientes y la necesidad de generar ventas anticipadas mediante reservaciones hechas a través de intermediarios.

1.5.4.3. DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

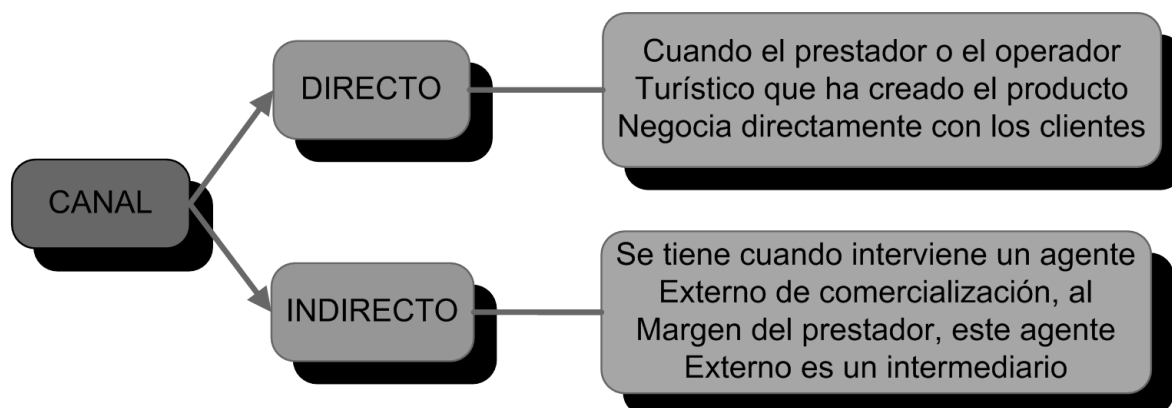
Se tiene un objetivo básico de lo que conforma la distribución en un servicio turístico en general, es lograr que éste se encuentre a disposición del consumidor, en el lugar y en el momento que el consumidor lo necesita, pero el desplazamiento lo realiza el consumidor hacia el producto.

Para que el consumidor (turista) pueda adquirir el servicio turístico, es indispensable que se encuentre en la zona receptiva. En esto radica la gran diferencia entre la distribución de bienes de consumo y la distribución de los servicios:

- ✓ El desplazamiento lo realiza el consumidor (turista) hacia el servicio ya que el lugar de producción del servicio se convierte en el lugar de consumo del mismo.
- ✓ La función de distribución en el ámbito de los servicios turísticos está dirigida a establecer vínculos y convenios entre el suministrador de satisfactores turísticos y el demandante de los mismos.
- ✓ De igual manera, está encaminada a incrementar la accesibilidad del potencial consumidor a la información relativa a los servicios que se ofertan, y facilitar la forma en que pueda efectuar reservas y/o compras por adelantado.
- ✓ Por lo tanto, es clave mantener una red o conjunto de puntos de venta y no limitarse únicamente al lugar propio donde se desarrolla el servicio, ya que existe una distancia física con los consumidores (turistas) y una necesidad de contar con ventas anticipadas en forma de reservaciones para no depender únicamente de las ventas del día a día.
- ✓ La distribución turística gozará de las mismas características que la distribución de bienes de consumo, no obstante las propias características del sector nos lleva a adoptar una definición distinta del concepto distribución.
- ✓ Canales o Redes de Distribución:
 - Es la estructura que se forma en el mercado turístico por el conjunto de organizaciones con el objetivo de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los distintos proveedores, realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro.

1.5.4.4. PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Existen dos formas de distribuir



CANAL INDIRECTO O B2B (BUSINESS TO BUSINESS)

Este tipo de canal implica la existencia de intermediarios entre el consumidor y los productos, supone establecer acuerdos entre las partes para el buen funcionamiento de las mismas.

Al igual que con los bienes consumibles puede elegir entre distribuciones extensivas, intensivas y selectivas o exclusivas.

Estos intermediarios básicos son las Agencias de Viaje, las cuales se dividen en tres tipos:

- ✓ Agencias Mayoristas o Tour operadores (TTOO)
- ✓ Agencias Minoristas.
- ✓ Agencias Mayorista/Minorista.

Las funciones de éstas son vender servicios turísticos, asesorar a los clientes potenciales, organizar combinaciones de servicios turísticos y mediar con sus prestadores.

Agencias Mayorista o Tour operadores (TTOO)

Estos se encargan de fabricar, componer o agrupar los distintos elementos heterogéneos que configuran lo que denominamos y conocemos como paquete turístico para el consumidor.

Se encargan de la elaboración y distribución de productos turísticos completos, mediante la fusión y combinación de productos turísticos de un destino (*ensamble de productos turísticos*), que suelen incluir desplazamiento, alojamiento, restauración y visitas guiadas, comercializándolos bajo su marca.

Entre otros productos y servicios que se pueden señalar se encuentran los siguientes:

- Venta de paquetes turísticos
- Servicios de transporte, incluyendo alquiler de autos, billetes de avión, tren, autobús y barco.
- Servicios de alojamiento en hotel, apartamentos y similares, incluyendo en su caso comidas, atracciones y Transporte del destino de llegada al lugar de alojamiento.

- Seguros médicos, de equipaje y similares, cheques de viaje y cambio de moneda Organización de congresos y viajes de incentivo.
- Información sobre viajes, horarios y precios.
- Información y consejo sobre documentación, tramitación y aduanas relativas a los viajes.

Los canales de distribución empleados por los Mayoristas/ TTOO son los siguientes:

- ✓ Venta a través de canales propio.
- ✓ Venta a través de canales propios y a través de agencias de viajes minoristas.
- ✓ Venta a través de agencias de viajes minoristas.

Agencias de Viajes Minoristas

Estos son los llamados intermediarios entre los mayoristas y el consumidor final, y su función es concretar en su establecimiento la adquisición de cualquier clase de producto turístico, desde los confeccionados por los mayoristas hasta los demandados por el cliente, tanto de forma global como de forma individual; a diferencia con los mayoristas los minoristas no puede distribuir sus productos entre otras agencias. Entre los productos que comercializan se incluyen:

- Paquetes provenientes de tour operadores, donde el producto viene totalmente definido en muy alto grado, si bien cada vez es mayor la flexibilidad en algunos aspectos como el tipo de alojamiento o extensiones del viaje.
- Productos básicos que generalmente son requeridos ante una demanda específica y explícita de un cliente: *transporte, alojamiento, u otros.*
- Productos complementarios: *seguros, espectáculos, visitas y excursiones, renta de autos, cambio de moneda extranjera.*

Las características básicas de las agencias de viajes minoristas son las siguientes:

- Actúan como intermediarios de las agencias mayoristas en la comercialización de paquetes turísticos.
- Elaboran productos específicos (ensamblan) bajo demanda y, en ocasiones, para su oferta, contactando con una gran variedad de proveedores con los cuales deben contratar para poder combinar los diferentes servicios de alojamiento, transporte, seguros y otros.
- Están en contacto con el cliente final y por tanto pueden ejercer un papel determinante orientando la decisión del turista hacia unos u otros destinos o productos.

Los tours operadores en muchos casos, acuden a estas agencias para poder ofrecer un servicio completo al turista con los servicios complementarios que se necesitan y que estas agencias ofrecen, pero en muchos casos los tours operadores poseen la capacidad en recurso para ofrecer también algunos de estos servicios sin acudir exclusivamente a las agencias minoristas, aunque algunas de ellas siempre son necesarias contratarlas, más que todo en el caso de los *tours operadores receptivos* en los que se maneja más turista extranjero que nacional.

En el caso de los canales directos en que el propietario del sitio turístico está impulsándolo y quiere realizar por su cuenta la distribución de su oferta turística, contrata a los minoristas para concretar elementos como transporte, y otros servicios que éstos ofrecen y que necesitan sean brindados al consumidor turístico.

La forma en que consiguen los minoristas los beneficios, es mediante la obtención de una comisión incluida en el precio de venta al público y que en consecuencia la agencia cobra del proveedor.

Agencias Mayoristas/Minoristas

Este tipo de agencias surgen como consecuencia del crecimiento de la agencia minorista o como consecuencia del afán de expansión de la mayorista que considera interesante acercarse al consumidor final al convertirse en minorista.

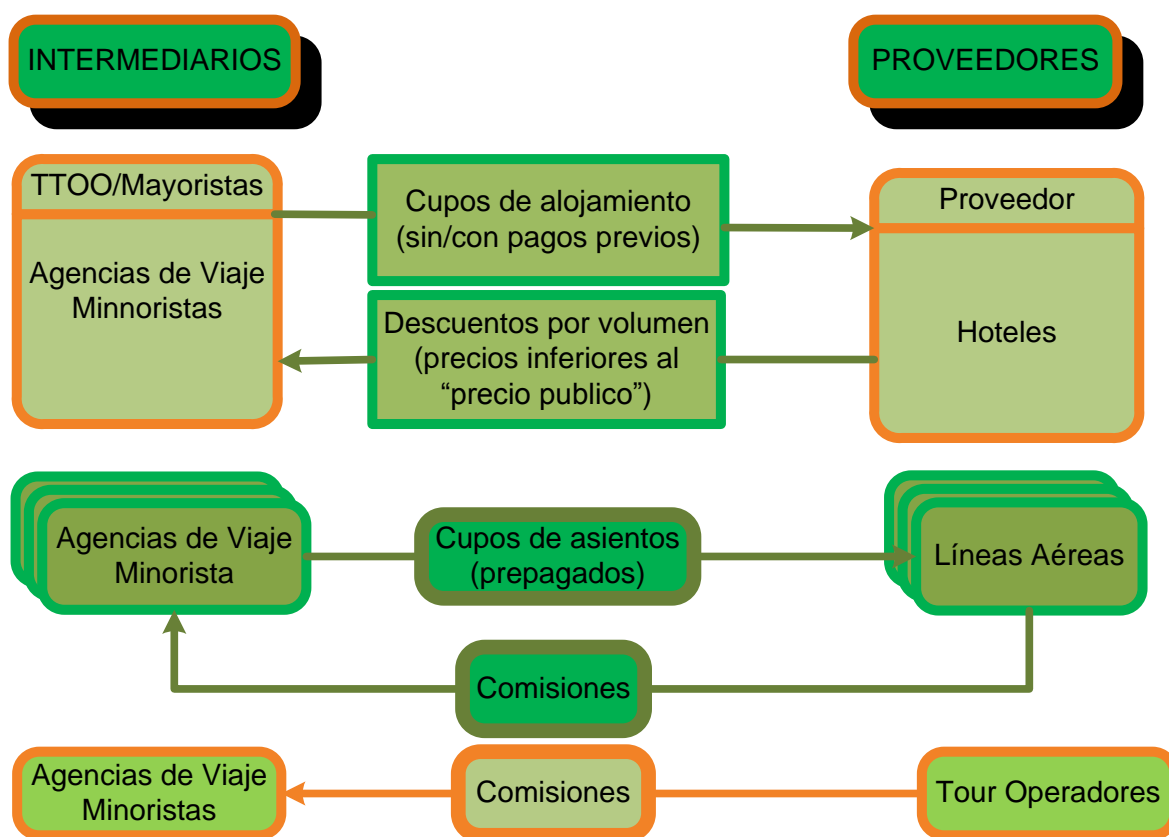


Ilustración 13: Ejemplos de transacciones entre intermediarios y proveedores

CANAL DIRECTO O B2C (BUSINESS TO CONSUMER)

Este tipo de canal en el que no hay intermediarios entre el prestatario y consumidor final. Se utiliza cuando el producto o servicio está próximo al consumidor.

La dirige y controla el productor por lo que existe un mayor control de la actividad de distribución, pero supone una limitada cobertura del mercado o una importante infraestructura.

Entre los canales directos se encuentran:

- ✓ Agencia a la calle
- ✓ Sitio Web
- ✓ Centro de Contacto
- ✓ Venta por Catálogo

ASPECTOS QUE SE CONSIDERARÁN PARA SELECCIONAR UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- ✓ Características del producto que determinen la necesidad de intermediarios, que tan amplio o extenso se necesitara el servicio, ya que algunos servicios que ofrecen los tours operadores serán realizados por el personal de los propietarios dentro de los comités que se realizan como los guías turísticos.
- ✓ Características del mercado analizando los segmentos a los que están dirigido el turoperador.
- ✓ Limitaciones legales: si es restrictiva y limita la distribución y venta de productos-servicios.
- ✓ Relación con otros canales de distribución, para poder hacer alianzas y realizar una red más amplia del servicio.
- ✓ Características de los intermediarios, considerando su disponibilidad y eficacia. Los objetivos estratégicos que se han establecido: posicionamiento que se desea, cobertura del mercado que se pretende alcanzar.

1.5.4.5. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS INICIATIVAS PRIORIZADAS

Actualmente, cada una de las iniciativas priorizadas cuenta con algún canal de distribución, ya sea éste directo, indirecto o ambos. Los canales de distribución utilizados por las iniciativas son:

CANALES DIRECTOS

En este caso el consumidor o turista llega al punto de venta o prestación de servicio, lo



Ilustración 14: Esquema de canal directo (agencia a la calle)

adquiere y lo consume al instante, si ningún tipo de intermediarios, es como servirse así mismo.



Ilustración 15: Esquema de canal directo (Sitio web)

En este tipo de canal el turista o consumidor chequea por medio de internet, en la página Web⁵⁹ del lugar, los servicios y paquetes que se brindan, realiza reservaciones y luego se dirige al lugar donde le brindarán los servicios reservados, o simplemente se dirige hasta el lugar destino a consumir los servicios ofertados por parte del restaurante flotante y sus respectivas lanchas en el caso de los paseos.

CANALES INDIRECTOS



Ilustración 16: Esquema de canal indirecto (centro de contacto)

En este caso las personas que desean visitar San Luis del Carmen o los municipios aledaños a este, realizan una llamada telefónica con el dueño del Ferry "La Luna" quien a través del apoyo de su hermano les brinda el servicio del Ferry el cual brinda paseos desde el Puerto San Juan hasta San Francisco Lempa, San Luis del Carmen u otros lugares de interés por parte del turista y viceversa.

El Ferry "La Luna" donde viajar es un placer, es el lema de su dueño, brindando servicios desde Lago Suchitlan (Embalse Cerrón Grande), Chalatenango y Cuscatlán, el compromiso de sus propietarios hacer vivir una experiencia inolvidable con amabilidad y excelente servicio a todos sus ocupantes (turistas visitantes).

Ofreciendo traslados de:

- ✓ Vehículos
- ✓ Personas
- ✓ Excursiones
- ✓ Eventos sociales



Ilustración 17: Esquema de canal indirecto (tour operador).

En este caso es utilizado un Tour Operador o una Agencia Minorista para poder dar a conocer el servicio ofertado. La iniciativa oferta sus servicios a través del TTOO y cuando el cliente compra el servicio al TTOO, la iniciativa otorga al TTOO una comisión del 10% o según criterios previamente establecidos sobre el precio de venta del paquete adquirido por el cliente, en recompensa a su ayuda para la promoción del servicio.

| CUADRO RESUMEN DE LOS CANALES UTILIZADOS POR LAS INICIATIVAS | | | | |
|---|--------------------|------------|--------------------|---------------|
| INICIATIVAS | CANAL DIRECTO | | CANAL INDIRECTO | |
| | Agencia a la calle | Sitios web | Centro de contacto | Tour Operador |
| Casco Urbano | X | | X | |
| Piedra tallada El Pital | X | | X | |
| Bosque Los Naranjos | X | | | |
| Mirador Isla de Cristo | X | | | |
| El Faro | X | | X | |
| Isla del Ermitaño, Cerro la Virgen | X | | X | |
| Isla Los Pájaros | X | | X | X |
| Isla del Burro | X | | X | X |
| Cerro la Mesa | X | | X | |
| Las Pilas | X | | X | |
| Cementerio Inundado | X | | X | |

Tabla 78: Resumen de los canales utilizados por las iniciativas

Para el caso del municipio de San Luis del Carmen aún se encuentran varias iniciativas por desarrollar u potenciar de forma más completa tal es el caso de los paseos en veleros catamarán, paseos en Ferry desde San Luis del Carmen hacia los municipios aledaños y viceversa. Así mismo la implementación del Conga Ferry.

1.5.4.6. TOUR OPERADORES Y AGENCIAS DE EL SALVADOR

En su gran mayoría todos los TTOO y agencias de viaje de El Salvador comercializan una gran variedad de tours: cultural, de naturaleza, de aventura o deportes extremos, de ciudad, de playa. A continuación, solamente mencionamos los productos que se enmarcan dentro del Turismo Rural Comunitario.

| Registro de Tour Operadores de EL Salvador | | |
|---|--|---|
|  | <p>AVITOURS DMC http://www.avitours.com.sv</p> | <p>Cerró verde y tour de café, Ruta de las Flores, Complejo de los Volcanes y Lago de Coatepeque, Parque Nacional El Imposible, Reserva Montecristo, Laguna de Alegría, pueblos artesanales y coloniales.</p> |
|  | <p>Salvadorean Tours www.salvadoreanontours.com bookings@salvadoreanontours.com</p> | <p>Comasagua, Ruta de las Flores, Tour ecológico, Complejo de los Volcanes/Coatepeque</p> |
|  | <p>Eco Mayan Tours Dmc ecomayantours@integra.com.sv http://www.ecomayantours.com</p> | <p>Pueblos de artesanos y coloniales. Tour rurales (Comunidad de Pescadores La Pirraya, Comunidad de Artesanos en Guazapa, Ruta de la Paz, Cabalgata a la Mora y al Cerro Guazapa, Cultivo de Hortalizas en Chalatenango). Ruta de las Flores y del Café.</p> |
|  | <p>Gringo Tours www.elgringosuchitoto.com/tours.htm</p> | <p>Ecoturismo y turismo rural. Suchitoto, Cinquera, Guazapa, La Palma/El Pital/ Miramundo. Ruta de las Flores.</p> |
|  | <p>GREEN BLUE RED cvelasco@greenbluered.com y alazo@greenbluered.com http://www.greenbluered.com</p> | <p>Desarrollo de comunidades locales a través del turismo. Proyectos de beneficio a comunidades en Centroamérica.</p> |
|  | <p>Barrió El Centro, San Rafael, "Café de Miguel Ángel". Chalatenango, Zona Baja: (503) 7246-7444</p> | <p>Lago de Suchitlan, paseos en lanchas, hostales, restaurantes, transportes y variada aventura local y en las afueras de Chalatenango.</p> |
|  | <p>Tropic El Salvador www.tropicelsalvador.com</p> | <p>Suchitoto, pueblos de artesanías</p> |
|  | <p>Turibus Tour Operador http://turibuselsalvador.travel/</p> | <p>Ruta de las Flores (incluye visita a cataratas Los Chorros de la Calera) Suchitoto/Ilobasco (incluye paseo en lago con observación de aves)</p> |

| | | |
|---|--|---|
|  | <p>Talapos Tour http://www.turismoelsalvadornorte.com Chalatenango Chalatenango, Zona Baja: (503) 7744 7233</p> | <p>Divertidas e interesantes aventuras. Disfrute con su familia y amigos de actividades culturales, recorridos turísticos, bandas y grupos musicales, alboradas, comidas, dulces típicos y mucho más.</p> |
|  | <p>Sapito Tour sapitotours@gmail.com</p> | <p>Divertidas e interesantes aventuras. Disfrute con su familia y amigos de actividades culturales, recorridos turísticos, bandas y grupos musicales, alboradas, comidas, dulces típicos y mucho más.</p> |

Tabla 79: Registro de tour operadores de El Salvador:

Cabe mencionar que varios de los operadores citados en este registro no solo prestan servicios específicamente en el área rural comunitaria si no también apoyan en las actividades realizadas por cada pueblo, que desea emprender cualquier tipo de turismo.

Algunos de estos operadores fueron entrevistados y sus expectativas con las experiencias en turismo rural comunitario son amplias ya que poseen experiencia en las mismas y han desarrolla ya varias en algunos municipios de toda la región salvadoreña.

A continuación se presentan los resultados de dichas entrevistas y sus respectivos análisis en cada una de ellas en concordancia con las iniciativas que se pretenden impulsar en San Luis del Carmen.

1.5.4.7. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

SONDEO DE INVESTIGACIÓN

La Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario en su página web recomienda algunos tour operadores como:

- ✓ Sapito Tour
- ✓ Eco Mayan Tours
- ✓ Calle Real
- ✓ Green Blue Red
- ✓ Explore El Salvador
- ✓ Papagayo Adventures
- ✓ Talapos Tour
- ✓ Ermitaños Tour⁶⁰, Etc.

Luego de comparar las recomendaciones que realiza La Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario con la lista de tour operadores que ofrecen productos que se enmarcan dentro del turismo rural comunitario, se encontraron tres coincidencias, las cuales se seleccionaron para realizarles la entrevista.

⁶⁰ Ver anexo 3.//Tour Operadores en Zona de Baja Montaña Oriental

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas que se realizaron a los Tour Operadores⁶¹:

- ✓ Sapito Tour: Margarita Villacorta
- ✓ Ermitaño's Tours: Rosibel de Corena
- ✓ Green Blue Red: Carlos Velasco

Regiones cercanas y aledañas a San Luis del Carmen donde opera "Sapito Tour"



Ilustración 18: Operador Turístico Sapito

RESULTADOS OBTENIDOS

Mencionan grande existencia en una cantidad muy considerable de empresas de tours operadores y agencias de viajes que ofrecen su servicio turístico en nuestro país y que dan a conocer lugares maravillosos que muchos pensaríamos no existen. Sin embargo, éstos realmente se pueden apreciar y disfrutar en El Salvador.

En palabras de los tour operadores mencionan que en cuanto a la cantidad de turistas nacionales que demandan servicios para realizar actividades turísticas en el país fue similar, los tres coinciden en que la cantidad es considerablemente baja y que por ello su negocio depende en gran parte de los turistas extranjeros; por lo tanto, se clasifican como una empresa **"INBOUND"** o **"TOUR OPERADOR RECEPTIVO"**; es decir, su especialidad es la atención de los turistas extranjeros para que conozcan nuestro país.

Los tours operadores mencionan como la causa principal por las cuales el turista interno no solicita su servicio, es porque piensan que los precios por paquete son altos y no existe una cultura de utilizar empresas operadoras para dicho fin.

Aunque estas empresas son operadores receptivos, también suelen hacer el papel de receptivos/emisores, ya que si en un momento un turista nacional pide su servicio, éste es ofrecido como a cualquier cliente.

⁶¹ Ver anexo 3.//Cuestionario Dirigido a Tour operadores.

Dicho servicio comienza desde el momento en que se recibe al turista en el aeropuerto, en el caso de los extranjeros, hasta llevarlo a realizar el recorrido turístico de su preferencia, al hotel nuevamente y luego al aeropuerto.

Con respecto al servicio que éstos ofrecen, incluye todos los trámites legales, hospedajes, alimentación transporte etc.

Algunos operadores poseen estos servicios por sus propios medios, otros contratan los servicios de agencias de viajes o intermediarios minoristas a los cuales se les paga una comisión del 10% del precio del servicio prestado, aunque muchas veces estos operan individualmente cuando son contratados directamente por los propietarios de la región turística.

Los operadores turísticos también pueden ofrecer diferentes paquetes que son armados al gusto de lo que el cliente quiere o necesita visitar, algunos ofrecen un tipo de turismo especial como turismo de aventura, sol y playa etc., pero otros ofrecen cualquier tipo de turismo que el turista desee.

Los tours operadores entrevistados comentan que ellos ofrecen todo tipo de turismo y deben estar preparados y conocer todos los rincones del país para tener variedad en tipos de turismo y lugares que ofrecer.

Los medios utilizados para publicitarse son: página web, el periódico, ferias; en el caso del país, las expo ferias, también utilizan la televisión en algunos casos.

Los guías turísticos que poseen son capacitados por instituciones que tienen este fin, otros no son capacitados, sino, que se basan en experiencias pasadas y de esta forma logran dar el servicio de guías el cual van perfeccionando con el pasar del tiempo.

Entre las instituciones que se encargan de dar capacitaciones están **CONAMYPE, FUNDAMYPE, SALVANATURA, FUSADES** entre otros, aunque algunas empresas tour operadoras poseen la capacidad de darle las capacitaciones a las personas que quieran desempeñarse como guías turísticas de su empresa.

Todos los guías contratados poseen algún tipo de conocimiento importante. El principal de ellos es el conocimiento de otros idiomas como: inglés. Francés, alemán, etc.

El permiso o reglamento con el que deben contar estas empresas, principalmente, es la inscripción en el ministerio de turismo, que es quien autoriza todos los aspectos de legalización que la empresa debe de poseer.

Tabla 80 Resultados entrevistas a tour operadores:

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

Al realizar el recorrido por las diferentes partes que conforman al mercado distribuidor se encontró en dicho mercado con respecto al turismo rural comunitario una cantidad considerable de empresas que ofrecen sus servicios para que turistas tanto extranjeros como nacionales visiten y conozcan los lugares atractivos que existen en nuestro país, dichas empresas son llamadas tours operadores.

Éstas ofrecen en mayor proporción su servicio a los visitantes extranjeros, ya que son éstos los que buscan y pagan por su servicio.

Por el contrario, los turistas internos prefieren utilizar sus propios medios para tener acceso a cualquier lugar turístico del país, son pocos los casos en los que un turista interno acude al servicio de agencias de viajes o algún otro intermediario minorista contratando servicios de transporte de grupos para visitar cierto lugar.

Aún con este panorama no deja de ser importante considerar a las empresas de operadores turísticos para ofertar a turistas salvadoreños el servicio turístico rural comunitario que se presenta, ya que estos forman parte fundamental de la promoción y publicidad.

Ciertamente los tours operadores son medios por los cuales se hace más fácil para el usuario conocer los lugares turísticos que constituyen al país.

Se establecen relaciones entre los propietarios de los lugares turísticos y los tours operadores, en la que estos últimos venden el lugar turístico siempre y cuando se presenten las condiciones higiénicas, de seguridad, comodidad, y belleza así como la concordancia que debe de haber del enfoque turístico, en este caso el enfoque "rural comunitario" que se venderá, deberá corresponder exactamente a lo que se observa en la zona.

En ocasiones son los mismos propietarios de los atractivos turísticos quienes se encargan de promocionar y formar su propio servicio de operador turístico, considerando la demanda o afluencia de visitantes, así como también los recursos con los que se cuenta.

Es importante evaluar si es necesario y justificable acudir a los tours operadores, promocionarse por cualquier medio o realizar esta función por la propia empresa.

PARTE 2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA ACTUAL DEL MUNICIPIO

En esta parte del proyecto se debe realizar el planteamiento del problema, para ello se toma como base el análisis de la situación actual del sector turismo en el país, así como el análisis de la situación interna del municipio, en conjunto con los cantones investigados que lo componen y el análisis de la situación actual de las iniciativas priorizadas de donde se pretende identificar todas aquellas dificultades que intervienen en el desarrollo turístico de la zona, específicamente en el desarrollo turístico de las iniciativas de cada uno de los cantones.

Al tener identificados estos aspectos, se hará uso de la herramienta del Marco Lógico⁶² que es el método más utilizado por agencias de cooperación internacional para la planificación y gestión de proyectos de desarrollo y ayuda a facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos.

Esta herramienta ayudará a determinar el comportamiento de la situación turística del municipio y a identificar alternativas de solución que permitan contribuir al mejoramiento del desarrollo turístico del mismo.

Lo anterior se obtiene por parte de la información recolectada en la situación interna de los cantones y del municipio en su totalidad, las siguientes dificultades percibidas por todos los actores que formaron parte de la investigación dentro de las cuales se pueden mencionar algunas que no se encuentran directamente relacionadas con el turismo pero que pueden considerarse, como elementos importantes para complementar la actividad turística en la identificación de alternativas.

A continuación se detalla una serie de dificultades, resultado de los análisis de cada uno de los elementos de sector turístico del municipio:

- ✓ Falta de apoyo técnico y financiero de los principales organismos relacionados con el sector turismo en el país.
- ✓ Desconocimiento por parte del mercado potencial sobre el municipio como destino turístico.
- ✓ Desconocimiento del potencial del turismo-rural-comunitario a nivel nacional.
- ✓ Esfuerzos turísticos aislados.
- ✓ Falta de nuevas iniciativas turísticas dentro del municipio.
- ✓ No hay una normalización en cuanto a la prestación de servicios turísticos legalmente constituidos por las leyes salvadoreñas en materia de micro y pequeñas empresas.
- ✓ Baja Calidad en la oferta turística actual (servicio de alimentación).
- ✓ Bajo nivel de asociatividad entre las iniciativas turísticas-rurales-comunitarias existentes en la zona.
- ✓ Desinterés por parte de tour operadores para ofertar los sitios del municipio (por no poseer aun un desarrollo propio).

⁶² Ver anexo 4.1 Enfoque del Marco Lógico

- ✓ Difícil acceso a créditos para el sector turismo (falta de credibilidad en la rentabilidad del sector turismo).
- ✓ Infraestructura no adecuada y/o limitada para actividades turísticas.
- ✓ Bajo flujo turístico.
- ✓ No hay capacitación técnica en cuanto a temas de turismo enfocada a las iniciativas de los habitantes del municipio.
- ✓ Falta de educación en temas de protección ambiental.
- ✓ Poca inversión tanto en nuevas iniciativas como en remodelaciones y adecuación de las existentes.
- ✓ Falta de conocimiento en cuanto al potencial turístico-rural-comunitario de la zona.
- ✓ No se ofertan variedad de productos turísticos.
- ✓ Iniciativas poco adecuadas para cubrir las necesidades de los turistas
- ✓ Poca promoción y publicidad de los atractivos e iniciativas de la zona.
- ✓ Inexistente relación con tour operadores.
- ✓ Bajos niveles de desarrollo económico.
- ✓ Pocos proyectos que apoyen o promuevan el desarrollo turístico rural-comunitario del municipio.
- ✓ Falta de un inventario actualizado de las iniciativas turísticas existentes en la zona.
- ✓ No se cuenta con un diagnóstico del estado de las iniciativas de la zona.
- ✓ Deficiente inocuidad de los servicios de restaurantes.
- ✓ Poco apoyo de entidades financieras hacia pequeños y medianos emprendedores.
- ✓ Pobladores viven en condiciones de extrema pobreza.
- ✓ Limitaciones por parte del servicio de transporte público, para el traslado de los residentes y/o visitantes (horarios poco extendidos).
- ✓ No se cubre la canasta básica rural.
- ✓ No existe una actividad dinámica que permita la producción y comercialización de los productos locales.
- ✓ Alta migración de los habitantes a zonas urbana y/o el extranjero.
- ✓ Desaprovechamiento de las características turísticas que se poseen en la zona

Al identificar las diferentes dificultades, se debe determinar un problema de desarrollo para continuar con el análisis.

Este problema de desarrollo deberá tener una visión más amplia de toda la problemática que está afectando al municipio y que no le permite desarrollarse en el ámbito turístico o local, por lo que se procederá a agrupar las dificultades identificadas según sea la afinidad de estas en bloques más específicos que permitan determinar el problema de desarrollo.

Para poder agrupar estas dificultades se establecieron 5 grupos que identifican de manera más general la problemática que tienen en común. Estos grupos son los siguientes:



Tabla 81. Problemáticas agrupadas que enfrenta el municipio

| | |
|---|--|
| BAJOS INDICES DE DESARROLLO HUMANO | Bajos niveles de desarrollo humano |
| | Altos niveles de sub empleo y desempleo |
| GRUPO A | Bajos índices de ingreso |
| | No se cubre la canasta básica rural. |
| | Alta migración de los habitantes a zonas urbana y/o el extranjero. |

| | |
|---|--|
| POCA INVERSIÓN FINANCIERA EN EL RUBRO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO. | Bajo nivel de flujo turístico. |
| | Poca inversión tanto en nuevas iniciativas como en remodelaciones y adecuaciones de la ya existentes. |
| | Pocos proyectos que apoyen y/o promuevan el desarrollo turístico rural-comunitario de la zona. |
| | Cooperativa, empresarios/as privados no poseen una visión integral que les permita desarrollarse en un ámbito empresarial. |
| | Poco apoyo de entidades financieras hacia pequeños y medianos emprendedores. |
| | Difícil acceso a créditos para el sector turismo. |

| | |
|--|--|
| | Falta de apoyo técnico y financiero de los principales organismos relacionados con el sector turismo en el país. |
|--|--|

| | |
|---|---|
| FALTA DE INTEGRACIÓN Y ORGANIZACIÓN ENTRE LA MUNICIPALIDAD, EMPRESARIOS Y COOPERATIVA DEL MUNICIPIO. GRUPO C | Bajo nivel de asociatividad entre las iniciativas turísticas rurales-comunitarias de la zona. |
| | No existe capacitación técnica en cuanto a temas de turismo. |
| | Falta de conocimiento en cuanto al potencial turístico-rural-comunitario de la zona. |
| | No se ofertan variedad de productos turísticos. |
| | Poca promoción y publicidad de los atractivos turísticos e iniciativas de la zona. |
| | Inexistente relación con tour operadores. |
| | No existe una actividad dinámica que permita la producción y comercialización de los productos locales. |
| | Débil organización en el tema turístico por parte de la municipalidad. |
| | Esfuerzos turísticos aislados. |
| | Falta de nuevas iniciativas turísticas en SLC. |

| | |
|--|--|
| INICIATIVAS POCO ADECUADAS AL CONCEPTO TURISMO-RURAL-COMUNITARIO. GRUPO D | Infraestructura poco adecuada y/o limitada para actividades turísticas. |
| | Bajo nivel de flujo turístico. |
| | Poca inversión tanto en nuevas iniciativas como en remodelaciones y adecuaciones de las ya existentes. |
| | Iniciativas poco adecuadas al concepto turismo rural-comunitario. |
| | Pocos proyectos que apoyen o promuevan el desarrollo del |

| | |
|--|--|
| | turismo rural-comunitario del municipio. |
| | Desconocimiento por parte del mercado potencial sobre el municipio como destino turístico. |
| | Desconocimiento del potencial del turismo rural-comunitario a nivel nacional. |
| | No hay una normalización en cuanto a la prestación de servicios turísticos. |
| | Baja calidad en la oferta turística actual (restaurante flotante) |

Para identificar el problema de desarrollo podemos observar que de los cuatro grupos formados anteriormente, se considerará como problema principal el grupo A: los bajos índices de desarrollo humano en la región, en el que se encuentran identificados todos aquellos aspectos que permitirán definir el problema de desarrollo, estos involucran particularidades de la población, generadas por las características del entorno en el que estas se desenvuelven, estas características dan la pauta para el surgimiento de diversos problemas que afronta la comunidad en este caso se identificaron:

Poco aprovechamiento de los recursos potenciales y de las iniciativas existentes, falta de integración y organización entre las municipalidades, empresarios/as y cooperativas de la región.

Considerando lo anterior el problema de desarrollo percibido se define de la siguiente manera:

“Los Cantones del municipio de San Luis del Carmen viven en condiciones de extrema pobreza, con carencias y/o deficiencias en los servicios públicos, donde el IDH es menor a la media del IDH a nivel nacional”⁶³

Continuando con el análisis y teniendo en cuenta los grupos B, C, D, determinados anteriormente, se procederá a definir el problema central del proyecto que abarcará de una forma más amplia el conjunto de problemáticas percibidas por la población. Este se definirá a continuación:

⁶³ Informe Nacional de Desarrollo Humano 2013.

"DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO RURAL-COMUNITARIO DE LOS RECURSOS DE LA ZONA PARA CONTRIBUIR A UN DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN"

Definido el problema de desarrollo y el problema central del estudio, se procederá a identificar la situación actual que es la primera parte del Enfoque del Marco lógico, la cual se describe a continuación.

2.1. SITUACIÓN ACTUAL EN EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN

2.1.1. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS⁶⁴

| GRUPOS | INTERESES | PROBLEMAS PERCIBIDOS |
|---|---|---|
| Sector de la Población | | |
| Pobladores de los Cantones del municipio de San Luis del Carmen | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento de fuentes de empleo. ✓ Formar parte del desarrollo local. ✓ Recibir beneficios indirectos de las actividades económicas que se desarrollen en la zona. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ No existe una integración de actividades económicas entre las comunidades. ✓ No se tienen oportunidades para ser parte de actividades encaminadas al desarrollo local |
| Cooperativa y Asociaciones del municipio. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generar empleos directos a partir de la creación de nuevas iniciativas económicas. ✓ Apoyar las nuevas iniciativas económicas tanto en forma monetaria como técnica. ✓ Colaborar al desarrollo local; a partir de actividades económicas que logren posicionamiento nacional e internacional. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ No existe una actividad económica dinámica que permita mejorar los productos locales o incursionar en nuevas áreas. ✓ Falta de capacitación en áreas técnicas, normas internacionales e inocuidad en las actividades que se desarrollan. |
| Dependientes o Familiares de cooperantes y/o | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementar sus ingresos a través de la creación de fuentes alternativas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ No poseen un trabajo fijo, solo trabajan por temporadas. |

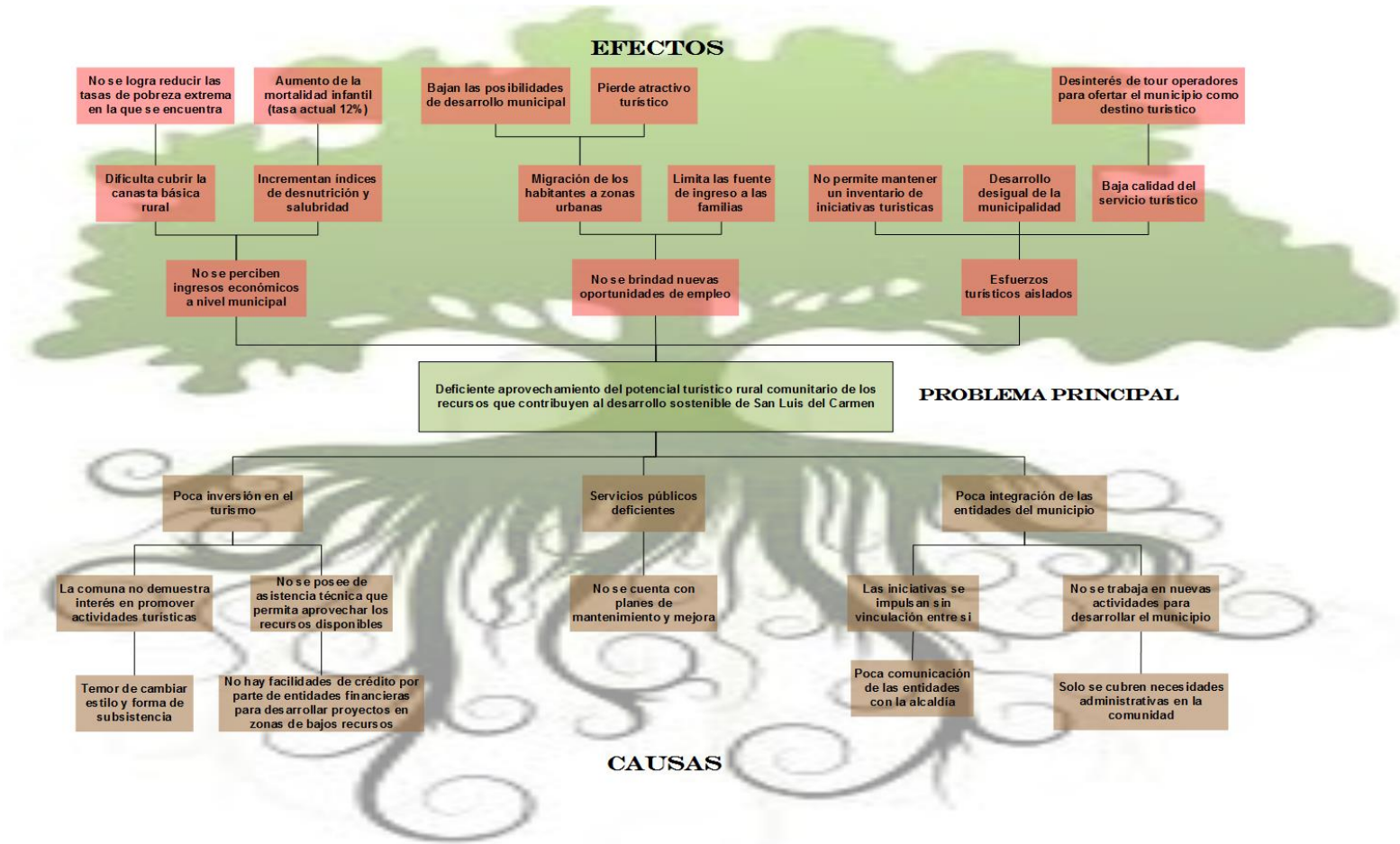
⁶⁴ Ver anexo 4.2 Herramientas de Diagnóstico e Identificación

| | | |
|--|---|---|
| asociados | <p>de empleo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejoramiento de la calidad de vida. ✓ Utilizar de una forma óptima sus recursos con el fin de generar mayores oportunidades de ingreso. ✓ Mejoramiento en la prestación de servicios públicos. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pobladores viven en condiciones de extrema pobreza. ✓ No se involucran en el desarrollo de actividades que generen ingresos fijos a sus familias. |
| Población no residente en la región del municipio. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener a nivel nacional opciones de recreación amigables con el medio ambiente. ✓ Poder conocer nuevos lugares y poder interactuar con pobladores del interior del país. ✓ Tener opciones económicas y diferentes para hacer turismo sin tener que salir del país. ✓ Participar en actividades turísticas autóctonas del país. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se cuentan con pocas zonas aptas y/o adecuadas para la práctica de turismo natural. ✓ Poca variedad de actividades turísticas. ✓ Poco conocimiento sobre algunas actividades turísticas rurales-comunitarias. ✓ Difícil acceso algunas zonas de turismo natural. |
| Organismos del Sector Publico | | |
| Alcaldía Municipal de la zona | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementar ingresos relacionados a permisos e impuestos devengados por futuras actividades económicas que se desarrollen en la zona. ✓ Mejorar la calidad de vida de sus pobladores. ✓ Contribuir al desarrollo local del municipio. ✓ Ser reconocidos a nivel nacional y participar en concursos relacionados al turismo. ✓ Ser incluidos en programas nacionales de turismo. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de apoyo de instituciones gubernamentales en el área técnica para la práctica de nuevas actividades económicas. ✓ Los pobladores migran a zonas con mayor desarrollo industrial por la falta de oportunidades de empleo fijo. ✓ Poca capacidad de inversión comunal para la adecuación de zonas para el turismo. ✓ Poca afluencia de turistas en los cantones del municipio. |

| | | |
|--|---|--|
| Ministerio de Turismo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Impulsar el municipio como otra alternativa de turismo en El Salvador. ✓ Ofrecer a los turistas más alternativas para practicar turismo dentro del país. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poco conocimiento por parte de la población de nuevas alternativas de turismo. ✓ Falta de integración de iniciativas en las regiones que permitan enfocar el apoyo en cuanto a promoción turística. |
| Ministerios de Medio Ambiente y Recursos Naturales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento legal de los requisitos y condiciones que permitan la sostenibilidad del medio ambiente. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Algunas prácticas turísticas no cumplen con la condiciones para evitar la contaminación en la zona. ✓ No se conservan ni mejoran las condiciones naturales en la zona. |
| Ministerio de Agricultura y Ganadería | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitar a los empresarios en el área de actividades rurales-comunitarias. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pocas iniciativas que permitan el desarrollo de actividades que impulsen el turismo rural-comunitario dentro del municipio. |
| Ministerio de Salud Pública | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificación del cumplimiento de las condiciones básicas, necesarias exigidas para mantener las condiciones de salubridad en la zona y establecimientos turísticos. ✓ Apoyar en la capacitación en medidas de inocuidad. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prácticas de inocuidad en los restaurantes y otros negocios de comida en el municipio inapropiadas. |
| Sector Privado | | |
| ASOTUR | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoyar propuestas encaminadas al desarrollo turístico del municipio de San Luis del Carmen. ✓ Hacer del turismo en la zona el pilar fundamental para lograr un desarrollo económico local. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de integración de las iniciativas turísticas de la región. ✓ Poca diversificación turística encaminada a la oferta de productos turísticos no convencionales. |
| Asociaciones | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Impulsar la sostenibilidad en la | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Baja Calidad en los Servicios |

| | | |
|---|--|---|
| existentes en el municipio. | <p>mejora de la calidad de vida de los habitantes del municipio.</p> <p>✓ Promover la gestión nacional e internacional de recursos financieros.</p> | públicos que se prestan a los habitantes de los cantones asociados en las diferentes ADESCOS. |
| CORDES | <p>✓ Aprovechamiento de los recursos disponibles en la zona.</p> <p>✓ Promover y fortalecer de forma equitativa y concertada el desarrollo sostenible de familias salvadoreñas en zonas rurales.</p> | <p>✓ Poca diversificación de actividades económicas que permitan promover iniciativas de los pobladores y así poder lograr un desarrollo rural.</p> |
| Empresarios/as turísticos y/o con comunidades de la zona. | <p>✓ Convenios y alianzas estratégicas que permitan dinamizar el comercio en la zona, promoviendo nuevas formas de turismo que incluyan actividades rurales y comunitarias.</p> | <p>✓ No existe una propuesta turística concreta que permita una mayor afluencia de visitante en la zona.</p> <p>✓ Poco conocimiento en la población en cuanto a la práctica de turismo no convencional.</p> |
| FUNDE | <p>✓ Contribuir a un Desarrollo Territorial del municipio mediante un proceso de transformaciones: Económicas, sociales, ambientales, culturales, políticas e institucionales en el territorio.</p> | <p>✓ No se cumple con el objetivo de la organización que es mejorar la calidad de vida del mayor porcentaje de población de forma equitativa y sostenible.</p> |
| Organismos Internacionales | | |
| GIZ | <p>✓ Llevar a cabo proyectos que promuevan el desarrollo de las comunidades.</p> | <p>✓ Necesidad de incrementar los beneficios económicos para el mejoramiento de la calidad de vida de la población.</p> |

2.1.2.ÁRBOL DE PROBLEMAS



A continuación se hará una descripción explicativa de lo que son las causas y efectos que han sido identificados y plasmados en el árbol de problemas y que se han llevado al problema principal en estudio.

❖ **Falta de integración y organización entre los cantones de la municipalidad, empresarios y cooperativas del municipio.**

La municipalidad ha llevado proyectos de desarrollo en conjunto con organizaciones no gubernamentales orientados principalmente a actividades agropecuarias, muy poco a actividades de tipo turístico, por lo cual actualmente se ha visto en la necesidad de crear un comité turístico dentro de la alcaldía con el fin de impulsar el turismo en la zona.

Los empresarios de la zona han hecho inversiones en algunas iniciativas pero no hay una integración entre ellos que les permita realizar una oferta consolidada de los atractivos de la zona.

La cooperativa trabaja sus propias iniciativas para satisfacer algunas necesidades realizando actividades como: la piscicultura de forma individual, con la cual proveen al restaurante flotante y a otras personas del cantón Santa Cruz, siempre velando mantener la cantidad óptima de pescado para el restaurante.

La municipalidad, empresarios y cooperativas no poseen conocimiento que les ayuden a crear una estructura organizativa y a trabajar con visión conjunta empresarial para poder desarrollarse en un ámbito más participativo económicamente.

Los problemas que se pueden observar en la zona se vuelven más prolongados por el hecho que poseen patrones culturales que no les permite estar dispuestos a los cambios que puedan presentarse para diversificar sus actividades económicas del diario vivir.

Algunas comunidades no están conscientes que sus propiedades o actividades poseen potencial turístico, debido a la falta de conocimiento técnico para crear nuevas iniciativas que exploten sus recursos y mejorar sus actividades económicas.

❖ **Poca inversión financiera en el rubro turístico del municipio.**

Al no poseer asistencia técnica y/o capacitaciones en cuanto al rubro turístico, los habitantes del municipio no tienen los conocimientos necesarios para poder aprovechar los recursos con los que cuentan y tener una visión emprendedora al sentirse apoyados por parte de entes especializados en el área y del gobierno.

No sienten la confianza de invertir, ya que manifiestan que el turismo es un sector que no deja ver las ganancias de inmediato. Así también se puede constatar que las alternativas de ingresos económicos de los habitantes de los cantones son bajas, ya que existe un promedio de 3 personas por familia y perciben un total de \$239.80⁶⁵ dólares de ingreso familiar, no existen fuentes de empleo fijo, ya que la mayoría de los ingresos son por

⁶⁵ Salario promedio mensual fuente: DIGESTYC, encuesta de hogares de propósitos múltiples 2012

empleos temporales, y solo hay empleo cuando es temporada de cosecha, además no existen actividades dinamizadas que puedan ser una opción diversificada para obtener mayores ingresos, esto se vuelve una dificultad para poder desarrollar pequeños proyectos locales que les permitan mejorar su situación actual.

Otro problema percibido es que no hay proyectos que se estén realizando actualmente en los cantones específicamente y que promuevan actividades de desarrollo, así mismo las entidades financieras no aportan facilidades de créditos que ayuden a desarrollar proyectos principalmente en zonas de escasos recursos.

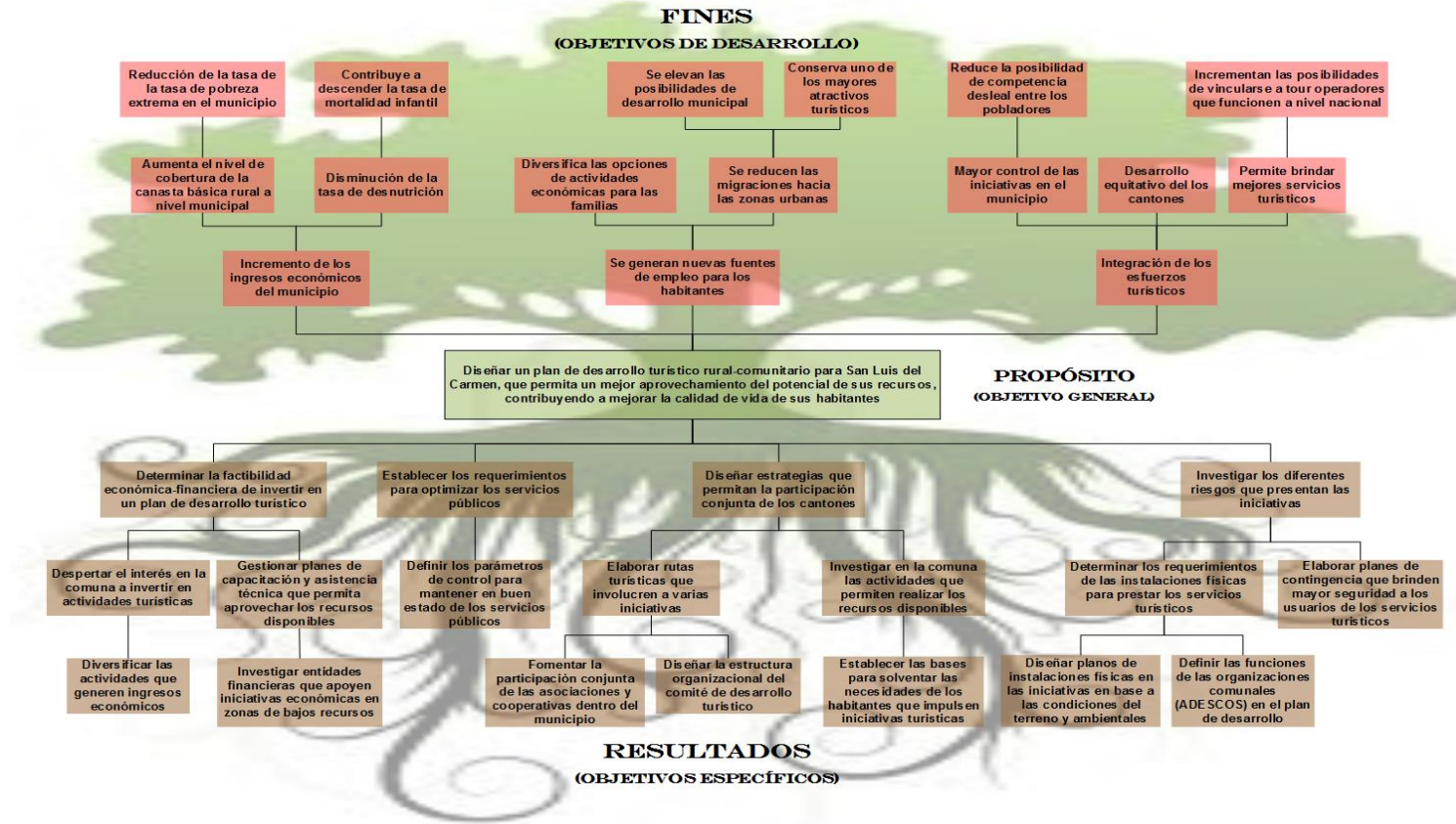
Entre los problemas encontrados algunos fueron detectados por medio de la observación directa, fuentes secundarias y otros por medio de las entrevistas realizadas a la comunidad, de estos problemas se determinó el problema central que fue analizado en el árbol de problemas, de donde se identificaron las causas que lo generan y los efectos que pueden surgir por no atacar las causas encontradas, entre algunos de estos efectos tenemos:

- ❖ La falta de ingresos económicos dificulta cubrir la canasta básica rural, permitiendo el incremento de los índices de desnutrición e insalubridad, en la zona se tiene una tasa de mortalidad infantil de 12%.
- ❖ En los cantones del municipio de San Luis del Carmen la población se encuentra por debajo de la línea nacional de pobreza con un 37.70% considerada como pobreza extrema y el 15.3% como pobreza relativa⁶⁶.
- ❖ La tasa de analfabetismo de personas de 10 años en adelante que no pueden leer ni escribir es del 15.2% de la población total.
- ❖ La tasa de desempleo anda rondando 43 personas con empleos formales y 28 son del sector informal, de las cuales un 57.14% son hombres y un 42.86% son mujeres.
- ❖ La falta de una iniciativa de desarrollo para el aprovechamiento de recursos impide también el fortalecimiento del turismo-rural-comunitario y la fuente de empleo permanente.
- ❖ Todos estos efectos conducen a que no exista una calidad de vida digna para la población, dentro del municipio se tiene un Índice de Desarrollo Humano promedio de 0.668.

⁶⁶ Características de los Hogares El Salvador 2012. MINEC-DIGESTYC.

2.2. SITUACIÓN DESEADA O ESPERADA EN EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN

2.2.1. ÁRBOL DE OBJETIVOS



El Análisis de Objetivos convierte los problemas que aparecen en el Árbol de Problemas en soluciones a dichos problemas, como parte del paso inicial para especificar la Situación Futura “Deseada”.

Por lo tanto, el problema central que fue identificado para el estudio y para análisis del árbol del problema es **“DEFICIENTE APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO-RURAL-COMUNITARIO DE LOS RECURSOS, QUE CONTRIBUYEN AL DESARROLLO SOSTENIBLE DE SAN LUIS DEL CARMEN”** del cual se obtuvo como objetivo o solución central a dicho problema un **“DISEÑAR UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO-RURAL-COMUNITARIO PARA SAN LUIS DEL CARMEN, QUE PERMITA UN MEJOR APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL DE SUS RECURSOS, CONTRIBUYENDO A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE SUS HABITANTES”**.

Partiendo del objetivo central se desglosan los objetivos o soluciones de las causas y efectos encontrados en el árbol del problema, estos objetivos reflejan lo que se espera que se conviertan los problemas encontrados y de esta manera generar estrategias que contribuyan al cumplimiento del objetivo central. Para lo cual se establecieron los siguientes objetivos estratégicos:

2.2.2.OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVO 1

Desarrollar procesos organizacionales de la municipalidad y de cada uno de sus cantones para la planificación del desarrollo, prestación de servicios y consolidación de elementos que integren la participación ciudadana, que permita mejorar la gestión turística.

OBJETIVO 2

Fortalecer la gestión de recursos económicos y técnicos que brinden a las entidades impulsoras de las iniciativas de infraestructura adecuada para la prestación de servicios turísticos.

OBJETIVO 3

Fomentar el desarrollo económico con actividades turísticas y productivas sostenibles que mejoren los ingresos de las familias y generen empleos.

OBJETIVO 4

Sensibilizar a la municipalidad para que trabajen en el desarrollo social que facilite el acceso a servicios básicos, reduciendo la vulnerabilidad frente a peligros naturales y socio culturales.

2.2.3.ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS

Para poder cumplir cada uno de los objetivos estratégicos, se proponen una serie de estrategias que se listan en el cuadro siguiente:

| OBJETIVOS | ESTRATEGIAS |
|-------------------|--|
| OBJETIVO 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar el plan de trabajo y organización de la Junta directiva municipal de turismo en San Luis del Carmen que permitirá la |

| | |
|-------------------|---|
| | <p>coordinación de los cantones, iniciativas privadas y cooperativas, con la participación de la comunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer un sistema de evaluación de calidad en la prestación de los servicios. • Elaborar planes de capacitación necesarios y requeridos para las entidades económicas incluidas según su participación en el plan de desarrollo turístico. |
| OBJETIVO 2 | <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar una dinámica económica que permita integrar diversas actividades que ayuden a impulsar el Desarrollo Local. • Gestionar el apoyo por parte de instituciones dedicadas a la formación y capacitación de personal para que estas puedan trabajar en la preparación del recurso humano que formará parte del proyecto. • Gestionar financiamientos con el gobierno o entes relacionados para brindar apoyo a iniciativas turísticas de la municipalidad. • Diseñar campañas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación masivos o disponibles, aprovechando las características turísticas de limpieza y seguridad del municipio. Incluyendo campañas de promoción y distribución de información sobre los servicios y atractivos de las iniciativas priorizadas. • Diseñar los procesos de alianzas con instituciones promotoras de turismo, para promocionar el municipio.. |
| OBJETIVO 3 | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar productos turísticos que integren las diferentes iniciativas turísticas-rurales-comunitarias del municipio, incorporando a estas, otras actividades relacionadas al turismo que podrían desarrollarse en la zona. • Desarrollar actividades que den la pauta para promocionar y comercializar el mismo. • Presentar una gama de los servicios y atractivos turísticos ofertados actualmente, según la preferencia de los turistas. • Establecer un plan de mantenimiento y de mejora de los atractivos de las iniciativas turísticas. • Colocar rótulos o vallas publicitarias promocionando el municipio, señales de ubicación para las iniciativas turísticas. • Elaboración de paquetes turísticos que involucren las iniciativas priorizadas. |

| | |
|-------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar alianzas con TT.OO • Elaborar un plan de interrelaciones entre las iniciativas turísticas priorizadas para generar mayores atractivos de del municipio. • Evaluar las diferentes formas de pago posibles a implantar. • Plantear escenarios para el incremento de atractivos y servicios nuevos o mejoramiento de los actuales. • Creación de circuitos turísticos que relaciones el turismo-rural-comunitario y otros servicios complementarios en el municipio. • Establecer las medidas de inocuidad y buenas prácticas en el manejo de los alimentos por parte de los restaurantes, y reforzar la calidad de atención al cliente por parte de las iniciativas. • Establecer un sistema de control para la mejora continua en la administración de los circuitos y paquetes turísticos. |
| OBJETIVO 4 | <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a la comunidad educativa e insertar en los programas escolares la promoción y desarrollo turístico de sus cantones. • Capacitación en seguridad ciudadana. • Establecimiento de alianza con la POLITUR para brindar seguridad a los turistas. • Organizar campañas de sensibilización en el tema turismo sostenible en los cantones. • Crear alianzas con empresas de transporte en la zona para realizar los viajes a las distintas iniciativas. |

Tabla 82: Estrategias para cumplimiento de objetivos

2.2.4. SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS

Para la selección de las estrategias a desarrollar, y a partir de las cuales se generaran los planes y programas que formarán parte de la solución, se hace uso del Diagrama de Pareto.

2.2.4.1. CRITERIOS DE SELECCIÓN

Cada criterio de selección tiene asignado un peso en porcentaje adicional a la calificación, el cual está asignado según la relevancia del mismo. La relevancia de éstos se obtuvo por medio de una reunión con las partes interesadas en la realización del proyecto.

NIVEL DE IMPORTANCIA: Peso 20%

Representa el grado de importancia de la estrategia a desarrollarse para los directamente interesados, tanto para la alcaldía, ADESCOS, junta directiva municipal de turismo en San Luis del Carmen y propietarios o encargados de las iniciativas turísticas.

GRADO DE INFLUENCIA: Peso 15%

Forma en que las estrategias, al implementarse, serán capaces de afectar a la mayor cantidad de áreas posibles dentro de las iniciativas.

FACTIBILIDAD DE LA REALIZACIÓN: Peso 15%

Capacidad de las iniciativas turísticas para poner en práctica la estrategia, partiendo de los recursos a los que tiene acceso.

NIVEL DE INVERSIÓN CONSIDERADO: Peso 25%

En base a un supuesto de inversión al implantarse la estrategia.

GENERADOR DE TURISTAS: Peso 25%

Se refiere a aquella estrategia que tiene la capacidad de atraer a la mayor cantidad de turistas a través del mejoramiento de áreas claves de las iniciativas.

2.2.4.2. CALIFICACIONES

| CALIFICACIÓN | PONDERACIÓN |
|--------------|-------------|
| ALTA | 3 |
| MEDIA | 2 |
| BAJA | 1 |

Tabla 83: Calificación criterios de selección de estrategias

Estas calificaciones aplican a todos los criterios, excepto al de “NIVEL DE INVERSIÓN CONSIDERADO”, en el cual se invierte la ponderación, implicando una inversión alta una nota de 1 y por el contrario una inversión baja una ponderación de 3.

Para la calificación de las estrategias participaron tres analistas:

- Representante de la Alcaldía: El Síndico Municipal
- Representante legal, Coordinador Adjunto del Comité Interinstitucional del humedal del Cerrón Grande y coordinador municipal de turismo: Presidente de Cooperativa ALTINA.
- Empresario del municipio: quien ha participado en proyectos de turismo dentro del municipio (propietario restaurante El Faro)

| | EST | ANALISTA 1 | | | | | | | | | | | ANALISTA 2 | | | | | | | | | | | ANALISTA 3 | | | | | | | | | | |
|------------|-----|------------|----|---|----|---|----|---|----|---|----|-------|------------|----|---|----|---|----|---|----|-------|----|-----|------------|----|---|----|---|----|-------|----|---|----|-----|
| | | C | % | C | % | C | % | C | % | C | % | TOTAL | C | % | C | % | C | % | C | % | TOTAL | C | % | C | % | C | % | C | % | TOTAL | | | | |
| OBJETIVO 1 | E1 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 3 | 75 | 285 | 3 | 60 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 285 |
| | E2 | 2 | 40 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 280 | 3 | 60 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 285 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 3 | 75 | 285 |
| | E3 | 2 | 40 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 280 | 2 | 40 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 255 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 |
| | E4 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 275 | 3 | 60 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 2 | 50 | 260 | 2 | 40 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 2 | 50 | 240 |
| | E5 | 3 | 60 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 285 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 3 | 75 | 285 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 |
| OBJETIVO 2 | E6 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 235 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 275 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 2 | 50 | 250 |
| | E7 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 2 | 50 | 275 | 3 | 60 | 3 | 45 | 1 | 15 | 3 | 75 | 3 | 75 | 270 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 |
| | E8 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 2 | 50 | 250 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 |
| | E9 | 3 | 60 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 245 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 2 | 50 | 260 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 235 |
| | E10 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 3 | 75 | 285 | 3 | 60 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 220 | 2 | 40 | 2 | 30 | 2 | 30 | 3 | 75 | 2 | 50 | 225 |
| OBJETIVO 3 | E11 | 2 | 40 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 225 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 275 |
| | E12 | 3 | 60 | 2 | 30 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 |
| | E13 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 | 2 | 40 | 2 | 30 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 240 | 2 | 40 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 225 |
| | E14 | 3 | 60 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 245 | 2 | 40 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 280 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 |
| | E15 | 3 | 60 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 220 | 2 | 40 | 2 | 30 | 3 | 45 | 2 | 50 | 2 | 50 | 215 | 2 | 40 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 200 |
| | E16 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 | 3 | 60 | 2 | 30 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 |
| | E17 | 3 | 60 | 2 | 30 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 275 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 |
| | E18 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 275 | 2 | 40 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 240 | 2 | 40 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 255 |
| | E19 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 275 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 |
| | E20 | 2 | 40 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 2 | 50 | 240 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 3 | 75 | 285 | 3 | 60 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 2 | 50 | 260 |
| OBJETIVO 4 | E21 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 235 | 2 | 40 | 2 | 30 | 2 | 30 | 3 | 75 | 3 | 75 | 250 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 |
| | E22 | 2 | 40 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 240 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 3 | 75 | 275 |
| | E23 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 2 | 50 | 260 | 3 | 60 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 2 | 50 | 260 | 2 | 40 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 3 | 75 | 265 |
| | E24 | 2 | 40 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 265 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 2 | 50 | 260 | 2 | 40 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 265 |
| | E25 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 75 | 3 | 75 | 300 | 3 | 60 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 1 | 25 | 195 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 3 | 75 | 285 |
| | E26 | 3 | 60 | 1 | 15 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 205 | 2 | 40 | 2 | 30 | 3 | 45 | 3 | 75 | 2 | 50 | 240 | 3 | 60 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 220 |
| | E27 | 2 | 40 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 240 | 3 | 60 | 2 | 30 | 2 | 30 | 3 | 75 | 2 | 50 | 245 | 3 | 60 | 3 | 45 | 3 | 45 | 2 | 50 | 1 | 25 | 225 |
| | E28 | 2 | 40 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 225 | 2 | 40 | 3 | 45 | 2 | 30 | 3 | 75 | 3 | 75 | 265 | 2 | 40 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 240 |
| | E29 | 2 | 40 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 200 | 3 | 60 | 2 | 30 | 2 | 30 | 2 | 50 | 2 | 50 | 220 | 3 | 60 | 3 | 45 | 2 | 30 | 2 | 50 | 3 | 75 | 260 |

Tabla 84: Evaluación de Objetivos

2.2.4.3. RESULTADO DE CALIFICACIONES

Se presenta a continuación los totales obtenidos por cada uno de los analistas y la puntuación final. Las estrategias se han ordenado de manera descendente, según la puntuación final obtenida en cada uno de los objetivos planteados.

| OBJETIVO 1 | EST | ANALISTA 1 | ANALISTA 2 | ANALISTA 3 | PUNTUACION FINAL | % de PARTICIPACION | % ACUMULADO |
|------------|-----|------------|------------|------------|------------------|--------------------|-------------|
| | E1 | 300 | 285 | 285 | 870 | 21% | 21% |
| | E5 | 280 | 285 | 285 | 870 | 20% | 41% |
| | E2 | 280 | 255 | 300 | 850 | 20% | 61% |
| | E3 | 275 | 260 | 240 | 835 | 18% | 79% |
| | E4 | 285 | 285 | 300 | 775 | 21% | 100% |
| TOTALES | | | | 4,200 | | | |

Tabla 85: Resultados de calificaciones Objetivo 1

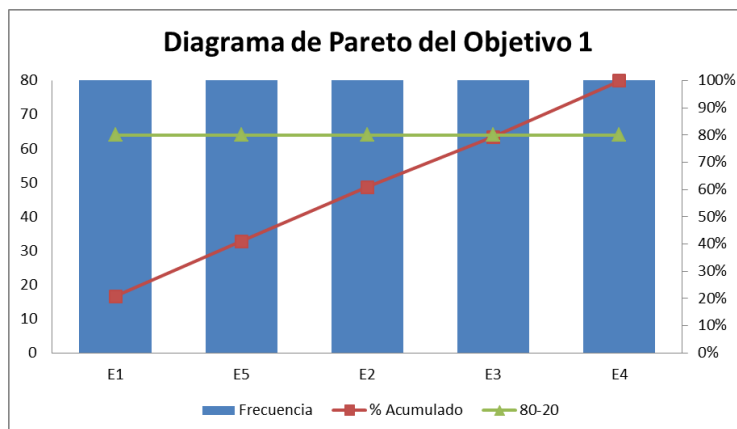


Tabla 86: Diagrama de Pareto del Objetivo 1

| | EST | ANALISTA 1 | ANALISTA 2 | ANALISTA 3 | PUNTUACION FINAL | % de PARTICIPACION | % ACUMULADO |
|------------|-----|------------|------------|------------|------------------|--------------------|-------------|
| OBJETIVO 2 | E7 | 235 | 275 | 250 | 805 | 20% | 20% |
| | E8 | 275 | 270 | 260 | 770 | 21% | 41% |
| | E6 | 260 | 250 | 260 | 760 | 20% | 61% |
| | E9 | 245 | 260 | 235 | 740 | 19% | 81% |
| | E10 | 285 | 220 | 225 | 730 | 19% | 100% |
| TOTALES | | | | 3,805 | | | |

Tabla 87: Resultados de calificaciones Objetivo 2

| | EST | ANALISTA 1 | ANALISTA 2 | ANALISTA 3 | PUNTUACION FINAL | % de PARTICIPACION | % ACUMULADO |
|------------|-----|------------|------------|------------|------------------|--------------------|-------------|
| OBJETIVO 3 | E19 | 225 | 260 | 275 | 875 | 9% | 9% |
| | E12 | 260 | 300 | 300 | 860 | 8% | 17% |
| | E16 | 260 | 240 | 225 | 860 | 8% | 25% |
| | E17 | 245 | 280 | 260 | 835 | 8% | 34% |
| | E14 | 220 | 215 | 200 | 785 | 8% | 41% |
| | E20 | 300 | 300 | 260 | 785 | 8% | 49% |
| | E23 | 260 | 275 | 300 | 785 | 8% | 57% |
| | E22 | 275 | 240 | 255 | 775 | 8% | 64% |
| | E18 | 300 | 275 | 300 | 770 | 8% | 72% |
| | E11 | 240 | 285 | 260 | 760 | 7% | 79% |
| | E21 | 235 | 250 | 260 | 745 | 7% | 87% |
| E13 | 240 | 260 | 275 | 725 | 7% | 94% | |
| E15 | 260 | 260 | 265 | 635 | 6% | 100% | |
| | | | TOTALES | | 10,195 | | |

Tabla 88: Resultado de calificación Objetivo 3

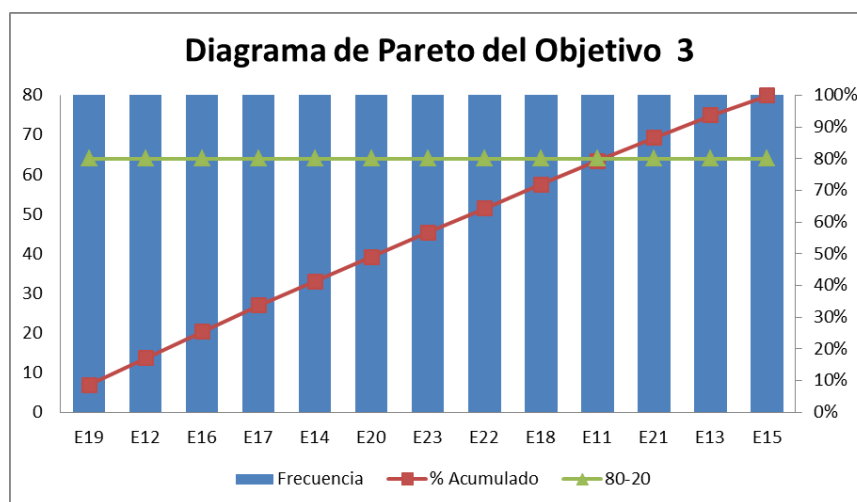


Tabla 89: Diagrama de Pareto Objetivo 3

| | EST | ANALISTA 1 | ANALISTA 2 | ANALISTA 3 | PUNTUACION FINAL | % de PARTICIPACION | % ACUMULADO |
|------------|-----|------------|------------|------------|------------------|--------------------|-------------|
| OBJETIVO 4 | E24 | 265 | 260 | 265 | 790 | 18% | 18% |
| | E25 | 300 | 195 | 285 | 780 | 18% | 36% |
| | E28 | 205 | 240 | 220 | 730 | 17% | 53% |
| | E27 | 240 | 245 | 225 | 710 | 16% | 69% |
| | E29 | 225 | 265 | 240 | 680 | 16% | 85% |
| | E26 | 200 | 220 | 260 | 665 | 15% | 100% |
| | | | TOTALES | | 4355 | | |

Tabla 90: Resultados de calificaciones Objetivo 4

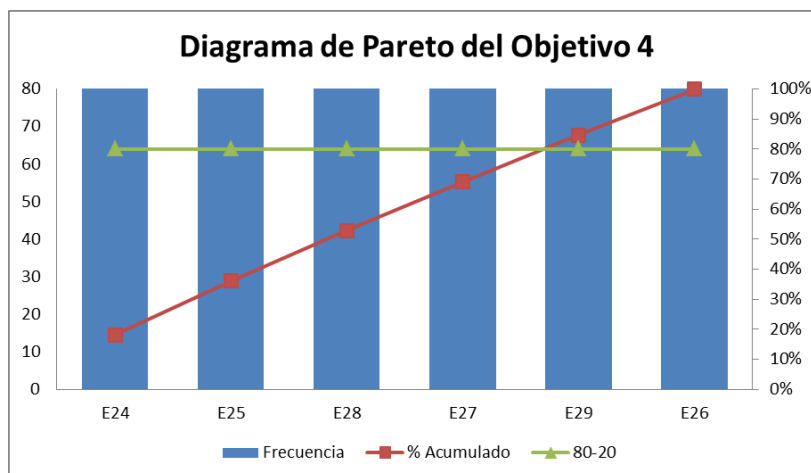


Tabla 91: Diagrama de Pareto Objetivo 4

A través del análisis por medio de la técnica del Diagrama de Pareto, podemos priorizar las estrategias que conforman el 80% de las estrategias más importantes a desarrollar, encontradas cada una de ellas en los paretos correspondientes a los objetivos las cuales son:

| N° | ESTRATEGIA |
|-----|---|
| E3 | Establecer un sistema de evaluación de calidad en la prestación de los servicios. |
| E4 | Rediseño de la estructura organizativa y sus diferentes áreas. |
| E9 | Diseñar campañas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación masivos o disponibles, aprovechando las características turísticas de limpieza y seguridad del municipio. Incluyendo campañas de promoción y distribución de información sobre los servicios y atractivos de las iniciativas priorizadas |
| E10 | Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo, para promocionar el municipio. |
| E21 | Creación de circuitos turísticos que relaciones el turismo-rural-comunitario y otros servicios complementarios en el municipio. |
| E13 | Diversificar los servicios y atractivos turísticos ofertados actualmente, según la preferencia de los turistas |
| E15 | Colocar rótulos o vallas publicitarias promocionando el municipio, señales de ubicación para las iniciativas turísticas. |

PARTE 3. CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

Para poder llevar a cabo la conceptualización del diseño se tomará como punto de partida las estrategias definidas en el apartado anterior, estas serán sintetizadas en componentes claves que permitirán el buen desarrollo del mismo.

“Plan de desarrollo turístico-rural-comunitario sostenible aplicado en el municipio de San Luis del Carmen, Chalatenango.”

A continuación se presentan cada una de los componentes, posteriormente estos se describirán de una forma detallada:

| ESTRATEGIAS ASOCIADAS | SUB PLAN | PROGRAMA /S |
|---|---|---|
| E3, E4, E9, E10, E21, E13 E15, E26 | SUB PLAN DEL PRODUCTO TURÍSTICO | Diseño de circuitos turísticos Diseño de paquetes turísticos Promoción y Publicidad |
| | SUB PLAN DE DESARROLLO DE LAS INICIATIVAS TURÍSTICAS | Prestación del Servicio Turístico Gestión Empresarial |
| | ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURISMO-RURAL-COMUNITARIO | Organización Seguimiento y Control de Calidad Gestión |

Tabla 92: Planes a desarrollar con sus respectivos programas

3.1. SUB PLAN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Este sub plan se desarrollará con el fin de determinar los diferentes productos turísticos que se ofertarán, los circuitos o rutas turísticos/as a realizarse y los paquetes turísticos que se podrán ofrecer en el municipio de estudio, así como también determinar todos aquellos elementos que serán necesarios para su desarrollo.

El plan en su inicio comprende la incorporación de todos sus cantones los cuales han sido priorizados con anterioridad, ya que cuentan con gran potencial de tipo turístico-rural-comunitario.

En el desarrollo del plan se cuenta con el aporte invaluable del proyecto fomilenio II, en el cual está contemplado "La Ruta de los Pueblos Festivos" dentro del cual será tomado en cuenta el municipio en estudio, que contempla la idea de integrar nuevas iniciativas de turismo-rural-comunitario, que surjan durante el desarrollo del plan, ya sea en los cantones que integran la propuesta actual o del resto de municipios aledaños a San Luis de Carmen.

Los circuitos turísticos que serán diseñados tomaran en cuenta aspectos como la distancia entre iniciativas, de tal manera que cada circuito este formado por las iniciativas más próximas posibles.

Esto se detallará de manera específica en la Etapa de Diseño, en el plan de Desarrollo del Producto Turístico. El producto turístico se entenderá como: Un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades, que satisfacen sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. El diseño detallado del producto turístico estará conformado por las siguientes sub etapas:

1. Identificación de las actividades que conforman el turismo-rural-comunitario.

En esta etapa se listarán y describirán cada una de las actividades turísticas que se clasifican dentro del turismo-rural-comunitario.

2. Identificación de los elementos que conforman el producto turístico.

Se identificarán las actividades en turismo-rural-comunitario que se pueden realizar en cada una de las iniciativas priorizadas y los recursos, equipamiento e infraestructura necesarias para poder llevarlas a cabo, así como también, identificar los servicios que se brindarán como el servicio de alojamiento, alimentación y guías turísticos.

3.1.1.DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

Una vez diseñado el producto turístico, se diseñaran circuitos turísticos los cuales incluirán las diferentes iniciativas priorizadas así como los servicios complementarios necesarios para ofrecer un buen servicio al turista. El diseño de los circuitos turísticos estará conformado por las siguientes sub etapas:

1. Propuestas de diseños de circuitos turísticos/rutas turístico/as a ofertar.
2. Priorización de los circuitos turísticos/rutas turístico/as a ofertar.

3. Planificación y programación de actividades turísticas a ofertar por circuito/rutas turísticas.

3.1.2.DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS

Con los circuitos turísticos establecidos, se procederá a diseñar paquetes turísticos, tomando en cuenta las preferencias de los usuarios, obtenidas de la investigación realizada en la etapa de diagnóstico. Por cada paquete turístico a ofrecer se pretende establecer varios circuitos/rutas turísticas dentro de los cuales estarán contempladas varias iniciativas de las priorizadas con anterioridad. Este programa contará, también, con las siguientes sub etapas:

1. Determinación de la capacidad de recepción de afluencia turística.
2. Pronóstico de ventas
3. Diseño de imagen del destino turístico.

3.1.3.PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Un Programa de Promoción y Publicidad es de suma importancia, ya que proporciona a la industria turística las herramientas mercadológicas necesarias para impulsar el desarrollo turístico del municipio, ya que este busca incrementar la actividad turística a nivel interno, con el objeto que esta rama contribuya aún más a la economía del municipio.

El objetivo es dar a conocer por los diferentes medios existentes el proyecto que se llevará a cabo, y que los turistas puedan conocer y ser atraídos al lugar para disfrutar de lo que este ofrece a partir de sus inicios y en el transcurso de su operación.

Para poder desarrollar este componente se necesita la siguiente información: *señalización tanto interna como externa, medios de comunicación que serán utilizados para darse a conocer y promocionarse, realización y promoción de ventas, y estrategias de marketing*, todo esto tomando en cuenta los recursos con los que se cuentan para ello y el personal con los conocimientos necesarios para su ejecución, lo cual se llevará a cabo por medio de distintos programas los cuales son:

1.1.1.1. SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Este programa tiene por objetivo realizar una propuesta para la señalización tanto externa como interna. Con este programa se pretende realizar una propuesta de señalización vial que detalle las características, actividades y el proceso necesario a seguir para su implantación dentro de las iniciativas y en las afueras.

En primer lugar se determinará las zonas en las cuales es necesario señalización interna y externa.

Luego se establecerá el diseño más apropiado de las señales que deben ser colocadas y el lugar donde deben ser colocadas.

Para la señalización externa se deberá determinar qué tipo de permisos son necesarios y las entidades relacionadas.

Finalmente proponer el proceso de fabricación de las señales.

Se deberá establecer un medio de seguimiento a este programa, ya que la señalización requerirá de un mantenimiento continuo.

1.1.1.2. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Dicho programa está enfocado en describir la forma en la cual se llevaran a cabo los esfuerzos de publicidad en los diferentes medios, definiendo los medios idóneos, entre otros puntos. Con el fin de promocionar los productos y servicios ofrecidos en el municipio. Este programa deberá ser diseñado para una constante implementación.

En este programa es importante definir los posibles fondos para dicha inversión, así como la administración del mismo.

Se identificarán las empresas con las cuales se puede establecer contactos para publicitar las iniciativas, y los medio idóneos para realizarla.

Se realizará una propuesta para el diseño de la publicidad.

1.1.1.3. ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Por medio de este plan se establecerá una propuesta de las acciones turísticas a realizar con las que se mantendrá contacto con los posibles clientes potenciales y la atracción de nuevos turistas. Este programa es de carácter recurrente, ya que es una forma de atraer turistas y tomar parte del mercado de turismo.

1.1.1.4. PROMOCIÓN DE VENTAS TURÍSTICAS

Este programa consiste en analizar las diversas estrategias de promoción para los consumidores. En este programa se contemplará las promociones a corto plazo para incrementar ventas, así como a largo plazo para crear una participación en el mercado.

3.2. SUB PLAN DE DESARROLLO DE LAS INICIATIVAS TURÍSTICAS

El presente plan busca el desarrollo de las iniciativas turísticas. En primer lugar se presenta un apartado que indica las mejoras a las iniciativas identificadas actualmente, donde se señalan los problemas diagnosticados en la etapa anterior y la propuesta de solución establecida. El Sub Plan de Desarrollo de Iniciativas Turísticas comprende de dos programas claves, los cuales son:

- Programa: Prestación del Servicio Turístico.
- Programa: Gestión Empresaria

3.2.1. PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO

En este programa se desarrolla una propuesta que incluye el diseño de modelos de procesos para la prestación de servicios turísticos. Modelos de infraestructura que permitan el desarrollo de actividades en turismo-rural-comunitario que se encuentren acorde a las expectativas de los turistas y permitan brindar un servicio de calidad.

Dentro de los modelos de infraestructura turística se encuentran los lineamientos que se seguirán para el diseño de senderos, el diseño de las áreas de camping, diseño de canopy, restaurante, alojamiento y centros de atención.

3.2.2.GESTIÓN EMPRESARIAL

A partir del establecimiento de necesidades de cada una de las iniciativas turísticas, el análisis de la situación actual de los cantones en cuanto al sector turismo se tiene que los elementos principales los cuales es necesario abordar dentro de la gestión empresarial son: el área de administración, financiera, manejo de información y del recurso humano, ya que es necesario la formación de personas en áreas turísticas y la capacitación en temas del sector que permitan un mayor conocimiento en las áreas que les competen a cada uno de los entes relacionados con el turismo-rural-comunitario tanto empresarios/as, funcionarios/as como el recurso humano etc.

Dentro de este proyecto se establecen las principales áreas donde es necesario fortalecer las iniciativas turísticas que participan en el plan de desarrollo turístico-rural-comunitario así como también para futuras iniciativas que se incorporen.

Este programa desarrolla puntos claves los cuales abarcan las áreas de: Gestión Administrativa, Financiera, de Tecnología de la Información y el manejo del Recurso Humano. La Formación y Capacitación constituye un factor de éxito, esto es de gran importancia, pues determina las principales necesidades y prioridades de capacitación de los propietarios/as y administradores de una empresa o institución, y del recurso humano que les colabora en prestar el servicios a los turistas.

Los programas de capacitación se deben impartir de forma recurrente, ya que es necesario que dentro del municipio se tengan conocimientos actualizados relacionados con el turismo y la prestación de este servicio.

Para llevar a cabo una buena formación y capacitación se realizará una propuesta para el manejo de las capacitaciones a través de ASOTUR, en la cual se identificara el recurso humano que necesita recibir capacitarse, las áreas y temas en los cuales se necesitará capacitar, recurso humano y didáctico que se requerirá para impartir la formación, entre otros elemento importantes y que se necesiten durante el desarrollo de la formación.

3.3. ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO-RURAL-COMUNITARIO

3.3.1.PROPOSTA DE SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD

SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

El turismo cuidadosamente planificado contribuye a la conservación y disfrute de los recursos naturales y culturales de un lugar, y a su progreso económico, sin embargo la planificación sin una adecuada gestión, no puede funcionar, porque la gestión es la voluntad de hacer que todo funcione bien, por eso es la clave del éxito en el desarrollo turístico.

Sin una buena gestión del desarrollo turístico, no hay éxito posible, porque si la planeación es el punto de arranque para planear el turismo como alternativa de progreso, el punto final y definitivo es la gestión.

Para ello se necesita llevar a cabo un seguimiento detallado de la gestión turística, asegurando de esta manera el mejor desarrollo de la misma, es conveniente considerar una serie de instrumentos, sin los cuales sería imposible realizar un trabajo serio y efectivo. La aplicación de estos instrumentos permitirá obtener los resultados esperados, estos se detallan a continuación:

- ✓ Determinación de Indicadores de operatividad.

Entre los que tienen: Sostenibilidad, Seguridad, Nivel de Empleo Turístico, etc.

- ✓ Determinación de Indicadores de productividad.

Indicadores tales como: el gasto presupuestal en promoción y publicidad, tiempo de estancia media, efectividad del empleado, entre otras.

Para la determinación de indicadores se debe tener la información requerida para la obtención de indicadores, las fuentes de información, periodos para la recolección de información e instrumentos o formatos; el programa de seguimiento y control se llevará a cabo de forma recurrente por de La Junta de Turismo.

SISTEMA DE CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO

En este programa se desarrollará un sistema de calidad que permitirá mantener un buen control en la calidad de los servicios turísticos que se esperan ofertar. Este sistema comprenderá:

1. Lineamientos para el diseño y construcción de infraestructura turística.
2. Funciones y uso de la vegetación.
3. Políticas y Normas de calidad para la prestación de los servicios turísticos.
4. Instrumentos de control de calidad.
5. Identificación de los parámetros de calidad.
6. Evaluaciones a realizar para mantener la calidad de los servicios que se prestarán.
7. Control de las evaluaciones a realizar para asegurar la calidad de los servicios.
8. Propuesta para la aplicación de normas de calidad en un largo plazo.

Así mismo se hará una propuesta para la aplicación de las Buenas prácticas del Turismo (BPT), con el fin de prevenir los impactos negativos que puede generar la actividad turística, y brindar un servicio de calidad a los turistas. Durante esta propuesta se considerarán puntos como:

- ✓ Calidad en la atención y satisfacción al turista.
- ✓ Manejo de la vegetación.
- ✓ Calidad del agua.

- ✓ Consumo de energía.
- ✓ Manipulación de residuos.
- ✓ Guías Turísticas

PROPUESTA DE GESTIÓN

Dentro de esta propuesta se incluye la gestión de elementos claves para el desarrollo de productos turísticos como es: el Financiamiento, la Seguridad y las Vías de Acceso, donde se detalla la coordinación que debe llevarse a cabo con instituciones externas al municipio.

GESTIÓN DE VÍAS DE ACCESO

En las iniciativas turísticas ubicadas en el municipio una de las principales limitantes es el estado de las vías de acceso interno a los cantones que componen el municipio, es por ellos que es necesario establecer una comunicación continua con las instituciones encargadas de dar mantenimiento a las vías de acceso en cada lugar. Trabajando de forma coordinada con las autoridades de la municipalidad se busca llevar a cabo este programa para planificar la mejora de las vías de acceso mediante:

1. Identificar a partir de las rutas turísticas establecidas, las vías de acceso que requieren pronta atención.
2. Elaborar el Plan de mejoramiento de vías de acceso, donde se detalle el estado actual, los beneficios de la reparación, y la institución responsable de cada vía para poder solicitarle de forma oficial la reparación.

GESTIÓN DE FINANCIAMIENTO

Una vez se hayan identificado los elementos necesarios para llevar a cabo el Plan de Desarrollo Turístico-Rural-Comunitario, es necesario convertir estas datos en información cuantitativa y establecer cuál es la inversión necesaria para implementarlo.

Por lo tanto es importante establecer los lineamientos a seguir para definir la fuente de financiamiento que sea más conveniente para este tipo de proyectos, de forma general se detallan a continuación:

1. Identificar las instituciones que brindan apoyo por medio de donativos y/o créditos a proyectos de turismo.
2. Evaluar los lineamientos y/o condiciones de cada institución.
3. Llenar formularios y presentar el proyecto a las instituciones que presenten mayor ventaja y/o facilidades para la obtención de financiamiento.

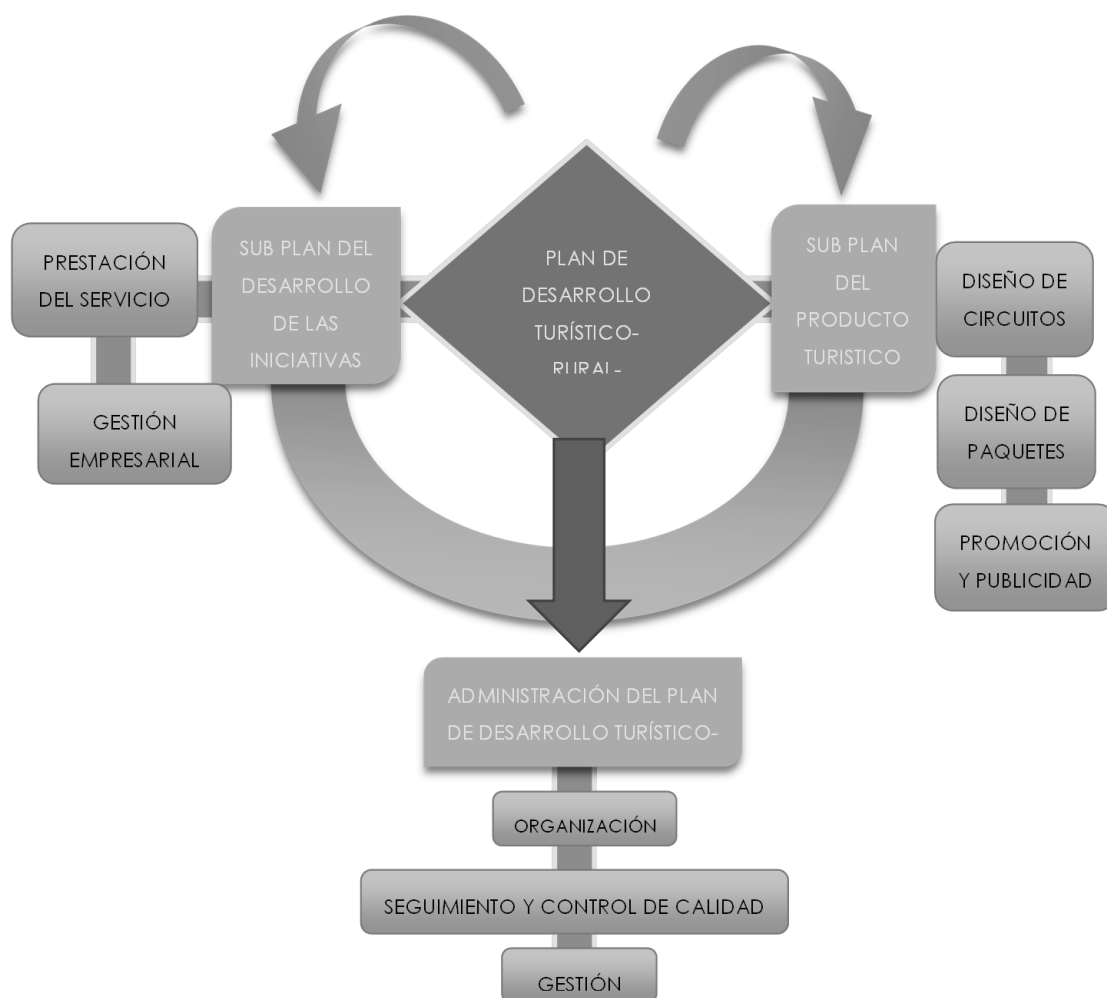
GESTIÓN Y COORDINACIÓN DE SEGURIDAD

La seguridad es sin duda uno de los elementos fundamentales que las personas valoran al momento de elegir un destino turístico, por lo tanto es necesaria una eficiente coordinación entre La Junta Directiva Municipal de Turismo y la Policía de Turismo la cual es la encargada de dar apoyo en el sector. Esta coordinación se puede llevar a cabo de la siguiente forma:

1. Establecer una programación de los requerimientos de apoyo por parte de la Politur.

2. Presentar esta programación y solicitar apoyo con agentes.

A continuación se presenta la conceptualización del Plan de Desarrollo Turístico-Rural-Comunitario, sostenible propuesto.



CAPITULO III

ETAPA DE DISEÑO

CAPITULO III ETAPA DE DISEÑO

PARTE 1. DISEÑO PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO RURAL COMUNITARIO SOSTENIBLE APLICADO AL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN

El plan de desarrollo diseñado consta de dos sub planes, los cuales son: sub plan de desarrollo de las iniciativas turísticas y sub plan del producto turístico, y la administración del mismo.

Cada sub plan y la administración constan de programas que abarcan aquellos elementos que son medulares en sus respectivas áreas.

De acuerdo a la teoría de Sistemas, en un "Sistema" es inherente la relación que existe entre los subsistemas que lo conforman, por lo tanto el diseño de estos tienen relación entre sí, con lo que se busca una solución integral a las deficiencias de la situación actual del municipio, de manera que los esfuerzos no se enfoquen en aspectos aislados, sino que estos se complementen.

Representación gráfica del plan de desarrollo turístico:

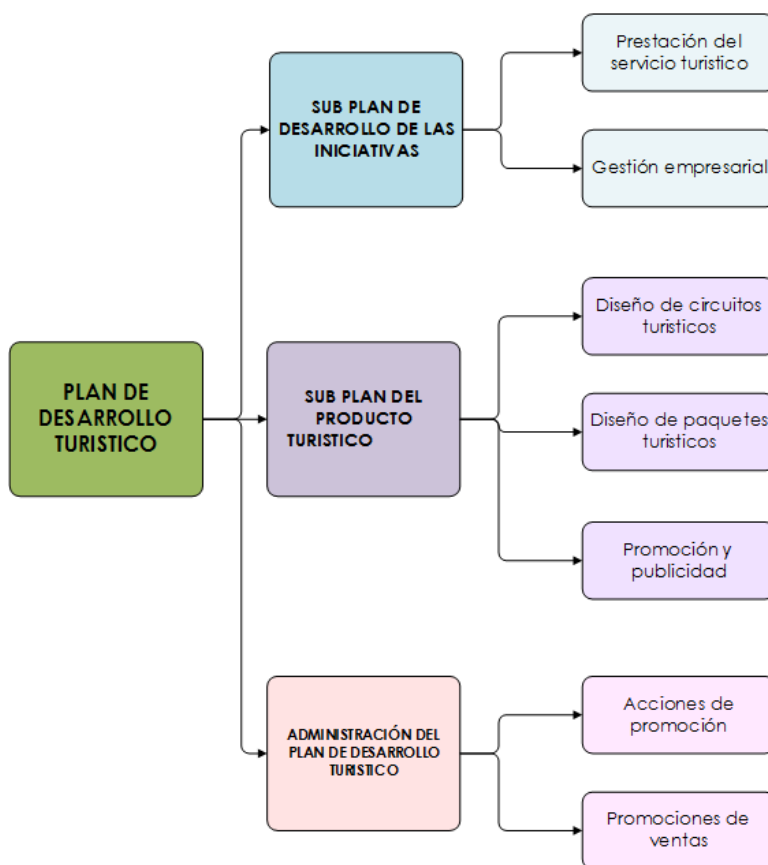


Ilustración 19. Diagrama del plan de desarrollo turístico sostenible

1.1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO DE DESARROLLO

Para poder contribuir a un desarrollo turístico local, es preciso definir un plan concertado de acción conjunta. Es por ello que el presente plan de desarrollo se define como una herramienta para ampliar las oportunidades de negocios, inversiones y empleos en el sector turismo en el municipio

Este plan de desarrollo se convierte en una “carta de navegación de acción público-privada local”, fundamentada en una visión común de desarrollo turístico y económico para el municipio y en un conjunto de iniciativas turísticas con perspectivas de crecimiento, así como de una serie de compromisos institucionales y medios de verificación para conocer los avances y tomar las medidas requeridas para el logro de las metas establecidas en el transcurso del tiempo.

Misión

“Establecer y dirigir las líneas de trabajo para lograr la integración y participación de la comunidad con sus iniciativas turísticas, productos turísticos rurales trabajando con conciencia social y ambiental, que persigan un desarrollo sostenible”.

Visión

“Llegar a ser un municipio organizado y coordinado en el área de la prestación de servicios turísticos, que haya logrado un posicionamiento de la marca turística “San Luis del Carmen”, y sea reconocido a nivel local, nacional, regional e internacional como destino turístico, promoviendo el desarrollo sostenible e integral”.

Valores

- Transparencia
- Solidaridad
- Responsabilidad
- Pluralidad
- Participación protagónica
- Equidad
- Perseverancia
- Integridad
- Confianza
- Asociatividad

Objetivos

Objetivo General

Mejorar las condiciones integrales de vida de la población en el municipio de San Luis del Carmen a través de un desarrollo turístico sostenible que permita el aprovechamiento de los recursos naturales, el desarrollo de capacidades locales y la concertación de actores públicos y privados del territorio.

Objetivos Específicos

- Crear más y mejores empleos.
- Crear nuevos emprendimientos económicos innovadores, rentables y sostenibles en el área turística
- Fortalecer ingresos y autonomía económica de grupos desfavorecidos con enfoque de equidad.
- Aumentar la productividad y rentabilidad de las iniciativas turísticas existentes y su integración en mercados más dinámicos.
- Atraer inversiones públicas y privadas en actividades económicas, infraestructura y equipamiento necesario para el desarrollo turístico local.

Líneas Estratégicas

- Desarrollo del producto turístico en el municipio
- Gestión y planificación participativa de territorio.
- Gestión empresarial para iniciativas turísticas.
- Fortalecimiento institucional.
- Gestión y cooperación.
- Fortalecimiento de las capacidades locales

ESTRATEGIAS PARA LA SOSTENIBILIDAD DEL PLAN

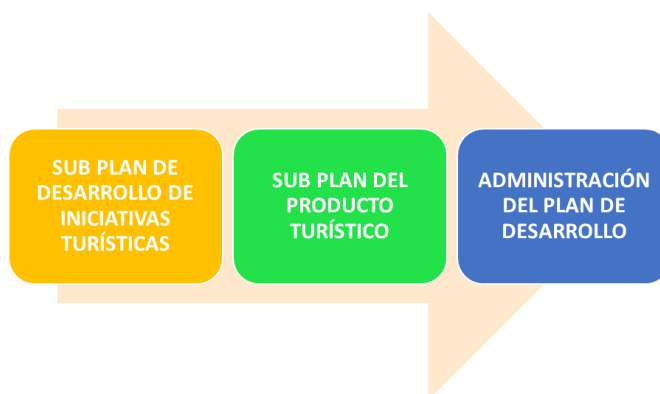
| | |
|------------------|--|
| POLITICAS | Presentar el plan de desarrollo turístico al MITUR con tal de ser reconocido y se pueda darle seguimiento a través de los planes gubernamentales de turismo |
| | Crear alianzas con las municipalidades mediante convenios que establezcan el apoyo al sector turismo y aportación según el presupuesto |
| SOCIALES | Desarrollar campañas de concientización y superación para los residentes de la zona, de tal manera que se forme el turismo rural comunitario como uno de los ejes de desarrollo. |
| | Asistencia técnica para la creación y el fortalecimiento de la asociatividad empresarial (grupos asociativos, cadenas de valor, cooperativas, gremiales, etc.) |

1.1.1.IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO

Los componentes y responsables del plan se definen a continuación:

| COMPONENTES | RESPONDABLES |
|---|--|
| SUB PLAN DE DESARROLLO DE INICIATIVAS TURÍSTICAS <ul style="list-style-type: none"> • Prestación de Servicios Turísticos • Gestión Empresarial | Junta Municipal de turismo y comunidades del municipio |
| SUB PLAN DEL PRODUCTO TURÍSTICO <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Circuitos Turísticos • Diseño de Paquetes Turísticos • Promoción y Publicidad | |
| ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO <ul style="list-style-type: none"> • Organización • Control de la Calidad • Dirección | |

Para realizar la implementación de este plan se deben de realizar previamente las siguientes etapas para su funcionamiento.



PRIMERA ETAPA:

En la primera etapa se implementaría el Sub Plan de desarrollo de las iniciativas turísticas llevando a cabo en forma paralela los dos programas que los constituyen: Programa de prestación del servicio turístico y Programa de Gestión empresarial. Con lo que se pretende realizar las mejoras a las iniciativas turísticas en cuanto a procesos operativos y al funcionamiento administrativo.

SEGUNDA ETAPA:

En la segunda etapa se implementaría el Sub Plan del producto turístico, tomando en cuenta que las iniciativas se encontraran operando de manera óptima en cuanto a sus funciones operativas y administrativas, se agruparan según el diseño de circuitos turísticos para ofertar la propuesta de paquetes turísticos diseñados. A continuación se puede proceder a la implementación del programa de promoción y publicidad.

TERCERA ETAPA:

La tercera etapa comprende la administración del plan de desarrollo, en el cual se abarcan aspectos sobre la organización del municipio en temas turísticos, el sistema de control de calidad que será administrado por miembros de la comunidad pertenecientes a la junta municipal de turismo y las actividades de gestión pertinente.

1.1.2.PLAN DE CONTINGENCIA

Un plan de contingencia es el conjunto de procedimientos alternativos, al orden normal de operaciones, cuyo fin es permitir el normal funcionamiento, aun cuando alguna de las funciones que se realicen resulte perjudicada por algún desastre natural.

El plan de contingencias implica un análisis de los posibles riesgos a los cuales pueden estar expuestos, cómo reducir su posibilidad de ocurrencia y los procedimientos a seguir en caso que se presentara el problema.

Pese a todas las medidas de seguridad a implementar, puede ocurrir un desastre, por tanto es necesario el plan de contingencias, el cual tendrá como objetivo, restaurar el servicio en forma rápida, eficiente y con el menor costo y pérdidas posibles.

OBJETIVOS

- Los objetivos del plan de contingencias están basados en el cumplimiento de lo siguiente:
- Evaluar, analizar y prevenir los riesgos.
- Evitar o mitigar las lesiones que las emergencias puedan ocasionar posibles desastres naturales.
- Evitar o minimizar el impacto de desastres naturales sobre el personal, infraestructura y medio ambiente.
- Reducir o minimizar las pérdidas económicas y daños que puedan ocasionar posibles desastres naturales.
- Capacitar permanentemente al personal en prevención de riesgos y a todo nuestro personal en prevención de riesgos y entrenamientos en acciones de respuestas ante situaciones de emergencia.
- Contar con los procedimientos a seguirse durante las operaciones de respuesta a la contingencia.

LÍNEAS DE ESTRATÉGICAS

- Minimizar las pérdidas.
- Asignación de responsabilidades.
- Activación del Plan de Emergencia

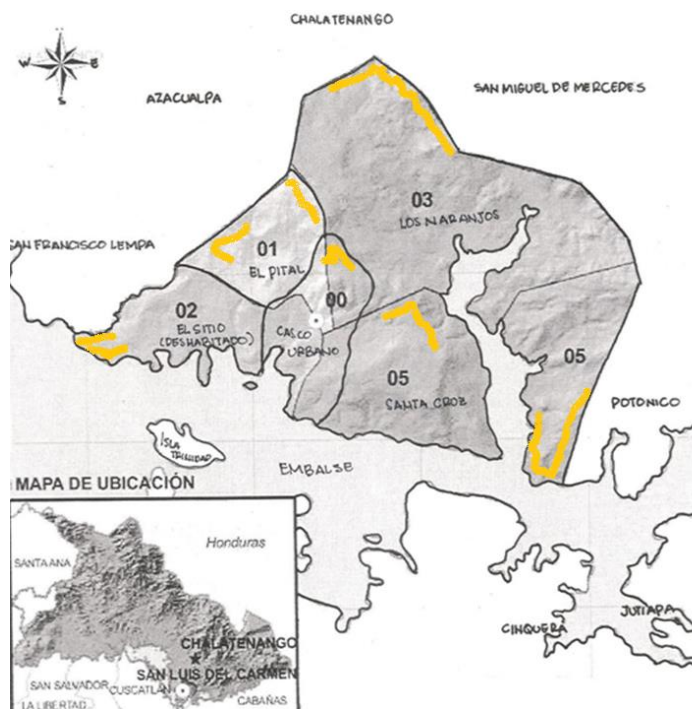
ANÁLISIS DE RIESGOS

Amenazas y Vulnerabilidad

A continuación se presenta una descripción general de la situación actual del municipio en términos de amenazas, vulnerabilidad⁶⁷

| AMENAZAS | INDICES DE VULNERABILIDAD |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • El municipio es considerado de susceptibilidad moderada. • Las partes montañosas y más húmedas de cada cantón son susceptibles a deslizamientos. • Las enfermedades respiratorias son las más frecuentes entre los habitantes, en segundo lugar están las enfermedades gastrointestinales. • Usos inadecuados del medio rural; un alto porcentaje de los suelos de protección y de vocación forestal están siendo desaprovechados en términos de productividad o degradados ambientalmente | <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de urbanización 29% • Índice de necesidades básicas satisfechas 46 puntos • INBI 43% • IDH 0.668 • Índice de pobreza humana 15.3% |

A continuación se muestra el mapa del municipio donde se señala (en naranja) las zonas vulnerables



⁶⁷ Plan de desarrollo territorial para la región de Chalatenango síntesis municipal de San Luis Del Carmen 2009

Destacando las iniciativas que resultarían mayormente afectadas en casos de algún siniestro se muestra el siguiente cuadro descriptivo.

| INICIATIVA O ATRACTIVO | TIPO DE DAÑO |
|--|---|
| Las posas en Los Naranjos, Hostal Los Naranjos, piedras talladas | Deterioro en vías de acceso causados por deslizamientos y fuertes lluvias |
| Acceso a los cantones en general | Deslizamientos en vías de acceso causados fuertes lluvias. |
| Restaurante flotante | Fuertes lluvias |

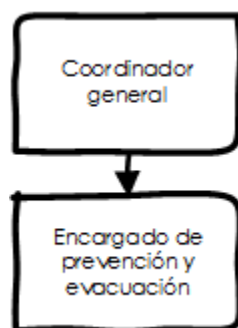
ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE CONTINGENCIA

En términos generales, las amenazas naturales como los terremotos, huracanes y, son imposibles de evitar o prevenir, teniendo en cuenta que son expresiones propias de la dinámica de la naturaleza.

Las amenazas socio-naturales como las inundaciones o los deslizamientos debidos al manejo inadecuado de las cuencas hidrográficas o a los conflictos en el uso del suelo, en cambio, se pueden prevenir si actuamos sobre las actividades humanas que las causan. Por ejemplo: deforestación u ocupación humana de suelos con vocación protectora.

Se propone crear por parte de la Alcaldía, un comité encargado de ejecutar las medidas de prevención, mitigación y preparación, gestionar ayuda, y coordinar con la unidad encargada de la gestión de riesgos en la municipalidad

El comité estaría conformado por miembros de la comunidad y la JMT-SLC, se propone la siguiente estructura:



Descripción de las Actividades

| Encargado | Objetivo | Actividad física |
|---------------------|---|--|
| Coordinador General | Activar el plan de contingencia y tomar las decisiones administrativas del plan | Informar a las autoridades e iniciativas de todas las actividades que se realizan en el en caso de una |

| | | |
|--------------------------------------|---|---|
| | | emergencia o un desastre |
| Encargado de prevención y evacuación | Prevenir los posibles desastres naturales | Deberá identificar y señalar las zonas de mayor riesgo y establecer las medidas de prevención que se deberán tomar |
| | Evacuar de ser necesario al personal o turistas | Deberá identificar y señalar las rutas más seguras para caso de una emergencia o desastre. Dar la orden de evacuación |

PARTE 2. SUB PLAN DE DESARROLLO DE INICIATIVAS TURISTICAS

INTRODUCCIÓN

En el sub plan se busca el desarrollo de las iniciativas turísticas que han sido identificadas en la etapa de diagnóstico. En primer lugar se presenta un apartado que indica las mejoras a las iniciativas identificadas actualmente, donde se señalan problemas diagnosticados y la solución propuesta.

Se propone la ejecución de dos programas dirigidos específicamente a mejorar las iniciativas turísticas, por medio de la prestación de nuevos servicios y que sean a la vez de calidad, para lo cual se establecen modelos de procesos para la prestación de servicios; apoyados con propuestas de infraestructura turística. Con ello se busca satisfacer las necesidades y expectativas identificadas.

También presenta un programa de Dirección empresarial, con el cual se espera volver más competitivas a cada una de las iniciativas turísticas, por medio del desarrollo de un sistema de administración interno, el cual indique las tareas de organización, dirección, ejecución y control requeridas; además se muestran los procesos que conlleva una Dirección financiera indicada para este tipo de proyecto turístico; estableciendo sistemas de información que faciliten el manejo y control del flujo de datos; y una Dirección que permite el fortalecimiento del recurso humano.

OBJETIVOS

Objetivo General

Establecer los modelos requeridos en cuanto a procesos de atención al turista, infraestructura turística requerida, desarrollo de actividades rurales turísticas, y la administración interna adecuada, que conlleve a la mejora de las iniciativas turísticas rural comunitarias y satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas actuales y potenciales de San Luis del Carmen.

Objetivos Específicos

- ✓ Determinar una solución para cada uno de los requerimientos identificados en las iniciativas priorizadas.
- ✓ Diseñar modelos de procesos para la prestación de servicios turísticos.
- ✓ Diseñar propuestas de infraestructura para la prestación de servicios turísticos que incluya el diseño de senderos, áreas de camping y descanso, alojamiento, alimentación y centros de información al turista.
- ✓ Establecer un programa de manejo de materiales.
- ✓ Definir un modelo de Dirección empresarial que permita el desarrollo de actividades organizativas, de dirección, ejecución y control para las iniciativas turísticas.
- ✓ Determinar las herramientas a utilizar en el sistema de calidad y buenas prácticas de turismo.
- ✓ Modelar un sistema de información que permita el flujo de datos entre las iniciativas y la administración de la JMT-SLC.
- ✓ Realizar un modelo de costos y sistema contable que permita el acceso fácil y oportuno para la toma de decisiones.
- ✓ Diseñar un sistema de fortalecimiento para el recurso humano.
- ✓ Determinar los requerimientos de capacitaciones en distintas áreas que permitan desarrollar actividades de turismo sostenible.

JUSTIFICACIÓN

En la etapa anterior se dieron a conocer las necesidades y expectativas de los turistas respecto a actividades rurales comunitarias, junto con las debilidades en los servicios que actualmente se prestan en San Luis del Carmen, demostrando la necesidad de desarrollar una propuesta que permita una diversificación en los servicios por ofrecer en las iniciativas priorizadas.

Se requiere del diseño de modelos que ofrezcan lineamientos para la prestación de los servicios turísticos, de manera que siendo implementados en las iniciativas turísticas correspondientes logren el desarrollo de las mismas y permitan mayor afluencia turística. Con la propuesta de Dirección empresarial se busca el desarrollo y mayor competitividad en las iniciativas

Estas mejoras y nuevos servicios, además de asegurar el desarrollo económico de las iniciativas priorizadas, se espera que mejoren también la economía del municipio y se establezcan nuevos vínculos entre la alcaldía con la JMT-SLC, empresarios y la comunidad, con lo que se verá beneficiado el turismo ya que todos estarán trabajando en coordinación para seguir impulsando el desarrollo municipal.

COMPONENTES

El Sub Plan de Desarrollo de Iniciativas Turísticas comprende dos componentes claves, los cuales son:

- ✓ Prestación del Servicio Turístico.
- ✓ Dirección Empresarial

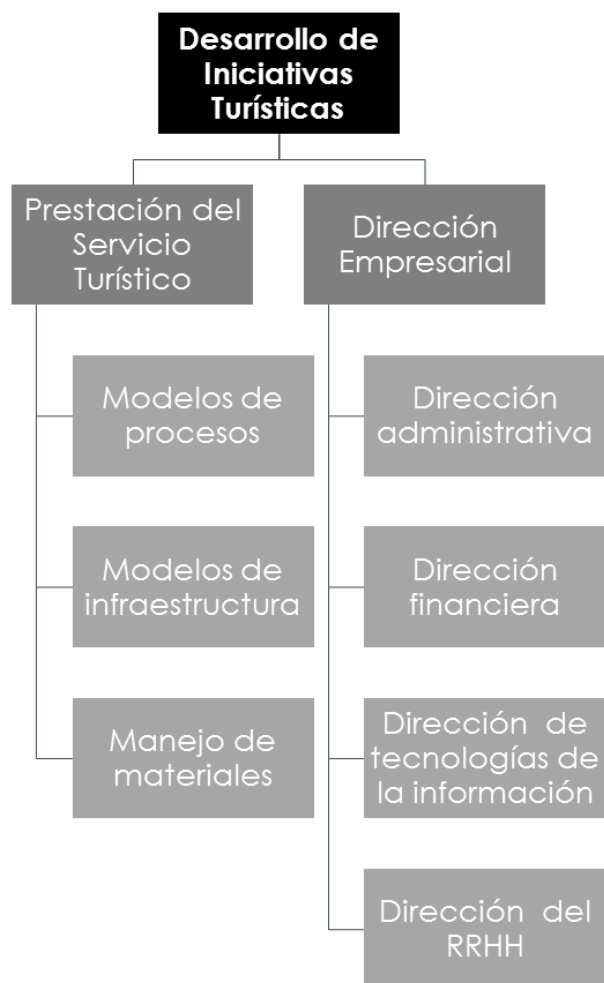


Ilustración 20. Estructura del Sub Plan de Desarrollo de Iniciativas Turísticas

MEJORA A INICIATIVAS TURÍSTICAS ACTUALES

Para llevar a cabo el diseño del producto turístico que se ofrecerá en el municipio, es necesario solventar los requerimientos de cada iniciativa priorizada que se identificaron en la etapa de diagnóstico. A continuación se presentan las soluciones que se dará a cada uno de ellos y el sub plan y programa en dónde se desarrolla la solución.

| CASCO URBANO, SAN LUIS DEL CARMEN | | | |
|--|--|--|--|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Remodelar la estética del municipio ➤ Kioscos para comercialización de productos artesanales del lugar. ➤ Nuevas actividades de entretenimiento | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Matizar muros y paredes de la infraestructura del casco urbano ✓ Planificar y programar actividades de diversión ✓ Habilitar los kioscos de la plaza del casco urbano. ✓ Gestionar financiamiento | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico Dirección empresarial |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización de todos los atractivos | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señales para las rutas fuera y dentro del casco urbano. | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación en el área de atención al turista y buenas prácticas de turismo ➤ Capacitación para administración y organización de negocios de turismo. ➤ Conocimientos de manejo de grupos de turistas con guías informativos | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar capacitaciones en las áreas requeridas | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del municipio a nivel nacional. ➤ Señalización externa para llegar al lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción a nivel nacional y participar en eventos turísticos, por ejemplo, pueblos vivos. ✓ Elaborar banners y papelería informativa del lugar | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Organización | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación en planes | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de un SI que | Administración | Organización |

| | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|
| de tour operadores regionales y nacionales. ➤ Administración de los recursos del casco | <ul style="list-style-type: none"> ✓ permita llevar un registro de la afluencia turística ✓ Creación de una estructura organizativa encargada de turismo ✓ Establecer normas de integración de las asociaciones y cooperativas con la alcaldía | del Plan | |
| Dirección | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos financieros para la adecuación del lugar para la prestación de servicios de tipo turísticos. ➤ Apoyo de la POLITUR para brindar seguridad a los visitantes del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Actividades de Dirección con diferentes entidades que permita el apoyo en las áreas requeridas. | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| | | Administración del Plan | Dirección |
| Oferta Turística | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que permita un flujo regular de visitantes ➤ Una planificación de actividades para el turismo y para la comercialización de productos artesanales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conceptualización de un producto turístico a ofertar y sus características ✓ Crear paquetes turísticos y establecer la planificación de prestación de servicios | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | | | Diseño de Paquetes |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos operativos o de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar modelos de procesos de servicios ✓ Establecer un sistema de indicadores para determinar el desempeño del funcionamiento del sitio | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | | Administración del Plan | Control de Calidad |
| Otros | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor participación de la comunidad del municipio en las actividades turísticas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear una estructura que permita el apoyo a la creación de nuevas MYPES | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |

Tabla 93. Requerimientos de la iniciativa: CASCO URBANO, SAN LUIS DEL CARMEN

| PIEDRA TALLADA EL PITAL | | | |
|--------------------------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |

| | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adecuar caminos para llegar al lugar ➤ Bancas para descanso ➤ Delimitar zonas para el turista | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos, bancas para la zona | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | | | Dirección empresarial |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización externa e interna | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señales que guíen hasta el lugar | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vías de acceso en buen estado | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar mantenimiento y mejoras para las vías de acceso al lugar | Administración del Plan | Dirección |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Guías turísticos capacitados ➤ Formación en buenas prácticas de turismo. ➤ Adecuado manejo de grupos de personas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar capacitaciones en temas relacionados al fortalecimiento del recurso humano | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Investigar a profundidad la historia de las piedras para remitir la información al turista ➤ Promoción del lugar a nivel local y regional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Campañas de promoción a nivel municipal y participar en eventos turísticos. ✓ Colocación de banners en el caso urbano informativos del lugar ✓ Elaborar suvenir relacionados con el lugar | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Organización | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Una entidad que se encargue de la administración de la iniciativa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir la estructura organizativa que administrara el lugar ✓ Establecer la normativa | Administración del Plan | Organización |

| | | | |
|--|--|--|-----------------------------------|
| | para la integración a estrategias turísticas municipales | | |
| Dirección | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos financieros para la adecuación del lugar ✓ Seguridad a los visitantes de las piedras | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos para la obtención de financiamiento para realizar inversiones en el lugar ✓ Coordinar con la alcaldía el manejo de personal de seguridad en el lugar | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| | | Administración del Plan | Dirección |
| Oferta Turística | | | |
| ➤ Realizar procesos operativos y de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar modelos de procesos del servicio ✓ Establecer un sistema de indicadores para el desempeño del lugar. | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que permita mejorar el flujo actual de visitantes | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir actividades que se puedan realizar en el lugar ✓ Integrar la iniciativa a un circuito turístico | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | | | Diseño de Paquetes |
| Otros | | | |
| ➤ Mayor participación de la comunidad de El Pital en la iniciativa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoyar en la creación de MYPES en la zona | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |

Tabla 94. Requerimientos de la iniciativa: PIEDRA TALLADA EL PITAL

| BOSQUE LOS NARANJOS | | | |
|--|--|---|-----------------------------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Áreas de uso bien delimitadas ➤ Área de camping | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos, bancas y áreas de camping | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas | Prestación del servicio turístico |

| | | | |
|---|--|--|------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ adecuada ➤ Bancas de descanso ➤ Kiosco para actividades turísticas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar financiamiento ✓ Adecuar la zona delimitando la extensión del bosque en la que se prestara el servicio turístico | Turísticas | Dirección empresarial |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización externa e interna | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señales para llegar al lugar | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vías de acceso en buen estado | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar mantenimiento y mejoras para las vías de acceso al lugar | Administración del Plan | Dirección |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación en la creación en nuevos atractivos ➤ Administración del sitio y su cuerpo de agua | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar capacitaciones para el recurso humano | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colocación de banners informativos del lugar. ✓ Campañas de promoción del bosque a nivel municipal | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Organización | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ ADESCO de Los Naranjos coordine la iniciática con la alcaldía ➤ Unidad que administre el lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer la unidad a encargarse de la administración del lugar ✓ Creación de SI que permita el registro y control de los visitantes | Administración del Plan | Organización |
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Dirección | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos financieros para la adecuación del lugar. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos para obtener financiamiento de la inversión del lugar | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguridad 24 horas para los visitantes del bosque | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar con la alcaldía para brindar seguridad las 24 horas cuando se tengan | Administración del Plan | Dirección |

| Oferta Turística | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|
| | visitantes | | |
| ➤ Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas. | ✓ Definir las actividades que se pueden realizar en el bosque | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | ✓ Integrar la iniciativa a un ruta turística como un servicio complementario de alojamiento | | Diseño de Paquetes |
| ➤ Procesos operativos o de servicio adecuados | ✓ Diseñar los modelos de procesos de servicios en el bosque | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | ✓ Establecer un sistema de indicadores que mida el desempeño del lugar | Administración del Plan | Control de Calidad |
| Otros | | | |
| ➤ Mayor participación de la comunidad en las actividades relacionadas al turismo | ✓ Integrar a los habitantes de Los Naranjos en la iniciativa con la creación de MYPES | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |

Tabla 95. Requerimientos de la iniciativa: BOSQUE LOS NARANJOS

| MIRADOR ISLA DE CRISTO | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |
| ➤ Adecuación de mirador y bancas ➤ Nuevas actividades de entretenimiento ➤ Remodelación de la zona de embarcación para el restaurante flotante | ✓ Habilitar kiosco del mirador | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | ✓ Construir caminos seguros para embarcar a los visitantes del restaurante ✓ Gestionar financiamiento | | Dirección empresarial |
| ➤ Señalización de externa e interna | ✓ Instalar señales en el casco urbano y dentro de la zona de la iniciativa para guiar al turista las zonas de | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |

| | | | |
|--|---|--|------------------------|
| | embarcación | | |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Conocimientos de administración para propietarios de la iniciativa ➤ Formación en atención al cliente y BPT ➤ Técnicas para la diversificación de productos del restaurante, coste y comercialización ➤ Capacitación en manejo de los alimentos e inocuidad | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar capacitaciones en la áreas requeridas | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional ➤ Señales informativas de la ubicación y atractivos del lugar específicamente en Suchitoto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción a nivel nacional y participar en eventos turísticos. ✓ Establecer alianzas con la asociación de lancheros del puerto San Juan, para rutas turísticas ✓ Elaborar señales publicitarias en el puerto San Juan y otros sitios que capten la atención del turista. | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Organización | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación de la estructura de la cooperativa ALTINA, a nivel regional ➤ Desarrollo en conjunto con las municipalidades de Azacualpa y San Francisco Lempa para promocionar el turismo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de un SI para el registro y control de los visitantes ✓ Descentralizar la administración del restaurante con la administración de la cooperativa ALTINA | Administración del Plan | Organización |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de formatos para el manejo de datos del restaurante flotante | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Dirección | | | |

| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos financieros para la adecuación del mirador y remodelación del restaurante ✓ Seguridad de los visitantes ✓ Alianzas estratégicas con entidades externas al municipio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Plantear modelos de financiamiento para las inversiones requeridas | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
|--|--|--|-----------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Integrar la iniciativa a proyectos regionales ✓ Coordinar con POLITUR la seguridad de los visitantes. | Administración del Plan | Dirección |
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Oferta Turística | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas. ➤ Planificación de actividades para el turismo y para la comercialización de productos relacionados con la pesca de tilapias | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estructurar circuitos turísticos donde se incluya la iniciativa. ✓ Contar con un pronóstico de venta de la prestación de servicios. | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | | | Diseño de Paquetes |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos operativos adecuados para la prestación de los servicios | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar los modelos de los procesos relacionados al mirador y al restaurante flotante ✓ Establecer un sistema de indicadores que determine el desempeño de sitio. | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | | Administración del Plan | Control de Calidad |
| Otros | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor participación de | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Permitir la creación de | Sub Plan de | Dirección empresarial |

| | | | |
|---|---|--|--|
| la comuna y cooperativa en actividades turísticas | MYPES independientes de la estructura de la cooperativa | Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | |
|---|---|--|--|

Tabla 96. Requerimientos de la iniciativa: MIRADOR ISLA DE CRISTO

| EL FARO | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Áreas de descanso y para servicio alimenticio apropiadas ➤ Equipamiento propicio del bar del restaurante y del ferri la Luna | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adecuación de las áreas de restaurante y bar ✓ Remodelación del ferri la luna para prestar servicios de entretenimiento | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar financiamiento | | Dirección empresarial |
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitación en áreas de Administración y organización de negocios de turismo para restaurantes y hostel de la isla. ➤ Formación en el área de atención al cliente y buenas prácticas ➤ Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas e inocuidad. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirección de capacitaciones en las áreas requeridas | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel regional y nacional ➤ Señales dentro y fuera del municipio para llegar al lugar. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción a nivel nacional y participar en eventos turísticos ✓ Organizar actividades municipales en el restaurante ✓ Elaboración de señales ✓ Colocación de banners | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |

| | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|
| | <p>informativos del lugar en el ferry La Luna</p> <p>✓ Realizar rutas turísticas en el ferry con destino al restaurante el Faro</p> | | |
| Organización | | | |
| <p>➤ Participación del propietario del restaurante con la alcaldía</p> <p>➤ Administración del lugar</p> | <p>✓ Creación de un SI para el registro y control de los visitantes del restaurante y usuarios del ferry</p> | Administración del Plan | Organización |
| | <p>✓ Creación de formatos para el manejo de datos del restaurante flotante</p> | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Dirección | | | |
| <p>✓ Recursos financieros para mejoramiento del ferry</p> <p>✓ Alianzas con la asociación del puerto san Juan</p> | <p>✓ Actividades de Dirección que permita el apoyo en las áreas requeridas</p> | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Oferta Turística | | | |
| <p>➤ Pertener a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas.</p> <p>➤ Una Planificación de actividades para el turismo y para la comercialización de servicios relacionados con el ferry</p> | <p>✓ Crear paquetes turísticos con diferentes destinos en el municipio y establecer la planificación de la prestación de los servicios</p> | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | <p>✓ Diversificar los servicios del ferry para la organización de eventos sociales</p> | | Diseño de Paquetes |
| <p>➤ Procesos operativos o de servicio adecuados</p> | <p>✓ Diseñar los modelos de los procesos relacionados al mirador</p> | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas | Prestación del servicio turístico |

| | | | |
|---|--|-------------------------|--------------------|
| | y al restaurante flotante | Turísticas | |
| | ✓ Establecer un sistema de indicadores que determine el desempeño de sitio. | Administración del Plan | Control de Calidad |
| Otros | | | |
| ➤ Alianzas con la cooperativa ALTINA y ADESCOS del municipio para la integración conjunta de los servicios turísticos | ✓ Crear una estructura municipal que organice y direcciona las entidades que impulsen iniciativas turísticas | Administración del Plan | Organización |

Tabla 97. Requerimientos de la iniciativa: EL FARO

| ISLA DEL ERMITAÑO, CERRO LA VIRGEN | | | |
|--|--|--|-----------------------------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Senderos y caminos delimitados para el turista ➤ Área de camping adecuada ➤ Áreas para descanso como bancas y mesas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de senderos, bancas, mesas y kioscos para actividades de ocio ✓ Planes de mtto. para resguardar los recursos y atractivos de la cueva del ermitaño | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantenimiento de la cueva y sus alrededores | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar la obtención de financiamiento | | Dirección empresarial |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización interna y externa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señales para llegar al lugar indicando los lancheros que realizan los viajes, así como señalar dentro de la isla los diferentes atractivos | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitación en administración y organización de negocios turísticos ➤ Capacitación para los lancheros como guías turísticos ➤ Formación en la | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar capacitación en las diferentes áreas requeridas | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |

| | | | |
|--|--|--|-----------------------------------|
| preservación de los recursos naturales | | | |
| Promoción y Publicidad | | | |
| ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colocación de banners informativos de la cueva y del cerro la virgen ✓ Realizar campañas de promoción y participar en eventos turísticos | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Organización | | | |
| ➤ Administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar la estructura organizativa encargada de administrar el lugar ✓ Creación de un SI para el control de los viajes en lancha realizados | Administración del Plan | Organización |
| Dirección | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos financieros para la adecuación de la isla ✓ Brindar seguridad a los visitantes | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos financieros para la obtención de recursos para la inversión | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar con la alcaldía y las diferentes entidades que hacen uso de la isla para fines turísticos, la seguridad de los visitantes | Administración del Plan | Dirección |
| Oferta Turística | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Integración a una oferta turística consolidada que permita mejorar el flujo de visitantes ➤ Planificación para las actividades de turismo relacionados con el rescate y preservación de la historia | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear paquetes turísticos que incluyan la iniciativa, planificando actividades relacionadas con los atractivos del lugar. | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | | | Diseño de Paquetes |

| | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|
| ➤ Procesos operativos o de servicio adecuados | ✓ Diseñar modelos de procesos para la prestación de servicios turístico en la zona | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | ✓ Establecer un sistema de indicadores que permita determinar el desempeño del lugar | Administración del Plan | Control de Calidad |

Tabla 98. Requerimientos de la iniciativa: ISLA DEL ERMITAÑO, CERRO LA VIRGEN

| ISLA LOS PAJAROS | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Senderos ➤ Delimitación de la zona para el turista ➤ Zona de camping | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos y senderos propiamente delimitados para la seguridad del turista. | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización respectiva interna y externa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señalización | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación en atención al cliente y buenas prácticas de turismo ➤ Formación en la preservación de la fauna de la zona | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirección de capacitación para la formación del recurso humano | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional. ➤ Señales informativas de los atractivos del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción a nivel nacional sobre las especies que habitan ✓ Participar en eventos turísticos | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Organización | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar una estructura organizativa para administrar la isla ✓ Creación de un SI para el control de los viajes en lancha realizados | Administración del Plan | Organización |
| Dirección | | | |

| | | | |
|--|--|--|-----------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos financieros para la adecuación de la isla. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos para obtener financiamiento que permita la correcta inversión en el lugar. | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguridad para los visitantes ✓ Seguridad para la fauna de la isla | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar con las alcaldías la seguridad de la zona, así como la protección de las especies. | Administración del Plan | Dirección |
| Oferta Turística | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que diversifique las actividades a realizar y mejora la afluencia de turistas. ➤ Planificar actividades que fomenten la conservación de la fauna y ecosistemas. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estructurar rutas turísticas que incluya la isla entre otras. ✓ Contar con un pronóstico de ventas y prestación de servicios para la planificación de las actividades | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | | | Diseño de Paquetes |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos de operativos en la prestación de servicios adecuados. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar los modelos de procesos de la prestación de los servicios en la isla. | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer un sistema de indicadores que mida el desempeño de la iniciativa | Administración del Plan | Control de Calidad |
| Otros | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Establecer vínculos con entidades relacionadas a la protección de especies animales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar prioridad en la iniciativa a la conservación de la fauna de la isla | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |

Tabla 99. Requerimientos de la iniciativa: ISLA LOS PAJAROS

| ISLA DEL BURRO | | | |
|--|--|--|-----------------------------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Caminos y senderos para los visitantes. ➤ Adaptación de una entrada accesible todo el año ➤ Zona de recreación y descanso | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos delimitados para los turistas, adaptación de zonas para ocio y modificar la zona donde se desembarca para que se pueda visitar la isla durante todo el año | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización tanto en el municipio como en la isla para la ubicación de los visitantes | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración de señales informativas | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención al cliente y buenas prácticas de turismo ➤ Capacitar en primeros auxilios y situaciones de emergencia a los guías de las islas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar capacitaciones en las áreas requeridas para el recurso humano | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción de la isla a nivel local ➤ Difundir información acerca de los atractivos del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción de la isla, participando en diferentes eventos turísticos ✓ Elaborar banners y papelería informativa de la isla | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Organización | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organización conjunta con la asociación de lancheros del puerto San Juan | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer normativas para organizar actividades conjuntas con la asociación de lancheros | Administración del Plan | Organización |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración de la isla | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar una estructura que permita la correcta administración de la iniciativa | | |

| | | | |
|--|--|--|-----------------------------------|
| | ✓ Crear un SI que registre y controle a afluencia de visitantes y viajes en lancha | | |
| Dirección | | | |
| ✓ Recursos financieros junto con la asociación de lancheros para la adecuación de la isla | ✓ Establecer modelos para obtener recursos económicos que brinden la inversión requerida | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| ✓ Seguridad para la turistas | ✓ Coordinar con la asociación la seguridad de la isla | Administración del Plan | Dirección |
| Oferta Turística | | | |
| ➤ Pertener a una oferta turística consolidada que diversifique las actividades a realizar y mejora la afluencia de turistas. | ✓ Estructurar rutas turísticas que incluya la isla entre otras. ✓ Contar con un pronóstico de ventas y prestación de servicios para la planificación de las actividades | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | | | Diseño de Paquetes |
| ➤ Realizar procesos de operativos en la prestación de servicios adecuados. | ✓ Diseñar los modelos de procesos de la prestación de los servicios en la isla. | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | ✓ Establecer un sistema de indicadores que mida el desempeño de la iniciativa | Administración del Plan | Control de Calidad |
| Otros | | | |
| ➤ Alianzas con organizaciones de Suchitoto para ofrecer servicios turísticos en conjunto | ✓ Integrar un plan que demuestre el beneficio de trabajar en conjunto organizaciones de los municipios | Administración del Plan | Dirección |

Tabla 100. Requerimientos de la iniciativa: ISLA DEL BURRO

| CERRO LA MESA | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Caminos y senderos seguros para el turista ➤ Bancas y mesas en la cima del cerro así como zonas de recreación | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de senderos, caminos y sitios de recreación y ocio para los visitantes | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización interna y externa del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señales para orientar a los visitantes | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención al cliente y buenas prácticas de turismo ➤ Primeros auxilios y situaciones de emergencia | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar capacitación para en recurso humano en las áreas requeridos ✓ Formación para MYPES turísticas | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del cerro a nivel local y nacional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Participar en eventos turísticos para dar a conocer los atractivos del cerro ✓ Elaborar banners publicitarios del cerro | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Organización | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar una estructura organizativa que permita la correcta administración del cerro ✓ Incluir micro negocios en la cima del cerro que promuevan el desarrollo municipal | Administración del Plan | Organización |
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Dirección | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos financieros | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer normativas | Administración | Organización |

| | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|
| para la adecuación del lugar que permita la prestación de servicios turísticos | para la integración de la asociación de mujeres a la iniciativa | del Plan | |
| ✓ Incentivar a la comunidad para invertir en el cerro con micro negocios en el cerro | ✓ Establecer modelos para la obtención de financiamiento para la inversión requerida | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| Oferta Turística | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita mejorar el flujo actual de los visitantes ➤ Incluir a los habitantes del municipio para ofrecer una oferta diversificada | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir actividades que se puedan realizar ✓ Integrar la iniciativa a un circuito turístico ✓ Importar negocios del casco urbano y demás cantones a la iniciativa. | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | | | Diseño de Paquetes |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos operativos o de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar modelos de los procesos de servicio turístico ✓ Establecer un sistema de indicadores que permita medir el desempeño del lugar | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | | Administración del Plan | Control de Calidad |
| Otros | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Incluir como actores principales a la comunidad de San Luis del Carmen | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Integrar en el plan de desarrollo a pequeños negocios del municipio para su participación activa en la iniciativa | Administración del Plan | Dirección |

Tabla 101. Requerimientos de la iniciativa: CERRO LA MESA

| LAS PILAS | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |
| Físicos | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Senderos y caminos adecuados ➤ Área de picnic ➤ Bancas y zonas de descanso | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos, senderos, bancas y mesas. ✓ Adecuación del lugar para picnic | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización desde el casco urbano hasta las pilas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración de señales para ubicar a los visitantes | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Guías turísticos capacitados en atención al cliente y primeros auxilios ➤ Formación en la creación de nuevos atractivos ➤ Buenas prácticas de turismo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar capacitaciones en las áreas requeridas | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel local y nacional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Campañas de promoción así como participación en eventos turísticos ✓ Organización de eventos culturales, sociales, entre otros, en el cerro ✓ Elaborar banners informativos sobre los atractivos del lugar | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Organización | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Asociaciones y cooperativas se interrelacionan para la administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer vínculos con la asociación de mujeres y ADESCOS del municipio para administrar en conjunto la iniciativa | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar una estructura organizativa para la | Administración del Plan | Organización |

| | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|
| | correcta administración del lugar | | |
| Dirección | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos financieros para la adecuación de la zona tanto los caminos y senderos como la cima del cerro ✓ Recurso humano dispuesto a invertir en pequeñas iniciativas económicas dentro de la iniciativa del cerro ✓ Seguridad para los visitantes | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos para obtener financiamiento sobre la inversión requerida | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar alcaldía con PNC la seguridad de la zona | Administración del Plan | Dirección |
| Oferta Turística | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertenecer a una oferta consolidada que permita mejorar la afluencia de visitantes ➤ Diversidad de actividades | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir las actividades que se pueden realizar en la zona ✓ Crear circuitos turísticos que integren a la iniciativa ✓ Definir los micro negocios más favorables a llevar a cabo en la zona | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | | | Diseño de Paquetes |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos de servicio adecuados | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar modelos para la prestación de servicios ✓ Establecer un sistema de indicadores para medir el desempeño de la zona | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | | Administración del Plan | Control de Calidad |
| Otros | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor participación de los habitantes de la comunidad en actividades turísticas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear una estructura abierta que permita la creación de nuevas MYPES | Administración del Plan | Dirección |

Tabla 102. Requerimientos de la iniciativa: LAS PILAS

| CEMENTERIO INUNDADO | | | |
|----------------------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| REQUERIMIENTO | SOLUCION | DESARROLLO | |
| | | SUB PLAN | PROGRAMA |

| Físicos | | | |
|---|---|--|-----------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Caminos para llegar al lugar ➤ Bancas y zonas de picnic para descanso y recreación | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de caminos seguros para llegar al cementerio, así como bancas y mesas para ocio | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Señalización adecuada tanto interna como externa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar señales en el lugar de la iniciativa y en el casco urbano | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Conocimiento | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Formación en atención al cliente y buenas prácticas de turismo ➤ Conocimiento acerca de la historia y eventos que llevaron al cantón San Juan a hundirse | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirección de capacitación para los guías turísticos en las áreas requeridas | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Dirección empresarial |
| Promoción y Publicidad | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promoción del lugar a nivel local ➤ Señales informativas acerca del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de promoción y participar en eventos turísticos a nivel regional ✓ Elaborar banners informativos acerca de la historia del municipio y sus cambios con el tiempo | Sub Plan del Producto Turístico | Promoción y Publicidad |
| Organización | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración del lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer una estructura organizativa para la administración y conservación | Administración del Plan | Organización |
| Dirección | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos financieros para la adecuación de los caminos para llegar al lugar | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos de financiamiento para la inversión en la iniciativa | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| Oferta Turística | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pertenecer a una oferta turística consolidada que diversifique las actividades a realizar y mejora la afluencia de turistas. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estructurar rutas turísticas que incluya el cementerio entre otros. | Sub Plan del Producto Turístico | Diseño de Circuitos |
| | | | Diseño de Paquetes |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar procesos de operativos en la prestación de servicios adecuados. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar los modelos de procesos de la prestación de los servicios en la zona | Sub Plan de Desarrollo de las Iniciativas Turísticas | Prestación del servicio turístico |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer un sistema | Administración | Control de Calidad |

| | | | |
|--|---|----------|--|
| | de indicadores que mida el desempeño de la iniciativa | del Plan | |
|--|---|----------|--|

Tabla 103. Requerimientos de la iniciativa: CEMENTERIO INUNDADO

2.1. PROGRAMA: PRESTACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO

Descripción del Programa

En este programa se desarrolla una propuesta que incluye el diseño de modelos de procesos para la prestación de los servicios turísticos. Modelos de infraestructura que permitan el desarrollo de actividades turísticas en cada una de las iniciativas que se encuentren acorde a las expectativas de los turistas y permitan brindar un servicio de calidad. Dentro de los modelos de infraestructura turística se encuentran los lineamientos a seguir para el diseño de senderos, diseño de las áreas de camping, zonas de descanso, restaurante, alojamiento y centros de atención e información, etc. También se presenta una propuesta que sugiere el almacenamiento de insumos y equipo involucrados en la prestación de los servicios. Además se presenta un modelo de distribución en planta el cual puede ser implementado para una iniciativa turística rural comunitaria con la prestación de servicios de alojamiento, restaurante y otras actividades más.

Objetivo del Programa

Diseñar una propuesta para servicios turísticos rurales que permitan la mejora en la prestación de servicios en las iniciativas turísticas, logrando ofrecer una atención de calidad para los usuarios.

Alcance del Programa

La amplitud del programa alcanza a cada una de las once iniciativas priorizadas en temas como la construcción o adecuación de la infraestructura turística y en el área de prestación del servicio turístico, por medio de la mejora del mismo. Se contempla el diseño de los modelos ya mencionados, la implementación del programa corresponde a la administración del turismo en el municipio en este caso la JMT-SLC.

Desarrollo de la Propuesta

El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicio que se demanda. El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye la preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades del turista.

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

Servicio de acogida: cuando se reciba al cliente en el sitio o el lugar turístico donde se presente. Por lo tanto se han considerado los procedimientos de atención al turista, cuando estos sean recibido en el municipio, y cuando surja la prestación de los servicios que requiera.

Servicio de atractivos: cuando se ofrezca el servicio de actividades turísticas rurales con tal que el turista encuentre mayores atractivos en la zona. Es por ello que se han

considerado los lineamientos para senderos, camping, zonas de descanso y diferentes actividades que se puedan realizar en la zona.

Servicio de alojamiento: cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios. Por lo que han sido tomado en cuenta lineamientos para el alojamiento, basándose en un modelo de infraestructura turística ya que se cuentan con las bases para la construcción de un hostel en el cantón Los Naranjos.

Servicio de alimentación: cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento donde sean adquiridas o en instalaciones ajenas. Por lo que ha sido considerado un modelo de infraestructura turística para restaurantes, y se ha planteado el manejo de materiales correspondiente.

Servicio de información: cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios. Siendo importante que el turista identifique un sitio que le brinde este tipo de atención, se ha considerado la construcción de un centro de información en el casco urbano.

2.1.1. MODELOS DE PROCESOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

PROCESO DE LLEGADA DEL TURISTA


Las llegadas de los turistas se pueden realizar por medio de tres vías: contactar con la Junta Municipal de Turismo en San Luis del Carmen (JMT-SLC) contactar con un tour-operador y por cuenta propia.

Es importante aclarar que las visitas a áreas naturales se pueden realizar por medio de estas dos opciones: Contactar con la JMT-SLC o contactar con un tour-operador, esto debido a la asignación de guías para la buena preservación y cuidado de las áreas naturales. Mientras que las visitas a Restaurantes/Hostales si se pueden realizar por medio de las tres vías mencionadas.

LLEGADA VÍA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO-SLC

La persona contacta con la JMT-SLC del que recibe la información que desea, si la visita es a Restaurante/Hostal proporciona el número telefónico de la recepción del sitio para realizar la reservación requerida. Si es una visita a áreas naturales, con la JMT-SLC se coordina la visita. Además coordina con los guías turísticos y la seguridad, así como con el personal que brinda actividades turísticas rurales en el lugar, para ser desarrollados el día acordado con el turista. Para registrar esta información es recomendable que la JMT-SLC llene un formato como el siguiente:

JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO DE SAN LUIS DEL CARMEN



Iniciativa que desea visitar: _____

Fecha de la visita: _____ **Hora:** _____

No. de visitantes: Adultos _____, Niños _____, Adulto Mayor _____

Guías turísticos asignados: _____

Encargado de seguridad: _____

Otras actividades

Actividad: _____

Encargado(s): _____

Coordino visita: _____

firma: _____ **fecha:** _____

Ilustración 21. Formato para registro de visitas

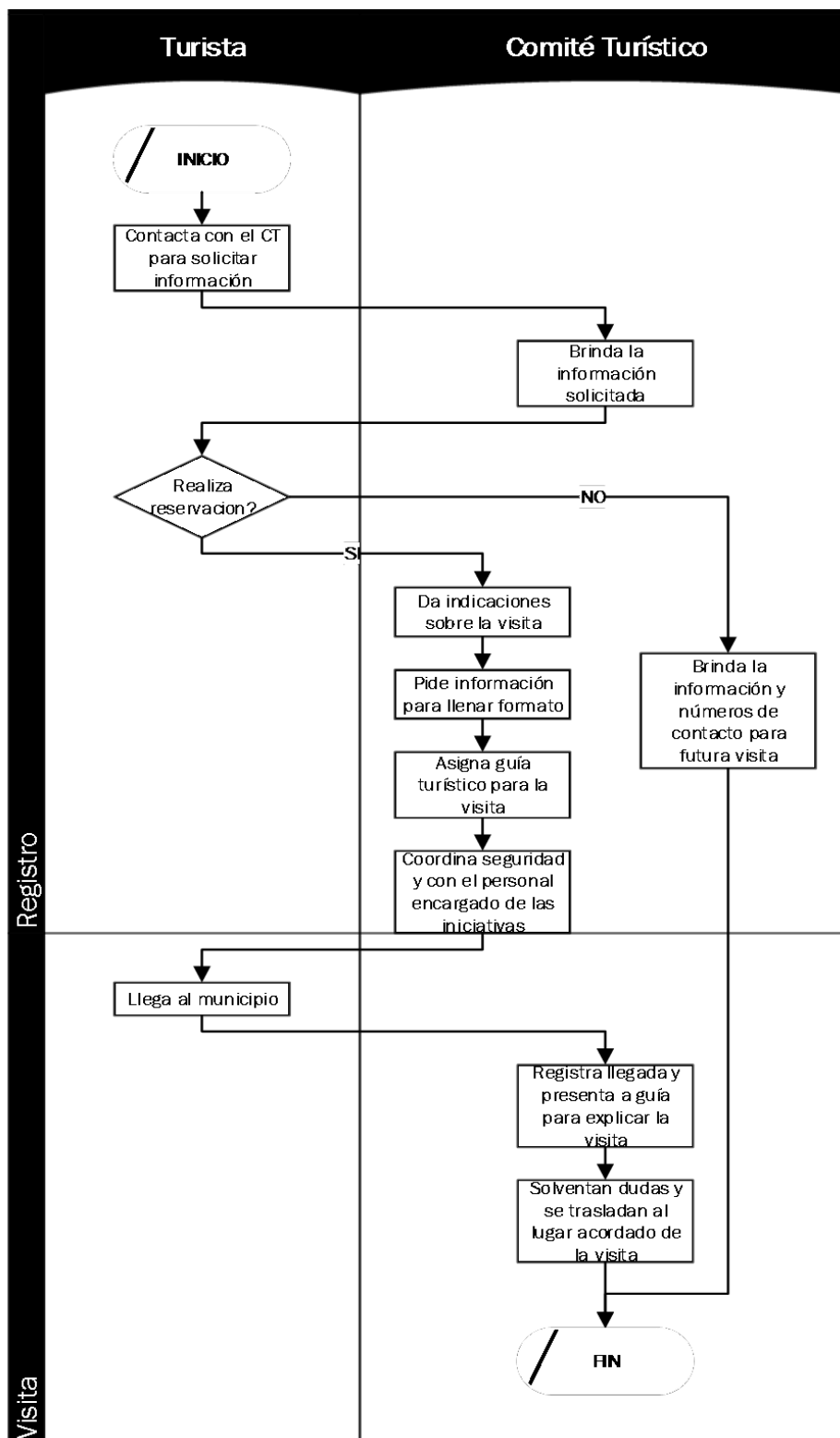


Ilustración 22. Proceso de llegada vía JMT-SLC

Llegada vía Tour-Operador

El turista realiza una llamada telefónica a las oficinas del tour-operador o hace presencia a dicho lugar, solicita información y si desea realizar reservación, se le muestran los paquetes turísticos que se ofertan explicando los servicios que incluye. El turista adquiere el paquete preferido, luego de tomar sus datos el encargado realiza las llamadas pertinentes y coordinar con la administración de las iniciativas que serán visitadas: áreas naturales y restaurante/hostal, coordina con los guías turísticos, seguridad, transporte y demás involucrados en los paquetes.

Al llegar el turista al "centro receptivo", se recibe al turista con la debida presentación del mismo, se brinda un itinerario de las actividades que se realizarán y los lugares que serán visitados, se presenta al o los guías turísticos en el momento apropiado, y se prestan todos los servicios turísticos acordados en el municipio.

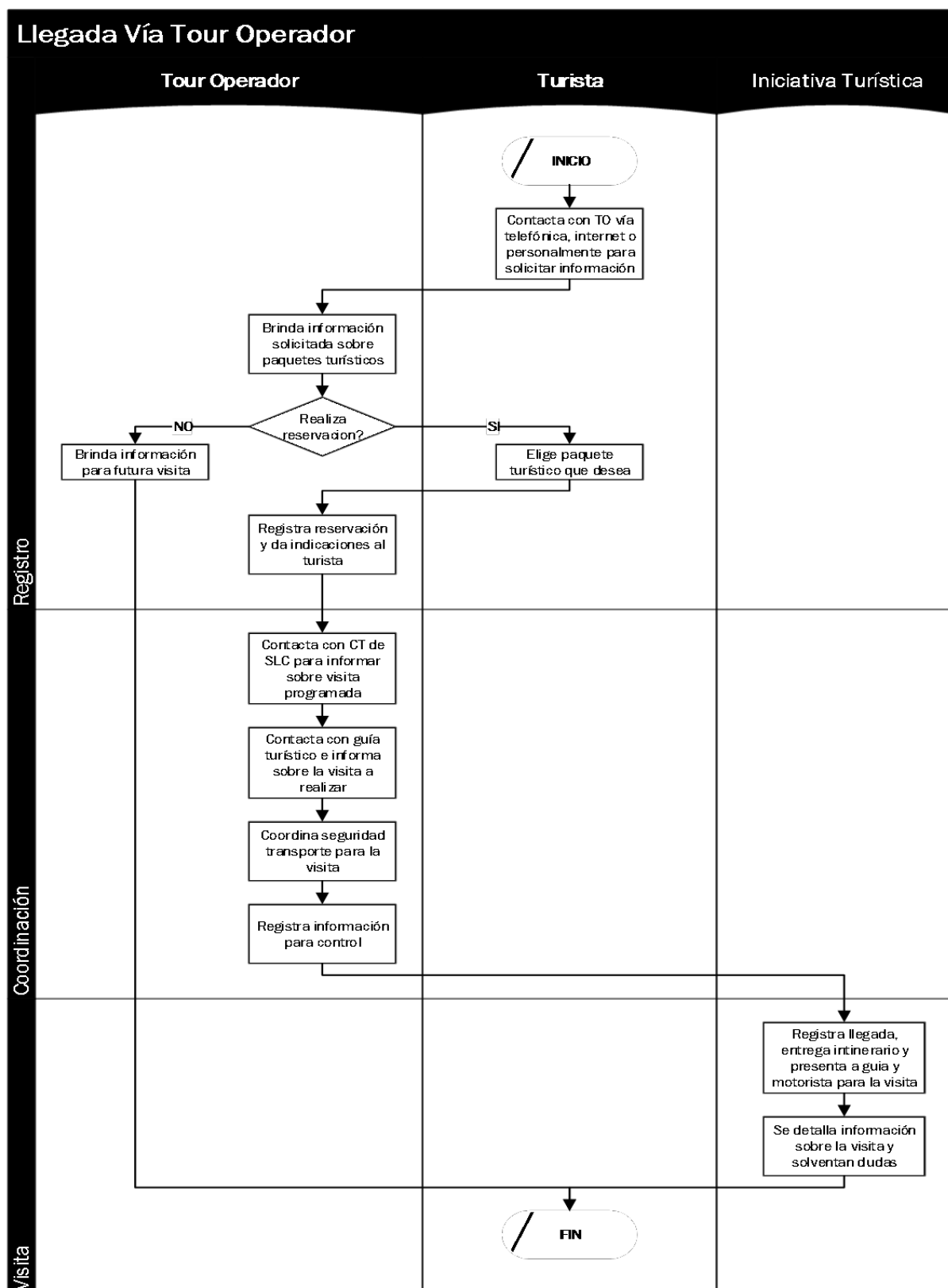


Ilustración 23. Proceso de llegada vía tour-operador

Llegada por cuenta propia

Como se mencionó anteriormente, los turistas pueden llegar por cuenta propia a los destinos turísticos de SLC donde se brinda el servicio de restaurante/hostal.

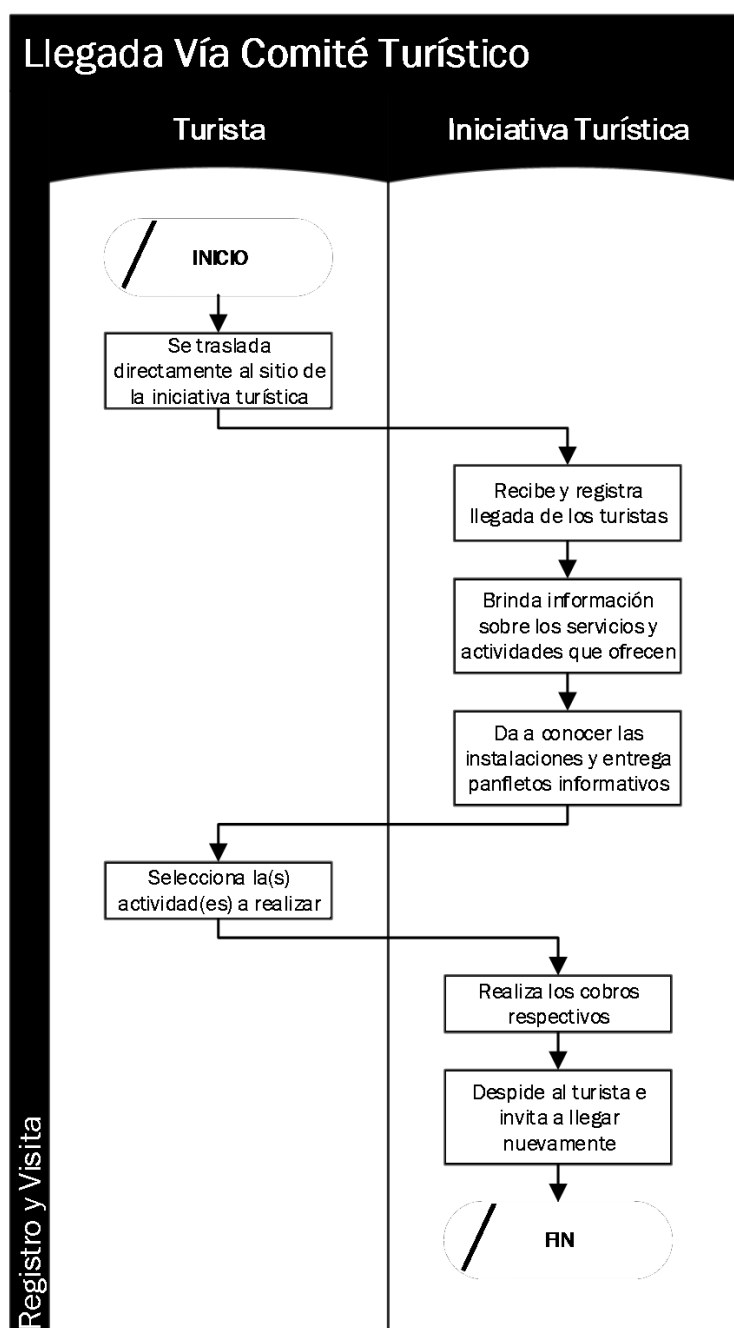


Ilustración 24. Proceso de llegada por cuenta propia

PROCESO DE HOSPEDAJE

Recepción

Cuando los turistas llegan al lugar que es el centro de receptor (Hostal Los Naranjos, Alcaldía Municipal) según el paquete adquirido; los turistas deberán ser recibidos cordialmente, en la recepción de cada sitio donde se verificará su reservación o se mostrarán los paquetes disponibles para su elección y los servicios que ofrecen en caso de no poseer reservación; se realizará la contratación del paquete si así lo desea el cliente o simplemente se mostrarán las instalaciones para que las personas se acomoden en el sitio que prefieran.

Si ha contratado un paquete de día y noche se indicará la cabaña correspondiente o solamente se mostrarán las instalaciones, se hablará sobre los servicios que ofrece con el hospedaje, se deberá presentar al personal que estará a su servicio, se indicará el itinerario del paquete y las explicaciones pertinentes de cada uno. Se puede hablar un poco sobre la historia del lugar.

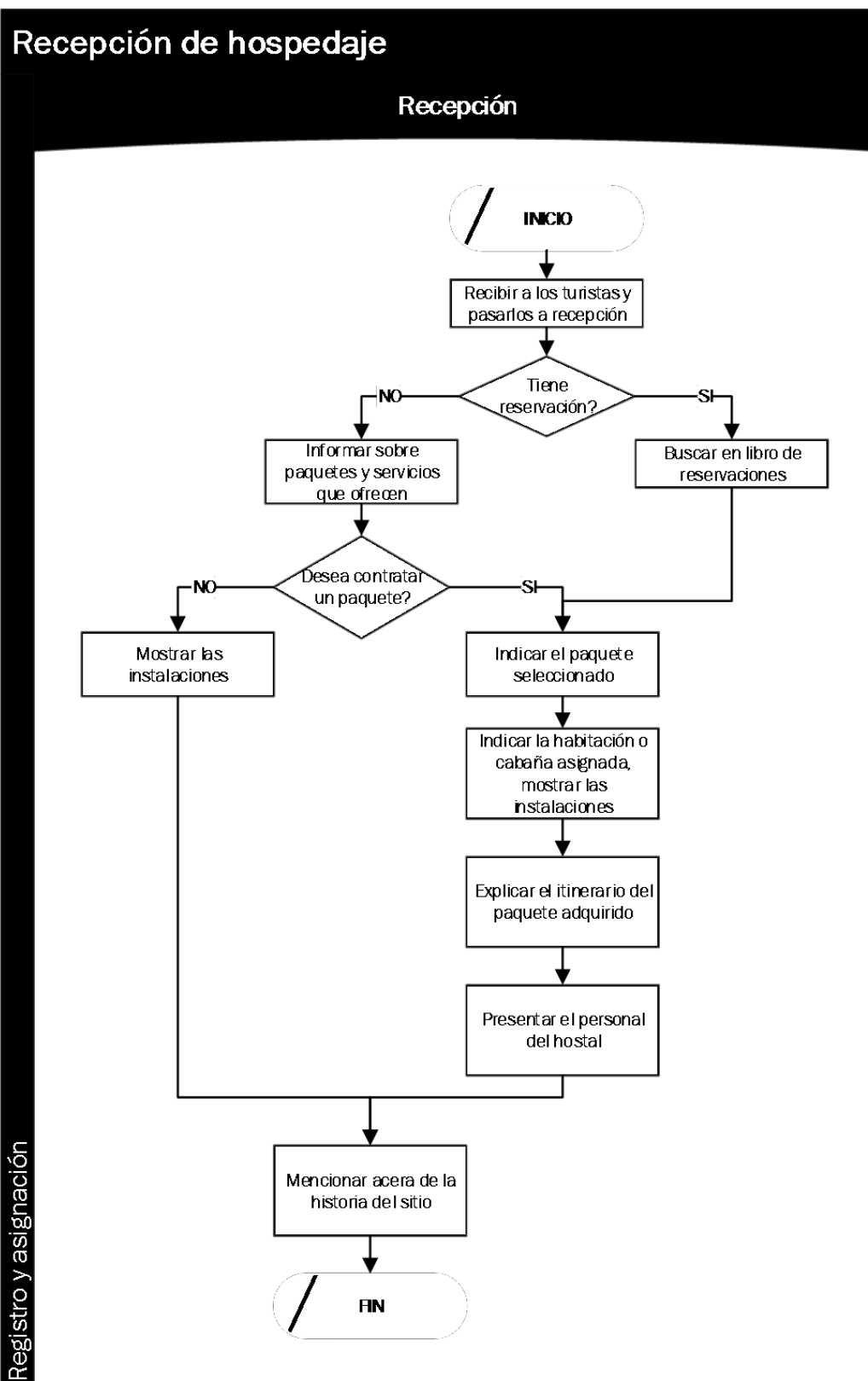


Ilustración 25. Proceso de hospedaje

Limpieza

La persona encargada de la limpieza en el hostel y las cabañas, cada día por la mañana deberá alistar los implementos de limpieza y la indumentaria limpia y trasladarse a las habitaciones/cabañas, si la cabaña está vacía puede entrar caso contrario deberá esperar y continuar con las demás. El procedimiento que debe realizar es un cambio de sabanas, limpieza general de la cabaña (incluyendo baño), colocar implementos necesarios (jabón, papel), vaciar el bote de basura, colocar las sabanas sucias en lavandería. Esto lo debe realizar en cada una de las habitaciones/cabañas, luego realizar limpieza general en el resto del sitio, deberá vigilar que los baños permanezcan limpios y lavar las sabanas.

Limpieza de habitaciones/cabañas

Encargado de limpieza

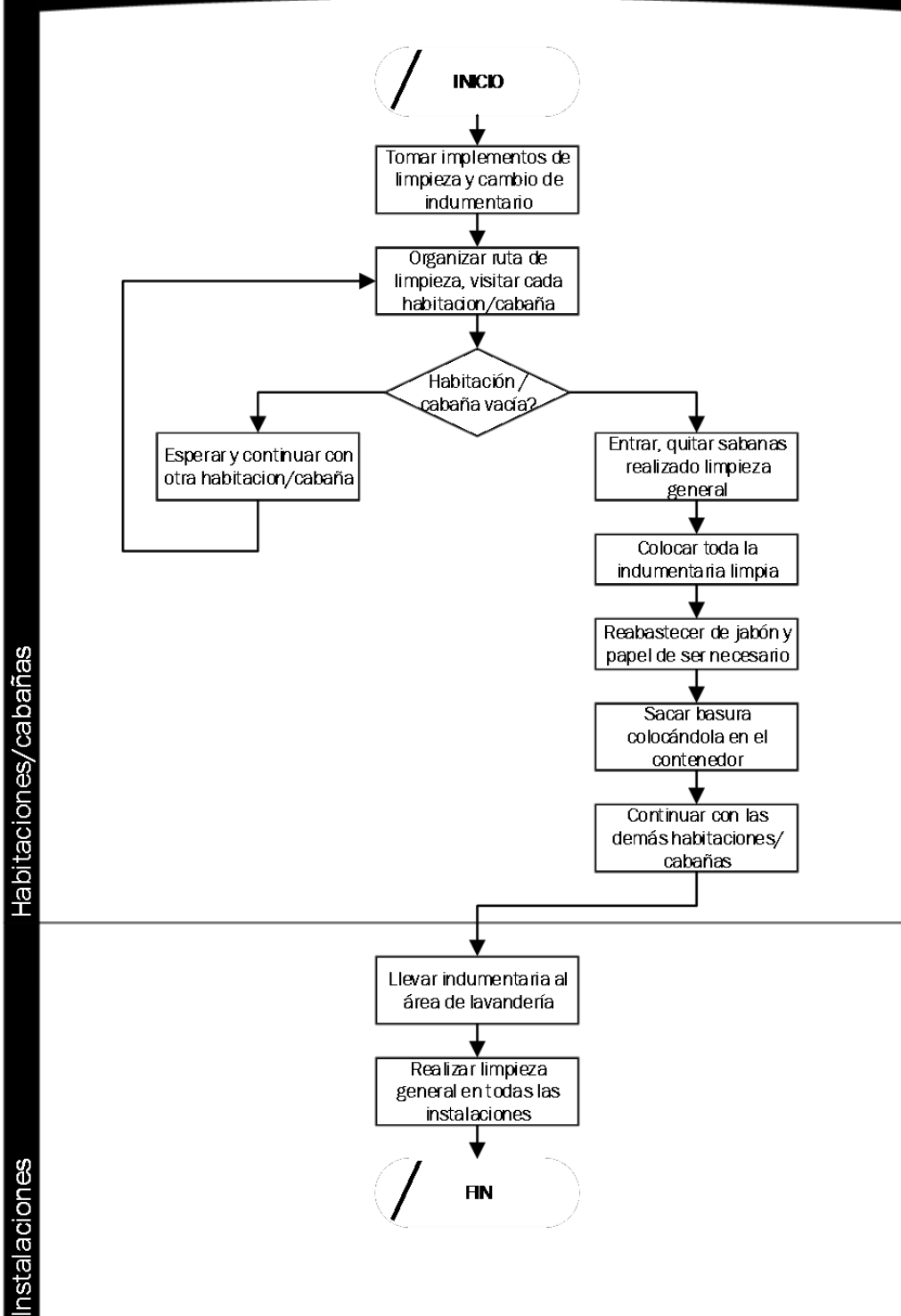


Ilustración 26. Proceso de limpieza en habitaciones/cabañas

PROCESO DE RESTAURANTE

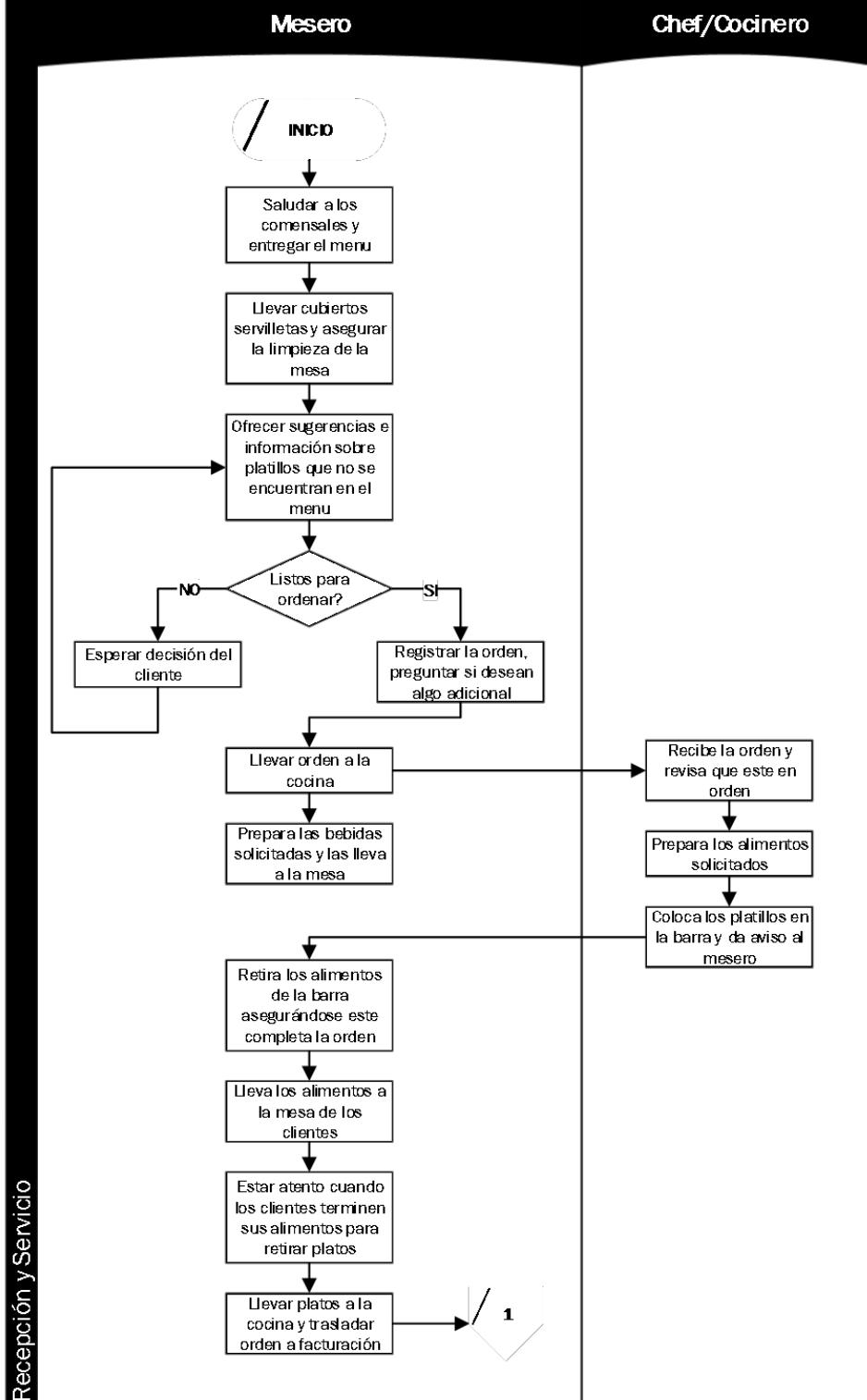
En el momento apropiado deberá entregársele al cliente el menú del restaurante, esperar la decisión del cliente y cuando éste se encuentre listo registrar la orden, enviar el pedido al restaurante. El mesero debe llevar las bebidas a la mesa, esperar a que los alimentos sean preparados y llevarlos al cliente.

Luego debe mantenerse atento y esperar el momento cuando las personas terminen de comer para retirar los platos, llevarlos a la cocina y trasladar la orden para que sea facturada.

La persona encargada de facturar tiene una lista con el precio de todo el menú que ofrece el restaurante, realiza la factura, si dicho cliente ha contratado un paquete anexa la factura a la cuenta final, caso contrario entrega la factura al mesero, quien cuando el cliente solicita la cuenta se la lleva, recibe el dinero de cancelación lo traslada al lugar de facturación donde se realiza el cobro y la cancelación de la factura.

El mesero debe entregar dicha factura cancelada al cliente junto con dulces de cortesía.

Restaurante



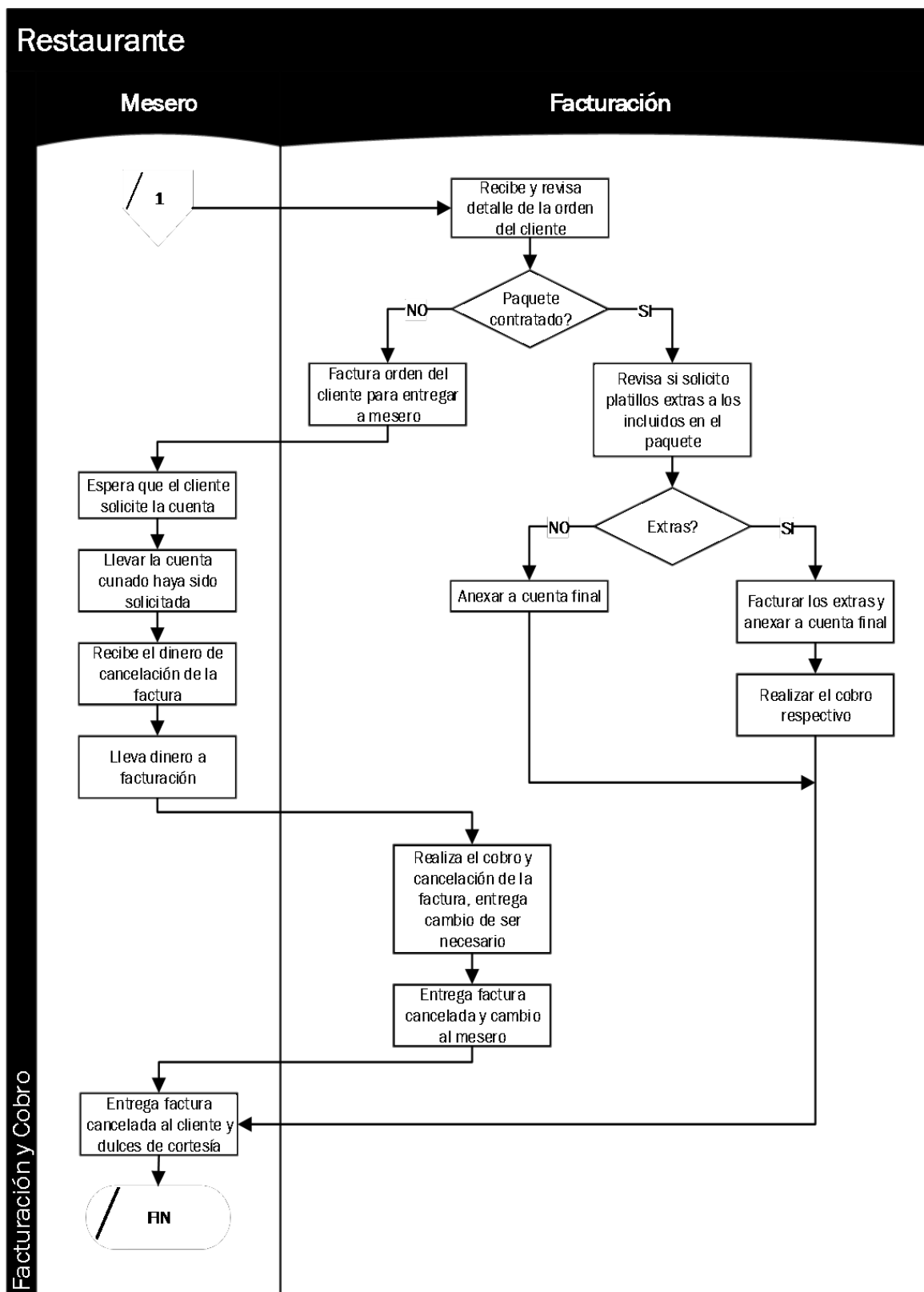


Ilustración 27. Proceso de servicio en restaurante

2.1.2.PROCESO CONTRATACIÓN DE OTROS SERVICIOS

Los turistas pueden contratar diferentes actividades como cabalgatas, paseos en lancha, paseos en carreta, actividades propias que se dan en cada lugar. El proceso que debe realizar para contratar dichos servicios es: acercarse al guía turístico para que proporcione la información debida sobre las actividades, este deberá indicar quien es el encargado de las actividades que se desarrollan y de esta manera el cliente podrá contratar los servicios de su preferencia.

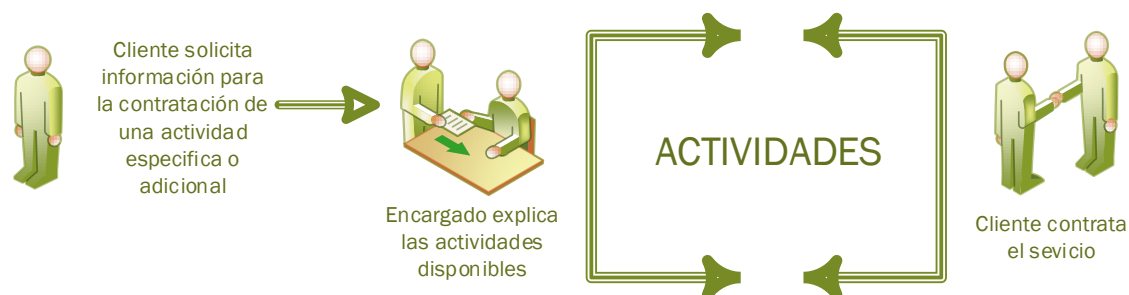


Ilustración 28. Proceso de contratación de otros servicios

MODELOS DE INFRAESTRUCTURA

Contar con infraestructura adecuada para la prestación del servicio es otro de los elementos claves para lograr la permanencia y satisfacción del cliente. La infraestructura como tal en combinación con la decoración según la temática que trate de turismo debe invitar a la persona a relajarse a conocer sobre el lugar y en especial a brindarle un ambiente de comodidad y esparcimiento, factores críticos para asegurar el regreso de la persona.

En el estudio de diagnóstico se determinaron las deficiencias en la infraestructura de las iniciativas, es por ello que se hace necesario establecer modelos de infraestructura turística, dentro de los cuales se encontraran: lineamientos que se seguirán para el diseño de senderos, diseño de áreas de camping, zonas de descanso, diseño de restaurante, alojamiento y centros de atención e información.

2.1.3.DISEÑO DE SENDEROS

En el diseño de un sendero se debe definir el tipo de recorrido y las zonas que los conformaran. Es importante tomar en cuenta que para el diseño se deben identificar cinco criterios básicos:

EMPLAZAMIENTO

Este se refiere al lugar en donde estará asentado el sendero, los tipos de emplazamiento son:

Sendero urbano: Se ubican en zoológicos, viveros, jardines botánicos, centros de educación ambiental y dentro de las ciudades.

Sendero suburbano: Se ubican en comunidades rurales, en estos se resaltan aspectos históricos, culturales y naturales, representativos de la vida en el campo.

Senderos en espacios naturales: Se ubican en espacios en los que no se percibe la presencia humana y el desarrollo urbano es nulo o escaso, este tiene como principal objetivo el acercamiento a atractivos naturales en su estado primitivo.

En el caso de los senderos para las iniciativas priorizadas se harán uso de los tres tipos de emplazamientos ya que iniciativas como el casco urbano requieren de senderos urbanos, otras como las piedras talladas de suburbanos y las zonas como las pilas y las islas de senderos naturales pero adecuados para en tránsito seguro.

ZONIFICACIÓN

Durante el diseño se debe de ir identificando las zonas de servicio.

Estación interpretativa: En este se ubicará el atractivo focal o complementario, o desde aquí se observara el atractivo a distancia, en estas estaciones el guía puede hacer una pausa para dar una explicación en especial, se pueden colocar materiales informativos en el caso de no contar con guías. En las estaciones se debe de contar con el espacio adecuado para que los visitantes presten atención al guía.

Inter-estación: Espacio entre las estaciones interpretativas, en las inter-estaciones se puede dar explicaciones del guía, pero se reconoce que ya hay áreas de mayor interés.

Inter-estación alternativa: Son rutas o senderos que se pueden utilizar para acortar el camino en caso de que no se quiera recorrer todo el sendero. También son útiles en caso de alguna emergencia.

TIPOS DE RECORRIDO

Sendero tipo circuito: En estos el inicio y final coinciden en la misma zona.

Senderos multi-circuitos: De un sendero principal, se desprenden otros senderos, con diferentes niveles de dificultad, distancia, duración y atractivos, esto permite diversificar el área de uso público.

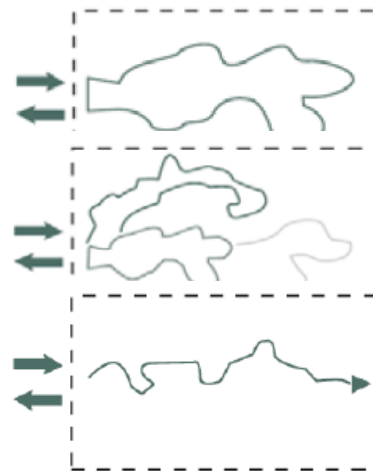
Sendero lineal o abierto: Recorrido con inicio y final en diferente zona.

MODALIDAD DEL SENDERO

Se identifican tres tipos o modalidades de utilización de los senderos interpretativos, a continuación se detallan:

Guiado

- ✓ Conducidos por un guía monitor
- ✓ Siguen normalmente una ruta definida
- ✓ Se consideran en su planeación las características del público usuario (edad, esfuerzo físico, distancias, tiempos, entre otros)
- ✓ Los grupos no deben ser numerosos, no más de 15 personas por guía
- ✓ El principal medio para transitar los senderos es por medio de la caminata, por lo que se deberán adecuar a esta actividad físico - motriz



- ✓ Planificada y cómoda.

Auto guiado

Los visitantes realizan el recorrido del sendero con la ayuda de folletos, guías, señales interpretativas, señalamientos preventivos, restrictivos e informativos u otros materiales que existan en los centros de visitantes o lugares de información. Esto, junto con íconos de recomendación e información, ayudan a realizar el recorrido de una forma segura e informativa. No se requiere de una persona intérprete de la naturaleza para realizar el recorrido.

Mixtos

El sendero está equipado con cédulas de información y además es guiado por personas capacitadas intérpretes de la naturaleza.

CONSTRUCCIÓN

Permisos: Es necesario tomar en cuenta que se puede requerir de permisos, tramitar licencias o permisos de construcción.

Época de construcción: Se deberá tomar en cuenta la época del año en la que se realizaran las obras ya que se recomienda que no sea durante la época de lluvias , ya que el exceso de agua puede dificultar los trabajos, sin embargo es importante detectar los lugares con problemas de inundación y que puedan requerir de drenaje.

Limpieza del sitio: Se eliminan malezas a lo largo del sendero y en donde se ubicarán construcciones. Esta actividad debe realizarse con mucho cuidado ya que no debe perturbarse la vegetación de manera que se provoque un impacto negativo.

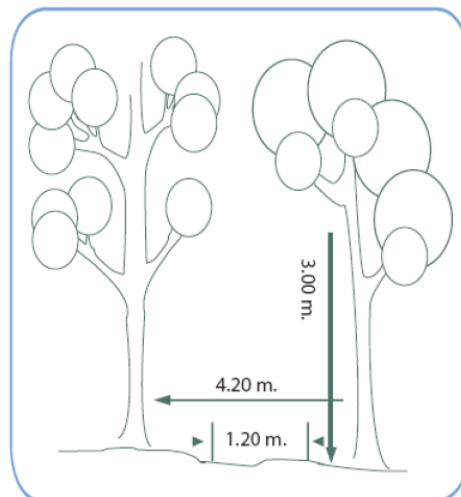
Los restos de plantas que se vayan eliminando deberán ser llevados a un lugar lejos del sendero y en donde puedan degradarse de forma natural. Algunas partes como troncos y ramas pueden ser utilizadas durante la construcción.

Marcación del terreno: Esta actividad se puede realizar con ayuda de tres personas quienes ubicaran los puntos de la misma forma que en el levantamiento topográfico, se puede utilizar cal para marcar el recorrido del sendero, la línea debe quedar al centro del sendero, el ancho del sendero puede variar de 1.20 a 1.80 m y debe de permitir al usuario tener una visión adecuada para observar elementos lejanos.

ESTÁNDARES BÁSICOS DE DISEÑO.

El sendero deberá estar regulado por parámetros técnicos de diseño:

- Ancho huella: 1.20mt – 1.80mt
- Ancho faja: 4.20mt
- Clareo en altura: 3.00mt
- Pendiente máxima: 10%
- Control de erosión por agua y con barreras: 45° – 60°



PARÁMETROS BÁSICOS DE DISEÑO PARA LOS SENDEROS.

Es importante destacar que estas son recomendaciones que se dan para senderos que están en fase de planeación y diseño, que aún no se han trazado; sin embargo debemos recordar que algunos senderos ya se han trazado por lo que las modificaciones que se le vayan a realizar deberán de tratar de adaptarse a las consideraciones técnicas y de conservación ambiental que se mencionan en Riter, 2000:

- Erosión: Es un proceso natural que se realiza constantemente, los usuarios del sendero contribuyen ya que aflojan el suelo y el agua y el aire arrastran el suelo a las zonas más bajas, se deben de dar recomendaciones para la conservación del suelo.
- Los senderos son una creación artificial: cuando un sendero se construye la meta es complementar los procesos y paisajes naturales.
- Determinar qué sucede naturalmente en un área específica y tratar de imitar hacia donde corre el agua, el viento, el crecimiento de la vegetación.
- Caminar la totalidad del área de principio a fin.
- Identificar geográficamente sobre mapas y en el terreno los sitios de interés para los visitantes, así como aquellas áreas restringidas, ya sea por seguridad u otras razones (miradores, áreas de cultivo cercadas, etc.)
- Las áreas restrictivas y sitios de interés ayudarán a conducir el sendero a lugares que la gente quiera visitar, que sean socialmente aceptados por los usuarios.
- Limpiar la vegetación a un metro a cada lado del sendero, partiendo desde el centro, no cortar los árboles sin permiso, solo se eliminarán la vegetación que impida el paso, se procurará mantener el mayor número de especies ya que éstas son parte fundamental del atractivo.
- Podar de manera adecuada las ramas enfermas o muertas para evitar mayor daño a los árboles.

Recomendaciones para disminuir y corregir los impactos ambientales en senderos.

- Evitar el paso o uso de los senderos por vehículos motorizados, cabalgatas y la práctica de ciclismo de montaña. Se pueden diseñar veredas o senderos especiales para estos usos.
- Establecer con precisión en la trayectoria del sendero, señalizaciones claras, convocando a los visitantes a mantenerse dentro del sendero (sobre todo, evitando "cortar caminos").
- En caso de senderos con propensión a lodazales, recurrir a una pavimentación a base de grava, viruta o aserrín sobre un relleno de material excavado, con pendiente hacia los lados (siempre propiciando la permeabilidad).
- Cerrar periódicamente (en forma rotativa), los senderos, a fin de evitar su maltrato excesivo y permitir su recuperación.
- Minimizar movimientos de tierra y remoción de la cubierta vegetal, en la etapa de construcción del sendero.
- Prohibir concentraciones excesivas de visitantes, a fin de evitar daños de consecuencias en los suelos.
- Prohibir terminantemente el tirado de basura en sitios no marcados para ello (inducir al visitante a no arrojar basura dentro del área protegida, sino que la lleve consigo al salir).

Propuesta de requerimiento físico para senderos.

Es necesario que en cada iniciativa exista un sendero que lleve directamente al turista hasta el centro principal de atracción. A continuación se listan los lugares en donde se ha identificado la necesidad de la construcción o adecuación de dichos senderos:





- ✓ Piedra Tallada El Pital, Cantón El Pital
- ✓ Bosque La Arboleada. Cantón Los Naranjos
- ✓ Cerro La Mesa, Cantón Los Naranjos
- ✓ Las Pilas, Cantón Los Naranjos
- ✓ Islas: Los Pájaros y del Ermitaño.

LINEAMIENTOS

- El emplazamiento corresponde a senderos en espacios naturales, sin presencia de desarrollo urbano, el objetivo principal es el acercamiento a atractivos naturales en su estado primitivo.
- Para la zonificación: la estación interpretativa será donde estén ubicados los miradores, o zonas de descanso, ahí se ubicará el atractivo focal y el guía turístico podrá brindar la explicación pertinente al lugar. Existirán bancas para que los turistas puedan refrescarse y escuchar al guía.
- Tipo de recorrido será sendero tipo circuito, ya que el inicio y final del recorrido coinciden en la misma zona.
- La modalidad del sendero será Guiados, ya que serán conducidos por un guía turístico que muestre el recorrido, brinde explicaciones sobre el lugar y esté capacitado en dichas áreas.
- Para la construcción de los senderos se deben solicitar los permisos a la Alcaldía Municipal y en el caso de las islas y zonas dentro del humedal a la CEL o autoridad

correspondiente. La construcción se debe realizar en época de verano para evitar contratiempos y dificultados en los trabajos. En primer lugar se debe realizar una limpieza del sitio dejando libre de perturbaciones el camino. En la construcción deberán ser utilizados troncos, ramas y otros materiales naturales. La construcción de dichos senderos debe estar a cargo de la JMT-SLC.

Se propone la construcción de senderos en las siguientes iniciativas:

| INICIATIVA | DESCRIPCION DEL SENDERO | |
|--|--|--|
| <p>Piedra Tallada, El Pital</p> | <p>Este sendero se compone principalmente de tierra, inicia en la entrada del cantón El Pital se debe pasar por propiedad privada donde se ubica un pequeño establo, luego en campo abierto hasta llegar a las piedras talladas.</p> |  |
| <p>Bosque La Arboleada, Los Naranjos</p> | <p>Un camino de pastizal conforma el sendero en cual se puede realizar partiendo desde el cantón Santa Cruz, por la orilla del embalse, introduciéndose en el bosque hasta llegar a la zona de camping.</p> |  |
| <p>Isla del Ermitaño, Lago de Suchitlan</p> | <p>Dentro de la isla se encuentra un camino definido para caminar y llegar hasta la cueva del ermitaño pasando por diferentes lugares donde realizaba diferentes actividades, el terreno se compone de vegetación densa, la cual debe ser adecuada para la seguridad de los visitantes.</p> |  |
| <p>Cerro La Mesa, Los Naranjos</p> | <p>Es un camino con pendientes pronunciadas para su llegada se debe caminar alrededor de 45min, es boscoso en su mayoría del trayecto y al final se puede apreciar el embalse del cerrón grande y en su parte más alta una planicie ideal para la construcción de un mirador y zona de descanso.</p> |  |




| | | |
|---|---|--|
| <p>Isla Los Pájaros, Lago de Suchitlan</p> | <p>Desembarcando a orillas de la isla se puede realizar una caminata por el borde, ya que dentro del bosque habitan especies peligrosas, se puede llegar hasta la isla vecina donde se dio la masacre de Copapayo. El terreno inclusive permite la construcción de un sendero para realizar bici montaña a orillas de las islas.</p> |  |
| <p>Las posas, Los Naranjos</p> | <p>Es un sendero con una diversidad de terrenos, en su inicio se deben cruzar unos árboles y pasar por un río, es una zona muy húmeda, para llegar a una colina en la que se puede apreciar la vista al lago, para luego incorporarse al bosque pasando por zonas pedregosas y de tierra, hasta llegar a las pilas. Es un camino que ya está completamente delimitado su adecuación debe enfocarse en la seguridad de los visitantes.</p> |  |
| <p>Cementerio Inundado, Los Naranjos-Embalse Cerrón Grande</p> | <p>Se pueden construir dos senderos para llegar al cementerio, uno iniciando con el sendero de las pilas bifurcándose en las colinas, se llega hasta la orilla del embalse para cruzar un pequeño río a través de la maleza. El otro sendero se puede construir desde las pilas en el cual se debe seguir por el bosque siguiendo la corriente de agua de las pilas hasta donde desemboca en el embalse para continuar por el pastizal y llegar hasta el cementerio inundado.</p> |  |

Tabla 104. Requerimiento de Senderos

De igual manera se propone la construcción de miradores en los siguientes lugares:

| INICIATIVA | UBICACION |
|----------------------------|--------------|
| Piedra Tallada | El Pital |
| Bosque La Arboleada | Los Naranjos |

| | |
|-------------------------------|-------------------|
| Mirador Isla de Cristo | Santa Cruz |
| Cerro La Mesa | Los Naranjos |
| Isla Los Pájaros | Lago de Suchitlan |

Tabla 105. Requerimiento de Miradores

En zonas alrededor de los miradores se recomienda la colocación de bancas, para que los visitantes puedan refrescarse y descansar y a su vez puedan apreciar de la vista panorámica. A continuación se muestra la distribución de bancas para cada uno de los miradores.

| INICIATIVA | UBICACION | No. DE BANCAS |
|-------------------------------|-------------------|---------------|
| Piedra Tallada | El Pital | 3 |
| Bosque La Arboleada | Los Naranjos | 3 |
| Mirador Isla de Cristo | Santa Cruz | 4 |
| Cerro La Mesa | Los Naranjos | 5 |
| Isla Los Pájaros | Lago de Suchitlan | 4 |

Tabla 106. Requerimiento de bancas

En resumen los requerimientos de infraestructura para el Plan de Desarrollo Turístico son:

| REQUERIMIENTO | CANTIDAD |
|------------------|----------|
| Senderos | 7 |
| Miradores | 5 |
| Bancas | 19 |

Tabla 107. Requerimiento de senderos, miradores y bancas

Mobiliario recomendado para senderos

El mobiliario será un elemento que permitirá hacer de la estancia de los visitantes una experiencia cómoda y segura. Debe permitir hacer una mejor interpretación de los senderos, ya que se a lo largo de los recorridos se proporcionaran materiales didácticos que sirvan de apoyo a la transmisión de información. El mobiliario recomendado para senderos es: Bancas y Miradores.

El tipo de materiales para la construcción del mobiliario debe ser tradicional y que se pueda adquirir de manera local, siempre y cuando su extracción no dañe al medio ambiente, los materiales deben ser resistentes a las condiciones ambientales y que no requieren mucho mantenimiento.

Se deben de considerar diversos aspectos para la selección de materiales:

- Existencia en el mercado local
- Facilidad de adquisición
- Costo de fabricación
- Ubicación en el lugar
- Costo de colocación
- Mantenimiento
- Vida útil
- Resistencia a condiciones climáticas

Para la elaboración del mobiliario se mencionan algunas recomendaciones técnicas:

- La madera deberá ser atornillada si se utilizan clavos durará poco.

- No utilizar maderas como pino, robles, ciprés, se recomienda utilizar maderas duras como cedro o abeto.

2.1.4. DISEÑO PROPUESTO DE BANCAS PARA SENDERO

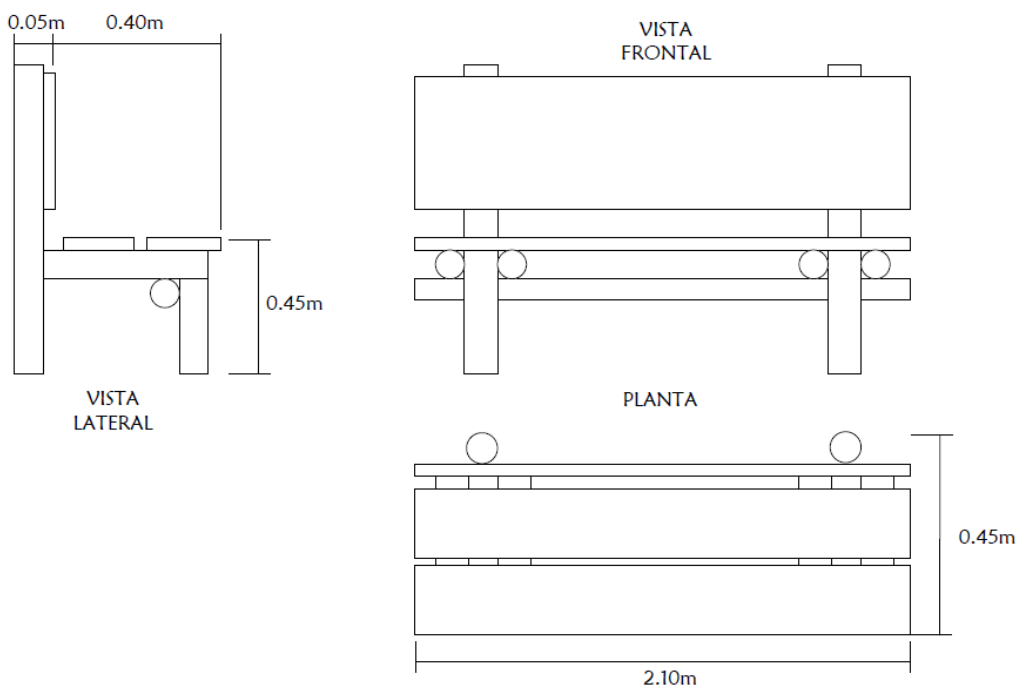


Ilustración 29. Diseño propuesto para las bancas

2.1.5. DISEÑO PROPUESTO DE MIRADOR TURÍSTICO

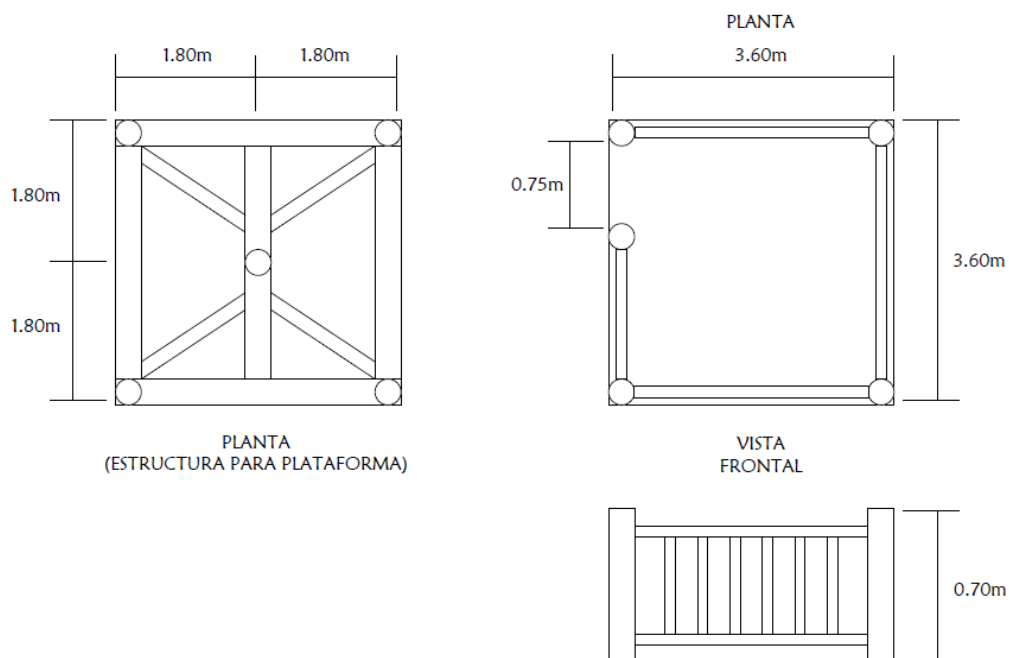


Ilustración 30. Diseño propuesto para los miradores turísticos

2.1.6. DISEÑO DE ÁREAS DE CAMPING

El campismo constituye una actividad importante en el desarrollo turístico, ya que el visitante en este tipo de alojamiento convive de forma más intensa con la naturaleza. El desarrollo de las zonas para acampar es muy flexible y se debe adecuar a las características específicas del sitio, en especial la vegetación y la topografía.

LINEAMIENTOS

A continuación se presentan los elementos que se deben considerar para la creación o adecuación un área para acampar:

➤ **Zonas para colocar las tiendas de campaña**

Es importante definir qué zonas son aptas para la colocación de tiendas de campaña, en general deben presentar las siguientes características:

- Claros de bosque o zonas que presenten poca presencia de árboles, de tal forma que las tiendas puedan colocarse a una distancia de al menos 3 metros del árbol más cercano.
- Superficies planas o con pendiente menor al 7%.
- En zonas con pendiente, se puede hacer un moldeamiento de tierra para conformar terrazas y sobre las terrazas adecuar las zonas de acampado. Para consolidar las terrazas y evitar la erosión, es conveniente construir muros de piedra acomodada (tecorrales).
- En zonas de alta precipitación es necesaria la construcción de zanjas para conducir el agua, con fin de evitar la erosión y prevenir la inundación de las zonas de acampado. Las zanjas se deberán cubrir con piedra laja acomodada, para así retener la tierra. Se puede dejar que la hierba y los pastos crezcan en las zanjas, siempre y cuando no obstruya el paso del agua. Una o dos veces al año será necesario una limpieza en las zanjas para eliminar la hierba acumulada, sobre todo antes y después de la época de lluvia.
- Suelos blandos, que permitan instalar el anclaje de las tiendas. No se recomienda delimitar las zonas de acampar en terrenos pedregosos o rocosos.
- Zonas libres de riesgo de inundación, por lo que se recomienda ubicar las tiendas fuera de los lechos y márgenes de los ríos, arroyos y cañadas.

➤ **Zonas de fogata**

Generalmente la actividad de acampada está acompañada de la creación de fogatas, para evitar incendios forestales o accidentes se deben tomar en cuenta las siguientes medidas de seguridad:

- Construcción en claros, al menos a 3-5 metros del árbol más cercano.
- Colocación de un tambo de arena y una pala al alcance para apagar el fuego.
- Construcción de una zona de pavimento pedregoso alrededor de la zona en donde se hará el fuego.

➤ **Delimitación de los espacios para acampar.**

Con el fin de establecer un orden en el área de acampado, se recomienda llevar a cabo una división del área para determinar la superficie que será utilizada para instalar cada tienda de campaña, la cual será asignada al visitante al momento de la adquisición del alquiler de dicho servicio, y estará de acuerdo a las características de su tienda. De esta forma se evita el impacto sobre otras áreas con importancia natural. El espacio que se asigne a las tiendas de campaña depende de las dimensiones de las mismas. Se debe pensar en que las personas que acampan necesitan un área libre privada cercana a la tienda. En seguida se presenta una tabla que orienta acerca de los espacios mínimos a asignar por tipo de tienda:

| TIPO DE TIENDA | LOTE MINIMO |
|---|---|
| Pequeña, para una o dos personas, con 3-5 m2 de superficie | 12 m ² , En rectángulo de 3x4m y zona de amortiguamiento de un metro entre tiendas. |
| Mediana, para cuatro o seis personas con 5-8 m2 de superficie. | 20 m ² , En rectángulo de 5x4m y zona de amortiguamiento de un metro entre tiendas. Este tamaño de lote puede utilizarse para instalación de dos tiendas chicas. |
| Grande, para seis personas o más | Franja de 2m alrededor de la tienda + 2m ² por persona, de acuerdo a la capacidad de la tienda. |

Tabla 108. Tipos de Tiendas de Campaña

Propuesta del requerimiento de áreas de camping

Para el desarrollo del proyecto se propone la creación de espacios para acampar en las siguientes iniciativas:

| INICIATIVA | DESCRIPCION DE LA ZONA DE CAMPING |
|---|--|
| Bosque La Arboleada, Los Naranjos | Dentro del bosque se encuentran superficies planas en las que se pueden instalar tiendas de acampar, sin embargo, es preciso hacer moldeamiento de tierra para conformar terrazas y evitar la erosión. La zona está bastante indicada ya que los árboles no interfieren en la colocación de las tiendas de campaña y se tiene cerca el embalse. |
| Isla del Ermitaño, Lago de Suchitlan | En esta zona existe un terreno con las condiciones idóneas para realizar camping en los alrededores de la cueva. Requiere de algunos trabajos de terracería para acondicionarlo, ya que la superficie posee inclinaciones y sería necesario colocar barreras para evitar la inundación y erosión del suelo. Los árboles están lo suficiente mente alejados para poder colocar tiendas de campaña sin obstáculos. |
| Cerro La Mesa, Los Naranjos | Existe una zona con espacio suficiente para colocar tiendas de campaña, con poco arbolado y una superficie |

| | |
|--|--|
| | muy plana. Se necesita colocar barreras para evitar la inundación del terreno y erosión del mismo, también para delimitar la propiedad privada de los habitantes que residen en la zona. |
|--|--|

Tabla 109. Requerimiento de zonas de camping

2.1.7.DISEÑO DE ALOJAMIENTO

UBICACIÓN Y DISEÑO CON BAJO IMPACTO AMBIENTAL

Por lo general el turista desea un lugar donde descansar, tomar sus alimentos, tener acceso a servicios sanitarios y de aseo personal, estos lugares son instalaciones que deben reunir ciertos requisitos para que sean cómodas, limpias y que no tengan impactos negativos en el medio ambiente, además de estar construidas por la gente del lugar con materiales de la región y con el diseño tradicional. Otras instalaciones como las cocinas o los sanitarios deben reunir ciertas características y los desperdicios que se generen tienen que estar bien controlados para evitar la propagación de plagas, malos olores que contaminen la atmósfera o se filtren en el suelo contaminando la tierra.

Las instalaciones son una ampliación del paisaje; compromete a lograr una imagen propia, no se deben de imitar estilos de construcción ajenos ni se deben de abandonar los propios estilos. Se debe de revalorar la cultura local a través de la construcción tanto para el alojamiento, como para las áreas de alimentos.

La ubicación de la instalación es un primer punto de impacto, para evitar esto se deben de tomar en cuenta varios elementos como son: las características geomorfológicas del lugar, zonas abiertas y altura de la vegetación. También es necesario que se considere el hábitat para no impactarlo ni afectar a las especies nativas. Para el caso de visitantes con capacidades diferentes, se les debe proporcionar las facilidades necesarias.

ARQUITECTURA NATIVA

Cuando se construyan instalaciones sin perder el aspecto rural característico de la zona, estas deben conservar el diseño antiguo porque es un factor importante de la identidad regional se deben de utilizar también formas de construcción y técnicas regionales, además de conservar rasgos que evoquen el entorno natural donde se desarrollan las actividades.

Los turistas que visitan el sitio tienen interés en conocer cómo viven las personas y el tipo de construcciones que armonizan con el medio ambiente propias de la localidad. La arquitectura local es un patrimonio cultural que una comunidad ha heredado y que se debe rescatar y proteger.

MATERIALES DE LA REGIÓN

En un proyecto en el cual uno de sus pilares es la "sostenibilidad", es importante rescatar los conocimientos de las comunidades sobre el uso que le dan a sus recursos: utilizar madera, rocas, adobe, palma, y otros elementos de construcción que se obtienen de la misma naturaleza, para que el paisaje se mantenga en armonía y no se impacte el ecosistema.

DISEÑO BIOCLIMÁTICO

Tratándose de un proyecto donde se trabaja el turismo sostenible, en específico rural comunitario, se debe considerar un "Diseño Bioclimático", el cual considera las condiciones climáticas, aprovechando los recursos disponibles (sol, vegetación, lluvia, vientos) para disminuir los impactos ambientales para el diseño de edificaciones.

De esta manera ayuda a la reducción en la utilización de energía al establecer sistemas pasivos de enfriamiento y calentamiento de los espacios de alojamiento. Por otra parte, en la construcción de las instalaciones se debe tener en cuenta los materiales y el color en el diseño. Con estos criterios se logrará que los servicios funcionen de una manera limpia, económica y ecológicamente adecuada. De esta manera también será más fácil el que se puedan llevar a cabo reparaciones si el lugar se encuentra lejos de un centro de población.

La adecuada orientación, la utilización de los materiales y colores idóneos proporcionarán un mayor confort térmico y una menor utilización de artefactos acondicionadores de clima. Deben existir dentro de las instalaciones, espacios en donde se aproveche lo más que se pueda la luz natural del día: en los climas calurosos puedes construir ventanas, ubicadas en la dirección de los vientos, entradas de luz en el techo y techos altos, que además permitirán tener buena ventilación.

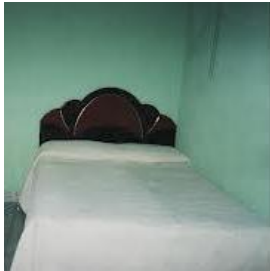
MODELO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Se debe tener en cuenta que el modelo de alojamiento será propuesto para que la JMT-SLC, tenga un modelo que les permita diseñar las instalaciones del mismo, en el lugar que ellos crean conveniente del municipio para ofrecer este servicio.

El alojamiento propuesto será de una cabaña constituida por una sola recamara, la cual contendrá 2 camas de madera, una cama doble y una estilo litera (camarote), una mesa de noche, un perchero, una mesa de madera con sillas y un corredor donde se podrán colocar hamacas.

ÁREAS REQUERIDAS

A continuación se detallan las cantidades de mobiliario y las dimensiones del mismo a utilizar para amueblar el diseño de la cabaña propuesta:

| CANTIDAD | MOBILIARIO | AREA (m ²) | AREA TOTAL (m ²) | IMAGEN |
|----------|------------------|------------------------|------------------------------|---|
| 1 | Cama Matrimonial | 1.40x2.00 = 2.80 | 2.80 |  |





| | | | | |
|------------------------------------|----------------------|--|------|---|
| 1 | Litera (camarote) | $0.90 \times 2.00 = 1.80$ | 1.80 |  |
| 1 | Buró | $0.60 \times 0.45 = 0.27$ | 0.27 |  |
| 1 | Armario | $0.50 \times 1.00 = 0.50$ | 0.50 |  |
| 1 juego de mesa con 4 sillas | Mesa con sillas | $\pi \times 0.40^2 = 0.50$ $0.30 \times 0.40 \times 4 = 0.48$ | 1.00 |  |
| 2 | Hamacas | $2.00 \times 1.50 = 3.00$ | 6.00 |  |

Tabla 110. Áreas requeridas para el mobiliario del alojamiento

De igual manera se detallan los accesorios complementarios para amueblar la cabaña:

| CANTIDAD | ACCESORIO | |
|----------|------------|---|
| 1 | Lámpara |  |
| 3 | Cubre cama |  |
| 3 | Sábanas |  |
| 4 | Almohadas |  |

Tabla 111. Accesorios requeridos para el alojamiento

Servicios Sanitarios

El modelo de la cabaña incluirá un servicio sanitario interno, el cual debe contar con retrete, lavamos y ducha. El área se calcula debe ser 1.60x2.60 m, es decir 4.16 m².

En resumen, las áreas utilizadas por la cabaña y el área de servicio sanitario es la siguiente:

| INSTALACION | AREA (m ²) |
|--------------------|------------------------|
| Cabaña y corredor | 17.6 |
| Servicio Sanitario | 4.16 |
| TOTAL | 21.76 |

Tabla 112. Determinación del espacio total requerido para servicio de alojamiento

Obteniendo el área total, a continuación se muestra el diseño propuesto del modelo de alojamiento turístico:

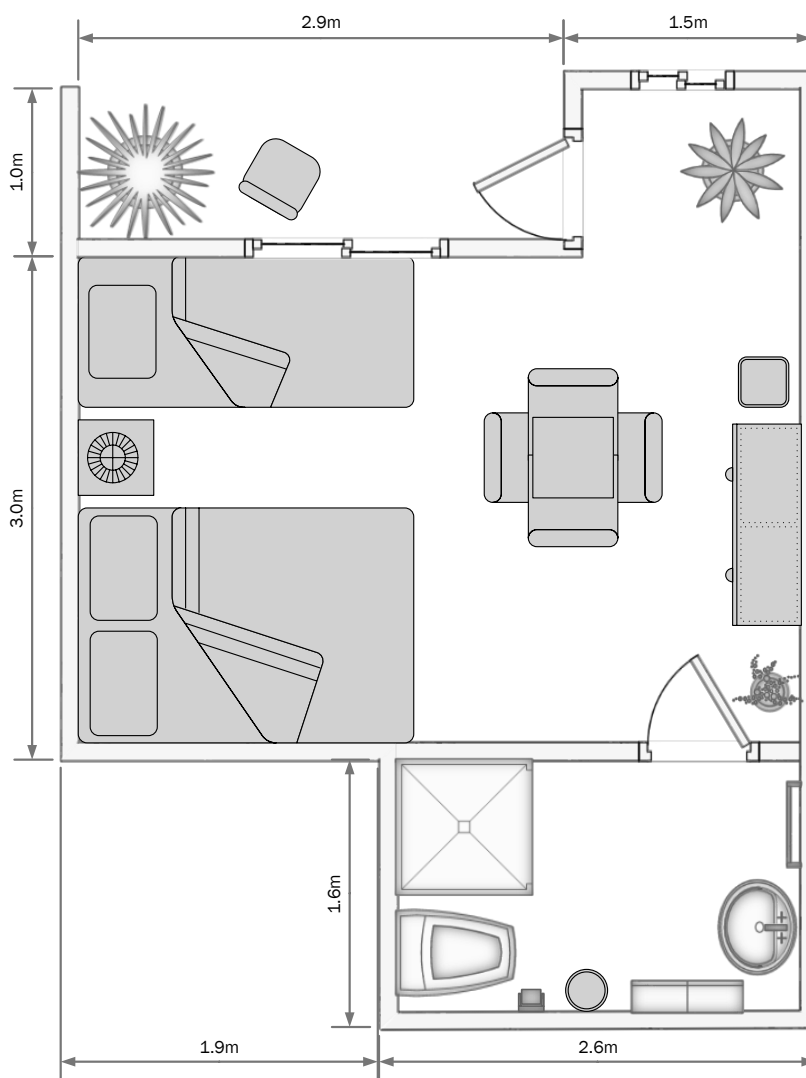


Tabla 113. Diseño propuesto del modelo de cabaña turística

Para el modelo de cabañas se propone una construcción de madera y cemento con un baño privado y ducha. Un corredor al frente donde se podrán colocar hamacas para descansar. El techo será de duralita doble color rojo ladrillo y la pintura será blanca para exteriores e interiores con decorativos de madera.

La puerta de entrada deberá tener una dimensión de 0.90 m y la puerta del baño será de 0.75 m. Se construirá dos ventanas amplias al frente de 1.20m y otra de 0.60m, las ventanas se podrán abrir de forma deslizante y serán construidas de madera y vidrio.

2.1.8.DISEÑO DE EMBARCADERO PARA ACTIVIDADES ACUÁTICAS

Para los visitantes que deseen realizar algún tipo de actividad acuática como, paseos en lanchas viajes en canoa e inclusive de jet sky, se diseñara un embarcadero en el que las personas propietarias de los equipos respectivos con autorización de la JMT-SLC podrán prestar este tipo de servicios con la guía respectiva de manera que se ofrezca seguridad, comodidad y sobre todo entretenimiento a los visitantes.

LINEAMIENTOS

A continuación se presentan los elementos que se deben considerar para la creación o adecuación un embarcadero:

- **Zona para recibir e informar al turista**

En el casco urbano se debe habilitar un espacio para información al turista acerca de los diferentes paquetes turísticos que puede contratar y actividades a realizar en el municipio. La información debe coordinar la disponibilidad de las actividades según la temporada y recursos.

- **Zona de embarcación**

La zona de embarcación se define como el espacio en el cual el turista puede realizar actividades turísticas como paseos en lancha, canoa, kayak, entre otros. En la zona los habitantes que cuenten con los equipos necesarios para realizar las actividades podrán prestar sus servicios al turista, bajo un acuerdo concedido por la JMT-SLC en base a lo siguiente:

- Ofrecer los mismos precios a los turistas, según la actividad a realizar y el tiempo a utilizar.
- Contar con equipo de primeros auxilios en la realización de cada una de las actividades.
- Construcción de una zona de descanso en el embarcadero

PROPUESTA DE REQUERIMIENTO DE EMBARCADEROS PARA ACTIVIDADES ACUÁTICAS

Para el desarrollo del proyecto se propone la creación de espacios para acampar en las siguientes iniciativas:

| INICIATIVA | DESCRIPCION DEL EMBARCADERO | |
|--------------------------------------|--|---|
| <p>Mirador Isla de Cristo</p> | <p>Por ser una de las zonas con mayor afluencia turística, se recomienda crear un embarcadero, que permita al turista realizar diferentes actividades acuáticas, así como paseos en el lago de Suchitlan, visitando las islas cercanas o para trasladarse a otros cantones del municipio.</p> |  |
| <p>El Faro</p> | <p>En las cercanías del restaurante el faro es un lugar idóneo para instalar un embarcadero ya que se encuentra cerca del casco urbano y representa la distancia más corta para trasladarse desde San Luis del Carmen a Suchitoto, debido a que la corriente de agua es más rápida que en el Mirador Isla de Cristo, se pueden realizar actividades como paseos en kayak, carreras de canoas</p> |  |

Tabla 114. Requerimiento de embarcadero

2.1.9.DISEÑO DE CANOPY

Los lineamientos para la propuesta de diseño para la práctica de Canopy en este proyecto se rigen bajo la Norma Salvadoreña NSR 03.58.01:0869 la cual define Canopy como: "la actividad cuyo fin es deslizarse sobre o entre las copas de árboles y estructuras con plataformas intermedias, empleando poleas, arneses y un sistema de control (velocidad y control del cuerpo), sobre un cable, sujeto entre puntos fijos, elevado en todo el trayecto con respecto al nivel del suelo, y con un desnivel suficiente para que las poleas se deslicen por gravedad".

A continuación se mencionan algunos criterios básicos para el funcionamiento de un canopy en instalaciones turísticas:

ELEMENTOS DE UN CANOPY TOUR

- **Puentes Colgantes Tradicionales:** Estos son los puentes colgantes por los cuales se puede caminar sin problema.
- **Puentes Con movimiento:** Consisten en interactivos que le ponen un poco de reto físico al recorrido, donde los elementos que lo componen se mueven en diferentes direcciones y se tiene que coordinar los movimientos del cuerpo con la inercia del movimiento del puente.



- **Puentes Conceptuales:** Estos no precisamente son puentes aunque cumplen con la misma función de trasladarnos de un punto a otro. Ejemplos: túnel de barriles, telarañas, etc.
- **Puentes sin movimiento Conceptuales:** Estos no precisamente son puentes aunque cumplen con la misma función de trasladarnos de un punto a otro. Ejemplos: túnel de barriles, telarañas, etc.
- **Tirolesas:** Con las tirolesas también te puedes trasladar de un punto a otro pero en distancias mayores.
- **Bases:** Estas son tarimas fijas en los árboles las cuales sirven de transición de una etapa a otra en el Canopy Tour.
- **Otros:** también existen otros elementos complementarios como lo son rampas, escaleras, bases de rapel, bases de ascenso por cuerdas, etc.

MATERIAL Y EQUIPO

El material de las líneas que sostienen los elementos de un canopy tour regularmente es de cable de acero para instalaciones fijas, y de cuerdas estáticas deportivas o de rescate alpino para instalaciones temporales o semifijas. También se utiliza la madera y el metal para las bases o tarimas, así como elementos plásticos para no dañar los árboles y la integridad de los usuarios.

- **Puntos de anclaje: árboles, torres u otros**

El anclaje natural más común es el árbol y debe usarse solamente en instalaciones de poca tensión ya que no existen normas precisas acerca de su uso. De no ser suficiente o de tener una mínima duda, entonces se deberá considerar un diseño con anclajes cimentados.



Los anclajes cimentados son lo más seguros que se pueda usar ya que es sencillo calcular el peso que deberán poseer para contrarrestar las fuerzas.

- **Cable de acero**

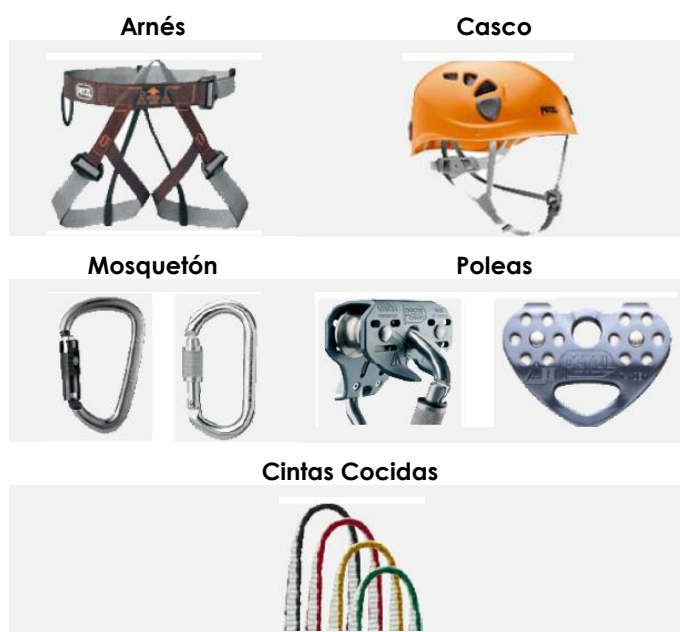
Cable con alma de acero o polipropileno de 3/8 de pulgada o 9.5 mm o mayor; material equivalente, de calidad certificada. Cable de 3/8" 7x19 galvanizado no debería rebasar una tensión de 2,880 lbs. o equivalente al SWL (safe working load, carga de trabajo segura o factor de seguridad 5) de dicho cable.

- **Abrazaderas para el diámetro del cable, de calidad certificada**

Se recomienda el material de sujeción de la marca Crosby; única marca que ofrece las certificaciones y pruebas individuales en todos sus productos actualmente en el mercado

- **Plataformas**
- **Tacones o tacos protectores**
- **Colchonetas de protección en las plataformas**
- **Anclajes para auto asegurarse**

EQUIPO MÓVIL Y VESTIMENTA PARA EL CLIENTE DE CANOPY



EQUIPO COMPLEMENTARIO DEL IRCUITO DE CANOPY

- Camilla de primero auxilios
- Botiquín de primero auxilios
- Cuerda estática de al menos 60 m de longitud y 9 mm de diámetro
- Equipo de comunicación con cobertura en toda el área de la actividad

La ubicación del canopy estará en el circuito de Santa Cruz, específicamente en el caserío Las Aradas

2.2. PROGRAMA: DIRECCIÓN EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

A partir del establecimiento de necesidades de cada una de las iniciativas turísticas, el análisis de la situación actual de los cantones y el municipio en general en cuanto al sector turismo se tiene que los elementos principales los cuales es necesario abordar dentro de la Dirección empresarial son: el área de administración, financiera, manejo de información y del recurso humano, ya que es necesario la formación de personas en áreas turísticas y la capacitación en temas del sector que permitan un mayor conocimiento en las áreas que les competen a cada uno de los entes relacionados con el turismo rural comunitario tanto empresarios, funcionarios como el recurso humano etc.

Dentro de este proyecto se establecen las principales áreas donde es necesario fortalecer las iniciativas turísticas que participan en el plan de desarrollo turístico rural comunitario así como también para futuras iniciativas que se incorporen. Este programa desarrolla puntos clave los cuales abarcan las áreas de: Dirección Administrativa, Financiera, de Tecnología de la Información y el manejo del Recurso Humano.

El éxito de una Dirección empresarial dependerá de muchos factores, por ejemplo, la localización, competencia, etc. Sin embargo el empresario del área turística puede crear su propio modelo de Dirección adaptándose a sus habilidades empresariales y recursos disponibles actuales y futuros. Por otro lado cuando el buen empresario o administrador de iniciativas turísticas está creando su propio modelo de Dirección siempre deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ Planear a corto, mediano y largo plazo
- ✓ Usar herramientas cuantitativas en la toma de decisiones
- ✓ Reducción y control de costos
- ✓ Generación de valor agregado
- ✓ Prever el cambio
- ✓ Mantener una visión amplia del negocio

OBJETIVO DEL PROGRAMA

Establecer un proceso continuo de formación y fortalecimiento de las iniciativas turísticas que componen el plan de desarrollo turístico rural-comunitario; el fortalecimiento será dirigido hacia las áreas que contribuyan a que las iniciativas sean competitivas y obtengan mayor rentabilidad entre las cuales se mencionan: la Dirección Administrativa, Financiera, de Tecnología de la Información y el manejo del Recurso Humano.

ALCANCE DEL PROGRAMA

Este programa abarca el diseño de una Dirección administrativa, Dirección financiera, Dirección de tecnología de la información y Dirección del recurso humano, propuesta que incluye modelos a implementar en las iniciativas turísticas actuales y las que puedan surgir. La implementación de este programa corresponde a la administración de las iniciativas y a la JMT-SLC.

2.2.1.DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La Dirección empresarial es la actividad que busca a través de personas o instituciones mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima Dirección no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la Dirección.

La entrada en el nuevo siglo y el panorama cambiante del mercado ha hecho que las empresas del sector turismo tengan que desenvolverse en un entorno cada vez más complejo. Por lo tanto las iniciativas turísticas debe asumir el enorme desafío de modificar su Dirección para competir con éxito en el mercado.

Una iniciativa turística debe establecer su forma de trabajo, de tal forma que haya una planificación, y un correcto uso de los recursos, se organicen de forma que se trabaje de forma conjunta con los entes de apoyo al sector turismo en el municipio, se haga un correcto y eficiente uso de los recursos financieros para obtener una mayor rentabilidad, mayor numero y mejores empleos para la personas de la zona, y así contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad.

2.2.2.DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA

Cuando una iniciativa se inicia o presenta deficiencias en la Dirección administrativa, es necesario iniciar elaborando una lista de todas sus actividades y funciones que se van a desarrollar dentro de ella; también implica establecer interrelaciones entre los principios de organización de acuerdo al número de procesos funcionales, debe considerar también los siguientes puntos:

- ✓ Conocer el objetivo de la empresa.
- ✓ Enumerar las actividades a realizar.
- ✓ Dividir dichas actividades.
- ✓ Asignar personal idóneo.
- ✓ Integrar las actividades que corresponde a cada punto.

En un negocio turístico se busca, a través de la administración de capital y el trabajo, producir servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de cada comunidad. Cada iniciativa nació para atender las necesidades de la sociedad en cuanto a la prestación de servicios turísticos a cambio de una redistribución que compensara el riesgo, los esfuerzos de las inversiones de los empresarios.

TAREAS DE ORGANIZACIÓN

Planificar la anticipación del quehacer futuro de las iniciativas turísticas y la fijación de la estrategia y las metas u objetivos a cumplir por la iniciativa; organizar, determinar las funciones y estructura necesarias para lograr el objetivo, estableciendo la autoridad y asignado responsabilidad a las personas que tendrán a su cargo estas funciones.

Iniciativas turísticas naturales

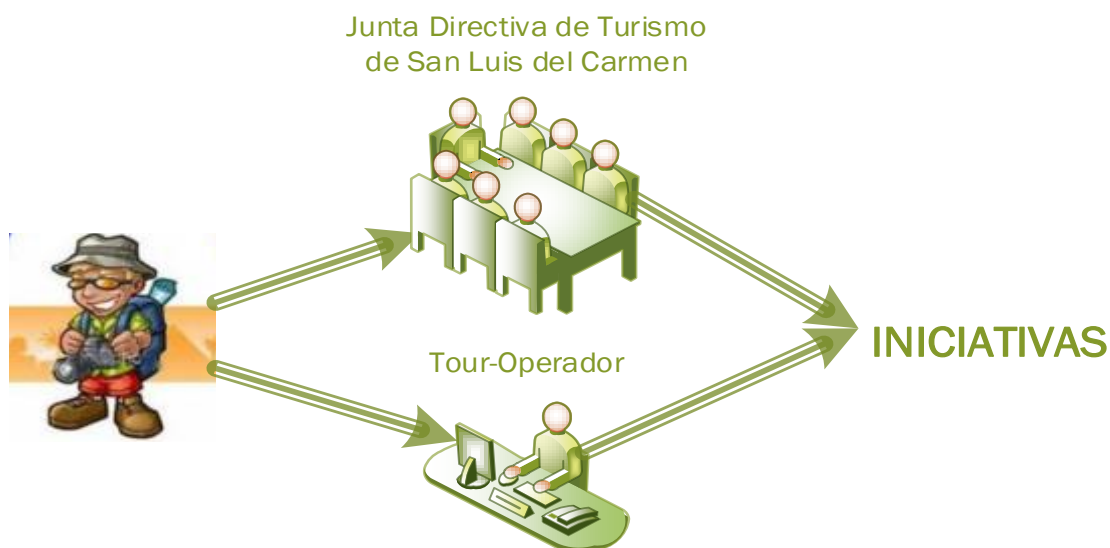


Ilustración 31. Llegada de turistas a iniciativas turísticas naturales

En cuanto a las iniciativas que ofrecen solamente atractivos naturales y recorridos entre los cantones, se establece que se puede visitar el lugar por medio de Tour-Operadores en el que se ofrecen los diferentes circuitos turísticos en el municipio, o si lo prefieren, los turistas puede contactarse con la JMT-SLC de la municipalidad el cual puede también hacer recorridos a visitantes.

La finalidad de esto es para salvaguardar la seguridad tanto de las personas que realizan las visitas a estos sitios como para la preservación de los ecosistemas, ofreciendo recorridos guiados por personas capacitadas y conocedoras del lugar.

Iniciativas con servicio de alojamiento y/o restaurante

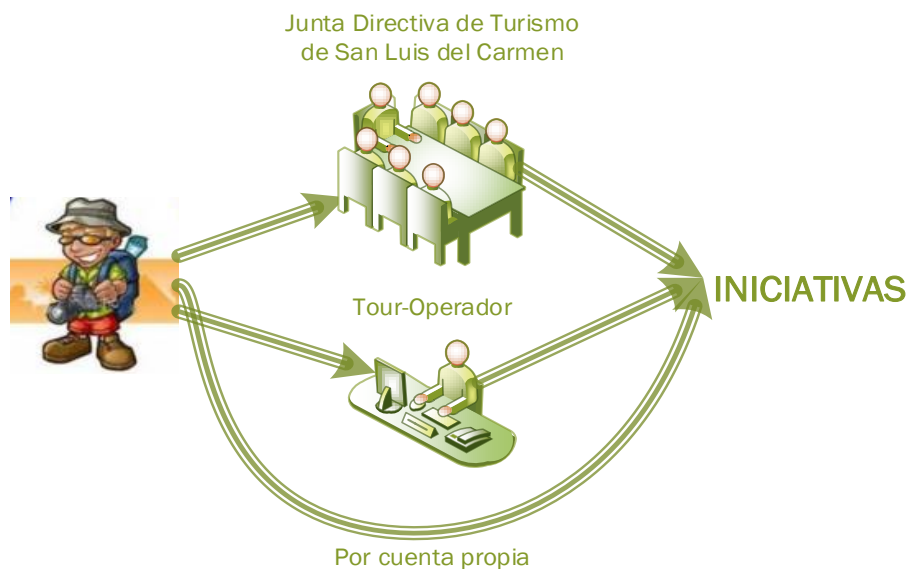


Ilustración 32. Llegada de turistas a iniciativas turísticas: restaurantes/hostales

En cuanto a los lugares que ofrecen servicios de restaurante y alojamiento, además de otros atractivos naturales, se establece que puede ser visitado por medio de la JMT-SLC, Tour-Operadores, o también cada visitante puede optar por visitar cada uno de estos lugares por cuenta propia; en esta área es donde cada iniciativa al prestar un servicio turístico de calidad puede ganar la fidelidad de los clientes y tener un mayor flujo de turistas.

Las iniciativas que ofertan servicios de alojamiento y restaurante deben tener una estructura organizativa como la siguiente:

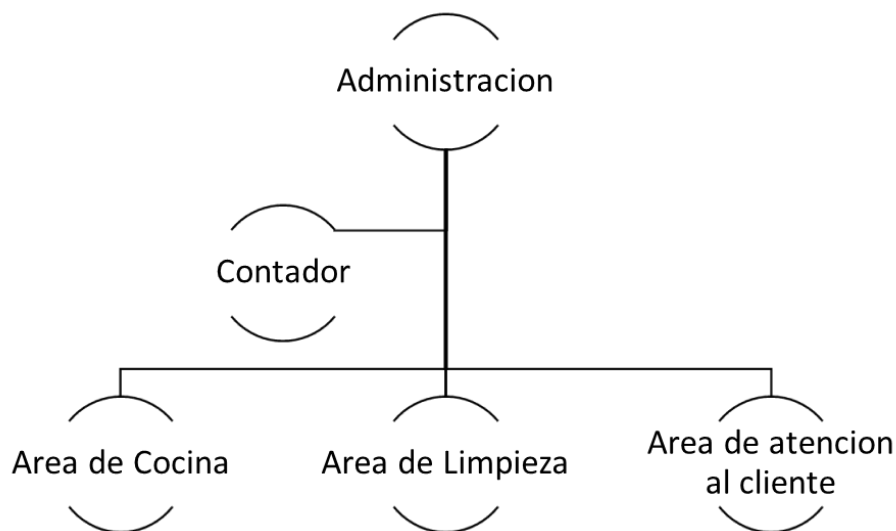


Ilustración 33. Estructura organizativa de hospedajes/restaurantes

Las iniciativas turísticas que ofertan sus servicios en el municipio, son microempresas por lo tanto no se considera conveniente la saturación con una estructura organizativa cargada, solamente se consideran las principales áreas que es importante que se retomen a nivel de iniciativa para la prestación de servicios turísticos.

A continuación se detallan las principales funciones que deben llevar a cabo el encargado o administrador de cada iniciativa, así como los encargados de cada área:

Administración: es el área encargada de la fijación de metas y objetivos, planificación estratégica y la relación con la JMT-SLC, así como también de la comercialización de los servicios turísticos. Otra función de suma importancia es la de asegurar un ambiente de trabajo agradable y velar por el buen funcionamiento de la iniciativa turística.

- ✓ Es el encargado del manejo del recurso humano, el cual debe garantizar el ambiente de trabajo cordial, garantizar las condiciones de trabajo, prestaciones a los empleados, etc.
- ✓ Se encarga del control en cuanto a la prestación de los servicios turísticos, la mejora continua, la mejora de instalaciones en función de un mejor servicio a los turistas.
- ✓ Se encarga de verificar que se cuenten con los recursos necesarios para la prestación del servicio turístico en calidad y cantidad, programa todas las

actividades turísticas que brinde la iniciativa, y asegurar que se hagan con el menor riesgo para el visitante.

Contador: El contador es el encargado de manejar los ingresos y egresos de las iniciativas, manejo de cuentas, elaboración de presupuesto y el control del uso de los recursos financieros.

Área de Cocina: Esta área se encarga del manejo de almacenes de alimentos, asegurar que los alimentos estén en cantidad y calidad, que se cumplan con las condiciones de limpieza al preparar los alimentos, y de asegurar una excelente coordinación con el área de atención al cliente.

Área de Limpieza: Esta área es la encargada de asegurar las condiciones de limpieza en todas las instalaciones de la iniciativa, habitaciones, área de cocina, también de verificar que las instalaciones estén en buen estado.

Área de atención al cliente: Consta con el área de recepción donde se recibe y orienta al turista, la atención en servicio a la carta, orientación en la práctica de actividades turísticas, y otras funciones que se requieran para asegurar la prestación del servicio ofertado al turista.

ACTIVIDADES DE DIRECCIÓN

Se refiere a las actividades relacionadas con la responsabilidad de ejecutar las actividades turísticas y que estas actividades cumplan con los requerimientos del turista.

La actividad de dirección recae en el Encargado o Administrador, quien tiene la función ejecutiva de guiar y vigilar que se cumplan los objetivos comunes de la iniciativa el cual es brindar un servicio turístico rural-comunitario que satisfaga las expectativas del cliente obteniendo el máximo resultado posible.

El encargado es quien debe verificar que todas las áreas de la iniciativa trabajen de acuerdo a los objetivos planteados, que el servicio de restaurante esté aprovechando al máximo los recursos con los que cuenta sirviendo platillos del gusto del cliente, el lugar se encuentre aseado, las cabañas sean acogedoras para el turista, el equipo utilizado en actividades rurales se encuentre en buen estado, etc.; lo que hace un perfecto funcionamiento del lugar.

Ya que la iniciativa pertenece a los circuitos turísticos que integran la propuesta de desarrollo turístico rural comunitario de San Luis del Carmen, debe cumplir con la normativa establecida por la municipalidad y mantener una relación cercana con los miembros de la comunidad que participan en las diferentes iniciativas así como con la JMT-SLC.

ACTIVIDADES DE DIRECCIÓN

Cuando nos referimos al tema de la Dirección administrativa, estamos hablando de las diferentes acciones y decisiones que se toman a efectos de lograr que se hagan las tareas o los acontecimientos que nos llevarán al logro de nuestros objetivos.

En este apartado se diseñan instrumentos para Dirección de la calidad, ya que es este sector es uno de elementos que hacen la diferencia entre un sitio turístico exitoso y uno no exitoso.

INICIATIVA TURISTICA: _____

SATISFACCION DEL CLIENTE

Fecha: ____/____/____ Encargado: _____

Indicaciones: A continuacion marque con una X, el cuadro que mejor represente su opinion con respecto al servicio prestado

| <u>Atributo de Calidad</u> | <u>Importancia del Atributo</u> | | | |
|----------------------------|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | <i>Muy importante</i> | <i>Importante</i> | <i>Poco importante</i> | <i>Sin relevancia</i> |
| Comodidad..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Confianza..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Atencion al Cliente..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Higiene..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acceso a la zona..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Transporte..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Calidad de alimentos..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

GRADO DE SATISFACCION

| | <i>Excelente</i> | <i>Bueno</i> | <i>Regular</i> | <i>Malo</i> |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Comodidad..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Confianza..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Atencion al Cliente..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Higiene..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acceso a la zona..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Transporte..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Calidad de alimentos..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Sugerencias o comentarios: _____

Ilustración 34. Instrumento para medir la calidad

➤ **Política de calidad de una iniciativa turística**

Contraer el compromiso de ofrecer servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes, buscando la mejora continua en la realización de los servicios; además de cumplir con las normas de calidad, seguridad y ambientales aplicables al sector turístico.

En cuanto a la Dirección de financiamiento, vías de acceso y seguridad se dispone trabajar de forma conjunta con Asociaciones y la cooperativa ALTINA; procedimientos y metodologías que se describen dentro de la Administración del Plan en la propuesta de Dirección.

En el área de Dirección del recurso humano se menciona que es importante respetar la legislación salvadoreña específicamente el código de trabajo entre algunas prestaciones establece están:

- ✓ Seguro Social
- ✓ Pago de vacaciones remuneradas
- ✓ Pago de aguinaldo
- ✓ Un día de descanso semanal remunerado
- ✓ Afiliarse a una administradora de fondos de pensión
- ✓ Impuesto sobre la renta

Toda iniciativa turística debe respetar la legislación salvadoreña, esto asegura que las personas cuenten con las prestaciones mínimas para poder tener un mejor nivel de vida.

ACTIVIDADES DE EJECUCIÓN

Las actividades de ejecución se basan más que todo en el control del comportamiento de las iniciativas y los principales indicadores, estas actividades se llevan a cabo con la ayuda de un sistema de información el cual se detalla en la Dirección de Tecnologías de la Información.

DIRECCIÓN FINANCIERA

Se denomina Dirección financiera a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero. La Dirección financiera es la que convierte a la visión y misión en operaciones monetarias.

Las principales funciones que se establecen sean necesario llevar a cabo en cada iniciativa son:

- La determinación de las necesidades de recursos financieros: planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo de las necesidades de la financiación externa.
- La consecución de financiación según su forma más beneficiosa: teniendo en cuenta los costos, plazos y otras condiciones contractuales, las condiciones fiscales y la estructura financiera de la empresa.
- El uso de los recursos financieros, de manera que se obtenga una estructura financiera equilibrada y adecuados niveles de eficiencia y rentabilidad.

- El análisis financiero: incluyendo la recolección, el estudio de información de manera que se obtengan respuestas seguras sobre la situación financiera de la empresa.
- El análisis con respecto a la viabilidad económica y financiera de las inversiones.

SISTEMA DE COSTEO PARA LAS INICIATIVAS TURÍSTICAS

En el caso de iniciativas turísticas, se establece que para determinar los costos de la prestación del servicio se utilizará el COSTEO DIRECTO, ya que nos permitirá identificar aquellos costos en los cuales deberá incurrir cada iniciativa para la prestación de los servicios propuestos. Aunado a esto, dicho costeo ayudará a identificar de una forma más clara los costos fijos y las variables que se encuentren.

El COSTEO DIRECTO es un método de la contabilidad de costos que se basa en el análisis del comportamiento de los costos de producción y operación. En este caso los paquetes turísticos y servicios que se brindan podrán clasificarse en costos fijos y en costos variables, con el objeto de proporcionar suficiente información relevante a la administración de las iniciativas para su proceso de planeación estratégica. Esta es una de las características principales de dicho costeo.

| COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES |
|---|---|
| Costos de Prestación del Servicio <ul style="list-style-type: none"> ✓ Costeo de servicio de restaurante ✓ Costeo de servicio de alojamiento ✓ Costeo de servicio de actividades rurales | Costos de Salario Personal por Temporada |
| Costos de Administración <ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal administrativo ✓ Servicios básicos ✓ Suministros en general ✓ Depreciación de mobiliario y equipo ✓ Depreciación de obra civil ✓ Mantenimiento de activos fijos | |
| Costos de Comercialización <ul style="list-style-type: none"> ✓ Materiales para promoción y publicidad ✓ Campañas y eventos | Otros Costos Variables |
| Costos Financieros <ul style="list-style-type: none"> ✓ Financiamiento | |

Tabla 115. Componentes del Costeo Directo

Costos Fijos

Los costos fijos están constituidos por aquellos desembolsos de dinero en los que se incurre para la prestación del servicio y cuyo monto no se modifica durante todo el periodo en el que se brindará el servicio turístico rural-comunitario que ofrece cada iniciativa.

Costos de prestación de servicios

Estos costos representan todos los desembolsos de dinero que se deben realizar para la prestación de los servicios que ofrecen las iniciativas. Estos costos incluyen los rubros siguientes:

- **Mano de Obra:** Se incluyen sueldos del personal que trabaja directamente e indirectamente en la prestación de los servicios que brinda la iniciativa: alojamiento, restaurante, actividades de turismo rural; se deben considerar aguinaldos, prestaciones legales, seguro social, entre otros.
- **Materiales:** Se incluyen los materiales que influyen de forma indirecta en la prestación de los servicios brindados por cada iniciativa.
- **Servicios:** Se toman en cuenta el consumo de agua, energía eléctrica y otros.
- **Mantenimiento:** En este rubro se toma en cuenta los accesorios de aseo, limpieza y de mantenimiento en general de las instalaciones, maquinaria y demás activos de la iniciativa.
- **Depreciación:** Se calcula la depreciación de la maquinaria y equipo que dispone la iniciativa, siendo calculada al dividir la inversión inicial entre el número de años de vida útil estimada del activo.

Costos de administración

Estos costos son originados por el área administrativa de cada iniciativa, provienen de realizar todas las actividades que incluye la administración de la iniciativa: personal de dicha área, consumo de servicios públicos, depreciaciones, etc.

Costos de comercialización

En este apartado se consideran los costos relacionados con las actividades para la promoción y publicidad de la iniciativa.

Costos financieros

Se hace un análisis sobre el financiamiento del proyecto.

SISTEMA CONTABLE PARA INICIATIVAS TURÍSTICAS

El sistema de contabilidad de los hostales y restaurantes tienen características definidas en su operación que las distingue de otros negocios, ya que en este tipo de industria el control de los ingresos se ejerce principalmente por medio de:

- ✓ Cajas registradoras de recepción
- ✓ Elaboración inmediata de notas a cargo por otros servicios que produzcan ingresos

SISTEMA DE REGISTRO CONTABLE

Para llevar el registro contable de un hostel y/o restaurante es necesario contar con documentos que registren la información que posteriormente será utilizada para realizar la contabilidad. Éstos se presentan a continuación:

Documentos de soporte y contabilizadores

Los documentos de soporte son aquellos que sirven como base de comprobación en la elaboración de un documento contabilizado, tales como: pedidos, facturas, recibos, nóminas, reporte diario de ocupación, resumen diario de ventas de alimentos y bebidas, reporte diario de mercancías recibidas, fichas de depósitos bancarios, relación de cobradores, relación de remesas de efectivo, avisos bancarios de cargos y abonos, informes de cajeros de recepción, notas de salida o requisiciones de almacén etc.

Pólizas de ingresos por ventas

Este documento se formulará con base en los siguientes reportes diarios:

- ✓ Reporte de ocupación de cuartos
- ✓ Reporte de ventas de alimentos y bebidas

Pólizas de compras

Se preparará en base con reporte diario de entradas de almacén, el cual se hará de acuerdo a las remisiones y facturas. Compras de alimentos y bebidas, suministros generales y de otros artículos detallando los nombres de proveedores por compras hechas a crédito y al contado, con objeto de hacer las anotaciones correspondientes en los auxiliares.

Póliza de ingresos

Su base de preparación será el informe diario del cajero general, en el cual se detallan todas las operaciones de entradas a caja ocurridas en un día.

Póliza de egresos y póliza de cheque

Se expedirá por pagos regularmente mayores, de acuerdo con la cantidad que establezca cada iniciativa. Se usará como documento contabilizador una copia de la llamada póliza-cheque, la que se registra diariamente en estricto orden numerado en el diario de egresos de cheques expedidos.

Póliza de operaciones diversas

Se expedirá por:

- ✓ Provisión para pago de nóminas, honorarios, sueldos, etc.
- ✓ Provisión para pago de impuestos, derechos y servicios públicos etc.
- ✓ Por ajustes, traspasos etc.

Póliza de cuenta por cobrar

Se formulará para registrar las ventas a crédito. Su fuente de origen es la relación de cuentas por cobrar, de acuerdo con la documentación comprobatoria firmada por los clientes o huéspedes y demás reportes que proporciona los diferentes departamentos productivos.

Póliza de ajustes y descuentos

Se formulará cuando se hagan ajustes en cuartos por modificaciones de tarifas o por descuentos en alimentos, bebidas, etc.

Póliza de costo

Se preparará cada fin de mes con base en la determinación de los siguientes datos de alimentos y bebidas:

- ✓ Ventas totales
- ✓ Ajustes y descuentos
- ✓ Importe de inventarios iniciales
- ✓ Importe de compras netas
- ✓ Costo de ventas bruto
- ✓ Costo de ventas aparentes
- ✓ Relación de los inventarios finales debidamente valuados
- ✓ Costo de ventas neto
- ✓ Factores de costo de venta neto, en relación con las ventas netas

Catálogo de cuentas

Las cuentas que se estiman necesarias para instalar el sistema contable en un hostel y/o restaurante son las siguientes:

- Cuentas de activo
- Cuentas de pasivo
- Cuentas de capital
- Cuentas de resultados acreedoras
- Cuentas de resultados deudoras
- Cuentas puente

Las subcuentas más importantes que se deberán manejar dentro de cada una de ellas se presentan a continuación:

Cuentas de activo

- ✓ Fondo fijo caja
- ✓ Bancos
- ✓ Huéspedes particulares
- ✓ Agencias de viajes
- ✓ Empleados
- ✓ Documentos por cobrar
- ✓ Cheques devueltos
- ✓ Deudores diversos
- ✓ Rentas por cobrar
- ✓ Anticipo a proveedores
- ✓ Estimación para cuentas y documentos incobrables
- ✓ Anticipo a contratistas
- ✓ IVA acreditable
- ✓ Almacén de alimentos
- ✓ Almacén de bebidas
- ✓ Almacén de suministros generales
- ✓ Terrenos
- ✓ Herramientas
- ✓ Construcciones en proceso
- ✓ Equipo de operación
- ✓ Equipo de transporte
- ✓ Depreciación acumulada de equipo de transporte
- ✓ Depósito en garantía
- ✓ Inversiones en valores
- ✓ Gastos pagados por anticipado
- ✓ Gastos preoperatorios y de inauguración
- ✓ Amortización acumulada de gastos preoperatorios y de inauguración
- ✓ Gastos de organización
- ✓ Amortización acumulada de Gastos de organización
- ✓ Gastos de instalación
- ✓ Amortización acumulada de gastos

- ✓ Depreciación acumulada de edificios y construcciones
- ✓ Edificios y construcciones mobiliario y equipo
- ✓ Depreciación acumulada de mobiliario y equipo
- de instalación
- ✓ Adaptaciones a locales arrendados
- ✓ Amortización acumulada de adaptaciones a locales arrendados
- ✓ Licencias de funcionamiento

Cuentas de pasivo

- ✓ Proveedores
- ✓ Acreedores diversos
- ✓ Documentos por pagar
- ✓ Impuestos por pagar
- ✓ Sueldos y salarios por pagar
- ✓ Préstamos bancarios a corto plazo
- ✓ Participación de los trabajadores en las utilidades
- ✓ Depósitos por rentas y concesiones
- ✓ Depósitos para reservaciones
- ✓ Provisiones para indemnizaciones gratificaciones al personal
- ✓ IVA por pagar
- ✓ Provisión para reposición de equipo de operación
- ✓ Préstamos hipotecarios

Cuentas de capital

- ✓ Capital social
- ✓ Reserva legal
- ✓ Utilidades por aplicar (perdidas)
- ✓ Pérdidas y ganancias

Cuentas de resultados acreedoras

- ✓ Ventas
- ✓ Rentas, comisiones y concesiones
- ✓ Otros ingresos
- ✓ Descuentos sobre compras

Cuentas de resultados deudoras

- ✓ Costo de venta de alimentos y bebidas
- ✓ Costo de alquiler de habitaciones
- ✓ Ajustes y descuentos
- ✓ Sueldos y prestaciones

Cuentas puente

- ✓ Compras contado
- ✓ Ventas contado
- ✓ Ventas a crédito
- ✓ Sueldos y salarios
- ✓ Propinas pendientes de pago
- ✓ Reembolsos pendientes de pago

Libros y registros

Los principales que se deben de llevar a cabo son:

| REGISTRO DE INVENTARIO | | | | | | | | |
|------------------------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Entrada | | | Salida | | | Saldo | | |
| Cant | P. U. | V. T. | Cant | P. U. | V. T. | Cant | P. U. | V. T. |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |

Ilustración 35. Registro de inventario

| REGISTRO DE VENTAS | | | | |
|--------------------|---------|----------|---------|---------|
| Fecha | Detalle | Cantidad | Contado | Credito |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Ilustración 36. Registro de ingreso por ventas

| REGISTRO DE COMPRAS | | | | | |
|---------------------|---------|----------|---------|---------|-------------------|
| Fecha | Detalle | Cantidad | Contado | Credito | Costos Indirectos |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Ilustración 37. Registro de compras

| REGISTRO DE CUENTAS POR COBRAR | | | | | |
|--------------------------------|----------|-------|-------|-------|-------------|
| Deudor: _____ | | | | | |
| Direccion: _____ | | | | | |
| Telefono: _____ | | | | | |
| Fecha | Concepto | Deuda | Abono | Saldo | Vencimiento |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Ilustración 38. Registro de cuentas por cobrar

| REGISTRO DE CAJA | | | | |
|------------------|---------|---------|--------|-------|
| Fecha | Detalle | Entrada | Salida | Saldo |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| TOTAL | | | | |

Ilustración 39. Registro de caja

| LIBRO DIARIO | | | |
|--------------|---------|------|-------|
| Fecha | Detalle | Debe | Haber |
| | | | |
| TOTAL | | | |

Ilustración 40. Libro Diario

| BALANCE DE COMPROBACION | | | | |
|--------------------------------|-------|-------|--------|----------|
| Cuentas | Sumas | | Saldos | |
| | Debe | Haber | Deudor | Acreedor |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |

Ilustración 41. Libro Mayor

| BALANCE INICIAL/GENERAL | | | |
|--------------------------------|-----------|-----------------------------|-----------|
| 01 de _____ de _____ | | | |
| Activos | | Pasivos | |
| Cuenta | \$ | Cuenta | \$ |
| Cuenta | \$ | Cuenta | \$ |
| Cuenta | \$ | Capital | |
| Cuenta | \$ | Cuenta | \$ |
| Cuenta | \$ | Cuenta | \$ |
| Total de Activos | \$ | Total Pasivo+Capital | \$ |

Ilustración 42. Balance Inicial/General

DIRECCIÓN DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

Toda empresa debe tener control sobre la información que se maneja en ellas para saber qué planes debe implementar, como innovar y las líneas operativas que se deben tratar. Es importante tener un acceso fácil e inmediato a la información que ahí se genera, para la toma de decisiones. La Dirección de tecnología de la información de una empresa indica los sistemas que deben operar para administrar el flujo de información que se dé en ellas. En este caso el sistema debe ser capaz de administrar las iniciativas turísticas recolectando y presentando información que sirva para innovaciones y mejoras en los servicios prestados, contribuyendo a la sostenibilidad del plan de desarrollo turístico rural-comunitario

Por tal motivo se ha propuesto el diseño de un Sistema de Información para las iniciativas turísticas que brindan servicios como hospedaje y restaurantes, debido que ellas manejan mayor cantidad de información y registro de datos. Este sistema tiene el fin de mantener datos actualizados, organizados y listos para su posterior uso, generados para cubrir las necesidades de toma de decisiones. Y se propone un formato el cual será administrado por la JMT-SLC.

SISTEMA DE INFORMACIÓN

Las iniciativas turísticas deben manejar información sobre características y número de turistas que los visitan, los servicios y actividades que ofrecen, frecuencia de visitas, control de calidad, entre otros datos que tienen gran importancia para la toma de decisiones. Se plantea a continuación, el diseño de un Sistema de Información Turística en el cual se administre dicha información y pueda compartirse con las asociaciones de los cantones y la cooperativa, de manera que se facilite la integración de la información para los análisis correspondientes.

Tipo de información requerida

- **Llegadas de turistas:** número de turistas por día, que medio utilizó (Tour-Operador, JMT-SLC, propia cuenta), frecuencia de vistas.
- **Tipo de turistas:** niños, jóvenes, adultos, tercera edad.
- **Procedencia:** nacional, extranjero.
- **Estadía:** Número de días de estadía.
- **Gasto promedio diario.**
- **Servicios que contrató:** actividades que realizó.
- **Servicios turísticos:** tipos de servicios turísticos que se ofrecen en el sitio, actividades que se pueden realizar.
- **Alojamiento:** número de cabañas/habitaciones en total, disponibles y ocupadas.
- **Registro de empleados:** tipo de contratación temporal o permanente, cargo.
- **Asistencia a capacitaciones:** fecha, tema impartido, personal que asistió.
- **Control de la calidad:** Dirección de quejas, frecuencia de queja, tipo de queja.

Utilidad de la información

| TIPO DE INFORMACION | UTILIDAD |
|-------------------------------|---|
| Llegada de turistas | Se podrá llevar un control del flujo turístico del sitio, y saber si llegó por medio de un Tour-Operador, la JMT-SLC o por cuenta propia; con lo que se comparará el crecimiento turístico para cada sitio, y el desempeño las vías de llegada en la atracción de turistas. |
| Tipo de turistas | De manera que se pueda realizar un perfil del turista por cada sitio, que ayude a generar estrategias para abordar ese tipo de mercado en específico |
| Procedencia | Para tener un registro del porcentaje de turistas nacional y extranjero que visitan el municipio, que permitan crear estrategias dirigidas ha tal mercado. |
| Estadía | Para tener conocimiento del porcentaje de turistas que deciden pernoctar y los que realizan visitan de un solo día, con lo cual se podrán crear nuevos y mejoradas ofertas de paquetes. |
| Gasto promedio diario | Para tener conocimiento del gasto promedio del turista en un día para tomarlo en cuenta en el manejo de precios, para los paquetes y los servicios individuales |
| Servicios que contrató | De forma que se tenga conocimiento de las actividades que tienen mayor preferencia entre los turistas, para poder invertir en ellas. |
| Servicios turísticos | Para tener un registro de todas las actividades que se pueden realizar en el sitio, información que será compartida con las asociaciones de los cantones y la cooperativa, para el diseño de paquetes y diversificación de las mismas. |
| Alojamiento | Para llevar un registro de la disponibilidad de alojamiento, en caso |

| | |
|------------------------------------|--|
| | de reservaciones será útil saber de qué se dispone. |
| Registro de empleados | Para tener un control del número de empleados que laboran en el lugar, con el cargo que desempeñan y el tipo de contrato. |
| Asistencia a capacitaciones | De forma que se tenga un registro que permita llevar el control de asistencia a capacitaciones de las personas que trabajen directamente con las iniciativas así como sus administradores. |
| Control de calidad | De manera que se tenga conocimiento de las áreas que se deben mejorar según las expectativas del turista. |

Tabla 116. Información para el sistema tecnológico

Obtención de las información



Ilustración 43. Obtención de información en el S.I.

La persona encargada de brindar información al turista se encarga de recolectar los datos necesarios para el registro en el Sistema de Información. Si el turista se avoca a un Tour-Operador, este deberá registrar y enviar la información a la JMT-SLC, el cual registrará en el S.I. pero si su llegada es por la vía de la JMT-SLC, la información se registrará directamente en el S.I.

El formato a llenar debe seguir el siguiente modelo:

NOMBRE DE LA INICIATIVA TURISTICA

Fecha: ____/____/____

Lugar de procedencia: _____ Nacionalidad: _____

Como llegó: _____

Visita por: 1° Vez
 Otro

Como se entero: Recomendación
 Publicidad
 Otro _____

| Numero de turistas | Servicios que contrato | Actividades que realiza |
|--------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Niños _____ | <input type="radio"/> Alojamiento | <input type="radio"/> Senderismo |
| Jovenes _____ | <input type="radio"/> Restaurante | <input type="radio"/> Paseos |
| Adultos _____ | <input type="radio"/> Camping | <input type="radio"/> Bicimontaña |
| 3ra Edad _____ | <input type="radio"/> Otro _____ | <input type="radio"/> ... |

Días de estadía: _____

Gasto Diario Promedio Presupuestado: _____

Ilustración 44. Formato de registro de turistas

La administración de la iniciativa debe listar las actividades que se realizan en el lugar para mantener el registro, con una explicación de cada una de ellas y lo que se dispone para brindar dicho servicio o realizar esas actividades. Además se debe contar con un control de la disponibilidad de alojamiento, para lo que se propone un formato como el siguiente:

NOMBRE DE LA INICIATIVA

Servicios que ofrecen

- Hospedaje
- Restaurante
- Camping
- Senderismo
- Bicimontaña
- Paseos en lancha
- Cabalgatas
- ...

HOSPEDAJE

Numero de habitaciones

Disponibles

Ocupadas

Ilustración 45. Formato para el control de hospedaje

La información sobre los empleados se obtendrá de la administración del sitio turístico, el registro que se llevará tendrá el siguiente formato:

| NOMBRE DE LA INICIATIVA TURISTICA | | | |
|-----------------------------------|-------|---------|------------------|
| Registro de empleados | | | |
| Numero de empleados: _____ | | | |
| Nombre del empleado | Cargo | Salario | Tipo de contrato |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Ilustración 46. Formato para el registro de empleados

Cada vez que se asista a una capacitación se deben actualizar los datos, para lo que se utilizará un formato como el siguiente:

| NOMBRE DE LA INICIATIVA TURISTICA | | |
|-----------------------------------|------|------------|
| Control de capacitaciones | | |
| Fecha | Tema | Asistentes |
| | | |
| | | |
| | | |

Ilustración 47. Formato para el control de capacitaciones

Los datos del control de calidad se obtendrán de la Dirección de quejas, las cuales semanalmente serán recolectadas para ser ingresadas en el sistema de información. El formato que se propone es el siguiente:

| NOMBRE DE LA INICIATIVA TURISTICA | | |
|---|---------------|------------|
| Control de Calidad | | |
| <input type="checkbox"/> Gestion de quejas | | |
| Fecha | Tipo de queja | Frecuencia |
| | | |
| | | |

Ilustración 48. Formato para el control de calidad

Estos datos serán compartidos con el Sistema de Información de Turismo Sostenible en San Luis del Carmen (SITUS-SLC), administrado por la JMT-SLC, cuando el encargado del

manejo de dicho sistema solicite la información a las iniciativas, están transferirán la información.

Requerimientos de funcionamiento

Para llevar a cabo este registro se necesitará de lo siguiente:

- Computadora equipada con procesador de 500 MHz o superior, 1GB de memoria RAM, 250GB de disco duro, sistema operativo Windows Vista o Siete
- El sistema de información computarizado será implementado en la JMT-SLC, y la información a manejar en las iniciativas será en documentación física.
- Un mínimo de tres personas autorizadas para el manejo del sistema con conocimientos intermedios en computación.
- Revisión y mantenimiento del equipo y sistema al menos tres veces en el año

DIRECCIÓN DEL RECURSO HUMANO

Este incluye la dirección de capacitaciones en áreas relacionadas con el turismo como: fortalecimiento en las áreas de restaurantes, alojamiento, dirección pública y privada del turismo, producción agroalimentaria, artesanal, guiado e interpretación del patrimonio y la creación de nuevas MYPES turísticas. Todos estos son elementos que complementan la prestación de un servicio turístico de calidad, ya que es necesario que las personas que prestan los servicios turísticos, o que venden productos a los visitantes, cumplan con las expectativas y necesidades de los turistas. En la Dirección de RRHH también se contempla el área de la dirección pública y privada en el campo del turismo ya que en la etapa de diagnóstico se establece que una de las principales limitantes es la falta de apoyo y de organización con las instituciones públicas, y también el desconocimiento de los beneficios del turismo, y como de forma coordinada se pueden obtener mayores beneficios.

¿Cuál es la necesidad de la formación y capacitación del RRHH?

Se requiere que las personas de las iniciativas tengan una formación tanto en el ámbito empresarial para poder manejar la administración y la dirección del proyecto así como conocimientos técnicos que les ayude a desarrollarse y mejorar sus actividades actuales, como el desarrollo de nuevas iniciativas emprendidas en turismo rural, inclusive poder incurrir en otras modalidades de turismo. Algunas ideas para aumentar el nivel de innovación de las iniciativas de turismo rural-comunitario son:

- Conocer otras experiencias tanto locales y regionales como de carácter nacional e internacional, tener una participación en actividades de capacitación, en encuentros, foros y toda clase de reuniones.
- Buscar apoyo con organizaciones del exterior para que brinden algunas capacitaciones de desarrollo en los temas rural-comunitario además de otras que sean de formación para la comunidad que está participando en el proyecto.

Modalidades de capacitaciones

- Las capacitaciones y asesorías serán organizadas por la JMT-SLC, la cual tendrá que organizar con la colaboración de las asociaciones de los cantones, la cooperativa ALTINA y las iniciativas privadas, para las jornadas de capacitaciones.

- Las capacitaciones podrán ser impartidas a través de cursos, seminarios o jornadas prácticas y teóricas.
- En el caso de emprendedurismo y en el desarrollo de actividades turísticas rurales es muy importante que se puedan realizar prácticas y clases en sitios de trabajo en la zona.
- Es muy importante tener el conocimiento que otras experiencias puedan ofrecer y poder poner en práctica el intercambio de experiencias.

Tipos de capacitaciones que deben impartirse

Según los requerimientos establecidos en la etapa de diagnóstico, se tiene que los principales temas que es necesario impartir a las iniciativas turísticas y a los entes relacionados con el turismo en el municipio son:

- Capacitaciones para conocer las especificaciones técnicas y operativas de cada puesto que se requerirá.
- Capacitaciones sobre administración, gestión y contabilidad.
- Capacitaciones para la preparación y manejo higiénico de alimentos.
- Calidad en los servicios turísticos.
- Cursos de primeros auxilios y rescate según las actividades que se realicen.
- Cursos de educación ambiental que permitirán valorar aún más los recursos y cómo conservarlos, preservarlos y en su caso recuperarlos.
- Capacitación para formar guías especializados.
- Instrucción de los productores artesanos que quieran participar con sus actividades en el servicio turístico, así como a personas que quieran tener un emprendedurismo en alguna actividad.
- Capacitación en el área de concientización a la comunidad para cuidar los recursos naturales, y aportar a la prestación de un mejor servicio.
- Capacitación en cuanto a la creación de nuevas iniciativas, como formar una nueva empresa turística bajo el concepto de turismo rural-comunitario.
- Asesorías en cuanto a la obtención de recursos financieros para invertir en nuevas iniciativas turísticas o en mejorar las actuales.
- Capacitaciones al personal que se encargara del mantenimiento de áreas que lo necesitan.

Dirección de los servicios de capacitación

- La JMT-SLC en conjunto con las asociaciones y cooperativa son los encargados de realizar un diagnóstico que permita conocer las necesidades de las personas del municipio para brindar el servicio turístico. Identificar las necesidades sobresalientes y comunes entre ellos, identificando actores y áreas de capacitación. Este diagnóstico se basa en la información obtenida mediante las evaluaciones de calidad, donde tendrán prioridad aquellas áreas deficitarias en las evaluaciones, así también se tomaran en cuenta solicitudes de entes de turismo en áreas específicas y también se impartirán temas que aporten al cumplimiento de los objetivos de la JMT-SLC.
- Dar a conocer las temáticas identificadas de acuerdo a las necesidades de las iniciativas y aceptar sugerencias de las empresas capacitadoras siempre y cuando sean en la dirección de los objetivos de la JMT-SLC.

- Obteniendo el listado de temas para las capacitaciones, se busca apoyo económico y/o la facilitación de las capacitaciones por parte de entidades a nivel nacional que puedan apoyar en el área turística, sean estas gubernamentales o no gubernamentales.
- La institución que impartirá las diferentes capacitaciones deberá presentar una programación sobre temas, horarios cantidad de personas, y duración de la capacitación, esta programación será estudiada por la JMT-SLC el cual buscara que se acomode a las necesidades de la mayoría de personas que van a participar. En cuanto al lugar donde se van a llevar a cabo las capacitaciones, se buscara colaboración de las asociaciones de los cantones y la cooperativa, los cuales serán los encargados de adecuar las instalaciones y además dar un refrigerio a los asistentes.
- Si después de la capacitación se necesita algún tipo de retroalimentación o ayuda con otras temáticas se mantiene en contacto con la institución prestadora del servicio, para darle seguimiento a las iniciativas en cuanto a área específicas.

MANEJO DE CAPACITACIONES

Para el desarrollo de programas de capacitación para todas aquellas personas que participarán en el desarrollo turístico de la zona y que necesitan ser orientados de cómo se debe de administrar y conocer sobre la industria turística, es necesario que se realice una programación planificada que debe incluir lo siguiente:

- ✓ Enfocarse en cuáles son las necesidades de la comunidad, e identificar las áreas más deficientes.
- ✓ Estar claros de cuáles son los objetivos de la capacitación, según las necesidades percibidas.
- ✓ Realizar módulos de capacitaciones de acuerdo al número de personas y a las áreas en que se desempeñarán.
- ✓ Seleccionar una metodología para impartir las capacitaciones, considerando la tecnología y recursos necesarios para la realización, como tipo de instructor, recursos audiovisuales, maquinas, equipos o herramientas necesarias, materiales, manuales, etc.
- ✓ Identificar a la población que será capacitada, considerando los siguientes puntos:
 - Áreas en las se desempeñarán
 - Disponibilidad de tiempo
- ✓ Identificar el establecimiento donde se llevarán a cabo las capacitaciones, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente en los lugares donde se impartirán las capacitaciones.
- ✓ Contratación de Instructores.

Teniendo definido y gestionado lo anterior no queda más que dar a conocer a través de la programación las fechas en las que se impartirán las capacitaciones, los horarios y las personas que se capacitarán.

A continuación se detalla el diseño de la propuesta:

Requerimientos de capacitación en área de restaurantes

| RUBRO | PARTICIPANTES | PERFIL |
|--|---|--|
| Área de Administración | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Propietarios de iniciativas con servicio de restaurante ✓ Encargados y supervisores de restaurantes | <p>Es importante que los participantes tengan algunas de estas habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad para trabajar en equipo ✓ Capacidad de organización ✓ Creatividad ✓ Imaginación ✓ Disposición de servicio ✓ Capacidad para tomar decisiones ✓ Ser un líder participativo ✓ Debe conocer de las actividades de la zona, así como de la zona en general |
| Calidad y BPT | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Propietarios de iniciativas con servicio de restaurantes ✓ Encargados y supervisores de restaurantes ✓ Recurso Humano encargado de operaciones en un restaurantes | |
| Dirección y Control de Almacenes de Alimentos | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Encargados y supervisores de restaurantes | |
| Manejo de Alimentos | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Encargados y supervisores de restaurantes ✓ Recurso Humano encargado de operaciones en restaurantes | |

Tabla 117. Requerimiento de capacitaciones en áreas de restaurantes

Temas de capacitación en área restaurantes

En la siguiente tabla se propone un listado de temáticas de capacitación enfocadas a cada una de las diferentes áreas en las que es necesario que las personas seleccionadas adquieran conocimientos.

| TEMAS DE CAPACITACION |
|---|
| <p>Área de Administración</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Administración de restaurantes y supervisión de personal ✓ Planificación aplicada al turismo ✓ Entrevista y contratación de personal ✓ Organización de las áreas de cocina limpieza, almacén y despensa de alimentos ✓ Diseño de cartas y menús ✓ Mobiliario destinado a clientes, mobiliario para el servicio de restaurante |
| <p>Calidad y Buenas Prácticas de Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Buenas Prácticas de Turismo Sostenible ✓ Calidad en la prestación de servicios turísticos ✓ Higiene Alimenticia ✓ ISO 9001 en el sector alimenticio ✓ Normas de Alimentos BMP HACCP |

| |
|--|
| <p>Dirección y Control de Almacenes de alimentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocina regional ✓ Características a considerar en la compra de productos alimenticios ✓ Los proveedores estudio y selección proveedores ✓ Control en la recepción de productos e insumos ✓ Documentos que intervienen en el control. Inventario y control de existencias ✓ Inocuidad de alimentos |
| <p>Manejo de Alimentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sanitación y Manipulación Higiénica de Alimentos ✓ Manipulación y Almacenamiento de Alimentos |

Tabla 118. Temas de capacitación en áreas de restaurante

Requerimientos de Capacitación en Área de Hospedaje

| RUBRO | PARTICIPANTES | PERFIL |
|---|---|---|
| Área de Administración | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Propietarios de iniciativas con servicio de hospedaje ✓ Encargados y supervisores de iniciativas con servicio de hospedaje | <p>Es importante que los participantes tengan algunas de estas habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad para trabajar en equipo. ✓ Capacidad de organización. ✓ Creatividad. ✓ Imaginación. ✓ Disposición de servicio. ✓ Capacidad para tomar decisiones. ✓ Ser un líder participativo ✓ Debe conocer de las actividades de la zona, así como de la zona en general. |
| Calidad en atención al cliente | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Propietarios de iniciativas con servicio de hospedaje ✓ Encargados y supervisores de alojamientos ✓ Recurso Humano encargado de operaciones | |
| Dirección y control de alimentos | Encargados y supervisores de iniciativas con servicio de hospedaje | |

Tabla 119. Requerimiento de capacitación en áreas de hospedaje

Temas de capacitación en área hospedaje

En la siguiente tabla se propone un listado de temáticas de capacitación enfocadas a cada una de las diferentes áreas en las que es necesario que las personas seleccionadas adquieran conocimientos.

| TEMAS DE CAPACITACION |
|---|
| <p>Área de Administración</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Administración y supervisión de personal ✓ Planificación aplicada al turismo ✓ Entrevista y contratación de personal ✓ Organización de las áreas de cocina limpieza y almacén. ✓ Mobiliario destinado a clientes, mobiliario para el servicio de hospedaje |

| |
|---|
| <p>Calidad en Atención al Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad en la prestación de servicios turísticos ✓ Destrezas básicas para solucionar problemas y tratamiento de quejas. ✓ Presentación de habitaciones, espacios y ambientes. ✓ Técnicas de limpieza: limpieza de las habitaciones. ✓ Buenas Prácticas de Turismo Sostenible |
| <p>Dirección y Control de Almacenes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Control de inventarios y características de los productos a almacenar. ✓ Compras de productos para hospedaje: análisis y selección de proveedores. |

Tabla 120. Temas de capacitación en áreas de hospedajes

Requerimientos de Capacitación en Áreas Turísticas

| RUBRO | PARTICIPANTES | PERFIL |
|--|--|---|
| Dirección turística para tomadores de decisión política y ejecutiva | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alcalde del municipio de San Luis del Carmen. ✓ Presidentes y/o representantes de asociaciones y la cooperativa ALTINA ✓ Propietarios de iniciativas de los circuitos turísticos. ✓ Encargados y supervisores de las iniciativas turísticas. ✓ JDTSLC. | <p>Es importante que los participantes tengan algunas de estas habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad para trabajar en equipo. ✓ Capacidad de organización. ✓ Creatividad. ✓ Imaginación. ✓ Disposición de servicio. ✓ Capacidad para tomar decisiones. ✓ Ser un líder participativo ✓ Debe conocer de las actividades de la zona, así como de la zona en general. |
| Producción artesanal y acuicultura | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Encargados de las iniciativas turísticas. ✓ Pobladores del municipio que procesan productos artesanales. | |
| Diversificación y mejora de la calidad de productos artesanales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Productores de artesanías en el municipio. ✓ Presidentes de asociaciones de productores de artesanías. | |
| Formación de guías de turismo e interpretación del patrimonio natural | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recurso Humano encargado de la prestación del servicio. | |
| Sensibilización turística | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pobladores del municipio | |

Tabla 121. Requerimiento de capacitación en áreas de productos turísticos

Temas de capacitación en áreas turísticas

En la siguiente tabla se propone un listado de temáticas de capacitación enfocadas a cada una de las diferentes áreas en las que es necesario que las personas seleccionadas adquieran conocimientos.

| TEMAS DE CAPACITACION | |
|--|--|
| Dirección turística para tomadores de decisión política y ejecutiva | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conceptos sobre turismo. ✓ La planificación turística sostenible: capacidad de carga y estacionalidades. ✓ La oferta, la demanda y los productos turísticos: rurales comunitarios. ✓ Impacto ambiental y prevención de riesgos de las actividades turísticas. ✓ La dirección de la calidad en el turismo. ✓ La promoción, la comercialización y distribución turística. ✓ Marco legal local sobre protección ambiental, cultural, salud, seguridad ciudadana, etc. | |
| Producción artesanal y acuicultura | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitación en transformación in situ, presentación, manipulación, embalaje y venta de alimentos a los turistas | |
| Diversificación y mejora de la calidad de productos artesanales | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño y desarrollo de productos artesanales con insumos locales que comuniquen y refuercen la identidad cultural. ✓ Diseño de artesanías para venta, regalos especiales, decoración de oficinas y alojamientos, etc. | |
| Formación de guías de turismo e interpretación del patrimonio natural | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento general de la zona: geografía, demografía, economía, historia, cultura, dinámica social, recursos e infraestructura, educación ambiental. ✓ Interpretación del patrimonio y habilidades de comunicación ✓ Perfil general de la demanda turística. ✓ Primeros auxilios ✓ Dirección de la calidad de servicio y atención al cliente ✓ Temas específicos sobre turismo: rural comunitario. | |
| Sensibilización Turística | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Beneficios que tiene la actividad turística en el ámbito económico, social, ambiental, educativo, cultural que el turismo sostenible brinda a una localidad. | |

Tabla 122. Temas de capacitación en áreas turísticas

Requerimientos de Formación de Mypes Turísticas

| RUBRO | PARTICIPANTES | PERFIL |
|---|---|---|
| Emprendedurismo y Oportunidades de Negocio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cooperativa ALTINA y/o asociaciones del municipio interesadas en incursionar en el área turística. ✓ Empresarios interesados en el sector turismo. | <p>Es importante que los participantes tengan algunas de estas habilidades: Capacidad para trabajar en equipo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de organización. ✓ Creatividad. ✓ Imaginación. |
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Autoridades municipales | |

| | | |
|---|--|---|
| Empresas y Dirección Empresarial | | ✓ Disposición de servicio. |
| Administración Eficiente del Dinero | | ✓ Capacidad para tomar decisiones. |
| Aspectos Tributarios y Contables del Negocio Turístico | | ✓ Ser un líder participativo ✓ Debe conocer de las actividades de la zona, así como de la zona en general. |

Tabla 123. Requerimientos para la formación de MYPES turísticas

Temas de capacitación en el área de formación de mypes turísticas

En la siguiente tabla se propone un listado de temáticas de capacitación enfocadas a cada una de las diferentes áreas en las que es necesario que las personas seleccionadas adquieran conocimientos.

| TEMAS DE CAPACITACION | |
|--|--|
| Emprendedurismo y Oportunidades de Negocio | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo del Espíritu emprendedor, mitos acerca de los emprendedores. ✓ Perfil de un emprendedor. ✓ Elementos básicos de éxito, Innovación y creatividad, características empresariales ✓ Formulación de la idea de negocio. | |
| Formalización de Empresas y Dirección Empresarial | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aspectos formales a cumplir para formalizar el negocio turístico. ✓ Marco legal de las MYPES. ✓ Procedimientos para la creación de empresas, autorizaciones y regímenes de tributación | |
| Administración Eficiente del Dinero | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Proyección de ventas, formulación de presupuestos, presupuesto de ventas. ✓ Determinación de los costos de la prestación del servicio turístico. ✓ Costos Directos e Indirectos y Elementos del Costo de un servicio. ✓ Determinación del precio de Venta, ✓ Estimación del Punto de Equilibrio. | |
| Aspectos Tributarios y Contables del Negocio Turístico | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Regímenes de tributación empresarial, impuestos empresas turísticas. ✓ Principales libros contable que se deben llevar y declaraciones de Impuestos. ✓ Controles y registros contables. ✓ Incentivos al sector y líneas de créditos especiales para el sector turismo. | |

Tabla 124. Temas de capacitación en el área de formación de MYPES turísticas

Recursos a utilizar para la capacitación del recurso humano

A continuación se describen los diferentes recursos que se necesitarán para llevar a cabo las diferentes capacitaciones, los posibles lugares en los que se pueden impartir y las diferentes organizaciones que pueden brindar el servicio:

| RECURSOS | LUGAR | FACILITADOR DE LA CAPACITACION |
|---|--|---|
| <p>✓ Tiempo de duración de la capacitación: Puede variar de 4 a 8 horas diarias, y la cantidad de días durará dependiendo de la amplitud de la temática que se impartirá.</p> <p>✓ Recursos didácticos: Pizarrón, equipo audio-visual, material de apoyo general.</p> <p>✓ Recurso Humano: Instructores, expositores y personal de para coordinación</p> | <p>✓ Instalaciones de la cooperativa ALTINA.</p> <p>✓ Si son prácticas también podría realizarse en una de las iniciativas turísticas.</p> <p>✓ Instalaciones de las casas comunales en cada cantón.</p> <p>✓ Instalaciones de las alcaldías, según coordinación con la JDTS LC.</p> | <p>Opción 1: hacer contacto con profesionales en el ámbito turístico y empresarial del país.</p> <p>Opción 2: solicitar los servicios de capacitaciones brindadas por las instituciones privados.</p> <p>Opción 3: buscar entidades gubernamentales, no gubernamentales o de cooperación extranjera que pueda ayudar y brindar apoyo económico para poder recibir capacitaciones sin costo alguno.</p> |

Tabla 125. Recursos a utilizar en capacitaciones

Requerimientos de recursos didácticos

A continuación se presentan algunos de los requerimientos físicos que se necesitarán para poder impartir las diferentes capacitaciones:

- ✓ Pizarra blanca para plumón
- ✓ Computadora
- ✓ Caños proyector
- ✓ Sillas
- ✓ Mesas
- ✓ Plumones de pizarra
- ✓ Borradores
- ✓ Papelería informativa
- ✓ Lápices, lapiceros y resmas de papel

Información Necesaria al Momento de Preparar la Capacitación

A continuación se detalla la información que se debe documentar cada vez que se lleva a cabo una capacitación:

De los participantes:

- ✓ Actividades que desempeñan

- ✓ Edad
- ✓ Escolaridad
- ✓ Horario de trabajo, o jornada ocupada.

De la capacitación:

- ✓ Nombre del curso, taller, ó, seminario, etc.
- ✓ Nombre del instructor
- ✓ Objetivos
- ✓ Fecha de realización
- ✓ Horario

Del ambiente:

- ✓ Selección de aula local de las instalaciones
- ✓ Condiciones materiales e higiénicas
- ✓ Visibilidad, acústica, ventilación.etc.
- ✓ Servicios complementarios: cafetería, materiales, servicios, etc.

Actualización de la Información para la Formación y Capacitación

Es de recordar que las capacitaciones deben darse cada cierto periodo de tiempo ya que el personal debe irse actualizando según las necesidades que surjan en el transcurso del desarrollo turístico y para ello se debe llevar un registro de las personas que han recibido capacitación, el tipo de capacitación que han recibido para poder dar seguimiento a las mismas, quienes son las personas que se están integrando y que necesitan ser capacitadas, y el rendimiento que están dando las capacitaciones a través de lo que refleja el rendimiento de las mismas en el trabajo diario que se realiza.

A continuación se presenta un formato para llevar un control de las personas que han recibido capacitaciones:

| Nº de personas capacitadas | Rubros a los que pertenecen | Tipo de capacitación |
|----------------------------|-----------------------------|----------------------|
| | | |
| | | |
| | | |

Ilustración 49. Formato para control de capacitaciones

Es muy importante tener en cuenta que se deberá llevar un control sobre las capacitaciones impartidas, los resultados positivos o negativos que se han obtenido con la aplicación de conocimientos adquiridos por las personas capacitadas, dependiendo de esos resultados se definirá una programación para las próximas capacitaciones, los temas a impartir, el número de personas que se someterán y el personal responsable que estará a cargo de que la programación se cumpla que será la JDTSLC. Para esto se necesita de un formato que ayude a recopilar los resultados, a programar fechas, describir el tipo de capacitación de acuerdo a las definidas anteriormente y los temas de acuerdo a las

necesidades requeridas por los entes relacionados con el sector turismo. Este se presenta a continuación:

| Resultados de capacitación | Próxima fecha | Tipo de capacitación | Cantidad de participantes | Temas a cubrir | Responsable |
|----------------------------|---------------|----------------------|---------------------------|----------------|-------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Ilustración 50. Formato para el control de resultados de capacitaciones

Instituciones que brindan Servicio de Capacitación y Formación en el país⁶⁸

A continuación se muestran algunas de las instituciones que apoyan a la MIPYMES y que realizan capacitaciones y asistencia técnicas, así como proyectos relacionados a turismo, es por lo cual se tendrán en cuenta para las capacitaciones que se necesiten realizar para el desarrollo del servicio turístico:

*

⁶⁸ Ver punto 1.5.3.3, del Capítulo II; para conocer las Instituciones que Brindan Conocimientos sobre Servicios Turísticos

PARTE 3. SUB PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO

MARCO CONTEXTUAL

El producto turístico es la combinación de los recursos y servicios turísticos, preparados para satisfacer las necesidades de clientes.

De ahora en adelante el producto turístico se entenderá como: “Un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades, que satisfacen sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral”

Los componentes ensamblados se refieren a la combinación de sitios turísticos, actividades recreativas, servicios turísticos e infraestructura, todos combinados con el fin de atraer a turistas y satisfacer sus necesidades



ELEMENTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

SITIOS TURÍSTICOS

Los sitios turísticos son fundamentales, pues ellos son la principal motivación del turista al momento de elegir un destino.

Para el presente trabajo los sitios turísticos comprenderán cada una de las once iniciativas priorizadas. Los sitios turísticos que conformarán a nuestro producto turístico son:

- Casco Urbano
- Piedras talladas
- El bosque de los Naranjo
- Mirador Isla del Cristo
- Isla del Ermitaño
- Restaurantes
- Isla del Burro
- Cerro la Mesa
- Isla de Los Pájaros
- Las Pilas (pozas)
- Cementerio Inundado
-

ACTIVIDADES RECREATIVAS

Las actividades recreativas reflejan las diferentes acciones que un turista puede realizar en un lugar donde se está brindando un servicio turístico.

Dentro de las actividades identificadas que se pueden realizar en las iniciativas teniendo en cuenta que se trata de un turismo rural comunitario, se encuentran las siguientes:

| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>CAMINATA O SENDERISMO</p> | <p>Consiste en transitar a pie por sendas, caminos o lugares que presentan poca dificultad física y son de fácil acceso, con el objetivo de la observación e interpretación de la naturaleza, reconocimiento de micro sistemas e integración con el medio ambiente.</p> <p>Es una actividad de corta duración (generalmente, entre tres horas y medio día), donde se recorren distancias de 3 a 5 km. Para su mejor práctica, se recomienda llegar calzado apto para caminata, protección solar, y ropa cómoda.</p> |
| <p>CAMPING O CAMPAMENTO</p> | <p>Actividad recreativa muy popular que consiste en vivir temporalmente al aire libre, por lo general en una tienda de campaña. El camping se practica principalmente en bosques, montañas, lagos y ríos, también en los lugares donde la oferta de lugares para la pernoctación es poca, nula, con vías de acceso más difíciles. La mayoría de los aficionados al camping ante todo buscan romper con la rutina diaria y disfrutar de un entorno saludable y al aire libre.</p> |
| <p>CANOPY</p> | <p>Esta curiosa forma de transporte derivó a una actividad turística de aventura que permite disfrutar de un viaje seguro a través de la punta o parte central de los árboles, experimentando una sensación cercana a la de volar. El canopy, que significa "copa de los árboles", nació en Costa Rica a partir del trabajo de científicos,</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>que en su afán por establecer la biodiversidad y características de la flora centroamericana, idearon un sistema que les permitía desplazarse entre la jungla con la ayuda de un arnés, una polea y un cable de acero, sin necesidad de subir y bajar continuamente de los arboles.</p> |
| CABALGATAS | <p>Es una actividad que se realiza a través de la monta de caballos, es necesario saber montar. Pero una rápida charla teórica con el guía es suficiente para saber montar. Se desarrollan paradas cortas en diversos lugares, que permita la admiración de la naturaleza y la belleza escénica. Es una manera más amigable de integrarse con la naturaleza. Se utilizan para distancias cortas o medianas. La cabalgata no presenta grados de dificultad considerables, ni restricciones de sexo, edad o condición física.</p> |
| VISITAS A SITIOS ESPECIFICOS DE AGROTURISMO, NATURALEZA EXTREMA, HISTORICOS CULTURALES | <p>Visita a fincas, parcelas o granjas destinadas a las actividades del cultivo y/o la cría de animales. Se trata de orientar a la comunidad y a los visitantes la búsqueda e implementación de un sistema de producción sostenible; que permita generar ingresos que proporcionen una rentabilidad competitiva y simultáneamente proteger los recursos naturales de la zona; esto por parte de las actividades enmarcadas en agroturismo, en cuanto a naturaleza extrema, este tipo de sitios permite un mayor contacto con jóvenes y adultos jóvenes los cuales son llevados a sitios con mayor dificultad en el acceso y permita crear en el visitante descargas de adrenalina.</p> <p>Los sitios históricos permiten al visitante conocer sobre la riqueza cultural del lugar.</p> |

SERVICIOS

La calidad de los servicios que se ofertan es clave para lograr la permanencia del turista y que este disfrute de los atractivos con los que cuenta el sitio turístico. Para la determinación de los servicios turísticos que se ofertaran se retomará la información obtenida en el estudio de diagnóstico, específicamente en la información presentada en el apartado del mercado consumidor, donde se obtuvo que las preferencias de los turistas se encuentran enfocadas principalmente a dos servicios específicos, estos son: servicios de alimentación y hospedaje. Igualmente se consideraran otros dos servicios

complementarios los cuales son alquiler de canopy, zona de camping, cabalgatas, circuitos de caminatas.

INFRAESTRUCTURA

El contar con la infraestructura adecuada para la prestación del servicio es otro de los elementos claves para lograr la permanencia y satisfacción del cliente.

En el estudio de diagnóstico se determinaron las deficiencias en la infraestructura de las iniciativas, es por ello que en el sub plan de desarrollo de las iniciativas turísticas, en el programa de prestación del servicio turístico, se establecen modelos de infraestructura turística, dentro de los cuales se encontraran: lineamientos que se seguirán para el diseño de senderos, diseño de áreas de camping, diseño de canopy, diseño o mejora en la infraestructura actual de restaurante, alojamiento, centros de atención.

PROPÓSITO

Definido ya el concepto el concepto de PRODUCTO TURÍSTICO e identificado los elementos que lo componen, diseñar circuitos turísticos y paquetes turísticos que incluyan los productos turísticos de cada una de las once iniciativas priorizadas con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas que visitan el municipio de San Luis del Carmen.

JUSTIFICACIÓN

El diseño de circuitos turísticos y diseño de paquetes turísticos, bajo un enfoque de turismo rural comunitario, formarán parte de los nuevos servicios que se ofertaran en el municipio. Estos nuevos servicios, además de asegurar el desarrollo económico de las iniciativas participantes, mejoraran también la economía en general del municipio y sobre todo la relación entre Alcaldía, los empresarios, la cooperativa y otros miembros de la comunidad que se verán beneficiados con el turismo ya que todos estarán trabajando en coordinación para seguir impulsándolo.

COMPONENTES

El sub plan de producto de turístico, se sub dividirá en 3 programas principales que contendrán diferentes actividades, a continuación se presenta la esquematización del sistema.

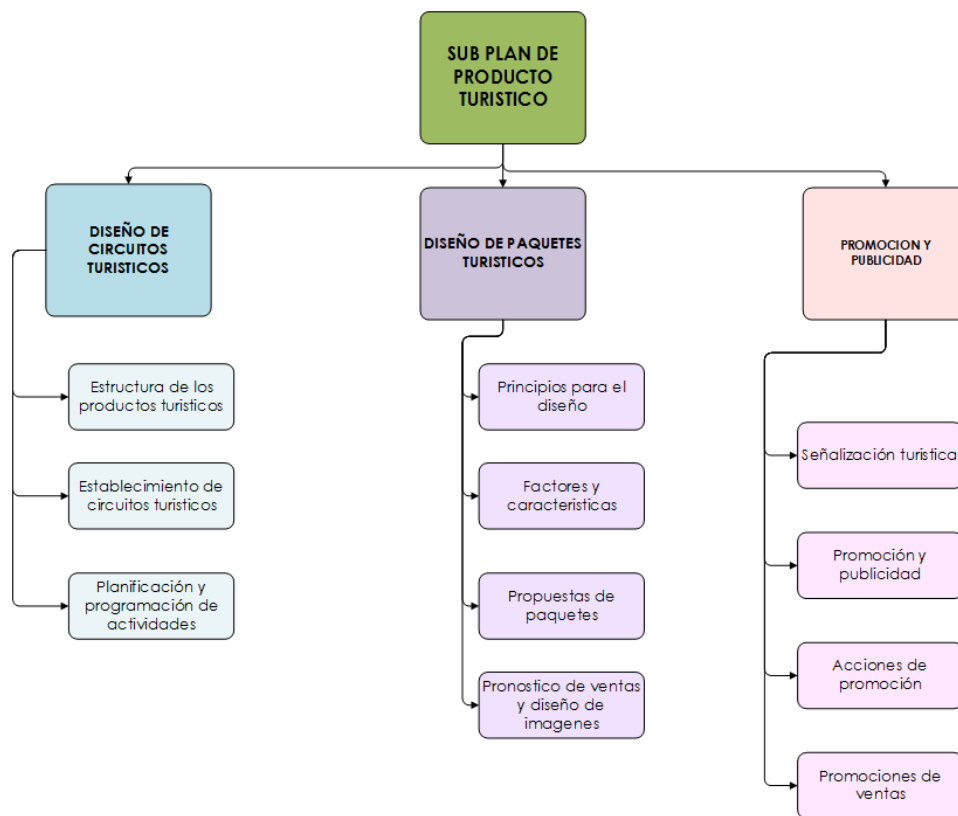


Ilustración 51. Componentes del Sub plan de Producto turístico

3.1. DISEÑO DE CIRCUITOS TURISTICOS

En la actualidad y frente a la proliferación de una nueva oferta turística local que pretende mostrar el patrimonio natural (atractivos, actividades, etc.) de las comunidades rurales, el concepto de circuito turístico ha evolucionado, como respuesta a la necesidad de organizar y estructurar productos afines y complementarios, adquiriendo una connotación más temática y particular.

El circuito turístico puede ser definida como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto

Representa el producto básico turismo rural comunitario estructurado y constituye una oferta organizada y elaborada que incluye atractivos, actividades, instalaciones y servicios turísticos propios del área, susceptible de ser comercializada en forma integrada o parcialmente. Se debe calificar más bien como un macro producto que posee características específicas que lo diferencian de otros productos turísticos tradicionales:

- Responde a una imagen motivadora atractiva, particular y predeterminada.
- Se circunscribe a un espacio geográfico definido.
- Posee una extensión espacio temporal posible de recorrer en plazos razonables, con tiempos mínimos y máximos establecidos.

- Debe ser factible de visitar parcialmente o de integrarse a recorridos propios de otros ámbitos territoriales
- Debe contener e integrar diferentes productos y servicios.
- Tiene una gestión unitaria, pero incorpora a distintos agentes intermediarios (operadores y prestadores de servicios turísticos) privilegiando la participación de los miembros de la comunidad local.
- La elaboración de este macro producto debe ser capaz de generar una demanda en el mercado y de su solidez y coherencia, así como de la capacidad de atracción de sus productos y de la calidad de sus servicios, dependerá no sólo el éxito de los circuitos y su permanencia en el tiempo, sino también su sustentabilidad.

La determinación de una imagen propia puede responder a diferentes motivaciones (histórica, geográfica, gastronómica, arquitectónica, cultural, étnica, etc.), pero en lo posible debe ser única, novedosa, motivadora y consistente, de modo que por sí misma represente una invitación para realizar el viaje y descubrir las características y particularidades de su oferta.

Para que el circuito turístico resulte creíble y tenga fuerza en el mercado, su diseño debe ser atractivo y coherente, manteniendo la UNIDAD Y COMPLEMENTARIEDAD entre sus componentes y la imagen adoptada, pero ofreciendo al mismo tiempo una cierta diversidad que genere sinergias, revalorizando cada uno de los productos o servicios que la integran, propiciando y justificando la visita a todos ellos, por lo cual es necesario que San Luis del Carmen englobe sus características dentro de un solo esquema turístico.

Una de las más evidentes ventajas que ofrece la integración de productos en un circuito turístico, es que el conjunto de ellos tiene mayor capacidad de atracción que la mayoría de sus integrantes por separado, justificando desplazamientos, permanencias y gastos que por sí solos no los provocarían.

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Un circuito turístico se define como una "ruta organizada por una empresa turística especializada".

Además de tener perfectamente definido el itinerario, incluye el alojamiento y la alimentación durante todo el recorrido, todo ello a un precio estipulado que sirve para comprar el conjunto de los servicios". Todo circuito turístico debe circunscribirse a un espacio geográfico determinado, a una unidad cultural o una comunidad reconocible, estableciendo recorridos e itinerarios. Más allá de esas magnitudes, el circuito turístico debiera dividirse en tramos o sub circuitos.

Un circuito debe necesariamente ofrecer e integrar al menos atractivos, actividades, alojamiento, alimentación, entretenciones e información, y eventualmente guías y transporte local.

Dentro de este programa se establecen las rutas de manera geográfica, indicando las iniciativas y atractivos que incluyen así como también se identifican las vías de acceso a cada uno de los lugares; esta información será la base para la creación de los itinerarios de los paquetes que se van a ofertar al igual que para la gestión de mejoramiento de vías de acceso ya que se muestran las principales vías a recorrer durante las visitas.

OBJETIVO DEL PROGRAMA

El objetivo de la creación de circuitos turísticos es favorecer la movilidad de los turistas, de modo que se desplacen de un lugar a otro, a lo largo de ella y según un itinerario establecido. En consecuencia sus componentes (atractivos, servicios, instalaciones, eventos) no deben ser autosuficientes sino complementarios, para aprovechar las sinergias que se producen. La conformación de un circuito turístico debe responder a los intereses de los diversos actores de la actividad turística, pero principalmente de su mercado objetivo (los turistas), de los agentes operadores y prestadores de servicios turísticos y de la comunidad local.

ALCANCE DEL PROGRAMA

Este programa consta de una estructuración de productos turísticos donde se incluyen las iniciativas priorizadas en la etapa de diagnóstico, donde se ubican de manera gráfica en cada uno de los municipios.

A partir de esta información se procederá a establecer los circuitos turísticos, los cuales servirán de base para el siguiente programa que es el diseño de paquetes turísticos, el cual describirá de manera más detallada lo itinerarios y las propuesta de productos turísticos a ofertar.

3.1.1. ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Para la formación de los productos turísticos se procede a integrar las diferentes iniciativas, identificadas de acuerdo al inventario turístico en el municipio en la etapa de diagnóstico.

A continuación se presenta el mapa del municipio con la ubicación de las iniciativas priorizadas:

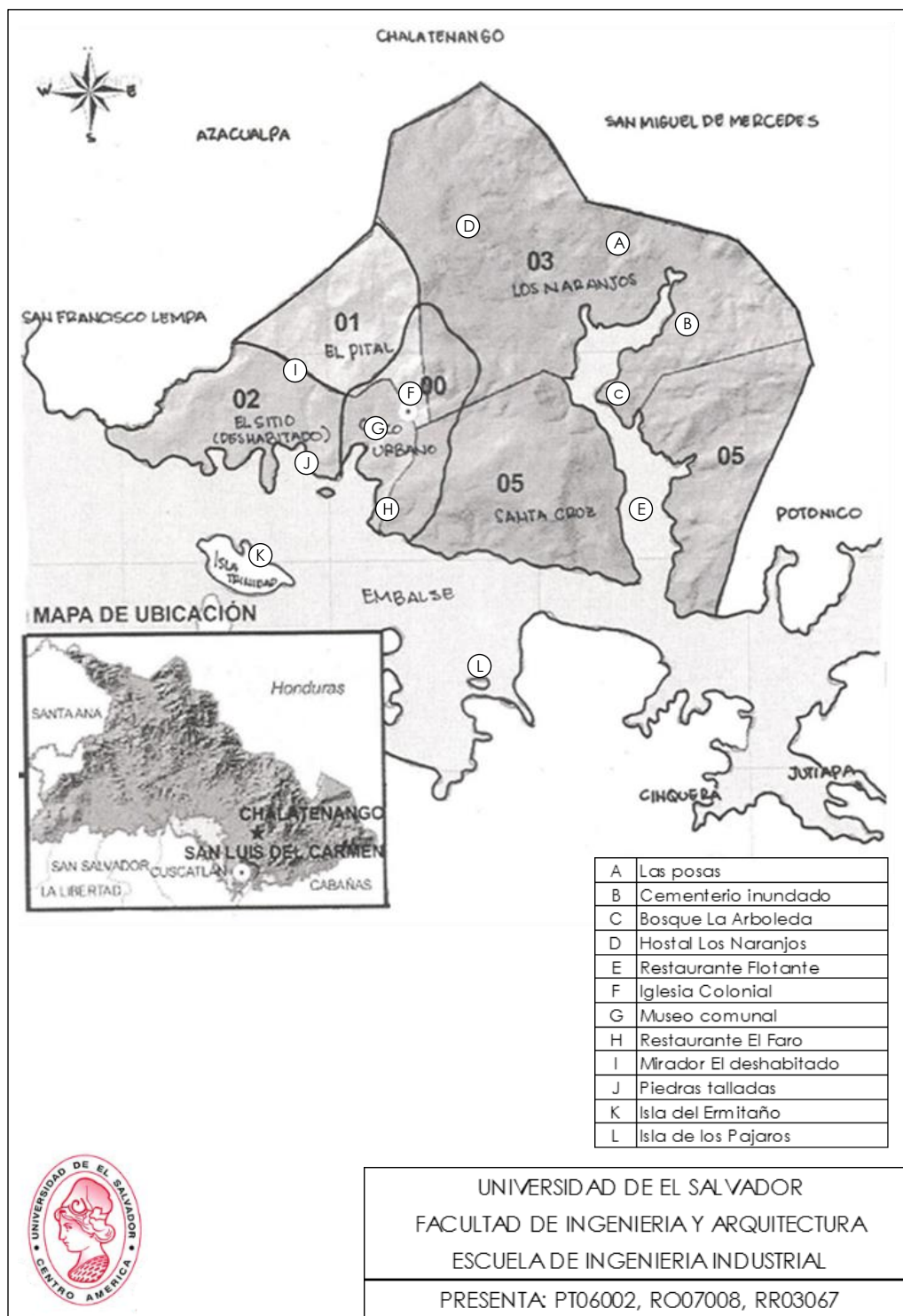
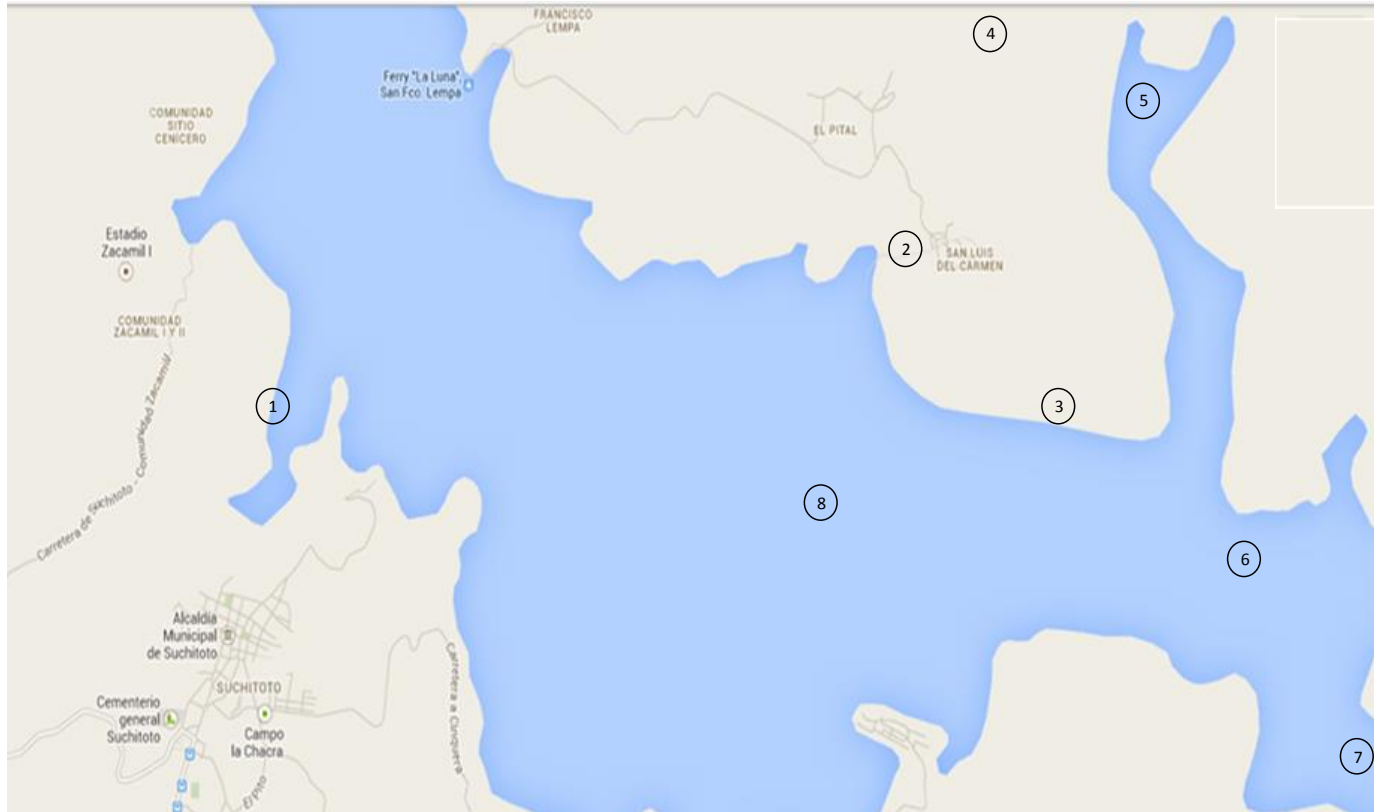


Ilustración 52. Mapa completo del municipio con algunas iniciativas



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
 FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
 ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
 PRESENTA: PT06002, RO07008, RR03067

| | | | |
|---|--|---|----------------------------------|
| 1 | Puerto San Juan, Suchitoto | 5 | Santa Cruz, Restaurante Flotante |
| 2 | San Luis del Carmen, Chalatenango | 6 | Isla del Burro |
| 3 | Embarcadero cerca de Restaurante El Faro | 7 | Isla de los Pajaros |
| 4 | Cerro La Mesa | 8 | Cueva del ermitaño |

Ilustración 53. Mapa de vista completa de Embalse Cerrón Grande

ESTABLECIMIENTO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

La extensión del municipio es pequeña, por lo que es preferible dividir los circuitos turísticos por cantón, con el fin de hacer llamativos cada uno según sus atractivos. Por lo cual son 4 circuitos turísticos principales⁶⁹.

El establecimiento de las actividades se realizó a través de las preferencias encontradas en el mercado consumidor y las iniciativas existentes dentro del municipio; la conexión de las diferentes iniciativas (distancias entre cada lugar), se elaboró con la ayuda de personal de la alcaldía y de habitantes de la zona.

Para el diseño de los circuitos turísticos se ha tomado en cuenta que en cada uno de ellos se deben brindar los siguientes servicios turísticos:

- El turista debe tener acceso a las siguientes actividades: Observación de aves, caminatas o senderismo, paseos en lancha. Fotografía, paisajismo, cabalgatas.
- El turista debe de mantener contacto con los habitantes de la zona.
- **Actividades agropecuarias:** el turista debe tener la oportunidad de visitar o tener contacto con alguna actividad agropecuaria, como granjas de pollos, criaderos de cerdos, etc.

En cuanto a los servicios de restaurante y hospedaje, si no se encuentra ninguno establecido propiamente dentro del circuito, el turista deberá ser llevado a los establecimientos fuera del circuito o bien miembros de la comunidad a la cual pertenece el circuito deberán organizarse si así lo desean para prestar la alimentación y hospedaje a los turistas que lo soliciten

A continuación se presentan los circuitos con la identificación de sus atractivos e iniciativas.

CIRCUITO URBANO-colonial

Este circuito abarca todo el casco urbano del municipio, en el los turistas podrán realizar actividades como caminatas a casas antiguas del municipio, visitar el patrimonio cultural del pueblo como lo es su iglesia, así mismo conocer de las costumbres antiguas del pueblo a partir del recorrido realizado en el mini museo comunitario, donde se muestra un pedacito del viejo San Luis del Carmen.

Los visitantes también pueden realizar cabalgatas y degustar de deliciosos platillos realizados en los chalet comunitarios o en las instalaciones del restaurante El Faro, con una bella vista desde las orillas del embalse.

⁶⁹ Se incluye el casco urbano como cantón



Iglesia



Casa antigua

Chalet
comunitario

Parque

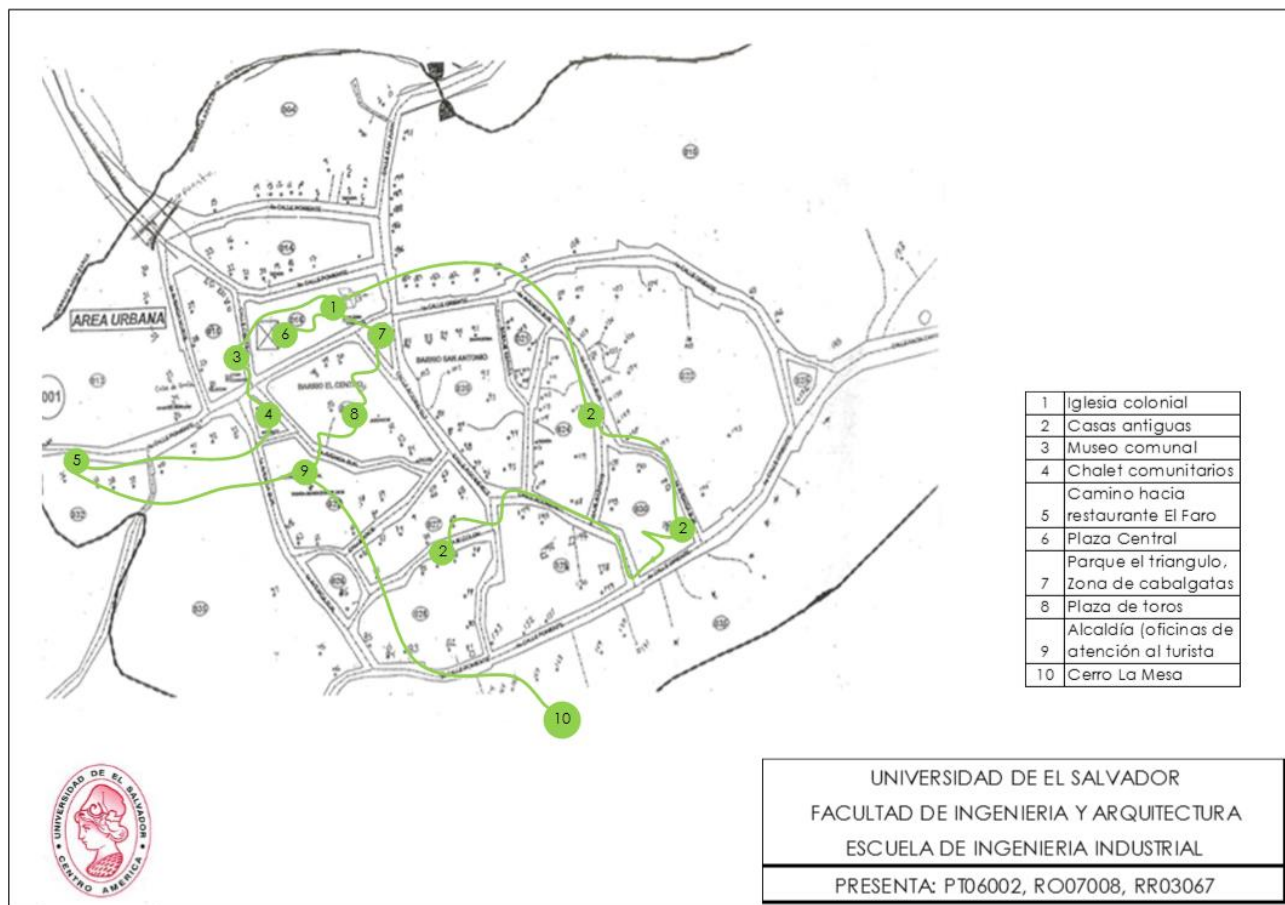


Ilustración 54. Mapa circuito turístico urbano cultural

CIRCUITO LOS NARANJOS

El circuito de Los Naranjos, lo conforma sus dos caseños Los Naranjos y el Jocotal, dentro de este cantón viven alrededor de 214 personas, en su mayoría mujeres.

En este circuito el turista podrá realizar una caminata de aventura a las posas, y podrá conocer los vestigios del cementerio inundado, el cual pertenecía al desaparecido cantón San Juan. Los visitantes también podrán practicar actividades agropecuarias en conjunto con la comunidad como visitas a porquerizas, cabalgatas, visita a huertos y/o parcelas.

Este circuito turístico tiene cuenta con si propio hostel, además de una zona de camping en el Bosque La Arboleda.

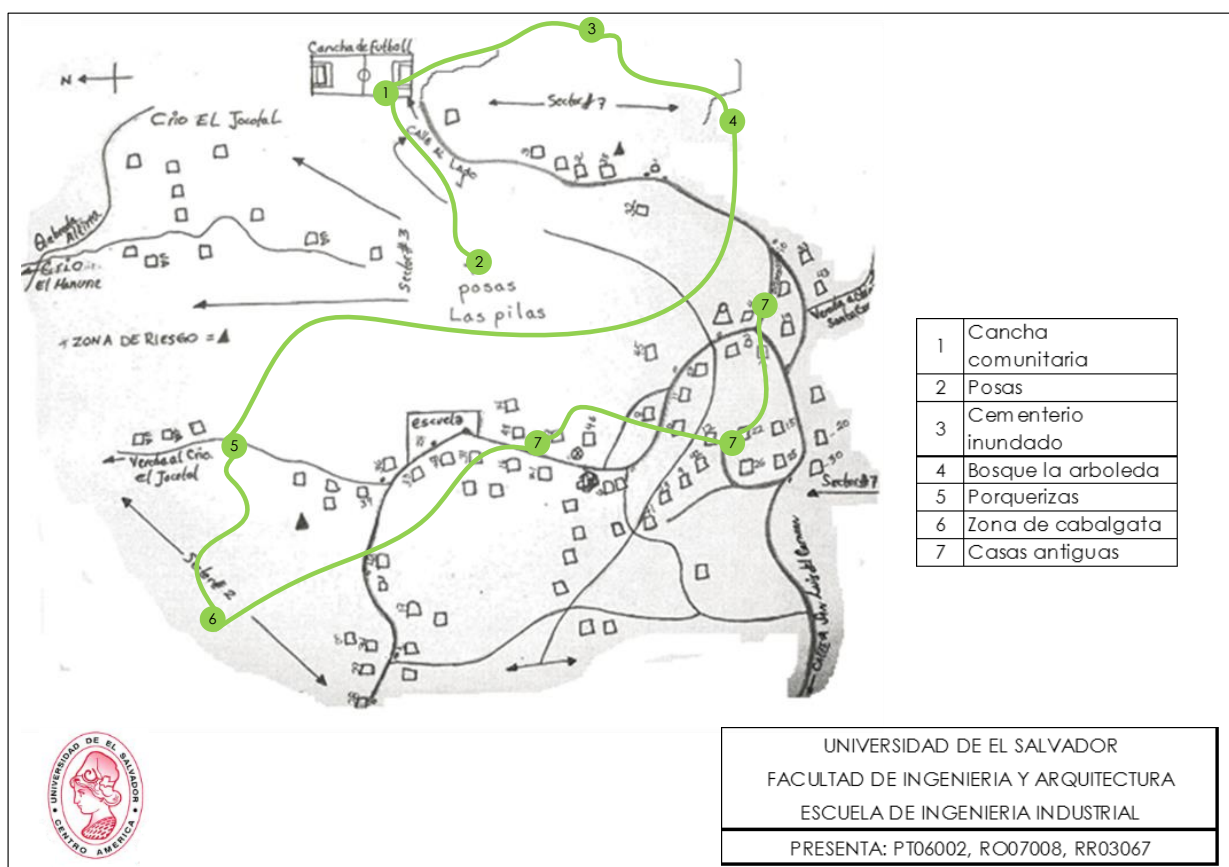
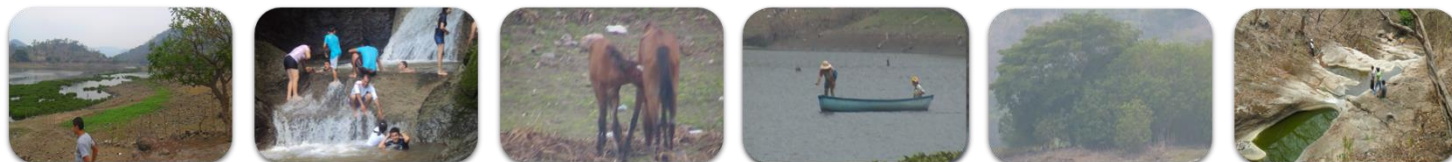


Ilustración 55. Mapa del circuito de Los Naranjos

CIRCUITO de santa cruz

Dentro de este circuito el turista podrá disfrutar de una innovadora forma de restaurante ubicado sobre las aguas del embalse del Cerrón Grande, así mismo podrá relajarse en el

mirador Santa Cruz, donde gozara de privilegiadas vistas hacia el embalse e islas cercanas.

El turista se aventurara en el canopy en el caseño Las Aradas, donde deberá a travesar el embalse en lanchas ara poder llegar a vivir esa aventura extrema.

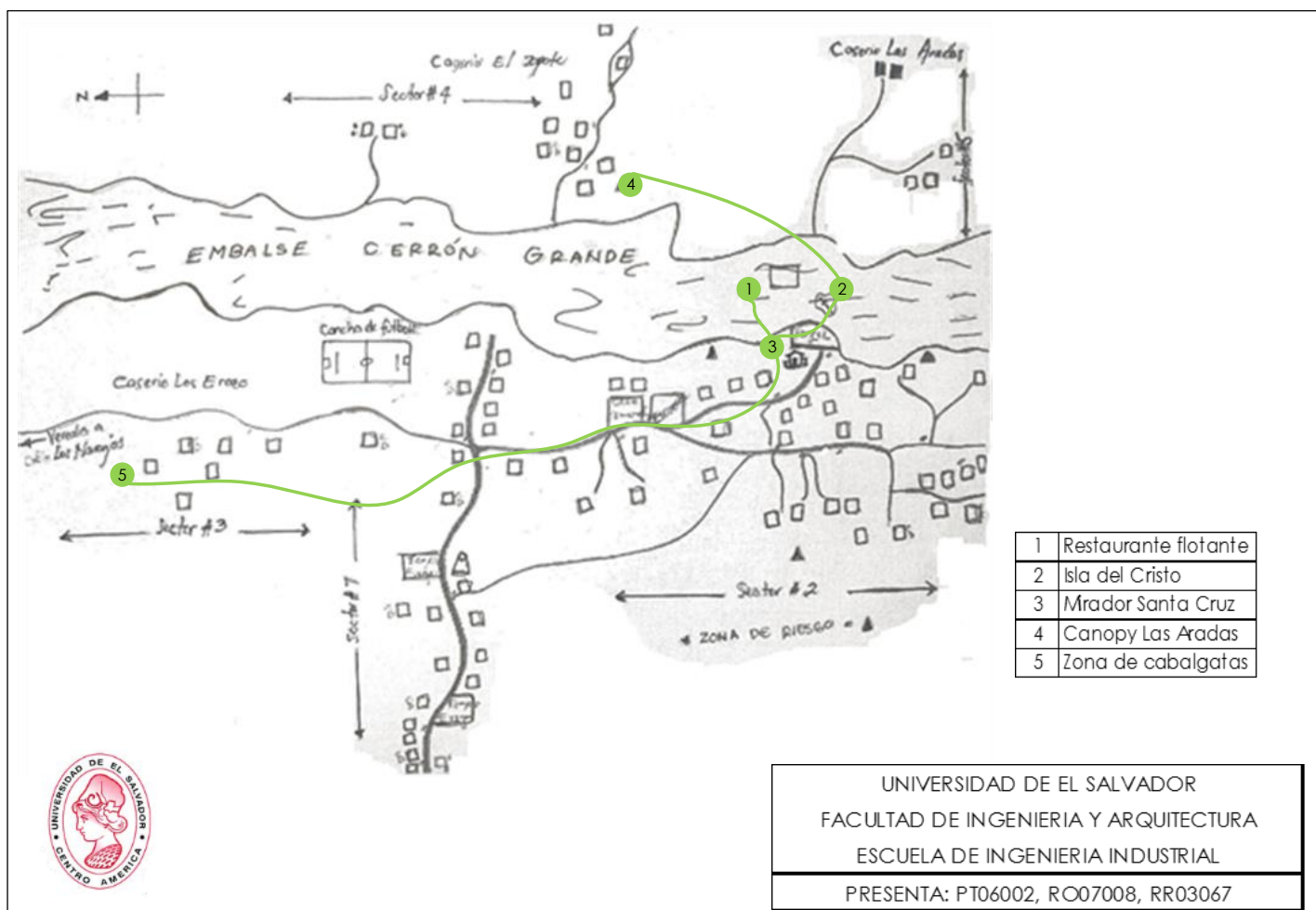
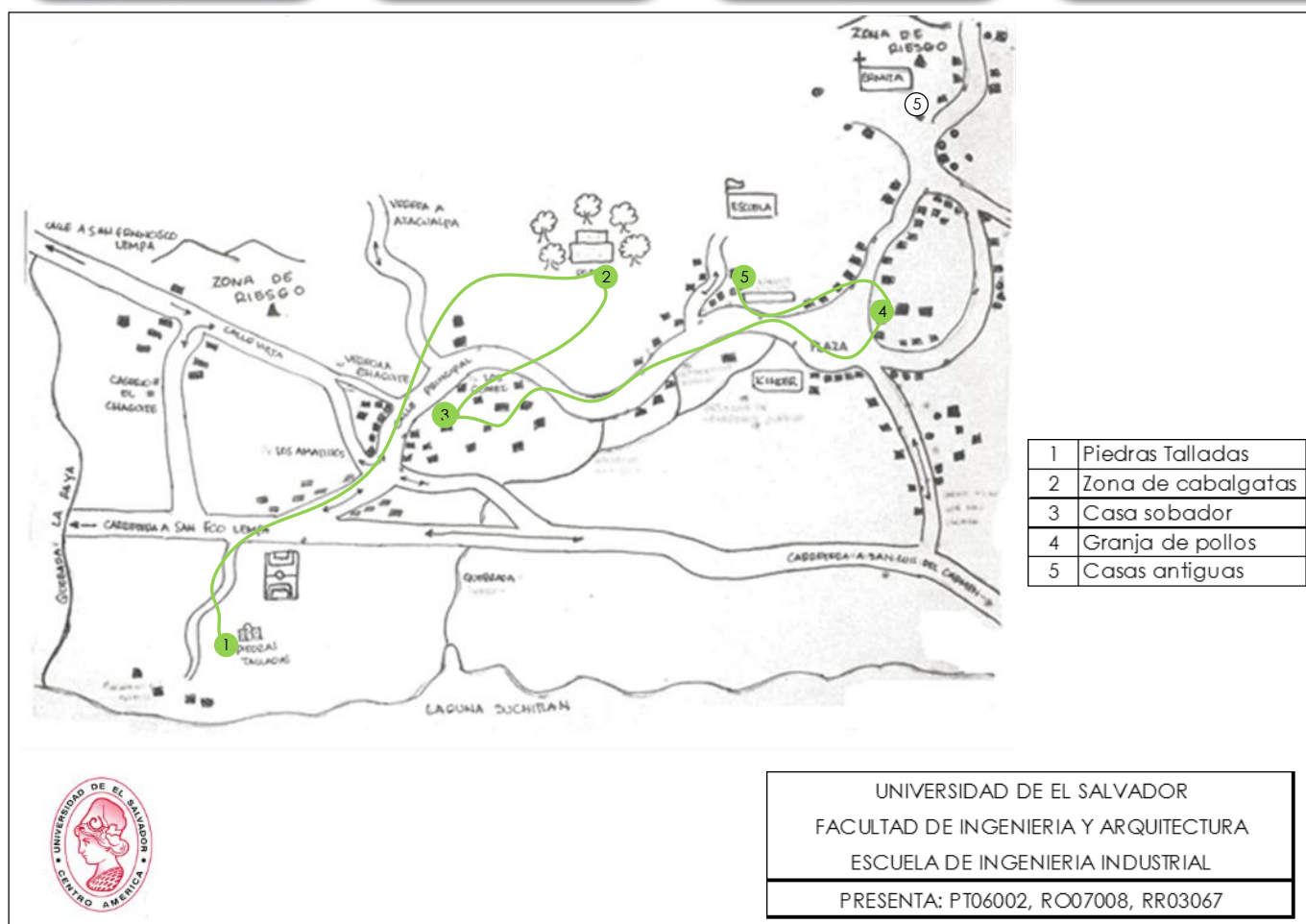


Ilustración 56. Mapa del circuito Santa Cruz

CIRCUITO EL PITAL

Este circuito pertenece al cantón homónimo, el cual se encuentra en las afueras del municipio, en este circuito el turista podrá gozar de actividades relacionadas a las modalidades de eco- agro turísticas, así mismo tendrá la oportunidad de visitar a un famoso quiropráctico (sobador) del cantón, quien es asediado por visitantes desde las afueras del departamento.

El visitante también puede realizar cabalgatas y visitar unas extrañas piedras talladas que hasta la fecha se desconoce el origen de ellas.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
PRESENTA: PT06002, RO07008, RR03067

Ilustración 57. Mapa circuito El Pital

3.1.2. PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A OFERTAR

Existen diversos aspectos que se deben de considerar para la planificación y programación de actividades turísticas estas se listan a continuación:

- Estaciones climáticas.
- Estacionalidad de los cultivos y actividades productivas.
- Cantidad de establecimientos prestadores de servicio.

Consideraciones Generales

La prestación del servicio turístico se llevara a cabo de martes a domingo con horarios de con horario de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. para todos aquellos que decidan disfrutar de la aventura de un solo día, así mismo habrá prestación de servicios de 24 horas en los lugares que brinden alojamiento al turista, como se ha mencionado anteriormente, se está llevando a cabo la construcción un hostel en el cantón Los Naranjos y además, habitantes de las zonas pueden prestar sus casas en pupilaje a los turistas.

A continuación se presenta un resumen de todos aquellos factores que incidirán en la programación de la prestación del servicio turístico.

| | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------|-----------|-------|---------|------------|---------|
| ESTACIONES CLIMATICAS SEGÚN MES | VERANO | | | | | |
| | Noviembre | Diciembre | Enero | Febrero | Marzo | Abril |
| | INVIERNO | | | | | |
| | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre |

Las actividades turísticas planteadas en este documento están aptas para realizarse TODO EL AÑO, con excepción de las siguientes:

- **Las posas en Los Naranjos:** este atractivo turístico únicamente es viable en la temporada de invierno, ya que el agua hace más vistosas las posas, y el turista puede tomar un baño en ellas, únicamente la caminata puede realizarse para que el turista disfrute el paisaje y se pueda crear una expectativa del lugar en el invierno y posiblemente querer visitarlo.
- **Caminata a la Isla del Cristo:** esta caminata puede realizarse en los meses de mayo a julio cuando el nivel del embalse lo permite.

3.2. DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Un paquete turístico es el conjunto de facilidades, servicios y actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos. El paquete incluye gran variedad de facilidades y servicios complementarios adaptados a las necesidades del cliente. Posibilita programar la oferta para crear un producto turístico nuevo. Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, comidas, diversiones), pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y en una sola transacción. En este programa se diseñarán paquetes turísticos, tomando en cuenta las preferencias de los usuarios, obtenidas de la investigación realizada en la etapa de diagnóstico.

OBJETIVO DEL PROGRAMA

El objetivo de este programa es crear paquetes turísticos que generen ventajas tanto para el cliente como para el prestatario de los servicios turísticos. De manera que al turista se le facilite la planeación del viaje y el control de los gastos por todo concepto, además de la seguridad que representa contratar todos los servicios requeridos en un solo paquete. Y a los proveedores se les facilite la programación de los servicios a ofrecer, negociar con anticipación, establecer fechas y enfrentar la temporalidad más convenientemente, además puede introducir nuevos servicios combinándolos y de esta manera atraer mayores clientes.

ALCANCE DEL PROGRAMA

Este programa se basa en el diseño de los circuitos establecidos previamente. Los paquetes deben ser diseñados de acuerdo a los requerimientos exigidos por los clientes, en función de cada tipo de cliente y de los posibles usos, tomando en cuenta estos detalles se diseñarán una serie de paquetes.

3.2.1. PRINCIPIOS PARA EL DISEÑO DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS

Para el diseño de la propuesta de paquetes turísticos se deberá tomar en cuenta los siguientes principios:

- **Planeación:** Incluye adecuar el paquete a las características y necesidades del mercado objetivo, asegurándose de ofrecer lo que el cliente requiere según los datos obtenidos en la Etapa de Diagnóstico.
- **Participación:** Para el diseño de los paquetes turísticos se deberá involucrar y contar con la opinión de las personas que tienen vinculación con el proyecto (cooperativas, sector privado, alcaldía), apoyándose de su experiencia en cuanto a las preferencias de los turistas visitantes.
- **Integración de actividades:** Se deberá realizar una integración de las actividades que generan mayor demanda y resultan atractivas para los clientes.
- **Rentabilidad:** Los paquetes deben asegurar que son rentables, y la ganancia debe recompensar el esfuerzo. La JMT-SLC debe tratar la manera de minimizar los costos

de los asociados para poder ser competitivo. Además debe hacer una revisión de los precios de los asociados y la calidad del servicio prestado.

- **Información:** Los paquetes deberán incluir toda la información posible sobre las actividades a desarrollar, reservas, servicios incluyentes, costo, etc.
- **Garantía:** Se deberá garantizar que todos los servicios ofertados en el paquete serán recibidos por los clientes.
- **Coordinación:** Definir responsabilidades y a quién acudir para afrontar posibles contingencias. Desarrollar sistemas para verificar todos los detalles y reconfirmar reservaciones.
- **Políticas:** Se deberá definir una política justa de reembolso. Debe contarse con una política oportuna y justa de reembolso, adecuada a circunstancias imprevisibles, como el estado del tiempo, el orden público, la infraestructura.
- **Componentes únicos:** Se deben incluir componentes diferenciados "libres de costo" dando la sensación de buen precio y atención extra. Llaveros, camisetas emblemáticas, gorras, etc. están dando paso a atractivas sorpresas.

FACTORES Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS

Para el diseño de los paquetes se deberá tomar en cuenta los siguientes factores, obtenidos de la Etapa de Diagnóstico:

- Clase de clientes y sus intereses.
- Tiempo y presupuesto disponible de los clientes potenciales
- Tipo de atracciones generadoras de demanda y servicios complementarios en el área.
- Clase de ofertas existentes en el mercado (competencia).

CARACTERÍSTICAS QUE DEBERÁN POSEER LOS PAQUETES TURÍSTICOS:

- **Creativo.** Se debe diseñar un paquete que se adapte a los requerimientos de los clientes, a la vez de ser funcional.
- **Diferenciado.** Con valores agregados, que resulten de mayor atracción para los clientes.
- **Innovador.** Posibilidad de recrearse en función de la aparición de nuevas necesidades y expectativas.
- **Competitivo.** Adecuada relación calidad – precio, y que además resulte rentable.

3.2.2. PROPUESTA DE PAQUETES TURÍSTICOS

Para el desarrollo de las actividades turísticas en el municipio se proponen la creación de 4 modalidades de paquetes turísticos. Para las personas que deciden pernoctar y para las personas que realizan visitas de un día, La propuesta incluye paquetes familiares para un promedio de 4 personas y en pareja, ya que según el estudio de mercado realizado en la Etapa de Diagnóstico en los tres mercados objetivos el mayor porcentaje de las personas que viaja en promedio con su familia es del 38% y en pareja del 31% y el grupo Los paquetes se exponen a continuación:

*PAQUETE 1: COMINUTARIO CULTURAL***Paquete para grupos:** 4 personas en adelante (familias o excursiones)**Duración:** Un día

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

Este paquete inicia en Suchitoto al abordar el Ferry La Luna que irá en modalidad de Conga Ferry con música y ofreciéndole al turista collares de flores y folletería del municipio al abordar, se partirá directamente desde Suchitoto a desembarcar a San Luis del Carmen, no se hará un recorrido explicativo o panorámico por el embalse.

Al momento de desembarcar serán los turistas trasladados al casco urbano, donde realizarán un desayuno en los chalets comunitarios ubicados cerca de la alcaldía municipal.

RECORRIDO 1: VISITA GUIADA AL CASCO URBANO

Se realizará un recorrido en el casco urbano partiendo primeramente a las casas más antiguas del municipio, se visitará posteriormente las pilas de añil, donde el turista podrá ver de cerca como los habitantes del lugar teñían sus prendas hace más de 100 años. Cuando se esté realizando el recorrido el guía les relatara a los visitantes sobre la fundación de San Luis del Carmen como pueblo, quienes vivieron allí en la era precolombina, y como estaba conformado el municipio antes que se realizara la presa el Cerrón Grande en el año 1976, además el impacto de la guerra civil salvadoreña en el municipio, siempre se evitara en este tema hacer distinciones con tintes políticos para que no resulte incómodo para el turista.

Posterior a realizar el recorrido en el pueblo, se visitará a la Iglesia, en esta visita es muy importante resaltar el significado cultural que posee la iglesia, además se debe de mencionar la historia de su edificación, el tiempo que tardó en construirse y cuando fue nombrada patrimonio cultural, además de lo anterior es muy importante mencionar a que corriente arquitectónica pertenece su diseño.

Posteriormente se llevará a las personas dentro la casa comunal, en la cual debe de estar dispuesta una muestra con antigüedades del municipio, se les explicará a las personas su uso y el periodo de años en los cuales se utilizaba, al momento que el grupo se encuentre dentro de la casa comunal, se hablará sobre las fiestas patronales en Honor a la Virgen del Carmen en el mes de Julio y sobre las festividades realizadas en diciembre, debe de colocarse en el recinto fotografías alusivas a estas fechas para llamar la atención del turista.

RECORRIDO 2: PIEDRAS TALLADAS EN CANTON EL PITAL

El destino de este segundo recorrido es Las piedras talladas en el cantón El Pital, para ellos se llevará a los turistas por medio de pick ups la entrada del cantón, ya que las piedras no se encuentran exactamente dentro del cantón, más bien esta en las afueras de lo que es el cantón El Pital y entre el deshabitado cantón El Sitio, posteriormente ellos bajaran del transporte y seguirán el recorrido a pie, ya que no es posible entrar con vehículos al lugar donde se encuentran las Piedras, el recorrido a pie dura aproximadamente 10 min.

Al llegar al lugar, el guía deberá contar como fue el hallazgo de las piedras por los lugareños y que se desconoce de cuando datan pero se presume que estas fueron talladas por los primeros habitantes del municipio, para hacer más atractiva la explicación se debe de aludir un significado a cada una de las piedras talladas, esto queda en criterio de la junta de turismo del municipio.

En el recorrido se visitara el cantón y se podrá acceder a cabalgatas si el turista lo desea, en algunos establos de los lugareños, así como conocer al famoso sobador del pueblo y consultar con el si lo desean.

Después de la explicación el grupo regresara al casco urbano y serán llevado al restaurante El Faro para la degustación de su almuerzo.

RECORRIDO 3. VISITA ISLA DE LOS PAJAROS

Este recorrido inicia cuando se haya finalizado el almuerzo y los turistas han tomado un descanso para proseguir, las lanchas llegarán al hasta el embarcadero del restaurante El Faro para recoger a los turistas, que serán llevados a las isla de los Pájaros para que realicen la observación de las aves, en el recorrido en lancha será importante señalarles a los turistas que está prohibido bajarse a la isla de los Pájaros para no irrumpir en su ambiente.

SERVICIOS QUE SE OFRECEN EN ESTE PAQUETE:

- Cabalgatas
- Senderismo
- Paisajismo
- Observación de aves

| PAQUETE 1 | | COMUNITARIO-CULTURAL |
|-----------|-------------|---|
| CIRCUITO | | URBANO-COLONIAL Y EL PITAL |
| Hora | Actividades | |
| 08:00 | Abordaje | Arribo al puerto en Suchitoto para abordaje del conga ferry |
| 09:15 | Desayuno | Chalet comunitarios cerca de la alcaldía |
| 10:00 | Recorrido 1 | Visita guiada por el casco urbano |
| 11:30 | Recorrido 2 | Recorrido a las piedras talladas |
| 12:30 | Almuerzo | Restaurante El Faro |
| 14:00 | Recorrido 3 | Recorrido en lancha Isla los pájaros |
| 15:30 | Refrigerio | Degustación de refrigerio típico en chalets comunitarios |
| 16:30 | Salida | Abordaje del conga ferry |

PAQUETE 2. CARACOL Y ARBOLEDAS EN LOS NARANJOS

Paquete para grupos: 2 personas en adelante (familias, parejas) máximo 12 personas

Duración: Dos días una noche

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

Este paquete inicia cuando se recibe al turista en el casco urbano, durante la bienvenida se le entregara folletería informativa del municipio, si el visitante no viene en carro se ira a recoger en un pick up para su comodidad.

Se dará arribo en el hostel Los Naranjos, donde el turista podrá degustar un desayuno y dejar sus pertenencias, cabe mencionar que el turista podrá decidir si pernoctar o no, ante esto el hostel permitirá que el turista deje sus pertenencias para iniciar los recorridos.

RECORRIDO 1: SENDERO A LAS POSAS

Se transportara al turista hasta la cancha del cantón donde iniciara la caminata guiada hasta las posas, antes de iniciar el recorrido se le dará las indicaciones de seguridad a los turistas, sobre la calidad del suelo y lo resbaladizo de algunas zonas debido a la humedad.

Durante el recorrido, se le contara al turista sobre las formaciones rocosas que conforman las posas esto como un previo motivacional de la visita, durante el camino el turista será capaz de ver ganado pastando en las propiedades aledañas al sendero.

Cuando se llegue a las posas el guía deberá relatar el significado de los nombres de cada una de las posas según la forma de ellas.

Dependiendo si es invierno o verano el turista podrá optar por bañarse en las posas, de lo contrario solo admirara el bello paisaje con las formaciones rocosas, tomar fotografías, etc.

RECORRIDO 2. VISITA AL CEMENTERIO INUNDADO

Este recorrido inicia cuando el turista llega a la cancha de futbol donde inicio el primer recorrido, se desplazara a pie desde la cancha hasta el cementerio a pie, en un tiempo aproximado de 10 min, cuando se llegue a la zona cercana del cementerio se iniciara con la historia de su formación, iniciando con historias del desaparecido Cantón San Juan por la realización del embalse del Cerrón Grande, Si el nivel del agua del lago es bajo se podrá cruzar a pie para ver de cerca los vestigios del cementerio, mientras que si el nivel de agua es alto, se deberá cruzar a través de canoas o lanchas pertenecientes a los lugareños del cantón Los Naranjos.

RECORRIDO 3. VISITA A BOSQUE LA ARBOLEDA

El bosque queda casi contiguo al lugar al sendero del cementerio inundado por lo cual se trasladaran a pie desde el, cuando el turista llegue se tendrá preparado el lugar para un almuerzo tipo picnic que personal de restaurante del hostel han preparado, el almuerzo ya ira definido en la venta del paquete este puede ser: sopa de gallina, con su plato de gallina y arroz o bien pescado acompañado de arroz, ensalada y aguacate o cuajada.

Después de realizado el almuerzo se iniciara un recorrido por el bosque de la arboleda, se contarán algunas leyendas del lugar como la de la "niña fantasma", para incentivar al turista, además se debe de comentar que entra entre sus opciones de pernoctación acampar en el lugar y se le debe de mostrar las zonas específicas de camping.

Si el turista decide acampar, se le informara que el guía llegara a buscarlo a las 8:30 a.m como regla o si no se deberá acordar la hora entre el guía y el turista.

RECORRIDO 4. CANTON LOS NARANJOS

Se dará un recorrido a pie por el cantón, mostrando sus casas de adobe y bajareque, compartiendo con los lugareños de las zonas, se harán visitas a granjas de pollos, porquerizas y cultivos de los lugareños donde se podrán realizar cabalgatas si el turista desea, este recorrido le permitirá conocer la rusticidad con la cual algunas personas del municipio aún viven.

RECORRIDO 5: CASCO URBANO

Este recorrido comprende visitar las casas más antiguas del municipio, teniendo acceso a ellas siempre con la autorización del dueño, el guía debe de compartir la historia de fundación del pueblo con el turista, posteriormente del recorrido por las calles del casco urbano, se procederá a visitar la iglesia y posterior a ello se mostrara en la casa de la cultura la muestra de antigüedades.

| PAQUETE 2 | | CARACOL Y ARBOLEDAS EN LOS NARANJOS | |
|---------------|-------------------|---|----------------|
| Hora | Actividades | | |
| 08:30 | Recepción | Recepción del turista en casco urbano | |
| 09:00 | Arribo | Arribo de los turistas al hostel Los Naranjos | |
| 09:30 | Recorrido 1 | Senderos a las posas | |
| 11:30 | Recorrido 2 | Visita al cementerio inundado | |
| 12:45 | Recorrido 3 | Bosque la Arboleda (almuerzo tipo Pic nic) | |
| 15:30 | Regreso | Retorno hostel | |
| 16:00 | Refrigerio | Antojitos típicos | |
| DESEA ACAMPAR | | NO DESEA ACAMPAR | |
| 18:00 | Tiempo de camping | 18:00 | Cena en hostel |
| 08:30 | | | |
| DIA DOS | | | |
| 08:30 | Desayuno | Desayuno tendrá un horario desde las 6:00 a | |
| 10:40 | Recorrido 4 | Recorrido por el cantón | |
| 12:00 | Almuerzo | Se dará la opción de comer en Santa Cruz | |
| 13:40 | Recorrido 5 | Visita al casco urbano y a la iglesia | |
| 15:00 | Refrigerio | Comida típica en chalet comunitario | |
| 16:00 | Salida | | |

PAQUETE 3. ENTRE PAJAROS Y PIEDRAS

Paquete para grupos: 4 personas en adelante, máximo 60 personas

Duración: Un día

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

El paquete inicia cuando el turista es recibido en Suchitoto y llevado hasta la conga ferry, donde hace el recorrido sobre el embalse directamente hacia San Luis del Carmen, se debe de saludar muy cordialmente por el staff de la conga ferry y brindarles la folletería de promoción del municipio

RECORRIDO 1: VISITA GUIADA AL CASCO URBANO

El recorrido por el casco urbano, inicia visitando casas antiguas del municipio y las pilas de añil, los guías deberán relatar la historia de San Luis del Carmen a los visitantes, desde quien fue su fundador, a que municipios ha pertenecido y tradiciones vernáculas; después de haber realizado el recorrido por el pueblo, se llevara a la plaza central para visitar la iglesia y el pequeño museo ubicado en la casa comunal.

RECORRIDO 2: PIEDRAS TALLADAS EN CANTON EL PITAL

El destino de este segundo recorrido es Las piedras talladas en el e cantón El Pital, para ellos se llevara a los turistas por medio de pick ups la entrada del cantón, ya que las piedras no se encuentra exactamente dentro del cantón más bien, esta en las afueras de lo que es el cantón El Pital y entre el deshabitado cantón El Sitio, posteriormente ellos bajaran del transporte y seguirán el recorrido a pie, ya que no es posible entrar con vehículos al lugar donde se encuentran las Piedras, el recorrido a pie dura aproximadamente 10 min.

ALMUERZO Y DESCANSO

Luego de conocer las piedras y visitar el mirador ubicado en El Sitio, se retornara al casco urbano, para ir al restaurante Flotante a degustar su delicioso menú, esta visita también permitirá que el visitante tenga contacto con los criaderos de tilapias.

Para relajarse un rato, el turista podrá descansar en el mirador plaza de Santa Cruz, en compañía de grupos musicales folklóricos y degustar de platillos típicos en los chalets ubicados en la plaza-mirador. Además el turista puede optar por aventurarse en el canopy Las Aradas⁷⁰, él se encuentra cruzando el embalse.

⁷⁰ Este canopy aún no existe se ha propuesto su construcción con la realización de este trabajo

RECORRIDO 3: VISITA EN LANCHAS A ISLA EL BURRO E ISLA DE LOS PAJAROS

Se partirá desde la plaza Santa Cruz hasta la Isla del Burro, la cual si el nivel del agua está lo suficientemente alto (invierno), el turista podrá bajar para estar un rato entre la naturaleza y ver más de cerca la peculiar forma de la isla, el guía deberá relatar historias del porqué del nombre del lugar explicando también su geografía, variaciones de la forma en el invierno, etc.

Posteriormente se llevara a los turistas hacia la Isla de Los Pájaros, se le deberá explicar que a esta isla no puede descender ya que eso afectaría el ecosistema de los pájaros, el recorrido y avistamiento se hará desde la lancha a una distancia prudencial tanto para que el turista vea las aves como para que las aves no sean afectadas por su presencia.



| PAQUETE 3 | | ENTRE PAJAROS Y PIEDRAS | |
|-----------|-------------|---|--|
| Hora | Actividades | | |
| 08:30 | Recepción | Arribo al puerto en Suchitoto para abordaje del conga ferry | |
| 09:00 | Desayuno | Chalet comunitarios cerca de la alcaldía | |
| 09:30 | Recorrido 1 | Visita guiada por el casco urbano | |
| 11:30 | Recorrido 2 | Recorrido a las piedras talladas | |
| 12:45 | Almuerzo | En el cautivador restaurante flotante en Santa Cruz | |
| 02:15 | Descanso | Estancia en el mirador-plaza de Santa Cruz | |
| 15:00 | Recorrido 3 | Visita a la isla del burro en lancha e Isla del ermitaño | |
| 04:30 | Salida | | |

PAQUETE 4. LA VUELTA A SAN LUIS DEL CARMEN EN 2 DIAS

Paquete para grupos: 2 personas en adelante, máximo 20 personas

Duración: dos días y una noche.

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

El paquete inicia cuando el turista es recibido en Suchitoto y llevado hasta la conga ferry, donde hace el recorrido sobre el embalse directamente hacia San Luis del Carmen, será saludado muy cordialmente por el staff de la conga ferry y se les brindara la folletería de promoción del municipio

RECORRIDO 1: CONOCIENDO LOS NARANJOS

En este recorrido se visitara todos los atractivos el cantón Los Naranjos, iniciando con una caminata hacia las posas, en la cancha del cantón estarán instaladas diferentes ventas como bisuterías y/o artesanías para que el visitante pueda adquirirla, así mismo la comunidad estará organizada para presentar diferentes antojitos, como dulces típicos, atoles, etc. En este lugar también habrá la opción de practicar cabalgatas guiadas a los turistas, serán los mismos dueños de los caballos quienes brinden este servicio.

Posteriormente se visitara el cementerio inundado del desaparecido cantón San Juan, el cual deberá ser cruzado en por medio de lanchas o cayucos, los lugareños serán quienes brinden este servicio, los turistas también podrán optar por caminar hacia el cementerio rodeando los bordes del embalse.

Para finalizar se le dará al turista un recorrido por el bosque Las Arboledas, el guía deberá contar las historias de ese lugar y señalara los lugares propicios para camping en el bosque.

ALMUERZO

Para el almuerzo del día 1, se le presentaran tres opciones de las cuales debe de decidir los turistas, cualquier opción que se escoja, los turistas deberán ser llevados a los lugares respectivos.

RECORRIDO 2: UN PUEBLO COLONIAL

Este recorrido pretende mostrar la belleza colonial que posee el pueblo, los visitantes recorrerán edificaciones antiguas, mientras son instruidos con las historia del municipio por sus guías.

Posterior de conocer el pueblo podrán realizar una visita en la plaza central del pueblo, en la cual conocerán la iglesia, en la visita en la iglesia será muy importante el realzar su valor histórico debido a la antigüedad de su construcción; la cual podrá ser complementada con los objetos que se muestran en el pequeño museo en la casa comunal.

RECORRIDO 3: A 30°C EN EL PITAL

El nombre de este recorrido trata de reflejar la diferencia del clima entre El cerro Pital, ubicado en el municipio de San Ignacio, en Chalatenango, ya que el turista al escuchar el nombre del cantón puede asociar a este con su homónimo en San Ignacio.

El recorrido iniciara con la visita a las piedras talladas, posterior a ello los visitantes podrán admirar la majestuosa vista desde el mirador en el mirador en El Sitio; en el recorrido se visitara el cantón y se podrá acceder a cabalgatas si el turista lo desea, en algunos establos de los lugareños, así como conocer al famoso sobador del pueblo y consultar con el si lo desean.

| PAQUETE 4 | | LA VUELTA A SAN LUIS DEL CARMEN EN 2 DIAS | |
|----------------|---|--|-----------------------------|
| Hora | Actividades | | |
| 08:30 | Recepción | Arribo al puerto en Suchitoto para abordaje del conga ferry | |
| 09:00 | Arribo | Arribo al San Luis del Carmen | |
| 09:30 | Recorrido 1 | Conociendo Los Naranjos | |
| 12:45 | Almuerzo | Podra escoger entre comer en: | |
| | | Restaurante El Faro | |
| | | Almuerzo tipo Pic nic en Las Arboledas | |
| | | Almuerzo en la Plaza central de SLC | |
| 02:00 | Recorrido 2 | Un pueblo colonial | |
| 04:00 | Receso | Un descanso en mirador-Plaza Santa Cruz | |
| DESEA ACAMPAR | | NO DESEA ACAMPAR | |
| 18:00 | Tiempo de camping en Bosque La Arboleda | 18:00 | Cena en hostel Los Naranjos |
| 08:30 | | | |
| DIA DOS | | | |
| 08:30 | Desayuno | Desayuno tendrá un horario desde las 6:00 a 10:00 en el hostel según como desee el turista | |
| 10:40 | Recorrido 3 | A 30°C en El Pital | |
| 12:00 | Almuerzo | Podra escoger entre comer en: | |
| | | Restaurante El Faro | |
| | | Restaurante Flotante | |
| | | Almuerzo en el hostel | |
| 14:30 | Festejo | Fiesta en el Casco Urbano | |
| 15:30 | Refrigerio | Comida típica en chalet comunitario | |
| 16:00 | Salida | | |

3.2.3. PRONOSTICO DE VENTAS

Para realizar un pronóstico de ventas de los paquetes turísticos se toma muy en cuenta el siguiente aspecto:

La Demanda

Es muy importante tener en cuenta la demanda turística identificada en la etapa de diagnóstico, la demanda de marca es el parámetro principal que permite conocer la proporción del mercado que puede ser abarcado por el proyecto cuando este ya se encuentre en operación. A continuación se presenta una tabla resumen en la cual se especifica la proyección de la demanda de marca para los primeros cinco años de operación:

| Año | 2,014 | 2,015 | 2,016 | 2,017 | 2,018 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Proyección de demanda de marca (personas) | 2,085 | 2,110 | 2,135 | 2,161 | 2,187 |

Tabla 126. Proyección demanda de marca

De lo anterior se puede observar que el proyecto a desarrollar en el municipio de San Luis del Carmen tiene un alcance según la demanda de marca de 2,085 personas para el año 1 y en base a la estacionalidad de demanda se puede observar la siguiente distribución mensual donde la población realiza en una mayor proporción actividades turísticas en las temporadas de Semana Santa, Vacaciones Agostinas y Festividades de Fin de Año tal y como se muestra a continuación.

Para el diseño de este Plan de Desarrollo también se tomó en cuenta entrevistas con personal en tour operadores, dueños de iniciativas de turismo privadas y de asocio para consultarles referente a las preferencias de los turistas sobre los paquetes planteados, a los cuales se les mostro los resultados de las encuestas realizadas al mercado consumidor en la etapa de diagnóstico; se presenta el porcentaje de preferencia según lo planteado por los expertos en turismo a continuación

| PAQUETE | PREFERENCIA |
|-------------------|--------------------|
| Paquete 1 | 21% |
| Paquete 2 | 19% |
| Paquete 3 | 17% |
| Paquete 4 | 20% |
| Fuera del paquete | 23% |

Tabla 127. Porcentaje de preferencia por paquete

| MES | % DEMANDA |
|---------------|-----------|
| fines de semc | 11.5% |
| Semana sant | 21% |
| Agosto | 25% |
| Fin de ano | 32% |
| otros | 11% |

Tabla 128. Porcentaje de demanda por temporada

Mediante los porcentajes anteriores tanto de demanda como de preferencia, se calculan las proyecciones de venta de los paquetes.

| PAQUETE 1 | % Ventas | MES | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-----------|----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| | | 2.415% | 2.415% | 2.415% | 6.720% | 2.415% | 2.415% | 2.415% | 7.665% | 2.415% | 2.415% | 2.415% | 9.135% | |
| Año 1 | 13 | 13 | 13 | 35 | 13 | 13 | 13 | 40 | 13 | 13 | 13 | 48 | 236 | |
| Año 2 | 13 | 13 | 13 | 36 | 13 | 13 | 13 | 41 | 13 | 13 | 13 | 49 | 242 | |
| Año 3 | 13 | 13 | 13 | 37 | 13 | 13 | 13 | 42 | 13 | 13 | 13 | 50 | 248 | |
| Año 4 | 14 | 14 | 14 | 38 | 14 | 14 | 14 | 43 | 14 | 14 | 14 | 51 | 254 | |
| Año 5 | 14 | 14 | 14 | 39 | 14 | 14 | 14 | 44 | 14 | 14 | 14 | 53 | 260 | |

| PAQUETE 2 | % Ventas | MES | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-----------|----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| | | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 6.080% | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 6.935% | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 8.265% | |
| Año 1 | 11 | 11 | 11 | 32 | 11 | 11 | 11 | 36 | 11 | 11 | 11 | 43 | 213 | |
| Año 2 | 12 | 12 | 12 | 32 | 12 | 12 | 12 | 37 | 12 | 12 | 12 | 44 | 219 | |
| Año 3 | 12 | 12 | 12 | 33 | 12 | 12 | 12 | 38 | 12 | 12 | 12 | 45 | 224 | |
| Año 4 | 12 | 12 | 12 | 34 | 12 | 12 | 12 | 39 | 12 | 12 | 12 | 46 | 230 | |
| Año 5 | 13 | 13 | 13 | 35 | 13 | 13 | 13 | 40 | 13 | 13 | 13 | 48 | 236 | |

| PAQUETE 3 | % Ventas | MES | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-----------|----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| | | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 6.080% | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 6.935% | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 8.265% | |
| Año 1 | 10 | 10 | 10 | 28 | 10 | 10 | 10 | 32 | 10 | 10 | 10 | 39 | 191 | |
| Año 2 | 10 | 10 | 10 | 29 | 10 | 10 | 10 | 33 | 10 | 10 | 10 | 40 | 196 | |
| Año 3 | 11 | 11 | 11 | 30 | 11 | 11 | 11 | 34 | 11 | 11 | 11 | 40 | 201 | |
| Año 4 | 11 | 11 | 11 | 31 | 11 | 11 | 11 | 35 | 11 | 11 | 11 | 42 | 206 | |
| Año 5 | 11 | 11 | 11 | 31 | 11 | 11 | 11 | 36 | 11 | 11 | 11 | 43 | 211 | |

| PAQUETE 4 | % Ventas | MES | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-----------|----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| | | 2.300% | 2.300% | 2.300% | 6.400% | 2.300% | 2.300% | 2.300% | 7.300% | 2.300% | 2.300% | 2.300% | 8.700% | |
| Año 1 | 12 | 12 | 12 | 33 | 12 | 12 | 12 | 38 | 12 | 12 | 12 | 45 | 225 | |
| Año 2 | 12 | 12 | 12 | 34 | 12 | 12 | 12 | 39 | 12 | 12 | 12 | 46 | 230 | |
| Año 3 | 13 | 13 | 13 | 35 | 13 | 13 | 13 | 40 | 13 | 13 | 13 | 48 | 236 | |
| Año 4 | 13 | 13 | 13 | 36 | 13 | 13 | 13 | 41 | 13 | 13 | 13 | 49 | 242 | |
| Año 5 | 13 | 13 | 13 | 37 | 13 | 13 | 13 | 42 | 13 | 13 | 13 | 50 | 248 | |

Capacidad Instalada

En el sector turismo la capacidad instalada se refiere a la cantidad servicios que se pueden prestar en una iniciativa turística a los visitante medida por unidad de Tiempo, bajo condiciones dadas.

Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la Capacidad Instalada depende del conjunto de bienes de capital que cada iniciativa posee, determinando por lo tanto un límite a la Oferta que existe en un momento dado.

Cuando hay situaciones de temporadas bajas o de crisis el porcentaje de la capacidad instalada utilizado tiende a disminuir, aumentando la capacidad ociosa o no utilizada de las instalaciones de cada iniciativa.

A continuación se presenta un cuadro con la capacidad de algunas lugares contemplados en este documento, además se detalla el estado de cada uno, identificando si se encuentra listo para su uso, necesita adecuarse o bien una construcción.

| INICIATIVA | CAPACIDAD DE ATENCION | CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO | Descripción | |
|------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------|--------------------------------|
| | Personas / día | | Tipo | Estado |
| | Piedra Tallada | 90 | 0 | Sendero |
| Bosque La Arboleda | 120 | 25 | Camping | Costrucción bases para camping |
| Mirador Isla de Cristo | 100 | 0 | Mirador | Adecuación |
| Cerro La Mesa | 100 | 15 | Camping | Costrucción bases para camping |
| Las posas | 25 | 0 | Sendero | Adecuación |
| Cementerio Inundado | 25 | 0 | Sendero | Adecuación |
| Restaurante El Faro | 70 | 0 | Restaurante | Listo para uso |
| Restaurante Flotante | 60 | 0 | Restaurante | Listo para uso |
| Chalets comunitarios | 45 | 0 | Restaurante | Listo para uso |
| Hostal Los Naranjos | 50 | 15 | Alojamiento | En construcción |
| Isla del ermitaño | 100 | 6 | Camping | Costrucción bases para camping |
| Isla del Burro | 100 | 0 | Camping | Costrucción bases para camping |

La capacidad instalada en este proyecto para la prestación de servicios turísticos, se determina por la capacidad para la prestación de cada uno de los paquetes que se ofertan a los visitantes.

En el caso de los paquetes que ofrecen alojamiento la capacidad instalada se define en base al número de persona que se puede alojar en la iniciativa, mientras que los paquetes que no ofertan alojamiento y son solamente de un día se determinan en base a la actividades que se realizan y el tiempo necesario para llevar a cabo cada una de ellas.

3.2.4.DISEÑO DE IMAGEN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Marca

Tener una marca, es un algo muy importante para ofrecer el servicio turístico, ya que se necesita para poder destacarse y diferenciarse de otras experiencias turísticas. Esencialmente es importante tener los elementos siguientes como: un nombre, un color diferenciable, una figura para poder ser identificados como destino turístico. Actualmente el municipio no cuenta con una marca para patrocinarse.

Para el diseño de la marca se debe considerar los siguientes puntos:

- **¿Qué se quiere transmitir?**

Se debe determinar cuáles son los valores con los que se desea que se identifique a la experiencia turística mostrar cual es el atractivo principal del municipio y mostrar los atractivos secundarios a los que puede acceder el turista al visitarlo. Para ello, hay que analizar factores como el sector en el que se ofrecerá y así mismo la competencia

- **¿Cómo se va a transmitir?**

Esto implica elegir el nombre y los símbolos que acompañarán a la marca. Teniendo en cuenta que ésta representará al municipio como destino turístico a lo largo de su ciclo de vida, su atractivo deberá perdurar a lo largo del tiempo.

Por lo tanto el logotipo, y el eslogan son lo más importante porque, al final, es por lo que el destino turístico va a ser reconocida y diferenciada. Éste debe ser breve, sencillo, fácil de pronunciar y con buena sonoridad.

Teniendo en cuenta lo anterior, se procede a diseñar una marca para el producto turístico:

- **Crear un eslogan que transmita la belleza del lugar y que sea fácil de memorizar**

El eslogan debe de presentar emociones y sensaciones que simbolizen lo que el mercado espera de la marca En el mercado, San Luis del Carmen será una nueva experiencia de turismo que estará relacionada con la comunidad y así mismo tendrá relación con la historia del pueblo, su naturaleza y la participación de los turistas en actividades propias y comunes de la vida rural.

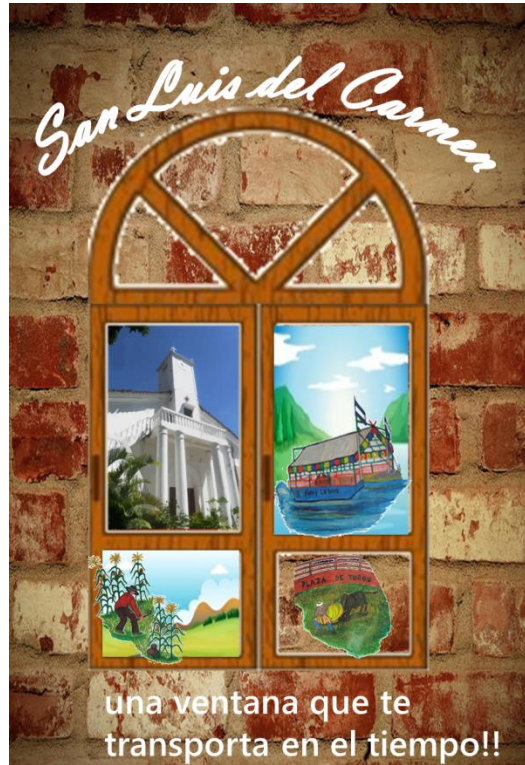
Para el destino turístico a ofrecer se propone el siguiente eslogan:

"SAN LUIS DEL CARMEN UNA VENTANA QUE TE
TRANSPORTA EN EL TIEMPO"

- **Alcanzar un alto nivel de identidad visual (logo)**

Para el diseño del logo que se propone, se consideraron elementos como características de la zona donde se realizará la experiencia turística y las diferentes actividades que se esperan ofrecer en el lugar.

Así mismo los colores son vivos para identificar que es una experiencia donde se llega a disfrutar de las actividades que se ofrecen por ser una actividad turística, se debe llamar la atención del mismo.



3.3. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

La publicidad turística aumenta el campo del turismo en el sentido en el que se propone influir en el consumidor induciéndole a utilizar las instalaciones que una empresa pone a su disposición.

El presente Programa de Promoción y Publicidad se desarrollará con el fin de dar a conocer por los diferentes medios existentes el proyecto, de manera que los turistas puedan conocer y ser atraídos al lugar para disfrutar de lo que este ofrece a partir de sus inicios y en el transcurso de su operación. A la vez se pretende que sirva como un documento técnico para la planificación del proceso de publicidad y promoción de los servicios ofrecidos en el turismo rural comunitario en el municipio de San Luis del Carmen.

La promoción se concretará en un conjunto de actuaciones de comunicación dirigidas a la atracción de turistas potenciales a las diferentes iniciativas de turismo rural comunitario ofertadas en el municipio

Diseñar el Programa de Promoción es de suma importancia, ya que proporciona a la industria turística las herramientas mercadológicas necesarias para promover el desarrollo turístico del municipio, debido a que se busca incrementar la actividad turística a nivel interno, con el objeto que esta rama contribuya aún más a la economía del país.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Objetivo General

Diseñar una propuesta de un programa de promoción y publicidad que sirva como un documento que permita la planificación del proceso publicitario, promoción de ventas, acciones de promoción turística y de señalización vial para las iniciativas de turismo rural comunitario inclusivo⁷¹ en el municipio de San Luis del Carmen; y en caso de su implantación, se logre el reconocimiento de los servicios que se ofrecen por un mayor número de turistas y visitantes en el municipio. De igual manera fomentar el desarrollo turístico sostenible, ofreciendo esparcimiento y recreación a la familia salvadoreña, mediante la utilización de los recursos naturales, culturales y humanos que posee el municipio.

Objetivos Específicos

- Definir los mejores medios para publicitar los productos turísticos que serán ofertados en el municipio.
- Promover el potencial turístico rural comunitario en el municipio de San Luis del Carmen.
- Diseñar estrategias destinadas a aumentar el flujo turístico en la zona, creando una imagen positiva del municipio.

⁷¹ El término inclusivo hace referencia a que también son tomadas en cuenta iniciativas privadas para este trabajo, ya que actualmente son las mejor posicionadas en cuanto a turismo en el municipio.

ALCANCE DEL PROGRAMA

El presente programa abarca la propuesta de señalización dentro de las propiedades de las iniciativas involucradas y fuera de éstas.

No se incluye el diseño de los tipos de señalización ni la implantación de la propuesta, la cual deberá ser desarrollada por los miembros del JMT-SLC de la alcaldía.

En lo que respecta al diseño se presentan únicamente los requisitos básicos que deben poseer las señales para su posterior evaluación y fabricación.

Este programa incluye el diseño de propuestas de actividades turísticas que sirvan para realizar acciones de promoción turística y el diseño de estrategias promocionales, la fase de implementación de éstas dependerá de la JMT-SLC del municipio.

RECURSOS

Los principales recursos que serán requeridos para llevar a cabo el presente programa son los siguientes:

Recursos financieros: se deberá destinar una parte de su presupuesto anual para llevar a de la alcaldía para llevar cabo los esfuerzos de publicidad de turismo. Dichos recursos deberán buscar cubrir la posible contratación de empresas dedicadas a la fabricación de banner.

Recursos Humanos: Se deberá asignar un encargado para llevar a cabo el presente programa. Entre sus funciones, deberá inspeccionar los trabajos realizados, vigilar que estos se lleven a cabo en los tiempos correspondientes e informar a la JMT-SLC en el avance en las diferentes obras.

Recursos Tecnológicos: El encargado de llevar a cabo el programa deberá de contar con los siguientes formatos impresos:

- Planificación de las actividades.
- Control de avance de obras.

3.3.1.SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Lo que se busca es definir el proceso general a seguir mediante el cual se logre llevar a cabo la señalización en las iniciativas que integran los circuitos turísticos propuestos para el municipio. Lo anterior será desarrollado en los siguientes apartados:



Ilustración 58. Proceso de señalización turística

ADMINISTRACIÓN

La señalización turística será administrada por el JMT-SLC del municipio ya que dicha junta estará formado por representantes de turismo del sector privado, publico (comunidad y miembros de la cooperativa), en conjunto con un representante de la alcaldía.

Se encargarán de la planificación en el tiempo de las actividades presentadas; así como de velar por el cumplimiento en la realización de éstas.

RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN

Los responsables de llevar a cabo las diferentes actividades detalladas deberán ser asignados por la JMT-SLC. Dichos encargados tendrán bajo su cargo el control de las obras realizadas, la entrega de reportes de cumplimiento de actividades y el reporte de observaciones en el proceso de implantación del programa. Se deberá designar un encargado de Promoción y Publicidad, quien velará por la correcta ejecución.

El encargado de Promoción y Publicidad deberá explicar a los miembros JMT-SLC la importancia de la realización de la señalización turística y los objetivos perseguidos con ésta. Además, deberá reunirse con ellos para asignarles las actividades a realizar para los diseños de los diferentes tipos de señalización que guíen al turista por los circuitos propuestos.

| N | ACTIVIDAD | RESPONSABLE | DESCRIPCION DETALLADA DE LA ACTIVIDAD |
|---|---|-------------|--|
| 1 | Asignación de responsables de la ejecución de la señalización turística | JMT-SLC | <p>Para llevar a cabo las actividades de señalización, el JMT-SLC deberá asignar responsables para cada una de las obras. Se designará un encargado de Promoción y Publicidad quien será el encargado de detallarles a los miembros de las comunidades donde se encuentran las iniciativas y las actividades a ser realizadas y de reunirse con ellos para explicar la importancia del desarrollo de dicha actividad.</p> <p>Además deberá dar a conocer el grado de avance de la obra en los diseños y elaboración de las diferentes señales, y supervisar la elaboración de estas.</p> |
| 2 | Ejecutar y dar seguimiento a la señalización. | JMT-SLC | Una vez definidos los encargados de desarrollar las diferentes actividades que componen el programa, se deberá gestionar el aval por parte de cada uno de los involucrados en la realización de éste. Estos se encargarán además de darle seguimiento al grado de avance del programa |
| 3 | Control de las actividades | JMT-SLC | Para controlar las actividades de implantación del programa y su grado de avance, el encargado de promoción y publicidad verificará la ejecución de las actividades y rendirá cuentas a la JMT-SLC |

3.3.2.DISEÑO DE MEDIOS DE SEÑALIZACIÓN

Al tratarse de un proyecto turístico, los diseños que sean utilizados deben de despertar la curiosidad de las personas cuando tengan contacto visual con ellos, además de evocar la belleza natural de la cual están rodeadas las iniciativas que se ofertan y la belleza cultural que tiene el municipio.

Las principales características que deben presentar dichas señales se detallan a continuación:

SEÑALIZACIÓN DE ACCESO

Abarca la señalización vial que facilite a los turistas el recorrido y el acceso a los circuitos turísticos diseñados. Lo que busca es presentar al turista la información que le permita guiarse de una manera rápida y segura, para luego, mediante la "Señalización específica", llevarlo hasta las instalaciones donde se estaría prestando los servicios turísticos que se ofrece. Se pretende que mediante el diseño atractivo y su colocación en puntos estratégicos aumente el flujo de turistas. Éste tipo de señalización vial se concentrará en las principales carreteras de acceso al municipio, cantones donde se encuentran ubicadas las iniciativas que componen los circuitos diseñados.

- Los materiales utilizados para la señalización, tienen que presentar una armonía con los colores y las texturas de las edificaciones, la vegetación y el tema general del municipio. Para la base de las señales se recomienda la utilización de madera o tubos de acero pintados con acabado rústico en colores mate.
- Las señales deberán ser colocadas en las principales vías de acceso a las iniciativas, y a lo largo de la ruta que conduce a las mismas denotando la cantidad de metros que hacen falta para llegar al destino.
- La altura de las señales deberá de oscilar entre los 1.90 y 2.00 ms., que es el rango utilizado por publicistas que asegura que éstas sean advertidas por el campo visual de las personas que manejan en auto a una distancia prudencial.
- Las señales deberán de contener 3 elementos principales:
 - **Nombre del Sitio Turístico.** Éste deberá aparecer como objeto principal de la señal con el fin de crear un impacto visual y una alta recordación del nombre del lugar en la mente del visitante. Lo que se persigue es que el nombre del sitio, quede grabado en la mente de los turistas al hacer que éstos sigan las diferentes señales con el nombre del lugar que lo guíen hasta él. Las letras con las que esté elaborado deben ser realizadas con un diseño artesanal. Seguidamente deberá llevar el nombre del cantón al que pertenece y el nombre del Circuito Turístico.
 - **Diseño de Fondo.** El diseño del fondo de la señal sobre el cual estará el nombre del sitio turístico debe resaltar la belleza natural de la cual está rodeado el lugar por medio de diseños llamativos, por ejemplo del paisaje que lo rodea. Los encargados del diseño deben hacer uso del logo de La del municipio el cual identificará y resaltará las características propias de la zona.
 - **Señalización y guía.** Los anteriores diseños serán realizados en compañía de señales en forma de flecha, que guíen al turista hacia el sitio indicado. El tamaño de las señales deberá ser de por lo menos 0.75 ms. de ancho por 0.50 de alto.



SEÑALIZACIÓN ESPECÍFICA

Una vez que el turista se encuentra dentro de las iniciativas y cantones donde se ofrecen los distintos servicios turísticos, serán necesarias señales que informen al turista.

Esta propuesta de señalización tiene como objetivo localizar sitios determinados dentro del entorno de movilización de los turistas en cada una de las iniciativas, de tal modo que el turista se encuentre informado en cuanto a servicios que se ofrecen y actividades que se pueden realizar, tipo de actividades, símbolos o señales para guiar, informar, prevenir y restringir al turista.

Para el diseño de este tipo de señalización, se pretende que los encargados sean los miembros del comité turístico de San Luis del Carmen.

FABRICACIÓN DE MEDIOS DE SEÑALIZACIÓN

Una vez diseñados los distintos tipos de señalización a utilizar, se definirá la forma de fabricación de éstos. Para el proceso de fabricación, y para generar una mayor participación comunitaria se propone que estos sean realizados por los miembros de la comunidad y que sea el comité turístico que regule la participación de las personas de la comunidad. Para este proceso el encargado de Promoción y Publicidad, será el encargado de esta actividad detallará la cantidad de materiales que se utilizarán y la razón para la cual se utilizarán dichos materiales, para lo cual se utilizará el siguiente formato:

| SEÑALIZACION TURISTICA | | | |
|--------------------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| SOLICITUD DE MATERIALES | | | |
| FECHA | MATERIAL SOLICITADO | CANTIDAD/DESCRIPCION | SERA UTILIZADO EN |
| | | | |

Tabla 129.Formato de solicitud de materiales para señalización

La compra de los materiales se realizará luego de la cotización de éstos en diferentes establecimientos, actividad realizada por el encargado de Promoción y Publicidad. Una vez comprados, éstos serán llevados a un lugar en común donde comenzará el proceso de fabricación.

3.3.3.PROCESO DE SEÑALIZACIÓN

El proceso de colocación de la señalización en las diferentes vías de acceso que llevan hasta las iniciativas en los distintos cantones del municipio, deberá ser realizado por la Junta Municipal de Turismo de San Luis del Carmen (JMT-SLC), quienes sabrán el lugar idóneo y el tipo de materiales que serán utilizados en la señalización.

Para ello deberán recorrer cada una de las iniciativas en conjunto con los interesados de llevarla a cabo, con el fin de identificar de primera mano los requerimientos de señalización.

CONTROL DE LAS ACTIVIDADES DE SEÑALIZACIÓN

Para el control de las actividades llevadas a cabo, se presenta el diseño de una tabla en la cual se realizará la programación de las actividades con sus respectivas duraciones. Las actividades serán definidas en consenso por parte de las personas que las llevarán a cabo la señalización y el encargado de Promoción y Publicidad, siendo éste último el

encargado de entregar el control del avance la JMT-SLC. Las actividades definidas serán programadas en el tiempo, utilizando el siguiente formato:

| MES: SEPTIEMBRE | | | | | | |
|------------------------|------|---|---|---|-----|----|
| ACTIVIDADES | DÍAS | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | ... | 30 |
| Realización de diseños | | | | | | |
| Fabricación de señales | | | | | | |

Éste mismo formato se utilizará para la programación de las actividades de colocación de las señales viales y vallas publicitarias. Una vez comenzado el proceso de fabricación de las señales, el encargado de Promoción y Publicidad será quien lleve el control del avance de las actividades utilizando una hoja igual a la que se utilizó para la programación de las actividades, pero ésta se encontrará vacía llenando él las casillas del tiempo real utilizado en las diferentes actividades y comparándolas luego con la programación inicial. La razón de realizar esta comparación es para poder visualizar las posibles desviaciones en el tiempo de las actividades planeadas. Para realizar una comparación cuantitativa de dichas desviaciones, se compararán la cantidad de actividades realizadas contra la cantidad de actividades programadas. Éste formato será llenado cada 3 días.

El porcentaje de retraso en las obras realizadas viene dado por la fórmula siguiente:

$$\% \text{ atraso} = \frac{\text{número de actividades planeadas (AP)} - \text{Número de actividades realizadas (AR)}}{\text{Número de actividades planeadas (AP)}}$$

El cuadro siguiente se utilizará para el control de las actividades de señalización, realizando los cálculos de la desviación real entre las actividades programadas y las actividades llevadas a cabo.

| CONTROL DE ACTIVIDADES | | | | |
|------------------------|--|--|---|---------------------------|
| FECHA | Número de actividades programadas (AP) | Número de actividades realizadas hasta ésta fecha (AR) | Porcentaje de avance en la obra $\% \text{ Avance} = 1 - \left\{ \left(\frac{AP - AR}{AP} \right) \right\}$ | COMENTARIOS/OBSERVACIONES |

Tabla 130. Control de actividades del proceso de señalización turística

GUÍA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

La señalización es un verdadero factor de credibilidad que brinda valor agregado a cualquier área.

Se incluye igualmente en caminos de acceso como carreteras o brechas, poblados cercanos, módulos de información y sitios de afluencia turística interesante. A continuación se presenta la siguiente "Guía de Señalización Turística" con el propósito de

lograr que las diferentes actividades y servicios turísticos tengan la señalización adecuada de acuerdo al servicio que van a prestar teniendo en cuenta distancias, ubicación, tipo de actividad a realizar, etc., así como también los diferentes símbolos que deberán utilizar para guiar, informar, prevenir y restringir al turista. La existencia de la señalización turística significará para los visitantes, conocer atractivos y servicios sobre los cuales carecían inicialmente de información por lo que invertirán más días en la región, ahorrar tiempo y sentir que viajan con seguridad.

Para la realización de la Guía de Señalización se tendrán en cuenta lo siguiente:

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

El Símbolo se define como: "Figura u objeto que tiene significación convencional".

La acción de simbolizar, implica expresar una idea por medio de un símbolo. Se debe de brindar al visitante información, y la localización precisa de los atractivos y servicios con que cuenta, creando símbolos especiales para distinguir cada uno de ellos.

Estos símbolos constituyen un lenguaje que tiende a hacerse universal para la facilitación y guía al turista durante sus recorridos y estadía.; se caracterizan por la simplicidad de diseño, con la utilización de un mínimo de siluetas, para ser fácilmente perceptibles.

Para establecer cada una de las simbologías, primero se debe de tener en cuenta la identificación y clasificación de los tipos de productos turísticos, servicios y actividades turísticas, etc., que se esperan realizar en la zona.

A continuación se proponen algunos de los productos y servicios, que pueden formar parte de la simbología de las actividades a realizar en la zona.

Se debe tener en cuenta que pueden irse agregando más productos o servicios a los cuales se les asignará símbolos conforme los requieran las necesidades del servicio turístico que se esté prestando.

Las actividades y servicios turísticos se tienen definidos en el componente del producto turístico, por lo tanto se colocarán los símbolos de acuerdo a sus características y al tipo de turismo que pertenecen. Los tipos de señales requeridas son las siguientes:

| TIPOS DE SEÑALES | |
|--|---|
| Actividades del turismo rural comunitario | <ul style="list-style-type: none"> • Cabalgatas • Canopy • Observación de aves • Senderismo • Caminatas • Camping • Festivales gastronómicos |
| Alojamiento | <ul style="list-style-type: none"> • Hostal en tierra |
| Alimentación | <ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes |
| Otros | <ul style="list-style-type: none"> • Servicios Sanitarios • Parqueo |

¿QUÉ ES UN PICTOGRAMA?

Es la representación gráfica, generalmente estandarizada, que busca regular las actividades humanas mediante la abstracción de símbolos, facilitando la interpretación de la información.






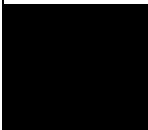
Los pictogramas cumplen su misión si se dan a conocer y si se emplean consistente y universalmente. Es necesario tener en cuenta las siguientes recomendaciones para lograr un uso adecuado de cada uno de ellos:

- **Fondo y figura**

Se deben mostrar los pictogramas con fondo oscuro y figura clara, una figura clara tiende a “sangrar visualmente” o extenderse contra un fondo oscuro, pareciendo más grande que en el caso inverso.

- **Colores**

En general, los colores utilizados para las señales turísticas son el azul (fondo y borde) y el blanco (figura y marco).

| | |
|---|---|
|  | Se utilizará como fondo en las señales turísticas. |
|  | Puede ser utilizado como fondo para señales guías, de lugares turísticos, centros de recreo e interés cultural. |
|  | Se utilizará como fondo en las señales de «PARE», «NO ENTRE» y para las franjas y diagonales en las señales de reglamentación. |
|  | Se utilizará como fondo para las señales de prevención. |
|  | Se utilizará como fondo para las leyendas o símbolos de las señales informativas tanto urbanas como rurales. |
|  | Se utilizará como fondo en las señales informativas así como en los símbolos y leyendas de las señales de reglamentación, prevención, construcción y mantenimiento. |

- **Tamaño**

El tamaño de un pictograma depende de su uso y situación. Presentación de los pictogramas sobre las señales.

Se recomienda que los pictogramas vayan acompañados de mensajes y/o señales con caracteres; bajo ninguna circunstancia se deben añadir caracteres al fondo del pictograma. Se aconseja que los mensajes - leyendas se coloquen directamente bajo el pictograma o a su lado. Información relevante en las leyendas.

Toda señal de carácter turístico debe proporcionar información suficientemente completa relacionada a los atractivos, servicios o actividades que en ella se destaquen, y ser utilizada al inicio de un circuito turístico, en los desvíos de carreteras principales y en el ingreso o acceso inmediato a un sitio.

Necesariamente, una señal turística comprende el nombre completo del atractivo, servicio o actividad turística (por ejemplo: “Circuito de Los Naranjos”); la indicación del

sentido de la dirección mediante una flecha; y el dato de la distancia hasta el lugar de destino.

- **Otros usos**









Para lograr la estandarización de los pictogramas, se recomienda utilizarlos también en el material promocional como mapas, afiches, folletos, guías, etc.

TIPOS DE SEÑALIZACIÓN

Para llevar a cabo una buena señalización se debe tener en cuenta, que esta contiene señalamientos de índole informativo, preventivo, restrictivo, los cuales se deberán tener en cuenta para realizar una buena señalización.

Señalamientos informativos

Estos señalamientos brindan información geográfica sobre destinos, distancias y actividades que se pueden practicar, así como los servicios disponibles de la zona. Los señalamientos informativos deben llevar de la mano al viajero desde el acceso en carretera hasta los sitios naturales de mayor belleza o interés. Están enmarcados en un cuadro azul, contrastando con colores comunes en la naturaleza como los verdes y tonos cafés. Algunas de las señalizaciones informativas que se deberán utilizar para indicar de que existe una actividad o servicio turístico en la zona son las siguientes:

| | | | |
|---|-----------|--|---|
|  | Miradores |  | Zona de camping |
|  | Bosques |  | Cabalgatas |
|  | Caminatas |  | Paseos en lancha |
|  | Canopy |  | Observación de aves y/o actividades agropecuarias |

| | | | |
|---|-------------|--|-----------------------|
|  | Alojamiento |  | Restaurante |
|  | Basurero |  | Información turística |
|  | Baños |  | Parqueos |

Señalamientos preventivos

La prevención es un aspecto fundamental en cualquier área natural que pretenda promoverse como destino turístico. El propósito de estos señalamientos es el de atraer la atención del turista hacia obstáculos u otros peligros en la naturaleza en general o en la práctica de alguna actividad en particular.

El triángulo rojo tradicionalmente alude a la atención o precaución. Tanto los señalamientos preventivos como los restrictivos son medios para difundir normas, prevenir accidentes, evitar el mal uso de recursos naturales o el daño a la flora y fauna del área. Entre algunas señalizaciones preventivas podemos identificar las siguientes:

| | |
|---|-------------------|
|  | Roca suelta |
|  | Bajada peligrosa |
|  | Suelo resbaladizo |

Señalamientos restrictivos

La prohibición de ciertas actividades o actitudes es determinante en la seguridad y comportamiento del turista. Ya sea por inexperiencia del visitante, ignorancia o simple falta de voluntad, serán éstos los señalamientos que marquen los límites de tolerancia. Una franja cruzada advertirá un señalamiento restrictivo.

Las sanciones atribuidas al incumplimiento de los señalamientos restrictivos deberán ser consecuentes y aplicadas en la medida de lo posible.

A continuación se presentan algunas de las señales restrictivas que se pueden detectar en la zona:

| | | | |
|---|--------------------------|---|-------------------|
|  | Prohibido el paso |  | Prohibido acampar |
|  | Prohibido encender fuego |  | Prohibido fumar |
|  | Prohibido botar basura | | |

REQUERIMIENTOS PARA SEÑALIZACIÓN

Para llevar a cabo una buena señalización se necesita determinar la cantidad de señales que se requieren para indicar las diferentes rutas, actividades y servicios turísticos que se encuentran en la zona. A continuación se listan las cantidades de señales a requerir según los circuitos propuestos, los servicios, o zonas denominadas como atractivos turísticos.

| ESTABLECIMIENTOS, ACTIVIDADES Y SERVICIOS TURÍSTICOS | CANTIDAD REQUERIDA |
|--|--------------------|
| Miradores | 5 |
| Restaurantes | 3 |
| Senderos | 7 |
| Alojamiento | 1 |
| Paseos en lancha | 2 |
| Crianza de tilapias | 1 |
| Canopy | 1 |
| Cabalgatas | 3 |
| Bosques | 2 |
| Zona de camping | 2 |
| Información turística | 1 |
| Basureros | 10 |
| Baños | 4 |
| Parqueo | 1 |
| Suelo resbaladizo | 6 |
| Prohibido el paso | 5 |
| Prohibido encender fuego | 4 |
| Prohibido acampar | 2 |
| Señales promocionales | 6 |

Tabla 131. Requerimientos de señales

3.3.4. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Está enfocado en describir cómo se llevarán a cabo los esfuerzos de publicidad del municipio en diferentes medios. Se definirán cuáles son los medios idóneos para publicitar el turismo rural comunitario, las características de dichos medios, el proceso que se deberá seguir para que éstos sean fabricados y finalmente el proceso de colocación o distribución de "medios visuales concentrados", con el fin de promocionar de manera no personal los productos y servicios ofrecidos por las iniciativas que lo conforman.

Lo que se busca es que mediante la implantación de éste se comience a realizar un esfuerzo publicitario de manera formal que informe al turista acerca de la existencia de la turística del municipio, y sobre los principales atractivos que en éstas se ofrecen.

ADMINISTRACIÓN

La Promoción y Publicidad será administrada por el JMT-SLC, a través del encargado de Promoción y Publicidad, quien realizará los esfuerzos necesarios para la promoción turística de la localidad.

DETALLE DE ACTIVIDADES

| N | ACTIVIDAD | CARGO DE LA PERSONA RESPONSABLE | DESCRIPCION DETALLADA DE LA ACTIVIDAD |
|---|--|---|--|
| 1 | Asignar encargado de supervisión | JMT-SLC | Se propone que el encargado de éste se encargue además del proceso de supervisión del proceso de colocación de las señales viales del programa de señalización vial |
| 2 | Fabricación de medios publicitarios | Contratación externa | Los miembros de la JMT-SLC, serán los encargados en gestionar los materiales para la realización de las señales y de ser necesario buscaran una empresa para la realización de esto |
| 3 | Distribución de medios escritos | Centros de Atención turística del municipio Oficina de MITUR, CORSATUR, ISTU Oficinas tour operadores | Los medios escritos en folletería serán a todas la iniciativas, quienes se encargarán de su distribución entre los turistas. Además, en las de entidades de promoción turística gubernamental y en oficinas de tour operadores, y en la alcaldía del municipio |
| 4 | Proceso de colocación de medios visuales | Miembros de iniciativas y JMT-SLC | El proceso de colocación será llevado a cabo los miembros designados en la JMT-SLC. Los medios y las señales serán instalados en los puntos indicados por el encargado, quien además supervisará dicho proceso y evaluará la calidad de las obras, si estas son entendibles por el turista. |

Medios de Comunicación a Utilizar

Son muchos los medios que se pueden utilizar para realizar publicidad exterior, y la elección de éstos dependerá de las necesidades y características propias de la organización. Al tratarse de una junta dedicada a brindar servicios de tipo turístico, el municipio necesita un tipo de publicidad que llame la atención del público despertando en ellos el deseo de conocer y experimentar los servicios y productos turísticos que se ofrece el municipio

Los principales medios a utilizar para publicitar el turismo en el municipio de San Luis del Carmen, será el que se presenta a continuación:

- **Publicaciones escritas:** Estos permiten brindar gran cantidad de información en poco espacio y su costo es relativamente bajo a comparación de otros medios visuales, lo que hace posible fabricar grandes volúmenes de éstos.
- **Medios visuales concentrados (vallas publicitarias y paletas):** Estos permiten una alta recordación en los clientes, rápida cobertura (ya que se pueden colocar en distintos lugares dentro y fuera del municipio), mayor frecuencia (al estar diseminados en distintos lugares aumenta el índice de impactos visuales), bajo costo de producción (debido a que los materiales utilizados son económicos).

Las principales características que deben tener los medios publicitarios a utilizar para promocionar el turismo en el municipio son las siguientes:

- Deben ser visualmente atractivas. Esto con el fin de llamar la atención de posibles clientes en el momento en que se encuentren conduciendo sus automóviles, por lo cual la imagen de cada una de las iniciativas deberá de ser explotada al máximo.
- Deben ser simples. Se pretende no cargar los anuncios con demasiados mensajes escritos, ya que la simplicidad es la pauta fundamental de la publicidad exterior. Los medios utilizados deberán presentar un mensaje claro de los atractivos que posee cada iniciativa.
- Tipografía amplia y clara. Los mensajes escritos contenidos en los anuncios deberán ser cortos, prestando principal énfasis en el nombre de las iniciativas, su ubicación (cantón al que pertenecen) y una idea principal que sea reforzada por el diseño o fondo del anuncio. En este caso, se sugiere utilizar el slogan "SAN LUIS DEL CARMEN UNA VENTANA QUE TE TRANSPORTA EN EL TIEMPO".

Se han descartado medios masivos de comunicación como la radio, la televisión y el periódico ya que los costos para publicitarse en dichos medios es muy alto, por lo que se ha buscado que las propuestas estén acordes a la realidad del presupuesto que poseerá el JMT-SLC.

Éste tipo de publicidad será colocada fuera de las iniciativas con el fin de preservar la imagen histórica y cultural del lugar y los tipos de medios a utilizar serán letreros y banners

MEDIOS VISUALES DE PUBLICIDAD

Las personas encargadas del municipio para la fabricación de los medios visuales de publicidad tendrán bajo su cargo el realizar las siguientes actividades:

- **Diseño de la publicidad.** se debe de realizar una visita a cada una de las iniciativas turísticas involucradas, con el fin de conocer cada lugar, los servicios y productos que ofrecen, tomar fotografías de las diferentes áreas y atractivos, así como generar ideas del concepto a utilizar en la publicidad.

Además, se deberá fijar el número de banner y/o letreros a fabricar y los diferentes puntos de colocación de éstas

- **Fabricación de la publicidad.** Deberán especificar fechas de inicio y entrega de los trabajos de fabricación de las diferentes letreros y vallas que deberán ser fabricados en una empresas especializada en la impresión digital de ser posible
- **Colocación de letreros y banners.** El encargado de promoción y publicidad deberá supervisar la colocación de los medios visuales en cada una de las iniciativas y atractivos del municipio, en conjunto con los miembros de su comité de publicidad y promoción.

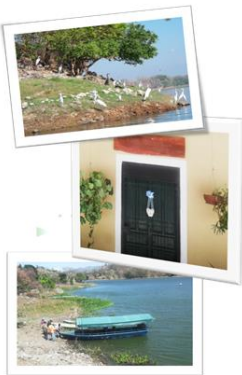
MEDIOS ESCRITOS

El diseño de la publicidad mediante medios visuales concentrados será elaborado por una empresa contratada para la fabricación de éstos.

Para el diseño de la folletería, se recomienda se vaya actualizado con el tiempo, según los cambios que se vayan presentando en las iniciativa y atractivos en el municipio, se realizaran los modelos que a continuación se presentan, uno para el municipio en general y otro resaltando los atractivos vernáculos, conteniendo en ellos los destinos turísticos.

A continuación se presenta el modelo de panfleto o brochure

Título del panel posterior



En nuestro municipio podrás disfrutar de paseos en lancha, transportarte en el ferry, estancia en hostales y visitas a preciosas islas sobre el embalse el Cerrón Grande



San Luis del Carmen



una ventana que te transporta en el tiempo

SAN LUIS DEL CARMEN

El municipio de San Luis del Carmen, está ubicado en el departamento de Chalatenango; el municipio es mayoritariamente montañoso, con la pequeña salvedad de las planicies de la orilla del embalse Cerrón Grande. Por otra parte esta orilla es un elemento territorial fundamental en el municipio, y el Embalse Cerrón Grande en su dimensión de humedal es un área natural protegida; Es un municipio que posee escenarios y atractivos turísticos.



NUESTROS ATRACTIVOS SON DESDE UN LINDO PUEBLO COLONIAL HASTA SENDEROS AVENTUREROS CON LA NATURALEZA

Nuestra bella iglesia colonial adorna nuestra plaza central y data desde el siglo XVIII. Ha sido declarada como patrimonio cultural.



Museo comunal, donde descubrirás como se trabajaba y vivían las personas en San Luis del Carmen hace 100 años.



Majestuosas casas antiguas



Comedores municipales



Refrescantes "piscinas" naturales LAS POSAS de Los Naranjos



Corridos de toros en nuestra bellissima plaza



Festivales de productos criollos

Lindísimos e higiénicos restaurantes a la vista del lago y sobre el



Ilustración 59. Vistas externas e internas del panfleto informativo

Proceso Publicitario

A continuación se describen las formas de distribución de los medios publicitarios escritos y la colocación de los medios visuales concentrados (banner y letreros)

DISTRIBUCIÓN DE MEDIOS ESCRITOS

En el caso de los medios escritos de publicidad, estos serán entregados a los turistas de las siguientes formas:

- En las oficinas de atención al turista dentro de la alcaldía municipal, oficinas de entidades turísticas gubernamentales y oficinas de tour operadores. En dichas oficinas se entregaran brochures informativos sobre le municipios.

Hostal y restaurantes del municipio. La JMT-SLC deberá realizar pláticas con los representantes y/o dueños de los diferentes lugares restaurantes y hoteles del municipio y de Suchitoto para que la folletería sea distribuida en sus negocios. Para esto, el comité deberá colocar pequeños estantes con la información acerca del turismo en el municipio, los circuitos y paquetes que se ofertan. Se propone que los estantes sean contengan las dimensiones siguientes:

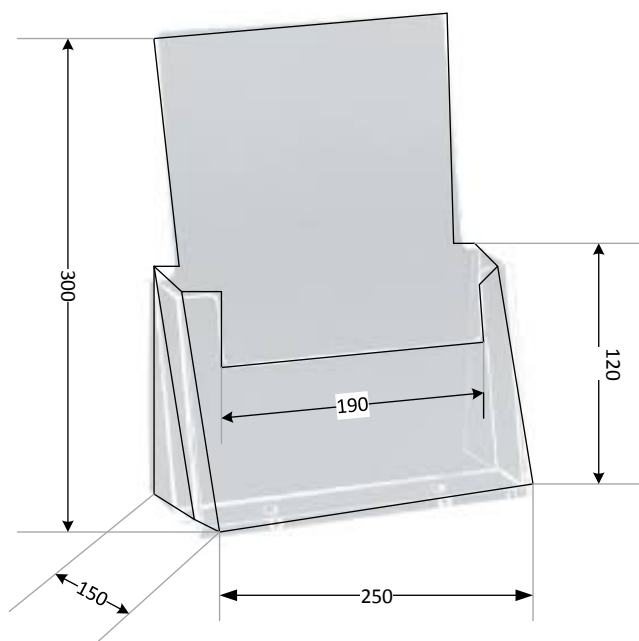


Ilustración 60. Estante para folletería

COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD

El proceso de colocación de los banner publicitarios deberá ser llevado a cabo por la JMT-SLC, con su comité de publicidad y promoción, ellos se encargaran de la colocación de la señalización a través del municipio para llegar a cada uno de los atractivos e iniciativas turistas que el San Luis del Carmen posee.

SOCIAL MEDIA MARKETING

Otro instrumento que debe ser utilizado para dar un mayor realce publicitario es la creación de una Fanpage, en Facebook, en la cual se muestre los diferentes sitios turísticos con los cuales cuenta el municipio. Donde se muestren los circuitos turísticos existentes, así como los paquetes que se ofrecen, programación de actividades, entre otros.



En esta página pueden acceder los turistas, ya sea nacionales o internacionales, quienes tendrían la oportunidad de conocer por este medio y optar por las promociones existentes cada mes, haciendo reservaciones y comprando paquetes turísticos para visitar las distintas iniciativas de tipo turísticas existentes.

Además de Facebook, también estas otras opciones de social media, como la creación de cuentas en Twitter, Instagram, Flickr, Tumblr, con el fin de mostrar las impactantes imágenes de los atractivos que el municipio posee y motivar al turista que sea visitado.

ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Se busca establecer una propuesta de las acciones turísticas a realizar con las que se mantendrá contacto con los posibles clientes potenciales y la atracción nuevos turistas. Esto se realizará de forma recurrente, ya que las actividades planteadas son una forma de atraer turistas y tomar parte del mercado de turismo. Se realiza la propuesta de tres tipos de acciones que son: ferias turísticas, viajes de familiarización y misiones comerciales.

FERIAS TURÍSTICAS

Son el escenario para el contacto directo entre la oferta y la demanda y el canal apropiado de la comunicación para: presentar productos turísticos, crear demandas, investigar la clientela realizar contactos y seleccionar quien puede ayudar en la venta del producto. En el municipio actualmente se realizan ferias de productos agrícolas cada mes y un festival de productos criollos las cuales permiten tener accesos directos con los posibles clientes.



Así mismo sus fiestas patronales generan un gran atractivo ya que se hacen corridas de toros y diferentes celebraciones propias de la fecha, además el municipio ha participado en las ferias de pueblos vivos realizadas en San Salvador, es ahí donde la JMT-SLC debe tomar ventaja y promocionar los circuitos que forman parte de la propuesta turística del municipio.

La JMT-SLC deberá gestionar con el MITUR para que el municipio siempre pueda participar en las ferias programadas por éste, a través de las cuales se pueda generar la promoción de los servicios turísticos que se desarrollan en el municipio.

Para poder participar en estas ferias se necesita:

- Realizar relaciones públicas: encuentros, contactos, citas, conferencias con el Ministerio de Turismo y con entidades privadas como hoteles y tour operadores.
- Crear un stand o espacio que comunique los destinos que queremos dar a conocer.
- Maximizar el uso de servicios que ofrece la organización ferial.
- Asignar labores a cada persona que atiende el stand.
- Ofrecer toda la información posible, la más completa.
- Diseñar un mecanismo de seguimiento a las personas que se acercan a preguntar o muestran interés en nuestro producto.

VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN

El viaje de familiarización es un medio de presentar un producto turístico de un determinado destino. Con un viaje de familiarización se busca conocer en el sitio los elementos básicos del producto turístico que ofrece el destino, e informar sobre las condiciones y entorno del destino para la inversión en turismo.



En los viajes de familiarización se debe seleccionar la empresa a la cual se quiere invitar. Se puede invitar a tour operadores o periodistas, lo importante es que a partir del viaje estas personas puedan promover el producto turístico.

Las alianzas estratégicas realizadas, pueden aliviar los costos, y éstas se pueden llevar a cabo con las empresas interesadas en el destino a promover o comercializar.

Es importante efectuar un seguimiento de la acción con apoyo de las empresas representantes turísticas.

El encargado de promoción y publicidad será el encargado de realizar la conexión entre los tour operadores y periodistas para llevar a cabo estos viajes.

MISIONES COMERCIALES

Esto se refiere al encuentro de empresarios emisores y receptores en la sede del emisor con la finalidad de efectuar relaciones comerciales sobre un determinado destino.

Una misión comercial motiva la compra de productos turísticos por parte de un gran número de tour operadores en el mercado emisor. Esta motivación se efectúa mediante la presentación documental de los productos que ofrece un destino turístico adecuado para un mercado objetivo.

Las misiones comerciales pretenden:

- Dar a conocer la oferta de servicios y productos directamente a los tour operadores.
- Difundir la oferta de servicios, productos y en general el destino de la región.
- Brindar información de los destinos turísticos apropiados para los segmentos de mercado que ofrece un emisor.
- Efectuar acciones de relaciones públicas.
-

PROMOCIÓN DE VENTAS TURÍSTICAS

Consiste en ofrecer incentivos a corto plazo para fomentar la venta del producto turístico. La promoción de ventas incluye diversas estrategias de promoción diseñadas para estimular una respuesta de mercado más sólida y anticipada. Estas estrategias incluyen la promoción dirigida al consumidor (descuentos, premios, concursos, demostraciones) descuentos en la compra de promociones (artículos gratis).

Las promociones de ventas deben establecer un trato con los consumidores, es decir, deben promover el posicionamiento del producto e incluir un mensaje de ventas. De manera ideal, el objetivo consiste en generar una demanda a largo plazo de parte de los consumidores, en lugar de intentar cambiar las preferencias de marca en forma temporal. Para llevar a cabo una promoción de ventas efectiva se deben seleccionar los principales instrumentos de promoción para los consumidores.

MEDIDAS DE CONTROL Y CORRECTIVAS

- Revisar que los paquetes turísticos se cumplan de acuerdo a lo establecido, es decir: precio, traslado y alimentación.
- Realizar capacitaciones en el transcurso del año a guías locales de los diferentes sitios turísticos de la localidad.
- A falta de la existencias de artículos promocionales durante algunos periodos por la movilización de personas deberán considerarse nuevas alternativas como por ejemplo descuentos especiales, cupones, postres gratis, artesanías gratis.

| | Ene | Feb | Ma | Ab | Ma | Jur | Jul | Ag | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----------------------------------|-----|-----|----|----|----|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|
| Rifa de paquetes turísticos | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Capacitación de guías turísticos | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Obsequios promocionales | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |

Tabla 132. Cronograma para el programa de promoción de ventas

PARTE 4. ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO-RURAL-COMUNITARIO SOSTENIBLE APLICADO AL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN

DESCRIPCIÓN

Una vez se establecen las líneas de trabajo del plan de desarrollo turístico- es necesario definir el ente encargado de dirigir y velar por el cumplimiento de este plan. Es importante definir la institución encargada y como deben estar organizadas las áreas funcionales de esta institución para la prestación de servicios turísticos-rurales, establecer metodologías para el control de calidad en la prestación del servicio, y a través de la evaluación y el seguimiento de actividades definir las áreas de mejoras.

Para llevar a cabo este plan de desarrollo y otros proyectos que se desarrollen a futuro a nivel de cada cantón y/o a nivel de iniciativa es importante establecer metodologías para la obtención de financiamiento así como también apoyo en el área de seguridad y mantenimiento de las vías de acceso. Como ya se ha establecido, este plan de desarrollo turístico-rural, abona a los objetivos principales que se tienen a nivel del municipio para el desarrollo del mismo, es por ello que como forma de integración a los esfuerzos que se han ido dando en el municipio se establece que el ente responsable de la puesta en marcha, y dirección de este plan de desarrollo es la Alcaldía Municipal de San Luis del Carmen.

OBJETIVOS

- ✓ Establecer la estructura organizativa y funcional que será la encargada de coordinar a las iniciativas turísticas, los recursos necesarios y otros entes para la prestación de servicios turísticos-rurales, dando un seguimiento a cada una de las actividades para asegurar que se cumplen con las condiciones necesarias para satisfacer a los visitantes.
- ✓ Definir una metodología para el control de calidad en la prestación de servicios turísticos-rurales, que permitan establecer áreas de mejoras, y verificar que se cumplen con las condiciones establecidas en cuanto a instalación y calidad de servicio.
- ✓ Establecer la forma de trabajo de la Alcaldía que permita la obtención de apoyo de instituciones externas para mejorar la infraestructura vial, apoyo en el área de seguridad y para la obtención de apoyo financiero para la mejora de la infraestructura turística del municipio.

ALCANCE

Dentro de la administración del plan de desarrollo turístico-rural-comunitario sostenible aplicado al municipio de San Luis del Carmen se establecen los responsables de la prestación del servicio, las metodologías para la obtención de apoyo de instituciones externas, y la metodología para el control de calidad para cumplir con las expectativas de los turistas.

ORGANIZACIÓN

Introducción

Una empresa, independientemente del sector en el cuál se mueva o desarrolle sus actividades, si no posee una buena base organizativa difícilmente podrá desarrollarse plenamente o permanecer por mucho tiempo en funcionamiento, sobre todo en un sector tan dinámico como lo es el turismo.

La Junta municipal de turismo en de San Luis del Carmen, nace con la idea de trabajar en distintas áreas de turismo para el desarrollo económico local de la población del Municipio, apoyando al desarrollo empresarial del mismo, fortaleciendo grupos, empresas, asociaciones y a la misma población para un desarrollo orientado en el tema del turismo.

En Julio de 2013, se inició el proceso para solicitar la personería jurídica de la Junta Municipal de Turismo. La junta busca ser registrada como una Asociación Sin Fin de Lucro, así mismo busca la obtención de un espacio físico dentro de la Alcaldía de San Luis del Carmen.

“Se entenderá que una junta/asociación y fundación es sin fines de lucro, cuando no persiga el enriquecimiento directo de sus miembros, fundadores y administradores. En consecuencia, no podrán distribuir beneficios, remanentes o utilidades entre ellos, ni disponer la distribución del patrimonio de la entidad entre los mismos al ocurrir la disolución y liquidación de la entidad.”⁷² Para dar inicio al proceso de registro de la junta fue necesario establecer los estatutos de ésta; sin embargo, no se siguieron trabajando los demás aspectos organizativos necesarios para su funcionamiento eficiente y como consecuencia se han perdido una serie de oportunidades de crecimiento.

Es por ello que se hace necesario el desarrollo de aspectos organizativos. A través de esta propuesta se pretende solventar los vacíos internos referentes a la organización identificados dentro de la Junta, dentro de los cuales se encuentran la definición formal de la misión y visión, el establecimiento de una estructura organizativa adecuada para la administración de los nuevos servicios a ofertar, el establecimiento de procesos para brindar el servicio, el diseño de un manual de organización; así como el diseño de un sistema de información y el sistema de seguimiento y control. La propuesta de Organización se considera como estratégica y su implantación será llevada a cabo por la administración de la junta municipal de turismo.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar una propuesta de Organización que incluya una reestructuración organizativa, el diseño de los sistemas básicos administrativos y la creación de un sistema de seguimiento y control necesarios para el desempeño adecuado de La junta municipal de turismo.

¹ Decreto Legislativo nº 894. LEY DE ASOCIACIONES Y FUNDACIONES SIN FINES DE LUCRO. Capítulo I: Disposiciones Preliminares. Art. 9

Objetivos Específicos

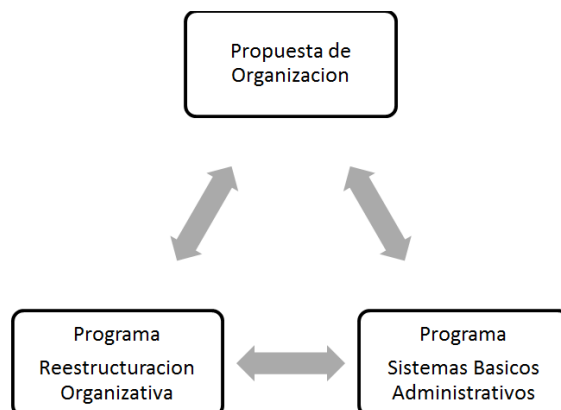
- ✓ Establecer los objetivos de la Junta de turismo, para el manejo correcto de cada uno de los procesos que ella realiza.
- ✓ Determinar cuáles son los valores con los cuales se trabajará en la Junta de turismo.
- ✓ Establecer políticas para los miembros de la junta y miembros de los circuitos turísticos.
- ✓ Establecer la estructura organizacional con la que actualmente se labora y definir la estructura organizacional idónea para la administración de los circuitos y paquetes turísticos desarrollados.
- ✓ Determinar la cantidad de recurso humano necesario para la administración de la junta de turismo.
- ✓ Establecer modelos de procesos para la prestación del servicio. Realizar un manual de organización donde se establezcan las funciones de la estructura organizativa de la junta de turismo.
- ✓ Identificar los requerimientos físicos para el funcionamiento de La Junta Municipal de Turismo en SLC.
- ✓ Diseñar un sistema de información que facilite la comunicación entre las iniciativas y la junta.
- ✓ Diseñar formatos para llevar el sistema contable de la junta.

Justificación

Al poseer La Junta de turismo una base organizativa definida y bien establecida, se vuelve mucho más fácil optar a diferentes opciones de mejora y diversificación, de esta manera se podrá iniciar un desarrollo sostenible debido a que la definición de la organización es el principal fundamento para la implementación de los diferentes programas que se presentan en la siguiente propuesta. Es por esta razón que el establecimiento de la misión y visión, el establecimiento de una adecuada estructura organizativa y la creación de un sistema de información y el sistema de seguimiento y control, son de vital importancia, ya que es mediante éstos que la organización trazará el camino a seguir para lograr su crecimiento y además definirá los recursos necesarios y la forma de utilización de éstos.

Componentes

Esta propuesta se desarrollará en dos programas, los cuales se describen a continuación:



| PROPUESTA | PROGRAMA | DESCRIPCION |
|--------------|-------------------------------------|---|
| ORGANIZACIÓN | 1. Reestructuración Organizativa | Dentro de este programa se desarrolla una evaluación y una propuesta de la misión, visión. Se establecen los objetivos, valores y políticas a desarrollarse dentro de la Junta municipal de turismo en SLC. En el programa también se establece la estructura organizativa adecuada para la junta. Se determina el recurso humano necesario, se establecen procedimientos para la prestación del servicio y se realiza un manual de organización como apoyo. En el programa también se determinan los requerimientos físicos para el funcionamiento de la junta con su espacio en la Alcaldía de SLC. |
| | 2. Sistemas básicos administrativos | Se realiza el diseño de un sistema de información para facilitar la comunicación entre la junta y las iniciativas que forman parte de los circuitos turísticos. Además se diseñan formatos para el manejo del sistema contable. |

Tabla 133: Componentes de la propuesta de organización

4.1. REESTRUCTURACIÓN ORGANIZATIVA

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

En el siguiente programa se desarrollarán las actividades necesarias para construir la misión y visión, establecer los objetivos, valores y políticas, las cuáles servirán de guía para el desarrollo de La Junta de Turismo. La informalidad puede ser la causa de muchos problemas y la organización es esencialmente la función administrativa que establece el rol formal que jugará la gente en la organización y que determina las reglas bajo las cuales ellos interactuarán.

Para establecer una coordinación y control de las funciones que los miembros de La Junta deben realizar, se establecerá la estructura más adecuada de organización, la cual se identifica bajo la forma de un Organigrama; y como apoyo a éste último, se auxilia del manual de organización para el conocimiento de las funciones que serán desarrolladas por los miembros de la misma.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Establecer la misión, visión, objetivos, valores y políticas necesarias que contribuyan al funcionamiento eficiente de la Junta de turismo y presentar una propuesta de estructura organizativa que facilite la mejora en el actual funcionamiento y desempeño de la misma, siendo acorde a las necesidades actuales y proyectadas.

ALCANCE DEL PROGRAMA

En el programa se verá involucrada la parte administrativa de La Junta de Turismo y tendrá repercusiones a nivel estratégico dentro de la organización como parte del cumplimiento de la Propuesta de Organización.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

FORMACIÓN DE GRUPO DE TRABAJO

Para poder llevar a cabo la reestructuración organizativa es necesario contar con la colaboración de un grupo de trabajo que conozca la situación actual de la Junta y que esté interesado en el crecimiento de la misma. El grupo estará conformado por el presidente de la misma, un representante de la municipalidad, un representante de los empresarios, un secretario y un moderador; con el objeto de que todos los sectores estén conforme con lo que se desarrollará.

EVALUACIÓN Y REDEFINICIÓN DE MISIÓN Y VISIÓN

La Junta Municipal de Turismo ya posee una misión y visión por lo que se procede a la evaluación de éstas. La evaluación y redefinición de la misión y visión es el punto de partida para el desarrollo de los pasos siguientes ya que representan los lineamientos generales sobre los cuáles se basarán los objetivos y el desarrollo de los planes. Lo que se busca con la misión y la visión es proporcionar una amplitud del marco de referencia en el cuál la Junta se va a desarrollar y se puede enfocar desde dos sentidos:

1. ¿Dónde se quiere llegar? y ¿Cómo estamos?
2. ¿Cómo estamos? y ¿Dónde se quiere llegar?

En nuestro caso se ha utilizado el enfoque dos, partiendo de cómo estamos y a lo que queremos llegar.

EVALUACIÓN DE LA MISIÓN

La misión describe la naturaleza y el negocio al cual se dedica la empresa para lograr alcanzar la visión y los objetivos

MISIÓN ACTUAL

“Lograr la integración y participación de los Cantones de SLC, que integran el Municipio, con todos sus productos culturales, turísticos y artesanales”

Para la evaluación de la misión analizamos, con la colaboración del grupo de trabajo, si ésta responde o no a las interrogantes que se presentan a continuación:

| ELEMENTO | INTERROGANTE | OBSERVACIONES |
|---------------------|--|--|
| Clientes | ¿Quiénes son? | No se menciona que los clientes de la Junta son todas las iniciativas turísticas de los cantones que integran el municipio de SLC. |
| Producto o servicio | ¿Cuáles son los más importantes? | Hace mención de que La Junta busca la integración y participación: pero que no busca el desarrollo económico social y ambiental. |
| Mercados | ¿Competimos geográficamente? | No se menciona que se busca competir como municipio a nivel nacional. |
| Tecnología | ¿Tecnología básica para la Organización? | No hace mención de tecnología a utilizar. |
| Filosofía | ¿Valores, creencias y aspiraciones? | Ningún valor con el que busca trabajar La Junta es mencionado. |
| Imagen pública | ¿Qué imagen tiene actualmente y a cuál aspira? | No se especifica cuál es la imagen que la junta quiere proyectar. |

ANÁLISIS DE LA MISIÓN

Como se observa en la tabla anterior, la misión que es manejada actualmente no cumple con los elementos esenciales que debe de contener; aunque menciona dentro de los servicios de la junta la integración y participación, no se mencionan los demás elementos, por ejemplo: quiénes son los clientes de la junta, cuál es el mercado en el cual se va desarrollar y cuál es la imagen que la junta quiere proyectar; tampoco se menciona la tecnología que se utilizará, aunque se considera que debido a la orientación actual de la junta no amerita la especificación precisa de este elemento. Es por ello que se considera que la misión no está completa ya que no cumple con todos los elementos mínimos que debería de contener por lo que se hace necesario una redefinición de ésta.

REDEFINICIÓN DE LA MISIÓN

“Desarrollar la integración y participación de los cantones de SLC, que conforman el municipio, con todos sus productos culturales, turísticos y artesanales; trabajando con conciencia social y ambiental para gestionar e impulsar proyectos logrando un progreso sostenible, siendo reconocidos a nivel nacional e internacional”

EVALUACIÓN DE LA VISIÓN

La visión es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que se quiere alcanzar y espera ser en el futuro, estableciendo el rumbo que la empresa ha de seguir para lograr el desarrollo esperado.

VISIÓN ACTUAL

“Llegar a ser un municipio organizado y coordinado, para el posicionamiento de nuestra marca “Pueblos Festivos-Culturales” a nivel local, regional, nacional e internacional; todo bajo proceso”

Para la evaluación de la visión analizamos, con la colaboración del grupo de trabajo, si ésta responde o no a las interrogantes que se presentan a continuación:

| ELEMENTO | INTERROGANTE | OBSERVACION |
|---------------------|--|---|
| Clientes | ¿Quiénes son? | Se menciona “Llegar a ser un municipio organizado y coordinado”. |
| Producto o servicio | ¿Cuáles son los más importantes? | Se menciona el mercado local, regional, nacional e internacional. |
| Mercados | ¿Competimos geográficamente? | No se especifican los servicios. |
| Tecnología | ¿Tecnología básica para la Organización? | No se menciona que se busca lograr un desarrollo económico, social y ambiental. |
| Filosofía | ¿Valores, creencias y aspiraciones? | No se hace mención de los valores de la junta. |
| Imagen pública | ¿Qué imagen tiene actualmente y a cuál aspira? | Se especifica que se busca posicionar la marca “Pueblos Festivos-Culturales” |

ANÁLISIS DE LA VISIÓN

Como se observa en la tabla, la actual visión con la que trabaja la junta, menciona el mercado que se pretende cubrir, la posición que se desea alcanzar y el fin del crecimiento de la junta; pero deja a un lado los demás elementos que debería de poseer. Se hace necesario efectuar una redefinición de la misma, con proyecciones de crecimiento que sean reales, alcanzables en el mediano-largo plazo y con un grado de inversión acorde con el presupuesto asignado para este.

REDEFINICIÓN DE LA VISIÓN

“Ser un municipio organizado y coordinado, para el posicionamiento de nuestra marca “Pueblos Festivos-Culturales” a nivel local, nacional e internacional; todo bajo proceso, ofreciendo productos y servicios culturales, turísticos y artesanales; promoviendo el desarrollo sostenible e integral de los cantones del municipio.”

POTESTADES LEGALES:

Queda asentado en actas de la JMT-SLC, que deben poseer una figura legal, la cual les permitirá facturar los paquetes que esta venda a los turistas entre otras actividades de carácter legal, como una posible demanda de algún turista que adquiera un paquete turístico y tenga algún problema dentro del consumo del mismo, ya sea en alimentación, alojamiento, recreación etc.

ESTABLECIMIENTO DE FINES U OBJETIVOS DE LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO.

Para poder solicitar la personería jurídica, la junta elaboró sus estatutos en base a lo dictado por la Cámara Salvadoreña de la Valuación, la cual exige el establecimiento de los fines u objetivos de la junta. La junta de turismo tendrá como finalidades y objetivos los mencionados a continuación:

1. Promover el desarrollo de los cantones, conjuntamente con el casco urbano conjuntamente con los organismos públicos o privados, nacionales e internacionales que participen en los correspondientes programas de desarrollo en materia de turismo
2. Trabajar en forma armónica con los planes de desarrollo local y regional de los municipios más cercanos a SLC como: Azacualpa, San Francisco Lempa, San Miguel de Mercedes, entre otros; así como colaborar en la ejecución de los mismos, en beneficio propio de todos los habitantes de los cantones y sus alrededores
3. Promover la inversión de empresarios tanto nacionales como extranjeros en materia de turismo dentro del municipio.
4. Implementar y asesorar sobre actividades, a fin de obtener recursos propios que sirvan para impulsar el mejoramiento del Municipio.
5. Participar en los planes de desarrollo local, regionales, departamentales y nacionales; especialmente en la determinación de proyectos de interés social local
6. El desarrollo y fomento turístico en la zona de los cantones, así como apoyar a la municipalidad en la creación de ordenanzas que faciliten el turismo.
7. El fortalecimiento de las relaciones y vínculos entre los miembros de la Junta y otras gremiales afines principalmente dentro de la zona del departamento de Chalatenango.
8. Mejorar la capacidad empresarial, mediante el uso de herramientas tales como: instrumentos financieros, capacitaciones y asistencia técnica especializada a las empresas dedicadas al rubro del Turismo
9. Cooperar con organismos o entidades públicas o privadas para desarrollar actividades turísticas
10. Organizar y ejecutar obras de carácter social, cultural, deportivo, empresarial en beneficio del turismo
11. Publicitar los diferentes servicios y atractivos turísticos del Municipio.

12. Editar y hacer publicaciones para dar a conocer, los diferentes servicios y atractivos turísticos, en el interior y exterior del país y promocionar eventos turísticos especiales del municipio de SLC y sus alrededores.

13. En el desarrollo de sus actividades podrá otorgar y suscribir todos los contratos, convenios e instrumentos y contraer todas las obligaciones y hacer las inversiones que fueran necesarias para el fiel cumplimiento y enlace de las finalidades y objetivos de la junta de turismo.

14. Organizar y ejecutar obras de carácter social y cultural en beneficio de la Junta del desarrollo del turismo local.

15. Realizar cualquier otra actividad lícita o cooperativa de abastecimiento de la junta que sea necesaria, coadyuvante, consecuencia o derivación de los fines y objetivos de la misma

16. Contratar asesores especializados, sean locales, nacionales o internacionales; para elevar el nivel de administración y servicios ofrecidos por los miembros y servicios de asociados a la junta.

17. Cualquier otro acto que aporte beneficios para la junta de turismo.

18. Darle impulso y desarrollar el Turismo en los cantones de Santa Cruz, El Pital y Los Naranjos, sin dejar de lado el casco urbano, para hacerlos destinos turísticos a nivel nacional e internacional.

19. Organizar todo tipo de actividades tales como ferias, festivales, y otras actividades similares que contribuyan a atraer turismo hacia los cantones.

20. Organizar todo tipo de campañas y actividades que contribuyan al embellecimiento del municipio, a su conservación y mantenimiento

21. Identificar, priorizar y formular proyectos en función de la actividad turística

22. Gestionar cooperación técnica y financiera para la ejecución de proyectos y programas.

23. Supervisar la adecuada ejecución de los programas y proyectos

24. Identificar y ejecutar acciones de promoción y mercadeo turístico de la localidad.

25. Gestionar la obtención de financiamientos y asistencia técnica y realizar todas las demás operaciones lícitas que considere oportuno para el desarrollo de sus fines, así como participar en la fundación de cualquier otra Asociación o Fundación Sin Fines de Lucro que desarrolle actividades similares y/o de apoyo a la junta municipal de turismo.

Los valores son aquellos ideales o principios colectivos que guiarán las decisiones y actuaciones de los individuos dentro de la junta y que reflejan el camino a través del cual la misión y visión se pondrán en marcha.

Con la colaboración del grupo de trabajo, se determinó que los valores con los cuales se trabajará dentro de la Junta de turismo son los siguientes:

Trabajo en equipo: Siendo este el principal valor para satisfacer las necesidades de los clientes en la prestación de los servicios.

Participación: Orientado a promover prácticas de vinculación entre los propietarios de las iniciativas turísticas, los cantones y pobladores del municipio.

Servicio con Calidad: Lo importante es que los clientes nos identifiquen como La Junta municipal de turismo en donde los servicios que prestamos sean de calidad.

Equidad: Que todos los miembros son considerados y tratados de la misma manera.

Innovación: Vinculado al desarrollo de nuevos servicios turísticos para la satisfacción de los clientes y con ello acompañar el dinamismo que el sector turístico demanda.

Amabilidad: Siendo esta una virtud más que un valor, haciendo sentir al visitante en un ambiente acogedor.

ESTABLECIMIENTO DE POLÍTICAS

A continuación se establecen las políticas que nos servirán de guía para la toma de decisiones y el establecimiento de los límites de estas decisiones, con respecto a los miembros de La Junta Municipal de Turismo y miembros de los circuitos turísticos.

VINCULACIÓN DE LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO CON LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN LUIS DEL CARMEN.

Estrategia

Dentro del contexto de la máxima autoridad que estaría rigiendo a la JMT-SLC tenemos que es: La Asamblea General como autoridad máxima de la Junta de Turismo, estará integrada por la totalidad de los Miembros Activos y Fundadores. La Asamblea general es la encargada de elegir, ratificar, aceptar renuncias y destituir total o parcialmente a los miembros de la Junta Directiva y la encargada de decidir sobre la compra, venta o enajenación de los bienes inmuebles pertenecientes a la Junta de Turismo.

Así mismo será la encargada de vincularse directamente con los representantes de la municipalidad en cuestiones financieras, tal sea el caso que se le brinde el apoyo económico a la JMT por parte de la Alcaldía, cabe mencionar que dentro de los estatutos del establecimiento de la JMT, queda establecido que no importando de que partido sea el gobierno de la Municipalidad la autonomía de la JMT sea propia, ya que se pretende que el Plan de Desarrollo Turístico sea sostenible con fondos propios generados por dichas iniciativas, dejando así mismo establecido que el aporte económico que la Alcaldía brinde será únicamente para el inicio de la implementación del proyecto.

Cabe mencionar que cada una de las iniciativas que integren circuitos que estén siendo manejados por la gestión y administración de la JMT-SLC deberán aportar el 5% de sus ganancias netas en concepto de la prestación de sus servicios, de esta forma se pretende tener una JMT sostenible que apoye a la comunidad en todas sus actividades.

Dejando claro que es la JMT-SLC la encargada de cobrar el costo del paquete independientemente las iniciativas involucradas en dicho paquete turístico, ya que es la JMT-SLC la que compra los servicios a cada una de las iniciativas según estándar promedio de los servicios prestados en común por varias iniciativas.

Cabe mencionar que posteriormente a la venta de los paquetes es la JMT-SLC quien les pague los servicios prestados que fueron incluidos en los paquetes a las iniciativas.

MIEMBROS DE LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO.

REQUISITOS PARA FORMAR PARTE DE LA JUNTA

La junta estará formada por aquellas personas dueñas de empresas turísticas y por personas naturales y jurídicas identificadas con el desarrollo turístico, así mismo todas aquellas personas que tengan la voluntad de formar parte de la implementación de alguna iniciativa turística. Y como miembros.

- Ser miembros de una organización social (ADESCO)
- Ser un ciudadano con disposición a trabajar por el desarrollo turístico
- Gozar de buena reputación
- Ser mayor de edad.

CLASES DE MIEMBROS

Tendrá las siguientes clases de Miembros:

- **Miembros Fundadores:** Todas las personas que suscribieron la Escritura Pública de Constitución de la Junta.
- **Miembros Activos:** Todos las personas que estén colaborando activamente con el desempeño de las finalidades de la presente Junta de Turismo.
- **Miembros Honorarios:** Todas las personas que la Directiva, califique como tales por su labor y méritos a favor de la junta de Turismo.
- **Miembros benefactores:** Todas las personas naturales o jurídicas y organismos nacionales o extranjeros que aporten contribuciones significativas a la Junta en efectivo o en especies, de acuerdo al criterio que establezca la Directiva.

DERECHOS DE LOS MIEMBROS FUNDADORES Y ACTIVOS

- Gozar de los beneficios derivados de la junta de Turismo siempre y cuando no sean de carácter económico.
- Tener voz y voto en las deliberaciones de la Asamblea General.
- Optar a cargos directivos llenando los requisitos que señalen los Estatutos y el Reglamento Interno de la Junta de Turismo.
- Presentar sugerencias y mociones en asuntos de interés para la junta
- Gozar de los servicios que establezca la Junta para beneficio de los miembros como:
 - a. Publicidad en Conjunto.
 - b. Participaciones en ferias internacionales o cualquier otro tipo de evento.
 - c. Recibir donaciones de organismos internacionales y nacionales.
 - d. Formar parte de los diferentes programas de capacitación que eleven el nivel de calidad de los servicios.
- Tener fácil acceso a la información.
- Recibir asesoría Técnica en Turismo.
- Gozar de igualdad de oportunidad de acceso a los recursos disponibles.

DEBERES DE LOS MIEMBROS FUNDADORES Y ACTIVOS

- Asistir a las sesiones Ordinarias y Extraordinarias de Asamblea General y Junta Directiva, y comportarse en ellas con buenos modales, lenguaje decente y con respeto a la opinión y persona de otros miembros.

- Cumplir y hacer cumplir los Estatutos, los reglamentos y las resoluciones de la Asamblea General y de la Junta Directiva.
- Cooperar en el desarrollo de aquellas actividades propias de la Junta.
- Cooperar en el logro de sus objetivos, cumplir las comisiones que se les encarguen, e informar a la Junta Directiva o la Asamblea General, de todo aquello que pueda convenir o perjudicar a la Junta de Turismo.
- Manejar confidencialidad en los temas de interés de la Junta de Turismo.

PÉRDIDA DE CALIDAD DE MIEMBRO

La calidad de miembro se perderá por las causas siguientes:

- Por violación de los Estatutos, Reglamento Interno, acuerdos y resoluciones de la Asamblea General o Junta Directiva.
- Por renuncia interpuesta ante la Junta Directiva Por otras faltas graves cometidas, que a juicio de la Asamblea General merezcan tal sanción.
- Por cometer actos ilícitos

MIEMBROS DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

Para este proyecto se han tomado únicamente 11 iniciativas las cuales fueron priorizadas en la etapa de diagnóstico, esto no es una limitante para que más iniciativas del municipio se integren al proyecto, diversificando los actuales circuitos turísticos o creando nuevos circuitos. Por lo cual se establecen una seria de requisitos que tiene que cumplir una iniciativa para formar parte de la oferta que se pretende impulsar a través de la Junta Municipal de Turismo:

- La iniciativa debe estar ubicada en uno de los Cantones que componen al Municipio de SLC.
- Debe presentarse a la Junta de turismo para solicitar una evaluación de la iniciativa turística, la cual se hará mediante la metodología de Evaluación Multicriterio Discreta evaluando los aspectos tanto extrínsecos e intrínsecos. Los resultados de la evaluación debe dar un valor mayor o igual a 6 puntos, que es valor que se establece en la etapa de diagnóstico.
- Debe presentar al departamento administrativo un listado de todas las actividades que se pueden realizar en el lugar, junto con una descripción detallada de los elementos que la componen. Así como también todos los precios al público de cada uno de los servicios que maneja a nivel de iniciativa.
- Firmar documento legal con la junta de turismo, donde se compromete a trabajar en conjunto con la junta, y a fijar un 10% de descuento en los servicios prestados a los turistas que lleguen por medio de los circuitos turísticos que se manejan a nivel de junta.
- En cuanto a la inversión financiera que la junta haga en la iniciativa; mediante un documento legal se establece que la iniciativa debe estar trabando con la Junta de Turismo Municipal, durante el periodo que la junta directiva establezca esto depende del monto de la inversión. Si en caso la iniciativa renunciase a la Junta de Turismo o resultase expulsada de los circuitos turísticos por incumplir con los requerimientos impuestos, la inversión hecha por la junta de Turismo se torna en un préstamo el cual la

iniciativa o su representante legal deberá cancelar según se acuerde en el escrito legal.

- La iniciativa deberá acordar respetar los procedimientos para la atención del turista impuestos por La Junta de turismo.
- La iniciativa estará sujeta a evaluaciones según los indique el área de control de calidad.
- Se dará prioridad para incluirlas en los circuitos a aquellas iniciativas que empleen a 5 o más personas que residan en los cantones del municipio.

DISEÑO DE ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Actualmente la estructura organizativa de la junta municipal de turismo está compuesta por:

ASAMBLEA GENERAL

La Asamblea General es la autoridad máxima de la Junta de Turismo y estará integrada por la totalidad de los Miembros Activos y Fundadores. La Asamblea general es la encargada de elegir, ratificar, aceptar renunciaciones y destituir total o parcialmente a los miembros de la Junta Directiva y la encargada de decidir sobre la compra, venta o enajenación de los bienes inmuebles pertenecientes a la Junta de Turismo.

JUNTA DIRECTIVA

La dirección y administración de la Junta Municipal de Turismo estará confiada a la Junta Directiva. Ésta administrará y dispondrá del patrimonio de la misma, además será la encargada de velar por la administración eficiente y eficaz del patrimonio de la Junta de Turismo, promover la elaboración de planes, programas, proyectos y presupuestos de la junta y fomentar las buenas relaciones entre los miembros de la comunidad. Estará integrada por: un presidente, un vice-presidente, un secretario, un tesorero, cuatro vocales, un síndico.



Ilustración 61: Organización actual de La Junta Municipal de Turismo

Para poder llevar a cabo una administración eficiente de los circuitos y paquetes turísticos diseñados en el proyecto, es necesaria la creación de unidades que se encarguen de tareas específicas; y éstas a la vez, necesitan una gerencia general que supervise y coordine que todo se realice como debe de ser. Para la administración de los circuitos y venta de paquetes turísticos, se plantea la creación de las unidades que se presentan a continuación:

GERENCIA GENERAL

Será la encargada de velar por todas las operaciones de las unidades encargadas de los circuitos y paquetes turísticos; así como de liderar y coordinar los planes de los mismos.

ASISTENCIA ADMINISTRATIVA

Su función principal será la de dar atención al turista que llegue a la junta a solicitar información o a comprar los paquetes turísticos.

UNIDAD DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Esta unidad estará relacionada a la publicidad y promoción de los servicios turísticos de la junta y las iniciativas de los circuitos turísticos, en base a difusión a través de diferentes mecanismos.

UNIDAD DE CONTROL DE CALIDAD

Esta unidad se encargará de realizar las evaluaciones necesarias para asegurar que las iniciativas que conforman a los circuitos y la propia junta cumplan con los estándares de calidad en la prestación de los servicios.

UNIDAD ADMINISTRATIVA-FINANCIERA

Esta unidad es responsable de manejar y coordinar la parte económica y financiera del servicio de ventas de paquetes turísticos. Es también la encargada de todo lo relacionado al personal y a coordinar esto con las otras unidades.

UNIDAD DE OPERACIÓN Y LOGÍSTICA

Será la encargada de realizar los trámites necesarios para la contratación de los servicios de transporte, guías turísticos y seguridad. Además se encargará de coordinar las capacitaciones que se brindarán.



Ilustración 62. Organización propuesta de La Junta Municipal de Turismo

REQUERIMIENTOS DE RECURSO HUMANO

En la siguiente tabla se presenta la cantidad de recurso humano necesario para la conformación de la estructura organizativa de la Junta municipal de turismo.

| RECURSO HUMANO NECESARIO | |
|----------------------------------|-------------------|
| Junta Directiva | 1 Presidente |
| | 1 Vice-Presidente |
| | 1 Secretario |
| | 1 Tesorero |
| | 4 Vocales |
| | 1 Síndico |
| Gerencia General | 1 Miembro |
| Asistencia Administrativa | 1 Miembro |
| Unidad de Promoción y Publicidad | 1 Miembro |
| Unidad de Control y Calidad | 1 Miembro |
| Unidad Administrativa-Financiera | 1 Miembro |
| Unidad de Logística | 1 Miembro |

Tabla 134. Requerimientos de Recurso Humano.

PROCESOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

RESERVACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS

Los clientes tienen la oportunidad de realizar las reservaciones de dos formas: la primera comunicándose a las oficinas de la junta de turismo y realizando la reservación vía teléfono, y la segunda consultado en la página electrónica de la junta y realizando la reservación vía internet.

○ **Reservación vía teléfono**

Cuando el cliente haga una reservación por teléfono, será atendido por el asistente administrativo, quien estará a cargo de la recepción de la junta. Esta persona brindará al cliente información sobre los circuitos y paquetes turísticos y preguntará si desea realizar una reservación de algún paquete. Si el cliente reserva un paquete que incluye alojamiento, se debe verificar la disponibilidad de las cabañas, en caso de no existir cabaña disponible se debe ofrecer al cliente el servicio de camping, si el cliente no acepta, brindarle una fecha alternativa y si el cliente no lo acepta, pedir las disculpas del caso.

Si el paquete no incluye alojamiento o las cabañas están disponibles o el cliente acepta el servicio de camping o acepta la fecha alternativa, se deben registrar los datos de la persona y reservar el paquete turístico. Finalmente se debe despedir del cliente con amabilidad esperando su llegada o su llamada nuevamente, luego se informa de la reservación a las iniciativas para que estén preparadas con los servicios que se brindarán.

○ **Reservación vía internet**

Si el cliente lo prefiere puede realizar su reservación vía internet, ingresando a la página web de la junta de turismo, en donde encontrará un sitio para realizar las reservaciones, se mostrarán los paquetes y la descripción de cada uno de ellos, entonces deberá llenar un formulario y enviarlo para realizar la reservación. Dicha información es recibida por el asistente administrativo quien verifica que toda la información este completa, luego chequea la disponibilidad de las cabañas y en caso de no tener en existencia informa al cliente enviando un correo electrónico, caso contrario procede a anotar la reservación, informar a las iniciativas y envía la confirmación al cliente de su reservación.

FORMATO PARA LA RESERVACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS.

| HOJA DE RESERVACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------|---------|-----------------|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|---|--|---------------------|--|---------------|--|
| DATOS DEL CLIENTE | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| NOMBRE: | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DIRECCION: | | | PAIS: | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TELEFONO: | | | E-MAIL: | | | | | | | | | | | | | | |
| CELULAR: | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FECHA DE RESERVACION: | | | N° DE PERSONAS: | | | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL DE DIAS: | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PAQUETES A RESERVAR | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>PAQUETE</th> <th>CANTIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PAQUETE 1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>PAQUETE 2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>PAQUETE 3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>PAQUETE 4</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | | PAQUETE | CANTIDAD | PAQUETE 1 | | PAQUETE 2 | | PAQUETE 3 | | PAQUETE 4 | | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">SERVICIO DE CAMPING</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° DE TIENDAS</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | | SERVICIO DE CAMPING | | N° DE TIENDAS | |
| PAQUETE | CANTIDAD | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PAQUETE 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PAQUETE 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PAQUETE 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PAQUETE 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SERVICIO DE CAMPING | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| N° DE TIENDAS | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Ilustración 63.Formato para la reservación de paquetes turísticos

RESERVACIÓN VÍA TELÉFONO.

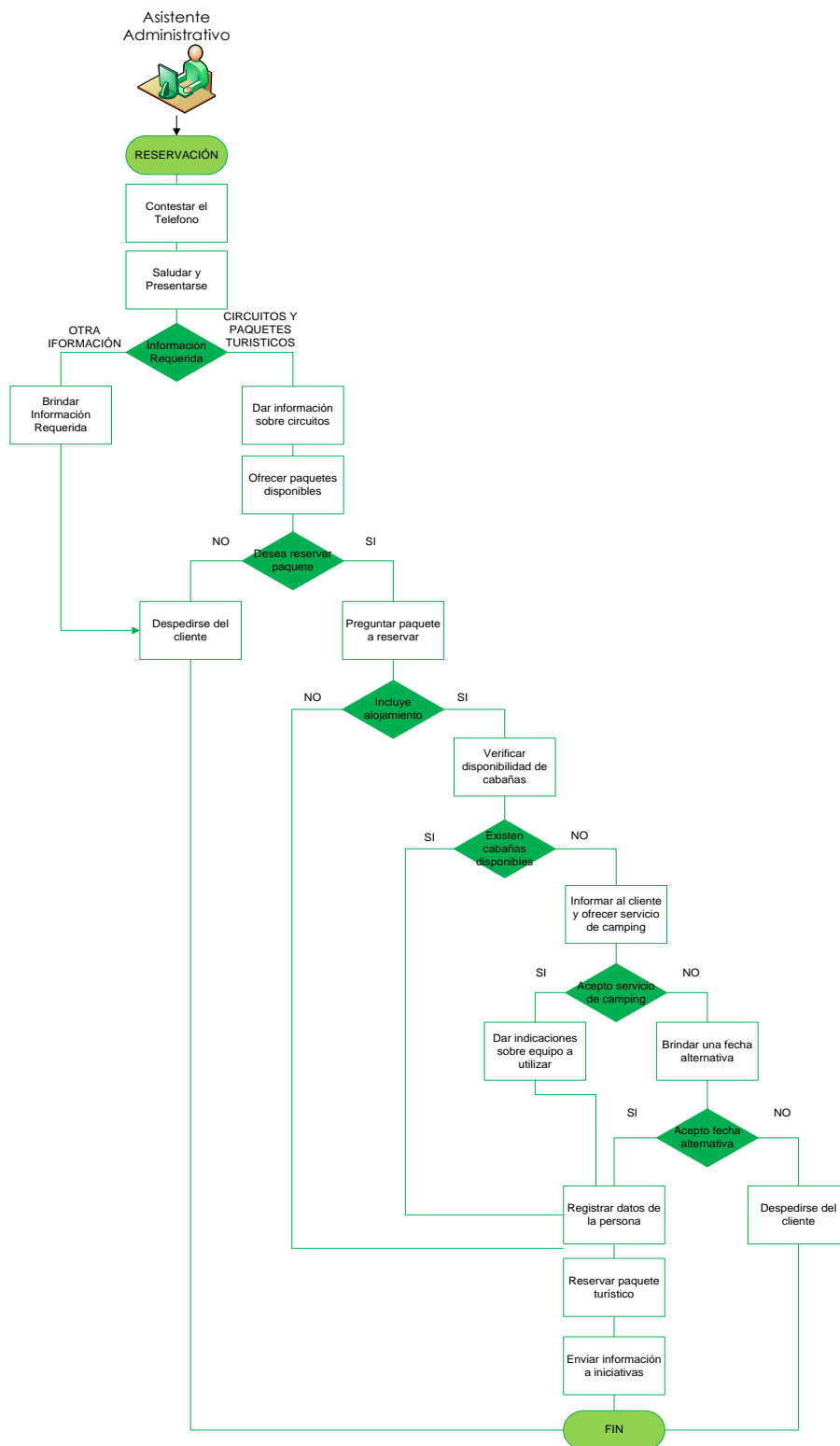


Ilustración 64. Proceso de reservación vía teléfono

RESERVACIÓN VÍA INTERNET

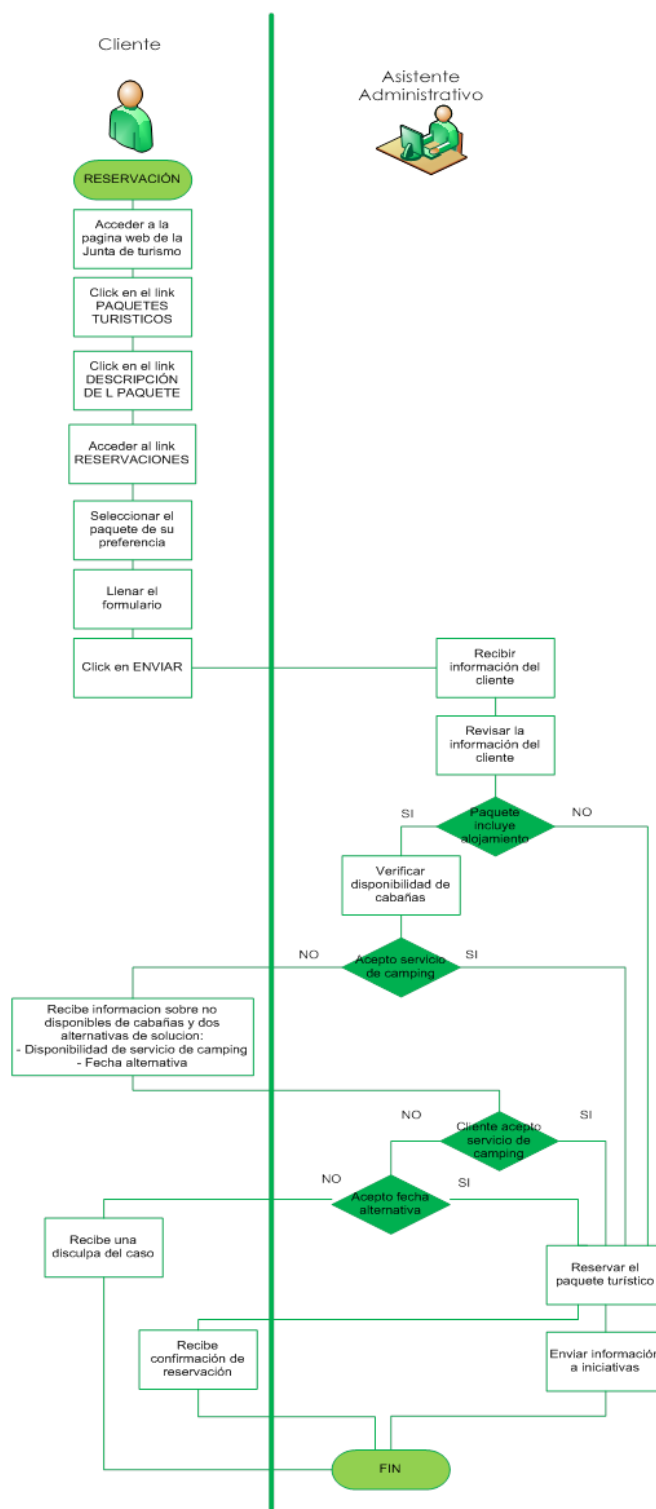


Ilustración 65. Proceso de reservación vía internet

RECEPCIÓN DE CLIENTES Y CANCELACIÓN DE PAQUETES

Cuando los turistas lleguen a la junta deberán pasar a la recepción donde se verificará su reservación, se realizará el cobro del paquete reservado y se indicará dónde se encuentra el motorista y guía turístico que los acompañaran. En el caso de no poseer reservación, se brindará al cliente información sobre los circuitos y paquetes turísticos y preguntará si desea realizar una contratación de algún paquete. Si el cliente desea contratar un paquete, se debe verificar la disponibilidad de los servicios, en caso de no encontrarse disponibles, se debe ofrecer al cliente el otro paquete que si estén disponibles los servicios, si el cliente no acepta, se debe brindar una fecha alternativa y si el cliente no la acepta, pedir las disculpas del caso. Si el paquete solicitado está disponible o acepta otro paquete ofrecido, se debe registrar los datos de la persona, realizar el cobro del paquete adquirido e indicar dónde se encontrará el motorista y guía turístico que los acompañaran.

PROCESO DE RECEPCIÓN DE CLIENTES Y CANCELACIÓN DE PAQUETES.

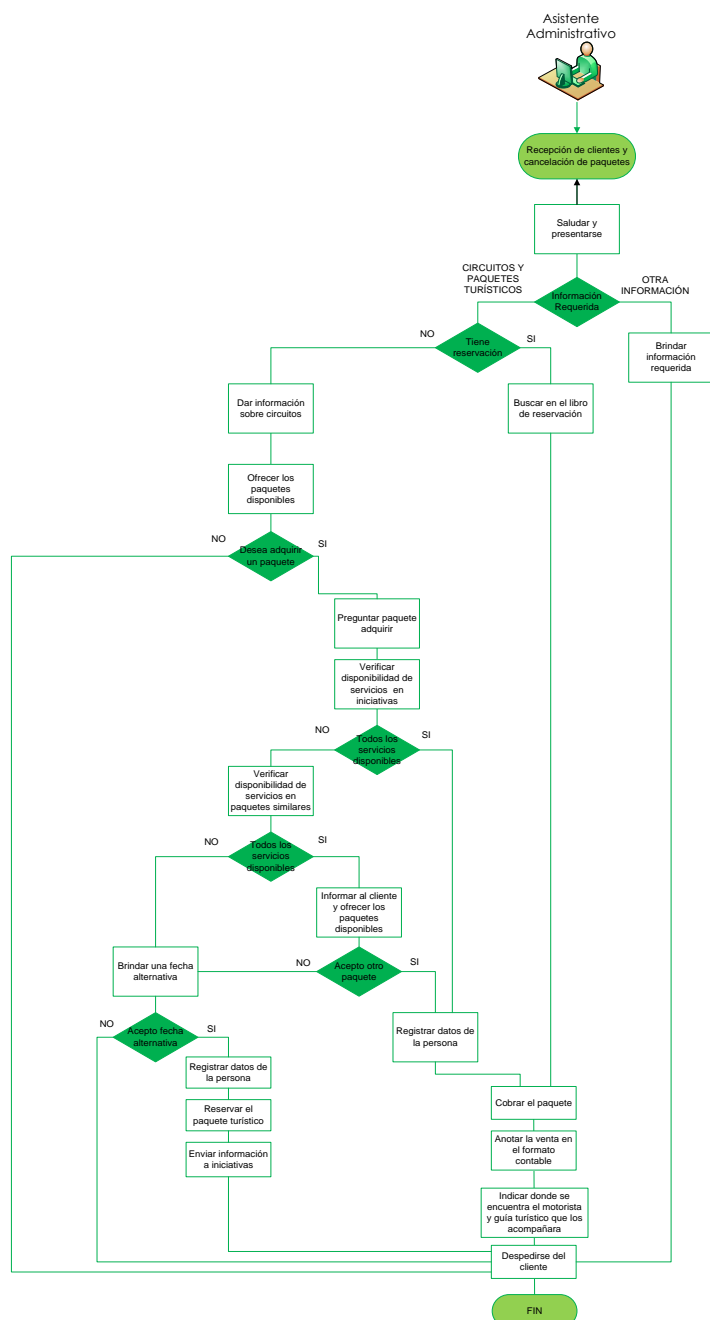


Ilustración 66. Proceso de reservación vía internet

COORDINACIÓN DE TRANSPORTE

La unidad de operación y logística será la encargada de realizar la contratación del servicio de transporte que se brindará a los turistas que hayan reservado o adquirido el paquete turístico, los pasos a seguir serán los siguientes:

1. Identificar a qué circuito pertenece el paquete reservado o adquirido.
2. Verificar en la lista de proveedores del servicio, cuáles se encuentran en dicho circuito
3. Contactar con el proveedor principal del servicio y verificar su disponibilidad para la fecha requerida. Si el proveedor está disponible, contratar el servicio; si no, contactar con el proveedor sustituto y contratarlo.

COORDINACIÓN DE GUÍAS TURÍSTICOS

La Junta de Turismo de SLC será la encargada de contratar a los guías turísticos que se requieran para brindar este servicio a los turistas. Las personas que desempeñen como guías turísticos deberán estar previamente capacitadas, conocer los sitios, conocer los circuitos, y todo lo relacionado con el turismo-comunitario y sobre todo atención al turista.

4.1.1. ELABORACIÓN DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN⁷³

A continuación se presenta el manual de organización de La Junta Municipal de Turismo. Este manual servirá de guía para el entendimiento de las funciones que los encargados de las unidades tendrán que llevar a cabo.

4.2. REQUERIMIENTOS FÍSICOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO

Para que la junta de turismo funcione de manera adecuada se debe de considerar, además de los servicios que se ofrecen, la disposición de las áreas físicas de las instalaciones, considerando todas aquellas áreas que son indispensables para su funcionamiento y poder así ofrecer un mejor ambiente y atención adecuada a los clientes. Se propone adecuar las instalaciones del lugar, dentro del municipio donde funciona actualmente la junta de turismo.

ÁREAS REQUERIDAS

De acuerdo al personal que se necesita para el funcionamiento eficiente de la junta, se determinó que las áreas físicas requeridas son:

| Áreas Requeridas |
|--|
| 1. Gerencia General. |
| 2. Recepción |
| 3. Unidad de Promoción y Publicidad |
| 4. Unidad de Control de Calidad y Unidad de Operaciones y Logística. |
| 5. Unidad Administrativa Financiera. |
| 6. Sala de Juntas |

⁷³ Ver manuales en anexo 1: Manuales de Organización

7. Servicios Sanitarios
8. Estacionamiento.

Tabla 135: Áreas Requeridas para oficinas de La Junta Municipal de Turismo en SLC

ESTIMACIÓN DE ESPACIO REQUERIDO POR OFICINAS

| DEPARTAMENTO. | EQUIPO Y MOBILIARIO |
|--|---|
| Gerencia General | Escritorio ejecutivo, computadora, silla ergonómica con brazos, impresor, teléfono, 2 sillas para visitas, archivero. |
| Recepción | Escritorio secretarial, silla ergonómica con brazos, computadora, impresor, teléfono, 2 sillas para visitas, archivero. |
| Unidad de Promoción y Publicidad | Escritorio ejecutivo, computadora, silla ergonómica con brazos, impresor, teléfono, 2 sillas para visitas, archivero. |
| Unidad de Control de Calidad y Unidad de Operación y Logística. | 2 Escritorios ejecutivos, 1 computadora, 2 sillas ergonómicas con brazos, impresor, teléfono, 4 sillas para visitas, archivero. |
| Unidad Administrativa Financiera | Escritorio ejecutivo, computadora, silla ergonómica con brazos, impresor, teléfono, 2 sillas para visitas, archivo. |
| Sala de Juntas | Mesa para 10 personas, 10 sillas. |

Tabla 136: Mobiliario y Equipo de Oficina requerido







| | ÁREA (M ²) | MOBILIARIO | ÁREA (M ²) |
|---|------------------------|--|------------------------|
| Escritorio Ejecutivo | 1.60 X 2.00 =3.20 | Silla ergonómica con brazos | 0.60X0.60=0.36 |
|  | |  | |
| Escritorio secretarial | 1.40X0.80=1.12 | Sillas sin brazos | 0.50X0.50=0.25 |
|  | |  | |
| Mesa de 10 personas | 2.90X1.20=3.48 | Archivero | 0.46X0.63=0.29 |
|  | |  | |

Tabla 137: Estimación de espacio requerido por equipo y mobiliario

| N° | Actividad, departamento, área o ítem | Maquinas o Equipos | Requerimiento de Espacio | | | | | | | | |
|----|--|-----------------------|--------------------------|-----------------|-------------------|------------------|-----------|-------------------|---------------|------------------------|----------------|
| | | | Maquina | Equipo Auxiliar | Espacio Operación | Espacio Material | Sub-Total | Sub-Total X 150 % | N° de Equipos | Total (m2) X Operación | Total Por Área |
| 1 | Gerencia General | Escritorio Ejecutivo | 3.2 | - | - | - | 3.20 | 4.80 | 1 | 4.80 | 4.80 |
| | | Silla con Brazos | 0.36 | - | - | - | 0.36 | 0.54 | 1 | 0.54 | 0.54 |
| | | Silla sin brazos | 0.25 | - | - | - | 0.25 | 0.37 | 2 | 0.74 | 0.74 |
| | | Archivero | 0.29 | - | 0.27 | - | 0.56 | 0.84 | 1 | 0.84 | 0.84 |
| 2 | Recepcion | Escritori Secretarial | 1.2 | - | - | - | 1.20 | 1.80 | 1 | 1.80 | 1.80 |
| | | Silla con Brazos | 0.36 | - | - | - | 0.36 | 0.54 | 1 | 0.54 | 0.54 |
| | | Silla sin brazos | 0.25 | - | - | - | 0.25 | 0.37 | 4 | 0.37 | 0.37 |
| | | Archivero | 0.29 | - | 1.27 | - | 0.56 | 0.84 | 1 | 0.84 | 0.84 |
| 1 | Unidad de Promocion y Publicidad | Escritorio Ejecutivo | 3.2 | - | - | - | 3.20 | 4.80 | 1 | 4.80 | 4.80 |
| | | Silla con Brazos | 0.36 | - | - | - | 0.36 | 0.54 | 1 | 0.54 | 0.54 |
| | | Silla sin brazos | 0.25 | - | - | - | 0.25 | 0.37 | 2 | 0.74 | 0.74 |
| | | Archivero | 0.29 | - | 2.27 | - | 0.56 | 0.84 | 1 | 0.84 | 0.84 |
| 1 | Unidad de Control de Calidad y Unidad de Operación y Logistica | Escritorio Ejecutivo | 3.2 | - | - | - | 3.20 | 4.80 | 2 | 9.60 | 9.60 |
| | | Silla con Brazos | 0.36 | - | - | - | 0.36 | 0.54 | 2 | 1.08 | 1.08 |
| | | Silla sin brazos | 0.25 | - | - | - | 0.25 | 0.37 | 4 | 1.48 | 1.48 |
| | | Archivero | 0.29 | - | 2.27 | - | 0.56 | 0.84 | 2 | 1.68 | 1.68 |
| 1 | Unidad Administrativa y Financiera | Escritorio Ejecutivo | 3.2 | - | - | - | 3.20 | 4.80 | 1 | 4.80 | 4.80 |
| | | Silla con Brazos | 0.36 | - | - | - | 0.36 | 0.54 | 1 | 0.54 | 0.54 |
| | | Silla sin brazos | 0.25 | - | - | - | 0.25 | 0.37 | 2 | 0.74 | 0.74 |
| | | Archivero | 0.29 | - | 2.27 | - | 0.56 | 0.84 | 1 | 0.84 | 0.84 |
| 1 | Sala de Juntas | Mesa | 3.48 | - | - | - | 3.48 | 5.22 | 1 | 5.22 | 5.22 |
| | | Silla sin brazos | 0.25 | - | - | - | 0.25 | 0.37 | 10 | 3.70 | 3.70 |

Tabla 138: Requerimientos de espacio oficinas de JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO DE SLC

ESTIMACIÓN DE ESPACIO REQUERIDO PARA SERVICIOS GENERALES

SERVICIOS SANITARIOS

Para distribuir los retretes sobre la base de la población de hombres y mujeres, la OSHA tiene la reglamentación siguiente: "Si los sanitarios o cuartos de baño no van a ser ocupados por más de una persona a la vez, pueden cerrarse por dentro y contiene por lo menos un retrete, no se requiere proporcionar más de un sanitario o cuarto de baño"; en caso distinto, "se proveerán instalaciones de retretes en cuartos de baño separados para cada sexo". Para la estimación del número de retretes se puede tomar en cuenta la siguiente tabla reglamentada por la OSHA.

| NUMERO DE EMPLEADOS | NUMERO MINIMO DE RETRETES |
|---------------------|--|
| 1-15 | 1 |
| 16-35 | 2 |
| 36-55 | 3 |
| 56-80 | 4 |
| 81-110 | 5 |
| 111-150 | 6 |
| Más de 150 | 1 Conjunto adicional por cada 40 empleados adicionales |

Tabla 139: Estimación de servicios sanitarios

El área para un cuarto con retrete se calcula que debe ser de 1.30x0.80, es decir 1.04 mts², incluyendo el retrete y el espacio para la movilización de la persona 1.56m², Para el lavamanos el área se calcula en 0.20 mts², incluyendo el espacio de movilización 0.3m².

ESTACIONAMIENTO

El estacionamiento se ha diseñado para el alojamiento de vehículos pequeños, es decir los vehículos del personal de la Junta de Turismo así como los vehículos de los turistas que visiten las instalaciones.

La disposición del estacionamiento será de 90 grados, el área de cajón por vehículo será de 2.50x5.50m, de esta manera se necesita un promedio de 13.75 m² por vehículo. Se ha estimado que los requerimientos del parqueo tendrán que tener un mínimo de 6 estacionamientos, esto en base al personal de oficina y una estimación de la afluencia de visitantes. Por lo tanto se requiere un área total para estacionamiento de 82.5 m² El área correspondiente debe ser firme y estar construida con superficie resistente al clima, como el asfalto o el concreto; debe haber iluminación adecuada en la zona.

RESUMEN DE ÁREAS UTILIZADAS POR LAS OFICINAS Y SERVICIOS GENERALES.

| OFICINAS Y SERVICIOS GENERALES | ÁREA (M ²) |
|---|------------------------|
| 1. Gerencia General | 6.92 |
| 2. Recepción | 4.66 |
| 3. Unidad de Promoción y Publicidad | 6.92 |
| 4. Unidad de Control de Calidad y Unidad de Operación y Logística | 13.84 |

| | |
|-------------------------------------|------|
| 5. Unidad Administrativa Financiera | 6.92 |
| 6. Sala de Juntas | 8.92 |
| 7. Servicios Sanitarios | 1.86 |
| 8. Estacionamiento | 82.5 |

Tabla 140: Áreas utilizadas por las oficinas y servicios generales

ANÁLISIS Y DISEÑO DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA

CARTA DE ACTIVIDADES RELACIONADAS

- Una vez identificadas las áreas de vital importancia para la empresa, se procede a determinar la relación que existe entre éstas. Para el análisis, se hace uso de la carta de actividades relacionadas que es un cuadro organizado en diagonal en el que aparecen las relaciones entre cada área y todas las demás y evalúa la importancia de la proximidad entre ellas, este análisis está constituido por los siguientes elementos: Cuadro de Proximidad.
- Muestra el significado de la codificación utilizada para determinar la proximidad entre áreas.

| VALOR | PROXIMIDAD |
|----------|--------------------------|
| A | Absolutamente necesario |
| E | Especialmente importante |
| I | Importante |
| O | Ordinario o normal |
| U | Sin importancia |
| X | No recomendable |

Cuadro 1: Cuadro de proximidad

CUADRO DE MOTIVOS

Muestra los motivos más importantes por los que se determina la proximidad de las áreas, a cada uno de los cuales se les asigna un código con el que es representado en la carta de actividades relacionadas.

| CODIGO | MOTIVO |
|--------|--|
| 1 | Conveniencia |
| 2 | No es necesario establecer un control directo |
| 3 | Es necesario la transferencia de información |
| 4 | Necesidad de establecer control sobre actividades y procedimientos |
| 5 | Por los vínculos en sus actividades y responsabilidades |
| 6 | Sus actividades no están directamente relacionadas |
| 7 | Separación necesaria por: Olores y Ruidos |
| 8 | Por facilidad de ingreso por parte de los usuarios |
| 9 | Tramites en común |
| 10 | Privacidad en el trabajo. |

Cuadro 2: Cuadro de Motivos

Carta de Actividades Relacionadas.

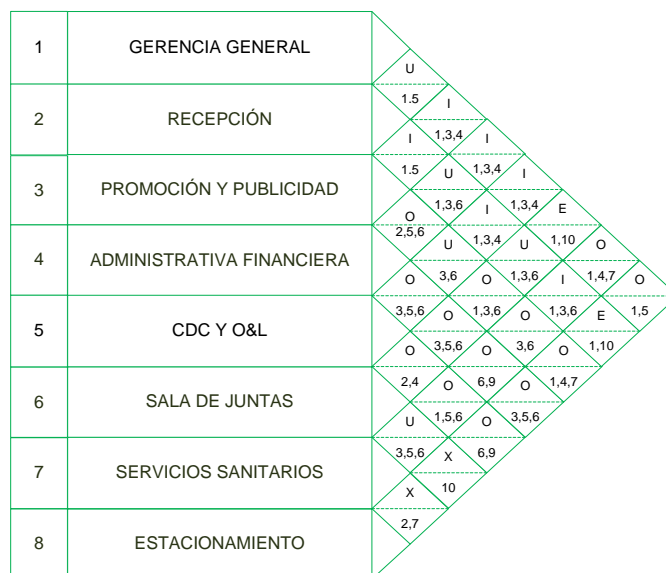


DIAGRAMA DE ACTIVIDADES RELACIONADAS

Este se basa en la carta de actividades relacionadas, es la primera prueba que se hace para representar las actividades por espacios, a través de un solo plano con bloques adimensionales. Representa un resumen esquemático de la relación de cada actividad con todas las demás.

| HOJA DE ANÁLISIS DE ACTIVIDADES RELACIONADAS | | | | | | | |
|--|---|--------------------|---|-------|-----------|-------|-----|
| N° | Actividad | Grados de Relación | | | | | |
| | | A | E | I | O | U | X |
| 1 | Gerencia General | | 6 | 3,4,5 | 7,8 | 2 | |
| 2 | Recepción | | 8 | 3,5,7 | | 1,4,6 | |
| 3 | Unidad de Promoción y Publicidad | | | 1,2 | 4,6,7,8 | 5 | |
| 4 | Unidad de Control de Calidad y Unidad de Operación y Logística. | | | 1 | 3,5,6,7,8 | 2 | |
| 5 | Unidad Administrativa Financiera | | | 1,2 | 4,6,7,8 | 3 | |
| 6 | Sala de Juntas | | 1 | | 3,4,5 | 2,7 | 8 |
| 7 | Servicios Sanitarios | | | 2 | 1,3,4,5 | 6 | 8 |
| 8 | Estacionamiento | | 2 | | 1,3,4,5 | | 6,7 |

Tabla 141: Hoja de análisis de actividades relacionadas

Hoja de Trabajo de Bloques Adimensionales.

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------------|-----------------------------------|----------------------|-----------------------------------|-----------------------|
| A: X: 1 I:3,4,5 | E: 6 O:7,8 | A: X: 2 I:3,5,7 | E: 8 O: | A: X: 3 I:1,2 | E: O: 4,6,7,8 | A: X: 4 I:1 | E: O:3,5,6,7,8 |
| A: X: 5 I:1,2 | E: O:4,6,7,8 | A: X:8 6 I: | E: 1 O:3,4,5 | A: X:8 7 I:2 | E: O: 1,3,4,5 | A: X:6,7 8 I: | E:2 O:1,3,4,5 |

Ilustración 67.Hoja de trabajo de bloques adimensionales

PRIMERA APROXIMACIÓN

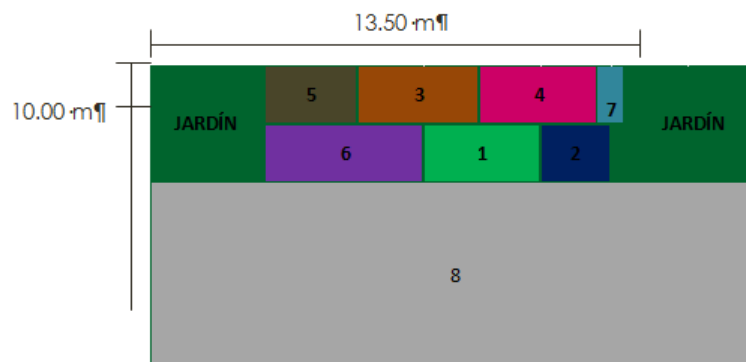
| | | | |
|---|---|---|---|
| 5 | 3 | 4 | 7 |
| 6 | 1 | 2 | 8 |

Ilustración 68.primera aproximación

| HOJA DE ANÁLISIS DE REQUERIMIENTO TOTAL DE ESPACIOS | | | | |
|---|------------------------------|----------|---|----------------|
| ÁREA DE ACTIVIDAD | ÁREA ESTIMADA m ² | | TAMAÑO DE MODULO (2X2=4m ²) | |
| | Área individual | Subtotal | Nº de módulo | Tamaño de área |
| Gerencia General | 6.92 | 6.92 | 1.73 | |
| Recepción | 4.66 | 4.66 | 1.16 | |
| Promoción y Publicidad | 6.92 | 6.92 | 1.73 | |
| CDC y O&L | 13.84 | 13.84 | 3.46 | |
| Administración Financiera | 6.92 | 6.92 | 1.73 | |
| Sala de Juntas | 8.92 | 8.92 | 2.23 | |
| Servicios Sanitarios | 1.86 | 1.86 | 0.46 | |
| Estacionamiento | 82.5 | 82.5 | 20.62 | |
| | | | Total | 132.54 |

Tabla 142: Hoja de análisis de requerimiento total de espacios

LAYOUT FINAL



4.3. SISTEMAS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

En el programa de sistemas básicos se ha definido el sistema de información turístico el cual se ha desarrollado para llevar un sistema donde se pueda recoger, registrar y almacenar toda la información necesaria para todo tipo de análisis, mediciones, y otros aspectos que se necesitan realizar para conocer resultados importantes de la Junta y los servicios ofrecidos.

Además se presenta la propuesta de un sistema contable para la Junta de Turismo, en el cual se pueda llevar un mejor control del flujo de dinero que se efectúe.

OBJETIVO DEL PROGRAMA

Diseñar un sistema de información para la administración de datos relacionados con el desarrollo turístico-comunitario en el Municipio de SLC, así como el diseño de un sistema contable que facilite el control del flujo de dinero que se maneje dentro de la Junta de Turismo.

ALCANCE DEL PROGRAMA

Este programa abarca la propuesta del diseño de un sistema de información y un sistema contable. La implementación de dichos sistemas queda bajo decisión de la Junta de Turismo de SLC.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El desarrollo de la propuesta se realiza en dos fases, la primera de ellas comprende el diseño del Sistema de información para el desarrollo empresarial turístico, y la segunda el diseño del Sistema Contable. A continuación se desarrollarán cada una de ellas:

4.3.1.SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL TURÍSTICO

ETAPA DE PLANEACIÓN

Un Sistema de información es un conjunto de elementos orientados al tratamiento y administración de datos e información, organizados y listos para su posterior uso, generados para cubrir una necesidad (objetivo). Dichos elementos formarán parte de alguna de estas categorías: personas, datos, actividades o técnicas de trabajo, recursos.

Abonado a dicho concepto, un sistema de información puede entenderse como una base de datos con múltiples salidas a través de tablas o gráficos. El Sistema de Información de Turismo Sostenible (SITUS), como una propuesta integral de información y comunicación, distribuye información y constituye un elemento clave para su actualización, ordenación y reorganización. Los objetivos que se persiguen con este Sistema de Información son:

- ✓ Definir un conjunto de indicadores que permitan evaluar consensuada y periódicamente el comportamiento de la actividad turística.
- ✓ Estructurar un sistema de información de fácil acceso.

Se pretende que el SITUS sea un mecanismo permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y divulgación de la información precisa para los objetivos de planificación, acción y evaluación turística para las distintas iniciativas que integran la oferta turística-comunitaria del Municipio de SLC. La responsabilidad de la administración y mantenimiento de este sistema recae sobre la Junta de Turismo de SLC. "Una base de datos, o lo que es igual, un sistema de información turística, es un registro sobre las características, evolución y comportamiento del turismo en la localidad."

REQUERIMIENTOS DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

¿Qué se necesita tener en cuenta para la elaboración de un sistema de información turística?

1. Crear el registro de datos turísticos, para lo cual se debe de hacer uso de:
 - Medios manuales, como un archivo bien ordenado.
 - Medios más tecnológicos, como una computadora.
2. Mantener actualizada la información, lo que significa poner al día los datos cada cierto tiempo.
 - Este trabajo será más fácil realizarlo si se dispone de una computadora. Es más caro que un archivo pero ahorrará trabajo y prestará un mejor servicio a la hora de realizar las consultas.

TIPO DE INFORMACIÓN REQUERIDA.

- **Circuitos turísticos:** cuales son los circuitos turísticos funcionando, que iniciativas integran cada circuito, los paquetes turísticos que se ofrecen para dicho circuito, visualizar el mapa del circuito turístico.

- **Venta de paquetes turísticos:** con lo que se conocerá el número de turistas que visitan el municipio a través de La Junta de Turismo de SLC, el gasto según el paquete que compren.

A las iniciativas turísticas se les solicitará los datos siguientes:

- **Llegadas de turistas:** número de turistas por día, que medio utilizó (JMT, propia cuenta u algún Tour Operador Turístico de la zona).
- **Tipo de turistas:** niños, jóvenes, adultos, tercera edad.
- **Procedencia:** nacional, extranjero.
- **Estadía:** Número de días de estadía.
- **Gasto diario promedio.**
- **Servicios que se ofrecen.**
- **Alojamiento:** número de cabañas en total, cabañas disponibles y ocupadas. Precios de los servicios que ofrecen.
- **Registro de empleados:** tipo de contratación temporal o permanente, cargo.

Otros datos que se deben manejar en el sistema son:

- **Capacitaciones:** capacitaciones desarrolladas y fecha de próximas capacitaciones, quién las coordinó (JMT-SLC), que institución o persona será la responsable de impartirlas, quienes serán convocados (para las próximas capacitaciones), y los asistentes (a las capacitaciones ya desarrolladas).
- **Promoción y publicidad:** fecha y lugar de ferias en las que se participará; la planeación de viajes de familiarización: fecha, lugar e institución participante; control del presupuesto: presupuesto asignado, gastos realizados, fechas.
- **Control de calidad:** resultado de evaluación interna y externa por iniciativa, planificación de evaluaciones: fechas.
- **Gestión:** iniciativas con financiamiento, que institución brindó el financiamiento. Mantenimiento de vías de acceso: calles, requerimiento de mejoras, institución que brinda el mantenimiento.

| TIPO DE INFORMACION | UTILIDAD | ENCARGADO DE PROVEER INFORMACION |
|-------------------------------|--|--|
| Circuitos turísticos | Se tendrá registro de las iniciativas turísticas-comunitarias que participan en el proyecto, los servicios que ofrecen. | Gerencia General: manejan el estado actual del turismo-rural-comunitario dentro del municipio. |
| Venta de paquetes turísticos. | Se tendrá un registro del flujo turístico, con lo que se podrá evaluar el rendimiento de la Junta de turismo en SLC | Asistente administrativa: es quien realiza las ventas de paquetes y lleva dicho control. |
| Llegadas de turistas | Se podrá llevar un control del flujo turístico del sitio, y saber si llego por medio de la Junta de turismo o por cuenta propia; con lo que se | Iniciativas turísticas y comités turísticos, transferirán los datos a encargado de SITUS |

| | | |
|--------------------------------------|---|---|
| | comparará el crecimiento turístico para cada sitio, y el desempeño de la Junta de turismo en la atracción de turistas. | |
| Tipo de turistas | Se podrá realizar un perfil del turista por cada sitio, que nos ayude a generar estrategias para abordar ese tipo de mercado en específico. | |
| Procedencia | Se tendrá un registro del porcentaje de turistas nacional y extranjero que nos visitan, para crear estrategias dirigidas a tal mercado. | |
| Estadía | Se tendrá conocimiento del porcentaje de turistas que deciden pernoctar y los que realizan visitas de un solo día, con lo cual se podrán crear nuevas y mejoradas ofertas de paquetes. | |
| Gasto diario promedio. | Se tendrá conocimiento del gasto promedio del turista para tomarlo en cuenta en el manejo de precios. | |
| Servicio que contrató | Se tendrá conocimiento de las actividades que tienen mayor preferencia entre los turistas, de manera que se pueda invertir en ellas. | |
| Alojamiento | Se llevará un registro de la disponibilidad de alojamiento, en caso de reservaciones será útil saber de qué se dispone. | |
| Precios de los servicios que ofrecen | Es importante saber los precios de los servicios que se ofrecen, para realizar el costeo por paquetes. | |
| Registro de empleados | Se tendrá un control del número de empleados que laboran en el lugar, con el cargo que desempeñan y el tipo de contrato. Con lo que se podrá tener un registro del nivel de empleo turístico. | |
| Capacitaciones | Se tendrá un registro de las capacitaciones realizadas y por desarrollar, se tendrá un control de los asistentes y de los encargados del desarrollo de las mismas. Se | JMT-SLC: dará información de donde se realizará y de los asistentes. Encargado de operación y logística: dará información de la institución que |

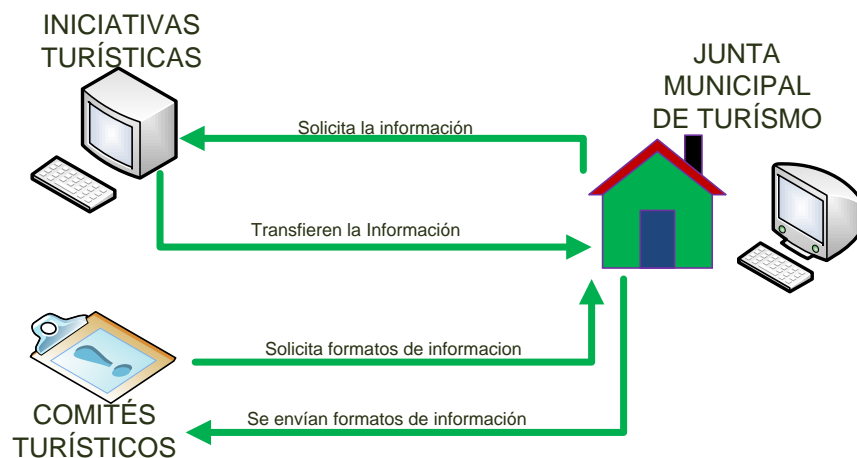
| | | |
|------------------------|--|--|
| | podrán consultar datos de las instituciones que colaboran impartiendo capacitaciones. | participará. |
| Promoción y publicidad | Se tendrá un registro de la planificación de actividades de promoción y publicidad, los participantes y el lugar. Se manejará un control del presupuesto asignado y los gastos realizados. | Encargado de promoción y publicidad: indicará las actividades que se realizarán para que sean ingresadas. Encargado de financiamiento: indicará el proceso del presupuesto. |
| Control de calidad | Se tendrá un registro que indique la evolución en cuanto a la calidad en las iniciativas, mediante los resultados de las evaluaciones interna y externa. Se manejará un control de la planificación de evaluaciones. | Encargado de control y calidad: dará informes sobre los resultados de las evaluaciones para cada iniciativa y las fechas de evaluaciones. |
| Gestión | Se tendrá un registro de las iniciativas con financiamiento y las instituciones que están apoyando en ese tema. Se tendrá un registro del estado de las vías de acceso, requerimiento de mejoras, y la institución que brinda el mantenimiento. | Encargado de financiamiento. Encargado de operación y logística. |

Tabla 143: Utilidad y proveedores de la información

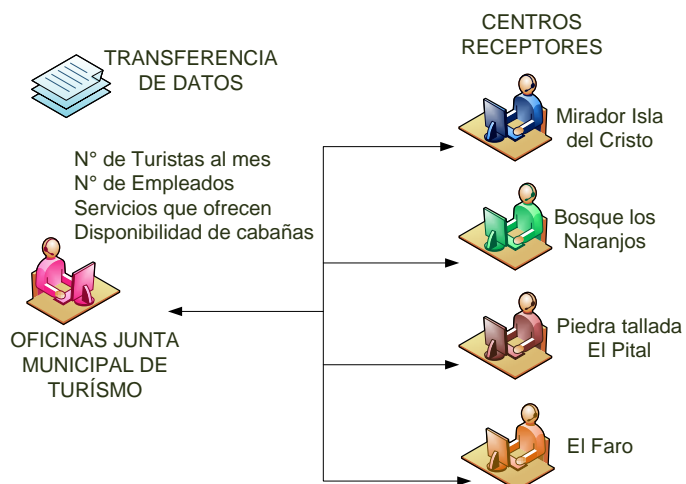
¿Cuál es su utilidad para la Junta de Turismo?

1. Sirve para llevar un control del flujo turístico.
2. Mejorar el servicio a los turistas.
3. Nivel de empleo generado por el proyecto.
4. Disponer de una fuente de consulta permanente para inversionistas, empresarios, estudiantes y cualquier persona interesada.
5. Conocer las posibilidades y apreciar los avances en cuanto al turismo-rural-comunitario.
6. Tener una información de partida para cualquier estudio o proyecto que sea preciso realizar, como diagnósticos, estudios de mercado, proyectos de promoción turística, etc.
7. Detectar problemas y planificar a tiempo las medidas correctoras.

¿Cómo se transfiere la información?



El Sistema de Información se recomienda sea administrado de manera computarizada, con el objetivo de mantener un fácil acceso a la información y lograr una interrelación entre los entes involucrados.



Cuadro 3: Sistema de Información

A continuación se presenta un modelo de diseño para el Sistema de Información de Turismo Sostenible (SITUS), mostrando los formatos requeridos.

Menú Principal.

El sistema tendrá un menú principal, en el cual se podrán elegir los datos que desea consultar, la información requerida o las necesidades de modificación.



CIRCUITOS TURÍSTICOS

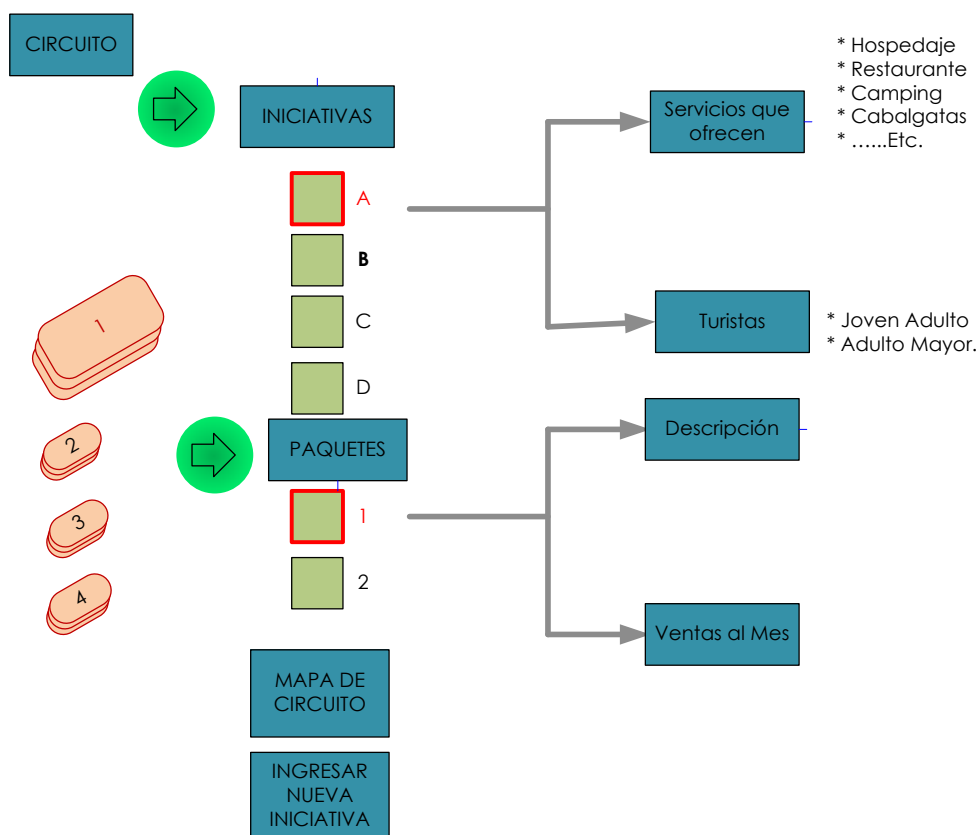
Se necesita la información de los circuitos turísticos existentes y las iniciativas que los integran, en esta unidad el usuario podrá acceder a la siguiente información:

Iniciativas: visualizar las iniciativas que conforman cada circuito. Al seleccionar una iniciativa visualizará los servicios que se ofrecen en este lugar, el costo, y los turistas que lo visitan (jóvenes, adultos, adulto mayor; con tal de conocer las características de su demanda y poder crear estrategias dirigidas al grupo correspondiente) y el flujo de turistas mensual. También se registrará el número de empleados que trabajan en dicho establecimiento.

Paquetes: tendrá acceso a los paquetes que se ofertan en dicho circuito, en cada paquete podrá visualizar la descripción e itinerario del mismo, y las ventas al mes.

Mapa del circuito: además podrá visualizar el mapa de recorrido del circuito.

Ingresar: tendrá la posibilidad de ingresar una nueva iniciativa que integre el circuito. (Para ingresar una nueva iniciativa esta debe ser aprobada según la normativa, además se deberán realizar las modificaciones pertinentes a este cambio).



Cuadro 4: Formato del Menú para circuitos turísticos

Los paquetes vendidos se ingresaran en un formato como el siguiente:

| JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO EN SAN LUIS DEL CARMEN | |
|---|--------------|
| Fecha: _____ | |
| Paquetes vendidos: | Gasto Total: |
| “A” <input type="checkbox"/> | _____ |
| “B” <input type="checkbox"/> | _____ |
| “C” <input type="checkbox"/> | _____ |
| “D” <input type="checkbox"/> | _____ |

Cuadro 5: Formato de Ingreso de paquetes

Este formato para el registro de las características de los turistas será el siguiente:

| JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO DE SAN LUIS DEL CARMEN | | |
|---|-------------------------------|---------------------------|
| NOMBRE DEL SITIO TURÍSTICO | | |
| NOMBRE DEL CIRCUITO TURÍSTICO | | |
| Mes _____ | | |
| Llegadas de turistas: | Frecuencia de visitas: | N° de Turistas: |
| JMT# _____ | 1a vez _____ | Niños _____ Adultos _____ |
| AM # _____ | Otro _____ | Jovenes_ 3a edad _____ |
| Otro # _____ | | |
| Paquete vendido: | Tipo de Turista: | Cómo se enteró: |
| "A" <input type="checkbox"/> _____ | Nacional # _____ | Recomendación # _____ |
| "B" <input type="checkbox"/> _____ | Extranjero # _____ | Publicidad # _____ |
| Servicios que contrato: | Precios: | Otro medio # _____ |
| Alojamiento <input type="checkbox"/> | \$ _____ | |
| Restaurante <input type="checkbox"/> | \$ _____ | |
| Canopy <input type="checkbox"/> | \$ _____ | |
| Senderismo <input type="checkbox"/> | \$ _____ | |
| Camping <input type="checkbox"/> | \$ _____ | |
| Paseo en lancha <input type="checkbox"/> | \$ _____ | |

Ilustración 69.Formato de registro de turistas

Para los empleados se establecerá el siguiente formato:

| NOMBRE DE LA INICIATIVA TURÍSTICA | |
|-----------------------------------|----------------------|
| Registro de empleados | |
| Número de empleados total _____ | |
| Lugar de trabajo | N° de empleados |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| <input type="text"/> | <input type="text"/> |

Ilustración 70.Formato de registro de empleados

SERVICIOS QUE OFRECEN

En este apartado se visualizará un listado de todos los servicios correspondientes al turismo-rural-comunitario que se ofrecen según este proyecto.

Se tendrá acceso a cada uno de ellos para consultar datos referentes al lugar o lugares donde se prestan dichos servicios, aspectos como disponibilidad en el caso de hospedaje.

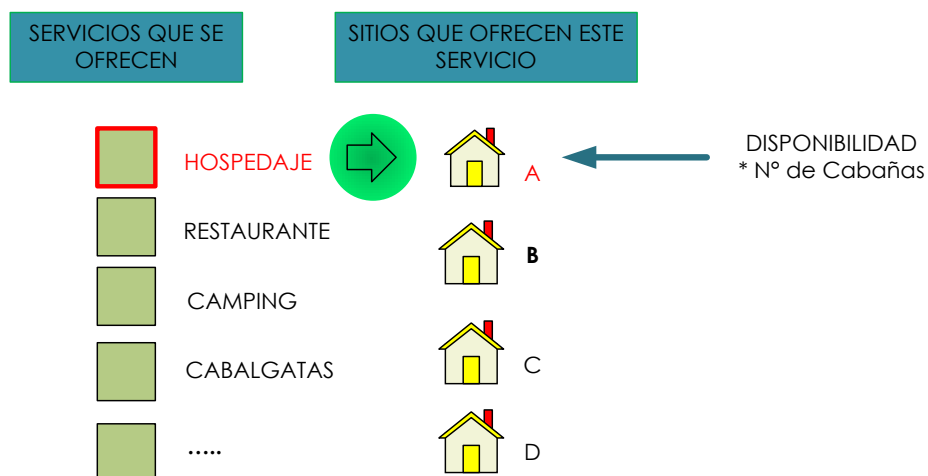


Ilustración 71. Formato del menú para servicios ofertados

CAPACITACIONES

En este apartado se manejarán toda la información referente a las capacitaciones: Fecha en que serán o fueron impartidas, encargados de coordinar la capacitación, que institución o personalidad la impartió y los asistentes

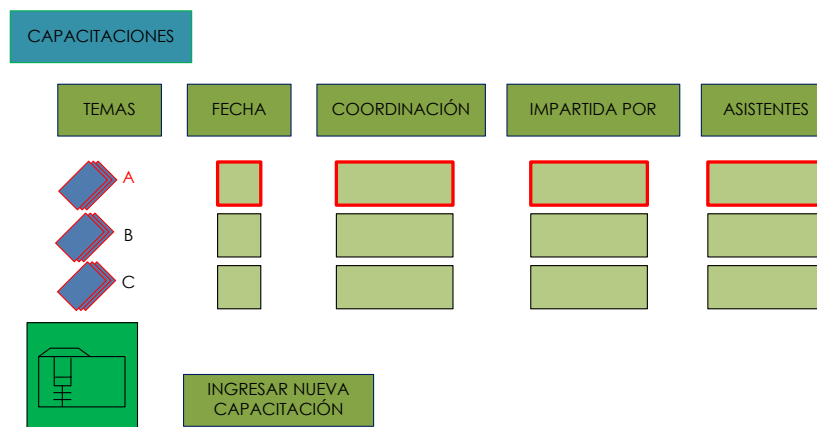


Ilustración 72. Formato del menú para capacitaciones


PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD


Con este apartado se tendrá el control de las actividades promoción turística que se lleven a cabo, tales como las Ferias: la fecha y el lugar donde se realizan; viajes de familiarización (si se realizan); rifas de paquetes (si se realizan), entre otras


Acciones que se consideren necesarias. El usuario podrá ingresar los datos que desee.


PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

 **FERIAS** FECHA LUGAR

 **VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN** FECHA LUGAR INSTITUCIÓN PARTICIPANTE

 **CONTROL DEL PRESUPUESTO** MONTO ASIGNADO \$ GASTOS \$



CONTROL DE CALIDAD

En este apartado se maneja el registro de la calificación obtenida según los instrumentos de control de calidad aplicados a cada iniciativa, con tal de manejar un registro que indique el grado de avance para cada una de ellas.

| JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO EN SLC | |
|--|--|
| NOMBRE DEL SITIO TURÍSTICO | |
| NOMBRE DEL CIRCUITO TURÍSTICO | |
| Fecha: _____ | |
| Resultados Evaluación INTERNA: | Resultados Evaluación EXTERNA: |
| Seguridad _____ | _____ |
| Higiene _____ | _____ |
| Accesibilidad _____ | _____ |
| Info. Clara _____ | _____ |
| Atencion Reci _____ | _____ |
| Cumple: Sí <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | Medidas Correspondientes: |
| | Aceptable <input type="checkbox"/> |
| | Mejoras a largo plazo <input type="checkbox"/> |
| | Drásticas <input type="checkbox"/> |

DIRECCIÓN

En este apartado se tendrá acceso a los modelos de financiamiento para ser consultados cuando lo requieran las iniciativas. Se tendrá un registro de las iniciativas que tenga financiamiento y datos referentes a este. Además de un registro de las vías de acceso en proceso de restauración y las que necesitan ser reparadas.



REQUERIMIENTOS DE FUNCIONAMIENTO

Para llevar a cabo este registro se necesitará del siguiente equipo:

- ✓ Computadora equipada con procesador a 500 MHz o superior, 512 MB de memoria RAM, 2 GB de disco duro, sistema operativo Windows XP o vista.

4.3.2.SISTEMA CONTABLE PARA PARA LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO EN SLC.

La Unidad Administrativa-Financiera es la encargada de registrar e interpretar toda la información financiera, para la toma de decisiones.

En la actualidad la contabilidad es la herramienta que mejor muestra la realidad económica de las empresas, es por ello que su correcta implementación dentro de las organizaciones es de vital importancia para la toma de decisiones en todo lo referente a su actividad realizada en la prestación del servicio turístico.

En este contexto la creación de un buen sistema contable surge de la necesidad de información por parte de todos los actores que componen a la junta, ya que este sistema debe estar estructurado y hecho para clasificar todos los hechos económicos que ocurren en el negocio.

El sistema de contabilidad dentro de una organización, se constituye como una estructura ordenada y coherente mediante la cual se recoge toda la información necesaria de una entidad como resultado de sus actividades operacionales, valiéndose de todos los recursos que la actividad contable le provee y que al ser presentados a los directivos le permitirán tomar las decisiones operativas y financieras que le ayuden a la dirección del negocio.

PROCEDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD

- Preparar Catálogo de Cuentas.
- Elaborar un Manual de Aplicaciones.
- Diseñar formularios para todas las operaciones.
- Diseñar registros contables.
- Preparar los libros. Balance inicial, Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias.

A continuación se presenta el desarrollo de los pasos mencionados anteriormente para formar un Sistema de Contabilidad para LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO EN SLC.

CATALOGO DE CUENTAS⁷⁴

Contiene todas las cuentas que se estima serán necesarias al momento de instalar un sistema de contabilidad.

Debe contener la suficiente flexibilidad para ir incorporando las cuentas que en el futuro deberán agregarse al sistema.

Se debe preparar un catálogo de cuentas para el ordenamiento y el manejo más fácil de las cuentas a utilizar por los integrantes de la Junta Municipal de Turismo, y llevar con ello un control de sus estados financieros.

Las cuentas en el catálogo deben estar numeradas. La numeración se basa en el sistema métrico decimal. Se comienza por asignar un número índice a cada grupo de cuentas tanto del Balance General como del Estado de Resultado.

A continuación se presenta una propuesta de un catálogo de cuentas:

| CATÁLOGO DE CUENTAS | |
|---------------------|-----------------------------------|
| 1 ACTIVO | 4 CUENTAS DE RESULTADO DEUDORAS |
| 2 PASIVO | 5 CUENTAS DE RESULTADO ACREEDORAS |
| 3 CAPITAL | 6 CUENTAS LIQUIDADORAS |

Tabla 144: Propuesta de catálogo de cuentas

DISEÑO DE FORMULARIOS

Estas son todas las formas impresas con la finalidad de recaudar información en las diferentes unidades de la junta municipal de turismo. Constituyen un elemento, que siempre y cuando esté autorizado (firmado), podrá servir como comprobante para garantizar una operación. Los comprobantes son formularios que cumplen una destacada misión en el mecanismo funcional del régimen contable, como elementos de registro, información y control (facturas, recibos, etc.) Toda operación debe ser respaldada por un comprobante o formulario que permita su apropiada contabilización y que sirva para conocer los diferentes datos.

- ✓ Requisitos de todo formulario:
 - a. Numeración.
 - b. Que contenga todo los datos necesarios para facilitar el control.

⁷⁴ Ver en anexo 2. Catálogo de cuentas

- c. Redacción clara, sin errores.
- d. Además del original, emitir las copias necesarias.
- e. Poseer firmas.

Cada unidad que compondrá La Junta Municipal de turismo, le emitirá los formularios Respectiveos al hacer alguna transacción al encargado de la unidad financiera, para que éste lleve un control de todos los gastos e ingresos que se realicen.

REGISTROS CONTABLES

Sirven para llevar un mayor control de todas las transacciones y luego poder registrarlos en los libros correspondientes.

FORMATO PARA EL REGISTRO DE CAJA.

| REGISTRO DE CAJA | | | | |
|------------------|---------|---------|--------|-------|
| FECHA | DETALLE | ENTRADA | SALIDA | SALDO |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| TOTAL | | | | |

Tabla 145: Formato de registro de caja

Formato para el registro de cuentas por pagar.

| REGISTRO DE CUENTAS | | | | | |
|---------------------|----------|-------|-------|-------|-------------|
| Proveedor: _____ | | | | | |
| Dirección: _____ | | | | | |
| Teléfono: _____ | | | | | |
| FECHA | CONCEPTO | DEUDA | ABONO | SALDO | VENCIMIENTO |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Formato para el registro de ventas

| REGISTRO DE VENTAS | | | | |
|--------------------|---------|----------|---------|---------|
| FECHA | DETALLE | CANTIDAD | CONTADO | CRÉDITO |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Formato para el registro de compras

| REGISTRO DE VENTAS | | | | | |
|--------------------|---------|----------|---------|---------|-------------------|
| FECHA | DETALLE | CANTIDAD | CONTADO | CRÉDITO | COSTOS INDIRECTOS |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Tabla 146: Formato de registro de compras

FORMATO PARA EL REGISTRO DE DEPRECIACIONES

| REGISTRO POR DEPRECIACIÓN | | | | |
|---------------------------|--------------------|------------|------------|--------|
| AÑO _____ | | | | |
| MES | AÑO DE ADQUISICIÓN | MAQUINARIA | MOBILIARIO | EQUIPO |
| Enero | | | | |
| Febrero | | | | |
| Marzo | | | | |
| Abril | | | | |
| Mayo | | | | |
| Junio | | | | |
| Julio | | | | |
| Agosto | | | | |
| Septiembre | | | | |
| Octubre | | | | |
| Noviembre | | | | |
| Diciembre | | | | |

Tabla 147: Formato de registro de depreciación

PREPARACIÓN DE LIBROS Y BALANCES

Para que la junta municipal de turismo pueda llevar a cabo un adecuado control en la contabilidad, se requiere preparar los libros de contabilidad en donde se va a tener: El Libro Diario, El Libro Mayor, El Balance inicial, Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias.

La unidad financiera es donde se clasifica, se registra e interpreta toda la información financiera.

LIBRO DIARIO

Es en el cual se registra cronológicamente la información, esto es, el registro diario de las operaciones. Son conocidos también como libros de entra original.

| LIBRO DIARIO | | | |
|--------------|---------|------|-------|
| Fecha | Detalle | Debe | Haber |
| | | | |

| | |
|----------------|--|
| TOTALES | |
|----------------|--|

Tabla 148. Formato de libro diario

LIBRO MAYOR O DE CUENTAS CORRIENTES

Es aquel que recoge las informaciones que previamente se anotan en el libro diario. Es conocido como libro de segundas entradas. Es el libro oficial, ya que sirve de fuente de información para conformar los estados financieros.

- ✓ **Estados financieros:** son aquellos que presentan la situación de la empresa, entre estos tenemos El Balance General; El Estado de Resultado, etc. Los estados financieros resultan de la relación entre los rubros del activo que representan recursos líquidos y las deudas de la empresa a cancelar dentro de los mismos plazos de liquidación del activo.

Este libro se representa por una T. Esquemática por cada cuenta con su Debe y Haber.

Para llevar un mayor control de los asientos contables, se realiza un Balance de Comprobación de Sumas y Saldos, ya que su objetivo es comprobar que no existen asientos descuadrados en la contabilidad. Ahora bien, esto no significa que todo esté en orden, sino únicamente que la contabilidad está cuadrada.

Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:

- I. Se obtienen para cada cuenta las sumas de las anotaciones, tanto en el Debe como en el Haber.
- II. Se obtiene para cada cuenta el saldo de la misma.
En el caso de ser cuentas de activo o de gastos, el saldo se obtiene por diferencia entre el Debe y el Haber. En caso de ser cuentas de ingresos o de pasivo, el saldo se obtiene por diferencia entre el Haber y el Debe
- III. Las sumas y los saldos obtenidos se llevan al Balance General.

| BALANCE DE COMPROBACIÓN | | | | |
|--------------------------------|--------------|-------|---------------|----------|
| CUENTA | SUMAS | | SALDOS | |
| | Debe | Haber | Deudor | Acreedor |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| TOTALES | | | | |

Tabla 149. Formato de balance de comprobación

BALANCE INICIAL

El Balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse éstas. Cuando se crea una nueva empresa se requiere que los socios aporten una serie de activos, o el encargado de iniciar el negocio y posiblemente

se deba incurrir en algunas obligaciones para poder operar o adquirir los activos, lo que su conjunto conforman el balance inicial.

Una nueva empresa para poder iniciar operaciones requiere de activos, los cuales deben ser financiados. Esta financiación puede provenir del encargado o los socios que aportan los activos o de terceros que hacen créditos a la nueva empresa. De esta forma surgen los pasivos y el patrimonio.

| BALANCE INICIAL | | | |
|--|----|-----------------------------------|----|
| JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO EN SLC | | | |
| 01 DE _____ | | DE _____ | |
| ACTIVOS | | PASIVOS | |
| ACTIVO CIRCULANTE | | PASIVO CIRCULANTE | |
| Caja y Bancos | \$ | Cuentas por Pagar | \$ |
| Clientes | \$ | Total de Pasivo Circulante | \$ |
| Total de Activo Circulante | \$ | | |
| ACTIVO FIJO | | | |
| Terreno | \$ | | |
| Obra civil | \$ | | |
| Mobiliario y Equipo del Servicio | \$ | | |
| Mobiliario y Equipo de Oficina | \$ | CAPITAL | |
| Total de Activo Fijo | \$ | Capital Social | \$ |
| TOTAL DE ACTIVOS | \$ | TOTAL PASIVO + CAPITAL | \$ |

Tabla 150. Formato de balance inicial

BALANCE GENERAL

Presenta la situación de una empresa es decir sus recursos de operación así como sus deudas a corto/largo plazo.

| BALANCE GENERAL | | | |
|--|----|-----------------------------------|----|
| JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO EN SLC | | | |
| DEL _____ | | AL _____ | |
| DE _____ | | DE _____ | |
| ACTIVOS | | PASIVOS | |
| ACTIVO CIRCULANTE | | PASIVO CIRCULANTE | |
| Caja y Bancos | \$ | Cuentas por Pagar | \$ |
| Clientes | \$ | Total de Pasivo Circulante | \$ |
| Total de Activo Circulante | \$ | | |
| ACTIVO FIJO | | | |
| Terreno | \$ | | |
| Obra civil | \$ | | |
| Mobiliario y Equipo del Servicio | \$ | | |
| Mobiliario y Equipo de Oficina | \$ | | |
| Depreciaciones (-) | \$ | | |
| Otros Activos: Imprevistos | \$ | CAPITAL | |
| Inversión Fija Intangible | \$ | Capital Social | \$ |

| | | | |
|-----------------------------|----|-------------------------------|----|
| Total de Activo Fijo | \$ | Utilidades Retenidas | \$ |
| TOTAL DE ACTIVOS | \$ | TOTAL PASIVO + CAPITAL | \$ |

Tabla 151. Formato de balance general

ESTADO DE RESULTADO

El Estado de Resultados, también conocido como Cuenta de Resultados, o Estado de Ganancias y Pérdidas, es un informe financiero que muestra los ingresos y gastos que ha obtenido una empresa a lo largo de su ejercicio económico.

La importancia del Estado de Resultados es que éste nos permite analizar la situación financiera de la empresa.

En el Estado de Resultados está dividido en cuatro grandes secciones:

1. Ingresos
2. Costo de los bienes vendidos
3. Gastos de operación
4. Reglones no operacionales

La presentación que tiene, es la de un reporte que va enfrentando aritméticamente con sumas y restas los ingresos y egresos para ir determinando, cuánto se ganó o perdió en cada fase de las operaciones.

| ESTADO DE RESULTADOS JUNTA MUNICIPAL DE SLC | |
|--|----|
| DEL _____ AL _____ | |
| DESCRIPCIÓN | \$ |
| VENTAS | |
| (-) Devoluciones y descuentos | |
| INGRESOS OPERACIONALES | |
| (-) Costo de ventas | |
| UTILIDAD BRUTA | |
| (-) Gastos operacionales de venta | |
| (-) Gastos operacionales de administración | |
| UTILIDAD OPERACIONAL | |
| (+) Ingresos no operacionales | |
| (-) Gastos no operacionales | |
| UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS | |
| (-) Impuesto de renta y complementarios | |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO O NETA | |

SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD

INTRODUCCIÓN

El escenario donde se desarrollan actualmente las empresas turísticas demuestra que los consumidores son más exigentes y la competencia es creciente, esto obliga a adoptar y mejorar sistemas de dirección y la calidad en los servicios que se ofrecen.

La estrategia competitiva si bien debe basarse en reducir costes, no se debe dejar de lado las repercusiones medioambientales y sociales dentro de un desarrollo sostenible. Pensando en este sentido se plantea la propuesta de un Sistema de Control de Calidad, el cual permite el desarrollo de dos programas los cuales están destinados a garantizar a los clientes excelencia en el servicio. Siendo La Junta Municipal de Turismo en SLC, la que conglomerada las iniciativas turísticas fungiría ella como administradora de este sistema, verificando que las iniciativas cumplan con las expectativas de los turistas, y midiendo el desempeño funcional.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una propuesta que incluya un sistema de control de la calidad en la prestación de servicios turísticos, que además permita medir el desempeño funcional de las iniciativas y de la Junta de Turismo, para brindar servicios dentro del marco Turismo-rural-comunitario que satisfagan las expectativas de los turistas formando una propuesta de desarrollo económico para las comunidades involucradas.

Objetivos Específicos

- ✓ Diseñar un programa de control de la calidad y buenas prácticas de turismo que permita planificar, asegurar y mantener la calidad en la atención al turista.
- ✓ Diseñar un programa de seguimiento y control para la implementación de un sistema de indicadores que permita evaluar el desempeño funcional de las iniciativas turísticas y de la junta de turismo.

JUSTIFICACIÓN

La implementación de un sistema de calidad y buenas prácticas de turismo permite la mejora de la competitividad de la empresa turística, al conocer las expectativas de los clientes y su evolución se puede brindar una mejor prestación de los servicios que estos requieren. Además de considerarse una herramienta de motivación para el personal y su integración, siendo un complemento para la comercialización y promoción.

El cliente adquiere mayor confianza en la garantía del servicio lo cual aumenta el flujo turístico, logrando los objetivos de desarrollo económico. Además un sistema de control de indicadores permite que exista una constante evolución en cuanto a la mejora de los servicios.

COMPONENTES

La propuesta de control de calidad contiene los siguientes programas:

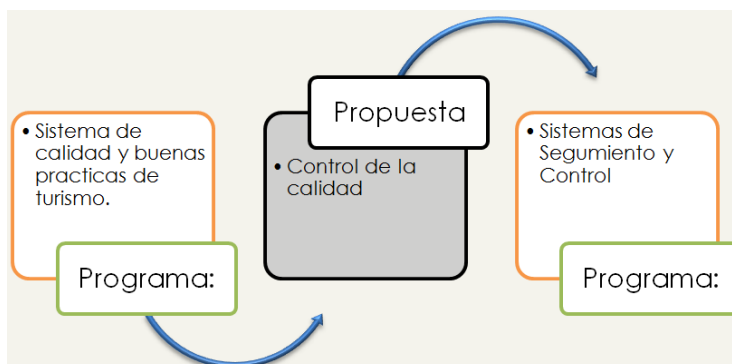


Ilustración 73. propuesta de control de la calidad

| PROPUESTA | PROGRAMA | DESCRIPCION |
|------------------------------|--|---|
| Control de la Calidad | 1. Sistema de Calidad y Buenas prácticas de turismo. | Se establecen los instrumentos que se utilizaran para el control de la satisfaccion de los clinetes y se presentan los lineamientos que son establecidos por las buenas prácticas de turismo. |
| | 2. Sistema de Segumiento y Control | El programa de seguimeinto y control se desarrolla para tener todas aquellas actividades e indicadores que sirvan para medir el desempeño de las actividades productivas y que son imporantes llevar control para cualquier porblema que se presente. |

Tabla 152. Componentes de la propuesta de control de la calidad

4.3.3.SISTEMA DE CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO

Descripción del Programa

El sistema de calidad y buenas prácticas de turismo es el componente donde se desarrollaran todas aquellas actividades para mantener una calidad adecuada en los servicios, que permita planificar, asegurar y mantener la calidad en la atención al turista.

para que exista una satisfacción de este, así como también velar por que se protejan los recursos y que en general existan buenas prácticas de turismo, en todo momento para que tanto el turista como el medio no se vean afectado en la práctica de este tipo de actividades

OBJETIVO DEL PROGRAMA

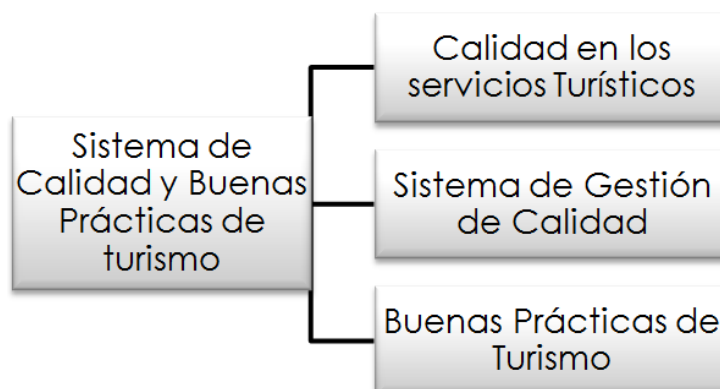
El objetivo de este sistema es establecer las medidas necesarias, los instrumentos de medición, y líneas de trabajo para asegurar la prestación de servicios turísticos de calidad, que logren la satisfacción por parte de los visitantes. Así también se busca establecer medidas que velen por la protección de los recursos naturales de la región mediante buenas prácticas de turismo.

ALCANCE DEL PROGRAMA

Dentro de los temas que se tratarán esta la determinación del sistema de calidad, políticas de calidad, normas de calidad, así como también cual va a ser la responsabilidad de la dirección de la junta de turismo ante la práctica de calidad en el servicio, y prácticas de turismo que presenten el menor impacto negativo posible en el medio ambiente.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La calidad total incrementa la productividad, utilidad y rentabilidad de las empresas turísticas a través de la búsqueda de eficiencia. Esto significa que no deben buscarse grandes ganancias a corto plazo, sino por el contrario, el afianzamiento de la organización en el mercado competitivo y la supervivencia de la misma por medio de la calidad, por lo cual la rentabilidad se consigue a mediano y largo plazo. Los componentes de este sistema se muestran de forma gráfica a continuación:



CALIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

El concepto de calidad, como herramienta de dirección administrativa, busca como objetivo la satisfacción del cliente y la mejora continua de los servicios y productos que se brindan al cliente. El concepto de calidad total, en empresas de servicios turísticos responde a la satisfacción plena de los usuarios en términos de atención, calidad de servicio, bienestar, seguridad y, a su vez, responde al mejoramiento continuo de la imagen y afianzamiento empresarial.

Para que los proyectos de Turismo tengan éxito deben cumplirse cuatro condiciones básicas:

1. **Interesar al mercado** (que el Destino interese). Para interesar al mercado resulta esencial conocer las motivaciones subjetivas que impulsan a los potenciales turistas.

2. **Vender** (¿qué hacer para vender nuestro Destino?). Sería erróneo creer que sólo se trata de vender alojamiento, gastronomía, actividades y demás prestaciones, con el valor agregado de la identidad turística, los atractivos, el entorno y el intercambio socio-cultural y ambiental. El Destino debe tener capacidad para satisfacer las expectativas de los turistas, siendo esto primordial en el momento de definir los parámetros de la calidad.
3. **Satisfacer al turista que llega al Destino.** Para hacer negocio se requiere, además de interesar al mercado y de vender el Destino como algo atractivo y de calidad, satisfacer al turista que llega. Un turista insatisfecho se transforma en un difusor de abandono para la elección del Destino por parte de otros posibles turistas, generando una forma de reacción en cadena, por lo que una vez más la dirección de la calidad se torna relevante en la consideración integral del turismo.
4. **Retener al turista.** Para que el turista retorne al destino, es necesario retenerlo como cliente, transformarlo en cliente fiel, para que desee volver y consumir los productos del destino y convencer a otros potenciales clientes para que también visiten el destino y, a su vez se marchen con el deseo de regresar.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define a la calidad como:

“El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades , exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”.

Cuando hablamos de **“Calidad”**, nos referimos a satisfacer además de las necesidades de los clientes, las expectativas de estos. La Calidad responde a los atributos o cualidades que hay que conseguir en la prestación de servicios turísticos para satisfacer todas las necesidades de los clientes.

Tipos de niveles y ámbitos de calidad que distingue el cliente:

- ✓ **Calidad exigible;** se refiere a los niveles de calidad mínimos que debe tener cualquier producto o servicio, si está no aparece el cliente se sentirá insatisfecho.
- ✓ **Calidad esperada;** es el tipo de calidad que el cliente desea interiormente y la que se denomina expectativas.
- ✓ **Calidad sorpresa;** el cliente no la espera, por lo que se ve sorprendido cuando se le ofrece. Son este tipo de detalles los que le agradan al cliente.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo *“la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad”*. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores.

La calidad del turismo es una mezcla de servicios, instalaciones y organizaciones. Por tanto puede hacerse desde una perspectiva individual (calidad del entorno, calidad de un

hotel, etc.) o desde una perspectiva general, calidad del transporte, calidad del destino turístico.

Los factores más profundos que determinan la calidad según la OMT son los siguientes:

- ✓ **Seguridad:** un producto o un servicio turístico no puede representar un peligro, ni causar daño a la salud, a la integridad del consumidor. Las normas de seguridad las estipula normalmente la ley (por. Ej. Regulaciones para la prevención de incendios) y deberían considerarse como normas de calidad.
- ✓ **Higiene:** un alojamiento debe ser saludable y limpio, desde un establecimiento de baja hasta alta categoría. Las normas de inocuidad de los alimentos (estipuladas por ley) deben cumplirse y han de ser comunes a todos los tipos de establecimientos de comidas.
- ✓ **Accesibilidad:** Este factor exige que se eliminen las barreras físicas, de comunicación y de servicios para permitir, sin discriminación, que cualquiera pueda utilizar los productos y servicios turísticos corrientes, independientemente de sus diferencias por nacimiento o enfermedad, incluidas las personas con discapacidades.
- ✓ **Transparencia:** Se trata de una comunicación efectiva de información fidedigna sobre las características y la cobertura del producto y sobre su precio total. Ahí se incluye explicitar lo que cubre y lo que no cubre el precio del producto ofertado.
- ✓ **Autenticidad:** es el factor de calidad más difícil de alcanzar y más subjetivo. Posee asimismo dimensiones de marketing y competencia. La autenticidad se determina dentro de un marco cultural y uno de sus resultados es diferenciar claramente el producto de otros similares. La autenticidad debe responder a las expectativas del consumidor.
- ✓ **Armonía:** La armonía con el entorno humano y natural se enmarca en el territorio de la sostenibilidad, un concepto a medio y a largo plazo. La sostenibilidad del turismo requiere gestionar impactos ambientales y socioeconómicos, fijar indicadores ambientales y mantener la calidad del producto turístico y de los mercados de turistas. No puede haber sostenibilidad sin calidad.

4.3.4.SISTEMA DE DIRECCIÓN DE CALIDAD

El Sistema de Dirección de Calidad se refiere a la forma en que la junta de turismo va a dirigir y controlar todas las actividades que están asociadas a la calidad.

Ventajas de implantar un Sistema de Dirección de Calidad

- ✓ Aumento del número de clientes
- ✓ Motivación del personal
- ✓ Fidelidad de los clientes
- ✓ Organización del trabajo
- ✓ Mejora de las relaciones con los clientes
- ✓ Reducción de costos debido a la mala calidad
- ✓ Aumento de la cuota de mercado

Para la realización del sistema de dirección de calidad se debe tener en cuenta, los siguientes puntos:

DOCUMENTACIÓN

La Junta Municipal de Turismo, deberá establecer, documentar, implementar y mantener un sistema que le permita asegurar globalmente la calidad de los servicios turísticos que se van a ofertar. Para esto se deberá tener en cuenta las políticas y objetivos de calidad, la elaboración de instrumentos de control y otros documentos y registros que permitan asegurar la eficaz planificación, aseguramiento y control de calidad de las actividades turísticas. Todo lo que se realice deberá quedar documentado como prueba del desarrollo del sistema y de las mejoras que se vayan efectuando a medida va progresando el servicio turístico.

✓ Instrumentos de Control de Calidad

Se han desarrollado sistemas de medición de la calidad del servicio mediante escalas incluidas en cuestionarios dirigidos al cliente. Normalmente incluyen:

- Escala para medir calidad global y en ocasiones satisfacción.
- Escalas para medir percepciones y expectativas sobre cada aspecto concreto del servicio; se mide a partir de instrumentos como:

Escala SERVQUAL Escala SERVPERF, existen otras escalas.

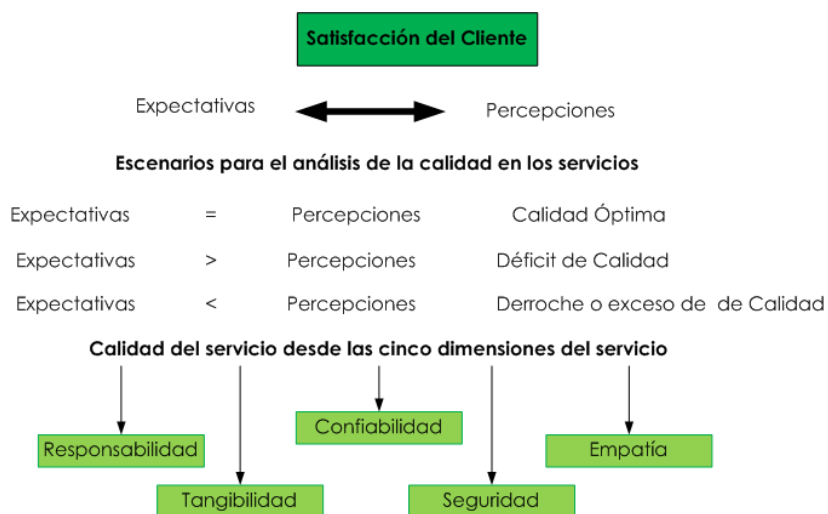


Ilustración 74. Explicación de serv-qual

El área de calidad deberá realizar diferentes actividades en base a instrumentos de control que se describen a continuación:

❖ SERV-QUAL

Método empleado para medir la satisfacción del cliente con el servicio y priorizar las acciones de mejora. Al cliente se le preguntara la importancia que para él tiene cada uno de los atributos del servicio recibido y el grado de satisfacción con cada uno de estos

atributos. Entre Los atributos que se listaran están: *comodidad, confianza, atención, expectativas cumplidas de acuerdo a lo promocionado, seguridad, diversión, higiene*. Y el proceso a seguir es el siguiente:

La persona encargada de la calidad deberán de entregar a la recepcionista estos formatos los cuales ella deberá dar al turista al finalizar su visita en esta la recepcionista deberá colocar si esa persona compro un paquete si fue este el caso el número que identifica al paquete para poder conocer que actividades se le fueron proporcionadas, en el caso que haya realizado actividades individuales que tipo de actividades realizó.

Grado de satisfacción

Para medir el grado de satisfacción se hará través de notas cualitativas las cuales al ser analizadas se medirá el porcentaje que cada una de estas calificaciones presenta en cada atributo.

- ✓ **Malo:** Significa que el atributo no cumplió con las expectativas del cliente por lo tanto no fue satisfactorio si se obtiene una respuesta que aumenta a partir del 10 % deberán buscarse medidas rápidas que mejore la situación.
- ✓ **Regular:** Significa que el atributo fue percibido positivamente por el turista pero no fue lo suficiente para cumplir su satisfacción. si el porcentaje de estas opiniones es mayor a 30% deberá tomarse medidas de solución para bajar estas expectativas.
- ✓ **Bueno:** Significa que el atributo el turista lo percibió y le pareció que satisfacía de forma general su expectativa pero no es la mejor calidad que ha visto en comparación a otros lugares u otras experiencias. si esta es mayor al 40% significa que hay que seguir buscando mejores formas para brindar mayor calidad en estos atributos.
- ✓ **Muy bueno:** Esto da a conocer que el turista le parece que satisface sus expectativas y que podría regresar a el destino pero aun así no sobrepasa al de otros lugares que han visitados o conocido. Si el porcentaje es mayor a 50 % significa que se tienen buenos resultados pero hay que seguir mejorando
- ✓ **Excelente:** Significa que los atributos cumplen con la calidad y pasa las expectativas de los turistas por lo que debe de seguirse trabajando de esta manera con la calidad de estos. si este es mayor o igual al 50 % es un porcentaje satisfactorio e indica que debe de seguirse ofreciendo esa calidad y si es posible mejorar.

A continuación se detalla el formato para medir la satisfacción del visitante a los circuitos diseñados:

| Atributo de Calidad | | Importancia del Atributo | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
| | | Muy Importante | Importante | Poco Importante |
| Comodidad..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Confianza..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Atención al cliente..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Seguridad..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Higiene..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Acceso a la zona..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Transporte..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Calidad de alimentación..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |

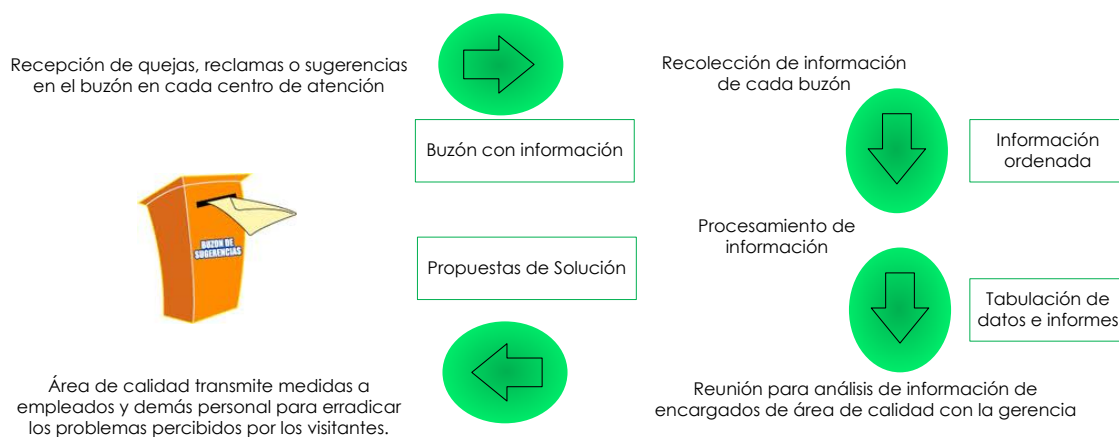
| GRADO DE SATISFACCIÓN | | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Malo | Regular | Bueno | Muy Bueno |
| Excelente..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Comodidad..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Confianza..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Atención al cliente..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Higiene..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acceso a la zona..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Transporte..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Calidad de alimentación..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Sugerencias o Comentarios: _____

❖ DIRECCIÓN DE QUEJAS

Acciones sistemáticas y estructuradas que llevara a cabo la organización para la recogida, evaluación y búsqueda de soluciones a las quejas de sus clientes, esta se hará a través de un buzón de quejas, sugerencias y opinión del servicio ofrecido.

Procedimiento de la dirección de Quejas:



El área de calidad será también la encargada de dar seguimiento al cumplimiento de las medidas dispuestas para dar solución a la principales problemáticas, así como también estudiar el comportamiento de la frecuencia de estas quejas, y el impacto de las medidas adoptadas, de esto se hará un informe mensual a la gerencia.

RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN

La alta dirección deberá estar comprometida con el desarrollo e implementación del sistema de dirección de la calidad, así como la mejora continua y deberá comunicar a todos los miembros de la Junta de Turístico la importancia de satisfacer las expectativas del cliente. Así mismo, deberá establecer la política y objetivos de calidad las cuales se deberán de estar revisando cada seis meses (2 veces al año) por la alta dirección o los responsables asignados para realizar cambios y mejoras.

Se contará con una persona encargada de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo quien se encargará de las evaluaciones y análisis que se realizarán para las diferentes actividades turísticas, de acuerdo al tipo de turismo que se ofrecerá en la zona, utilizando las hojas de chequeo de las evaluaciones internas y la encuesta para turistas que se detallan en el punto de la planificación.

POLÍTICA DE CALIDAD

La Junta Municipal de Turismo, tiene el compromiso de ofrecer servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes, buscando la mejora continua en la realización de los servicios; además de cumplir con las normas de calidad, seguridad y ambientales aplicables al sector turístico.

NORMAS DE CALIDAD DE LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO

- ✓ La gerencia en conjunto con la junta directiva y el área de calidad deberá revisar y hacer mejoras en caso de que lo requieran la política y normas de calidad dos veces al año.
- ✓ El encargado de realizar las evaluaciones y su respectivo análisis será el representante de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo.
- ✓ Se llevaran a cabo dos evaluaciones: La evaluación interna se realizará cada mes y la evaluación externa cada 15 días.
- ✓ Se le dará suspensión a la iniciativa turística y a todo miembro de la junta de turismo que no apruebe el cumplimiento de las evaluaciones internas y externas que muestren la calidad del lugar. La suspensión será de la siguiente manera: (las faltas serán acumuladas al año).

| FALTAS | MEDIDAS A TOMAR |
|--------|--|
| 1 | Llamada de atención y coordinación con el área de logística para dar asesoría en el área deficitarias. |
| 2 | Notificación por escrito y audiencia con la gerencia para tratar de corregir la situación. |
| 3 | Expulsión de 1 semana |
| 4 | Expulsión de 2 semanas |
| 5 | Expulsión de 1 mes |
| 6 | Expulsión del circuito turístico. |

Tabla 153 : Faltas al reglamento de La Junta Municipal de Turismo

Al expulsarse una iniciativa, el área administrativa será la encargada de rediseñar el circuito turístico afectado, de tal manera que se presten al turista todos los servicios ofertados en cada paquete.

Al darse una expulsión de una iniciativa deberá iniciarse la recuperación legal de lo invertido por La Junta Municipal de Turismo, en dicha iniciativa.

- ✓ Si la iniciativa turística ha sido expulsado, se le permitirá reintegrarse a la junta de turismo, después de haber cumplido con seis meses de suspensión siempre y cuando este cumpla con las normativas establecidas.
- ✓ Las iniciativas turísticas que estén prestando un servicio turístico dentro de los circuitos establecidos deberán presentar a la junta de turismo, específicamente a la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo la información del contenido de actividades:
 - Actividad y su descripción

- Elementos que incluyen cada actividad
- Desglose de los procedimientos para la prestación de cada servicio
- El equipo de protección personal que incluye cada actividad

En caso de haber modificaciones deberán presentarse un mes antes de su entrada en vigencia, caso contrario se considerara como una falta de calidad.

- ✓ Difundir las buenas prácticas ambientales mediante la señalización específica para los visitantes.

PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

La organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la realización del producto o la prestación del servicio, incluyendo la verificación, validación, seguimiento e inspección cuando fuere necesario.

La planificación incluye identificar cuáles serán los posibles estándares de calidad para el servicio turístico y establecer la manera de satisfacerlos.

Para la planificación del sistema se tendrán en cuenta los siguientes pasos:

1. Definir los puntos claves: Estos ayudarán a evaluar los lugares turísticos, ya que se tendrán como estándares de calidad.
2. Identificar instrumentos para evaluaciones internas. Se formularan formatos que ayuden a llevar una inspección del lugar a evaluar.
3. Identificar instrumentos para evaluaciones externas. Se formulara una encuesta a los turistas para identificar si se ha cumplido con sus expectativas en el servicio turístico.

1. PUNTOS CLAVES

Los puntos claves son retomados de algunos de los factores que determinan el cumplimiento de la calidad en espacios turísticos rurales según la OMT, por lo tanto serán los que determinarán la evaluación de calidad en cada una de las actividades que se pretenden desarrollar en la zona.

Estos se definen de la siguiente manera:

- ✓ **Seguridad:** cada uno de los productos o servicios turísticos deberán contar con el equipo necesario de protección personal para asegurar la salud de los visitantes y cualquier accidente durante la práctica de actividades, así como también deberán contar con los medios de señalización correspondientes a cada actividad para representar las zonas de peligro que se encuentren en la zona. La seguridad contempla todos aquellos elementos laborales, de higiene y salubridad, la prevención de actos delictivo y los accidentes.
- ✓ **Higiene:** Cada una de las actividades deberá tener en cuenta que la higiene es un elemento muy importante para asegurar las visitas de los turistas, por lo tanto cada alojamiento y restaurante deberá cumplir con las normas de alojamiento y de inocuidad estipuladas por la ley, así como también las actividades agropecuarias, de

aventura, de turismo cultural, rural y comunitario deberán de mantener lugares y caminos saludables y limpios.

- ✓ **Accesibilidad:** Cada uno de las actividades turísticas deberán contar con caminos específicos, señalizados y en buenas condiciones para permitir el acceso de los turistas.
- ✓ **Información clara sobre contenido de actividades:** para cada una de las actividades que se brinden en la zona se deberá de informar al turista sobre las características de las actividades, y de los circuitos turísticos que se ofrezcan.
- ✓ **Novedad:** el servicio turístico deberá ofrecer una experiencia única, que lo caracterice de otras experiencias similares, teniendo en cuenta la opinión y satisfacción del turista cuando realice las diferentes actividades proporcionadas en la zona.

2. EVALUACIÓN INTERNA

Es necesario conocer como se está brindando el servicio turístico en las iniciativas que conforman los circuitos turísticos, desde el punto de vista interno, es decir como La Junta Municipal de Turismo, el cual deberá estar pendiente a través del área de control de calidad con las evaluaciones que se realicen a cada una de las actividades y de esta manera controlar y mejorar la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen.

LISTA DE CHEQUEO DE CALIDAD

Para poder verificar si se están poniendo en práctica los puntos claves o factores que determinan si se está cumpliendo con la calidad en los servicios turísticos que se esperan ofrecer, es necesario hacer uso de una lista de chequeo que permita comprobar que se está ofreciendo un servicio de calidad. Para eso se hará uso de la siguiente lista de chequeo que permitirá observar la actividad y como esta cumple con cada uno de los puntos claves. Esta lista de chequeo será realizada por el encargado del área de calidad.

A continuación se presenta el formato que se ocupará para realizar la evaluación, esta se utilizará para cada una de las iniciativas que componen los circuitos turísticos:

| LISTA DE CHEQUEO: ACTIVIDADES EN INICIATIVA TURÍSTICA | | | | | | | |
|---|--------------|---------|---------------|----------------------------------|----------------------|----|-----------------------|
| Actividad | Puntos Clave | | | | ¿Actividad Cumplida? | | PROBLEMAS PRESENTADOS |
| | Seguridad | Higiene | Accesibilidad | Información Clara | SI | NO | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| OBSERVACIONES | | | | | | | |
| Realizado por: | | | | Representante Iniciativa: | | | |

Tabla 154. Lista de chequeo: actividades en iniciativa turística

Forma de Evaluación

Los puntos claves serán calificados como: **MALOS, BUENOS y EXCELENTES**, dependiendo del contenido de cada uno de ellos, teniendo en cuenta también las normas, políticas y objetivos de calidad formulados por la alta dirección. El rango de notas que se detalla a continuación, se considerará para todas las calificaciones de este tipo. De un rango de nota de 1 a 10 se considerara como:

| PONDERACION | CRITERIOS |
|--------------------------------|---|
| MALO.....De 1 a 5 | La ponderación se hará en base a los elementos necesarios que aseguren que el punto clave en evaluación de la actividad sea satisfecho. La calificación de hará de forma proporcional al porcentaje de cumplimiento en base al flujo turístico y al porcentaje de cumplimiento de las especificaciones expuestas por la junta de turismo. Estas especificaciones son las descritas en los programas de: Diseño del Producto Turístico, Promoción y Publicidad, dirección de Seguridad y las relaciones con los puntos claves. |
| BUENO.....De 1 a 7 | |
| EXCELENTE.....De 1 a 10 | |

Tabla 155. Criterios de Evaluación

Si 4 puntos claves son calificados como Buenos o Excelentes, la Actividad **SI** ha cumplido con los requerimientos necesarios para ser de calidad; pero si de 1 a 3 puntos claves son considerados como Buenos o Excelentes la Actividad **NO** ha cumplido con los requerimientos se considera una "falta" y se deberá de describir los problemas presentados por los cuales no ha cumplido con el fin de que se realicen las mejoras correspondientes. Finalmente en la lista de chequeo se colocará el nombre de la persona que realizó la evaluación así como también el representante de la iniciativa turística.

3. EVALUACIÓN EXTERNA

Lo primordial es comprometerse a asegurar la satisfacción de los clientes en todo el proceso en el que se esté desarrollando las actividades, por lo que es muy importante conocer la opinión de los turistas de acuerdo a la prestación del servicio. Para esto es necesario realizar encuestas dirigidas a los turistas que ayudaran a identificar los problemas que se encuentran, sugerencias, etc., y permitir mejorar la calidad en los servicios que se ofrecen.

A continuación se presenta un instrumento que se puede tomar como base para identificar las fallas y mejoras que puede necesitar el servicio turístico en cada una de las iniciativas turísticas:

ENCUESTA PARA TURISTAS:

INICIATIVA TURÍSTICA: _____

1. ¿Qué actividades realizó en el lugar?: _____

2. ¿Qué le parecieron las actividades que realizó? Deficiente Buena Excelente

3. ¿Cómo califica el lugar donde realizó la actividad, en los siguientes aspectos:
(Nota: Si la califico como MALO O BUENO, conteste ¿Por qué?)

| ASPECTO | MALO | BUENO | EXCELENTE | ¿POR QUE? |
|------------------------------|------|-------|-----------|-----------|
| Seguridad | | | | |
| Higiene | | | | |
| Accesibilidad / Señalización | | | | |
| Información clara | | | | |
| Atención recibida | | | | |

4. ¿Qué calificaría de novedoso en el lugar? _____

5. ¿Qué otras actividades le gustaría practicar en el lugar? _____

6. ¿Qué aspectos considera que se necesitan mejorar en el lugar? _____

7. ¿Sugerencias o Comentarios: _____

Muchas gracias por su colaboración, !Lo esperamos Pronto!

La Junta Municipal de Turismo a través del área de control de calidad debe planificar e implementar procesos de seguimiento, análisis y mejora necesarios para demostrar la conformidad del producto o servicio respecto a los requisitos del mercado, asegurarse de la conformidad del sistema de dirección de la calidad en sí y la mejora continua de la eficacia del mismo.

El aseguramiento de la calidad debe proveer la confianza de que el servicio turístico va a satisfacer las expectativas de los turistas, teniendo en cuenta las sugerencias y respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los mismos.

Por lo tanto, las sugerencias proporcionadas por los turistas ayudaran para tomar acciones correctivas en las actividades turísticas, así mismo de las respuestas obtenidas de la encuesta para turistas, se establecerán rangos que permitirán evaluar las condiciones de las actividades con respecto a la calidad que se le está prestando al turista y así poder realizar mejoras al sistema y asegurar la calidad del servicio turístico.

Para definir estos rangos se considerará lo siguiente:

- ✓ Un promedio de 10 encuestas realizadas a los turistas cuando se realice la evaluación.
- ✓ Las preguntas 2 y 3 de la encuesta para los turistas que se refieren al cumplimiento de expectativas del turista y a los puntos claves que ayudan a determinar el cumplimiento de la calidad en el servicio turístico.
- ✓ Calificación de preguntas 2 y 3 de la encuesta para los turistas; calificadas como Buenas o Excelentes.

| CALIFICADAS COMO BUENAS O EXCELENTES (PROMEDIO DE 10 ENCUESTAS) | MEDIDAS A TOMAR: |
|--|--|
| 1-4 | Acciones correctivas de forma drástica se considera una "falta". |
| 5-7 | Mejoras a Largo Plazo |
| 8-10 | Aceptable |

Tabla 156. Criterios de calificación

EVALUACIÓN

Posteriormente al esfuerzo realizado en una organización antes, durante y después de la implementación del sistema de calidad, prosigue la evaluación de dicha implementación mediante auditorías de calidad (por terceros) donde se puede evidenciar y registrar cuan idóneo es el sistema de dirección de calidad, así como las mejoras que deben continuarse promoviendo de manera que la calidad pase de ser un simple concepto a una mejora diaria, motivada principalmente por los logros obtenidos y la satisfacción del cliente.

La Junta de turismo deberá de tener en cuenta que para ofrecer un servicio total de calidad tendrá que considerar otros elementos como buscar la certificación y acreditación de calidad a un largo plazo, en la cual se realizarán auditorías (por terceros) al sistema de calidad que como Junta de turismo estén implementando, al cual se le deberán de realizar mejoras de acuerdo a las normas por las cuales se certificará.

La certificación es una forma de garantizar que una actividad o producto cumple con ciertos estándares. Dentro de la industria turística, diferentes organizaciones han desarrollado programas de certificación que miden distintos aspectos del turismo: (a) la calidad, de toda la industria turística, (b) la sostenibilidad, también de todos los sectores y (c) el turismo-rural, del turismo sostenible que se desarrolla en ecosistemas naturales, protegidos o frágiles.

Para esto deberá considerar y conocer sobre los requerimientos de algunas normas como:

- ISO 9001: 2008

La norma ISO 9001:2008 establece los requisitos internacionales para la Dirección y el Gerenciamiento de Sistemas de Calidad. La misma puede aplicarse a cualquier empresa de manufactura o servicio y abarca a todos los sectores y / o procesos que afectan la calidad. Consta de una serie de documentos creados por la International Organization for Standardization (ISO).

Algunos de los beneficios más importantes son: Mejora en la Documentación, Mejora en la Comunicación Interna, Reducción de re-trabajos, Mayor calidad percibida en el



Mercado, Mejora en la Satisfacción de Clientes, Ventajas competitivas, Incremento en la participación del mercado.

Es una norma de calidad de carácter internacional creada por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Básicamente, la Norma ISO 9001:2008 pretende que las organizaciones:

1. Satisfagan las necesidades de sus clientes
2. Mejoren continuamente.

La Norma ISO 9001:2008 establece una serie de requisitos que tratan de garantizar la adecuada dirección de la organización. Así, se deben de establecer una política y unos objetivos de calidad como marco de actuación para toda la organización.

Además, la organización deberá:

- Planificar sus actividades.
- Identificar adecuadamente los requisitos del cliente (sus necesidades).
- Gestionar los recursos humanos y materiales de los que dispone.
- Realizar el producto o servicio objeto de su actividad.
- Evaluar los resultados obtenidos. Esta evaluación debe incluir la identificación de las disfunciones (no conformidades) que se hayan producido, el análisis de las causas que las provocaron y la determinación de acciones tendentes a eliminar dicha causa y evitar, así, que se vuelva a producir la disfunción.

Y todo ello deberá estar establecido documentalmente.

A diferencia de otras certificaciones existentes, no existe un único logotipo o marca que identifique a las empresas certificadas por la norma ISO 9001:2008, ya que éste depende del Organismo de Certificación que se elija.

Proceso de obtención

Los pasos que las organizaciones siguen habitualmente para desarrollar, implantar y obtener la certificación de su Sistema de Dirección de la Calidad son los siguientes:

1. Desarrollar documentalmente los requisitos que incluye la norma ISO 9001:2008.
2. Llevar a cabo todas las actividades descritas documentalmente (implantación del Sistema).
3. Ponerse en contacto con el Organismo de Certificación elegido, de acuerdo con su forma de actuar, determinar la fecha de la auditoría de certificación.
4. Someterse a la auditoría de certificación.
5. En caso de que se hayan detectado incumplimientos durante la auditoría de certificación, se deberá realizar un plan de acciones correctivas, explicando cómo se van a solventar dichas deficiencias. Este Plan debe ser enviado al Organismo de Certificación.
6. Esperar la notificación de la obtención del certificado por parte del Organismo de Certificación.
7. Firmar el contrato de uso de la Marca.

El Certificado tiene una validez de tres años, si bien es preciso realizar auditorías de seguimiento todos los años, según pautas propias del Organismo de Certificación elegido.

- ✓ Normas ISO 14001

Esta Norma Internacional sobre Dirección ambiental tiene como finalidad proporcionar a las organizaciones los elementos de un Sistema de Dirección ambiental; es decir, la inclusión de consideraciones medioambientales dentro de la estrategia global de la empresa.

La implantación y la posterior certificación, por parte de una organización externa, del cumplimiento de la norma ISO 14001:2004 generan una mayor confianza en las partes interesadas, por ejemplo:

Consumidores: la nueva conciencia social de protección del medio ambiente ha cambiado los hábitos del consumidor moderno. En el caso del turismo se hace más patente toda vez que la cultura medioambiental ha invadido los patrones de ocio y recreación, convirtiendo el estado de los recursos naturales en elemento crítico del producto turístico. De otra parte, los cambios en el comportamiento cotidiano en relación con la protección del medio ambiente llevan al consumidor a exigir comportamientos similares en los lugares donde realiza el turismo.

Tour operadores: se empieza a incluir como criterio de selección para la elaboración de los catálogos vacacionales, indicadores de calidad medioambiental de los destinos e índices de actuación medioambiental de las instalaciones.

Inversionistas y entidades financieras: se identifica una buena actuación medioambiental con la continuidad de las operaciones a largo plazo, lo cual se traduce en facilidades para atraer inversión y de acceso a crédito.

Administración: la norma ISO 14001 favorece la relación con la Administración ya que confirma a la organización en la línea del desarrollo sostenible.

La implantación de la norma consta de varias etapas basadas en el concepto de mejora continua (planificación, realización, comprobación y revisión):

- Planificación de lo que se va a realizar
- Realización de aquello que se ha planificado
- Comprobación de que lo que se ha realizado coincide con lo planificado, en primer término
- Revisión para comprobar que la planificación es la adecuada.

Para cada una de las etapas anteriores la norma **ISO 14001:2004** exige las siguientes actuaciones.

Planificación

- ✓ Definición de la política ambiental.
- ✓ Identificación de los aspectos ambientales.
- ✓ Identificación de los requisitos legales y otros compromisos voluntarios.

- ✓ Definición de objetivos y metas ambientales a conseguir.
- ✓ Definición del programa de dirección ambiental.

Realización

- ✓ Definición de estructura y responsabilidades ambientales.
- ✓ Formación, comunicación y sensibilización.
- ✓ Comunicación.
- ✓ Documentación del Sistema.
- ✓ Control de la documentación.
- ✓ Control operacional.
- ✓ Plan de emergencia y capacidad de respuesta.

Comprobación

- ✓ Seguimiento y medición
- ✓ No conformidad, acción correctora y acción preventiva.
- ✓ Registros.
- ✓ Auditoría del Sistema.

Revisión

- ✓ Revisión por la Dirección Normas de Control de calidad en alimentos

Normas de Control de calidad en alimentos

HACCP Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control es un SISTEMA DE CONTROL DE LA CALIDAD DE LOS ALIMENTOS basado en la identificación, valoración y control de los peligros físicos, químicos y biológicos. La aplicación del sistema HACCP ofrece beneficios referidos a: una mayor inocuidad de los alimentos, mejor utilización de los recursos y respuesta inmediata a los problemas de la industria.

Ventajas

- ✓ Mejorar la inocuidad de los alimentos.
- ✓ Facilitar la inspección por parte de las autoridades de reglamentación.
- ✓ Se fija que el establecimiento donde se elaboran los alimentos es el responsable final de la calidad del producto que elabora.
- ✓ El concepto es preventivo, minimizando los riesgos de contaminación.
- ✓ Permite determinar las condiciones anteriores y las actuales.
- ✓ Brinda un amplio panorama en la evaluación, pues brinda una vista retrospectiva.
- ✓ Es una vía práctica para mejorar la seguridad de los alimentos.

BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO

La implementación de las Buenas Prácticas de Turismo, pretende corregir o mejorar la situación actual y futura de las iniciativas turísticas, con el fin de prevenir o minimizar los posibles impactos negativos que puede generar la actividad turística, optimizando la calidad de los servicios ofrecidos al visitante. Las Buenas Prácticas para Turismo son una herramienta que facilita a las empresas comunitarias adoptar acciones concretas que les permitan orientar su dirección hacia la práctica de un turismo sostenible.



El turismo sostenible ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo como aquel que "conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida"

Hacer del turismo sostenible una realidad, conlleva la adopción de "*buenas prácticas*", que son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de dirección operación de las empresas turísticas. Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico así como su imagen frente al cliente y que se hace más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño socioeconómico.

Por lo tanto, es muy importante para la alta dirección conocer sobre ellas y tenerlas en cuenta para aplicarlas durante el desarrollo y futuro del proyecto turístico. De esta manera, se lograrían los beneficios fundamentales del turismo sostenible: mejorar la calidad de vida de las población, brindar al visitante una experiencia de alta calidad y conservar la calidad del medio ambiente del que dependen los actores involucrados en la actividad turística: poblaciones locales, visitantes y empresas.

La calidad no es un lujo, sino un medio de poder responder a las expectativas creadas por el consumidor. El usuario del Turismo-rural-comunitario, busca ambientes rústicos (en oposición a los hábitos urbanos), también desea que los servicios propuestos correspondan a sus expectativas. Higiene, comodidad, silencio, seguridad, posibilidad de comunicarse con el exterior, son elementos que deben estar presentes en las organizaciones que realizan turismo rural. Por lo tanto, es muy importante:

Calidad en la Acogida, en la relación con el visitante.

Calidad de las estructuras.

Calidad de las animaciones.

Calidad Turística general de la región

CALIDAD EN LA SATISFACCIÓN AL TURISTA

Para que los turistas se vayan satisfechos es necesario que se les atienda bien, se sientan seguros y cumplir o superar sus expectativas.



Cómo satisfacer al turista:

- ✓ Dar al turista más de lo que se le ofrece. Es preferible sorprenderlos gratamente con detalles que no fueron mencionados al momento de la venta.
- ✓ Hacer que los clientes se sientan seguros durante las actividades. Informar sobre posibles riesgos en la zona que se visita y la forma de evitarlos.
- ✓ Si se ha cometido una falta, recompensar al turista. Que se vea la intención de brindarle el mejor servicio.
- ✓ Preguntar a los turistas si todo está bien, hacerlo a través del personal. Poner esa información por escrito.
- ✓ Diseñar formularios para comentarios, quejas o sugerencias. Es mejor dar opciones para marcar, evitándose así que el turista tenga que escribir mucho.
- ✓ Enviar correos electrónicos pidiendo su opinión sobre los servicios recibidos.
- ✓ Solicitar a los turistas, al personal y proveedores recomendaciones y sugerencias.
- ✓ Reunir al personal semanalmente para evaluar los comentarios.
- ✓ Tomar en cuenta las quejas. Con las sugerencias de los turistas hacer planes de acción para la mejora continua.

CUIDAR LA VEGETACIÓN

Es muy importante tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ Un uso inadecuado del fuego en áreas protegidas como en otros espacios forestales puede dañar seriamente un ecosistema.
- ✓ La tala deliberada de árboles para la construcción genera deforestación.
- ✓ La excesiva acumulación de basura, además de ser un impacto visual negativo, y alterar otros elementos de la naturaleza, cambia la condición de los nutrientes, según el tipo de basura, y en ocasiones bloquea el paso del aire y la luz, generando alteraciones en la vegetación.
- ✓ El tráfico peatonal y de vehículos, así como las áreas de descanso o de camping, generan pérdida de vegetación por pisoteo, compactación, etc.

GENERACIÓN DE RESIDUOS

La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente. Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reutilización.



Que hacer para combatirlo:

- ✓ Gestionar la basura mediante su recolección selectiva con diferentes

- ✓ Recipientes diferenciados por colores y carteleras, que estén colocados en zonas claves al uso de todos.
- ✓ Informar a los turistas sobre la forma de separar la basura. Colocar anuncios o informar a través del personal.
- ✓ Colocar anuncios que incentiven a los turistas a botar la basura en los lugares correspondientes.
- ✓ Colocar los recipientes de basura en zonas visibles y en cantidades moderadas para no opacar el atractivo del lugar.

SALUD Y SEGURIDAD

La operación de las iniciativas no debe poner en riesgo la salud de los turistas, del personal, de los habitantes locales ni el ambiente en general. Se debe prevenir y estar preparados para atender emergencias

Que hacer:

- ✓ Informarse antes de la excursión sobre las necesidades médicas y estado físico de cada turista.
- ✓ Identificar y controlar los riesgos durante las visitas a cada iniciativa.
- ✓ Llevar un botiquín de primeros auxilios. Consultar a un médico especialista para equiparlo y saber cómo usarlo.
- ✓ Organizar campañas de limpieza en las localidades que visiten los turistas

GUIAS TURÍSTICOS

El Guía de Turismo desempeña un papel fundamental en la gestión turística, al ser la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un país nuevo y desconocido, por lo que sin él, la operación turística y el éxito de la misma estaría incompleta.



Que debe saber:

- ✓ Leer bien la información (procedencia y destino, requerimientos de alimentación, salud, alergias, preferencias, experiencia, etc.) de los turistas. Preguntarles al respecto en el primer contacto con ellos.
- ✓ El guía debe tratar a todos los pasajeros como casos particulares, brindando atención personalizada a cada uno de ellos en todo momento.
- ✓ Prepararse para satisfacer todas las necesidades de los turistas y poder hacer grata su estadía.
- ✓ Actualizarse, aprender nuevas teorías, estilos de vida de los habitantes locales y su cultura.
- ✓ En ambientes naturales, informarse sobre flora y fauna, historia y geografía de la zona.
- ✓ Evitar acciones exhibicionistas y exponer a riesgos innecesarios a los turistas.
- ✓ Prepararse para prevenir y actuar en casos de emergencia. Tomar cursos de primeros auxilios, rescate, evacuación, reanimación y medicina natural.

- ✓ Dar información veraz y manejar los grupos de manera que causen el menor impacto negativo posible al ambiente y la sociedad.
- ✓ Asegurarse de que lo ofrecido a los turistas se cumple sobrepasando sus expectativas.

SEGUIMIENTO Y CONTROL

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El programa de seguimiento y control se desarrolla para tener todas aquellas actividades e indicadores que sirvan para medir el desempeño que las actividades productivas y que son importantes llevar control para cualquier problema que se presente. En este plan es necesario identificar que indicadores se formularan y la manera en que se recolectará la información para su medición, en actividades de calidad higiene, comercialización, efectividad, entre otros aspectos que se consideran.

OBJETIVO DEL PROGRAMA

Proveer una visión objetiva del estado actual del proyecto que se esté desarrollando, y determinar las posibles desviaciones a fin de tomar las correcciones del caso.

ALCANCE DEL PROGRAMA

El programa da las pautas para el control y seguimiento de actividades mediante la propuesta de una serie de indicadores. En este le llamamos SEGUIMIENTO a la evaluación rutinaria del estado en tanto que llamamos CONTROL a la toma de los correctivos.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

1.1.1.1. SISTEMA DE CONTROL

El control debe entenderse como el análisis que se realiza tanto de los resultados de la gestión al interior de la entidad y de acuerdo con los procesos identificados, como de los resultados relacionados con la parte externa y de acuerdo con los objetivos y metas trazados en cumplimiento de la misión, y la forma como, a partir de esos resultados, se toman los correctivos a que haya lugar. Se trata de darle un enfoque más proactivo y de apoyo a la función de control, de tal manera que se convierta en una herramienta efectiva para la gerencia.

Este seguimiento permite verificar si las diferentes instancias están haciendo lo que les corresponde.

Tanto el control interno como el control de gestión, confluyen en un solo sistema el cual permite evaluar y monitorear los resultados, en una relación de subsistemas interdependientes.

En este sentido el control es una herramienta sistémica que permite concentrar el esfuerzo gerencial en procesos primordiales y en variables fundamentales sin perder de vista el desarrollo ni el desempeño integral de la organización.

Los indicadores son una herramienta para el sistema de control, los cuales tienen como objetivo brindar información permanente y oportuna a cada uno de los integrantes de

una organización, sobre su desempeño, de tal manera que permita evaluar y tomar los correctivos del caso.

1.1.1.2. REQUERIMIENTOS PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INDICADORES PARA EL ANÁLISIS DE LA GESTIÓN TURÍSTICA.

- ✓ Participación activa y de manera decidida del equipo directivo de la junta de Turismo, de tal manera que contribuya al desarrollo y fortalecimiento de la entidad.
- ✓ Cultura de la Planeación: es prioritario que la junta en cada una de sus unidades se rija por la planeación, orientada desde el nivel corporativo de la misma. De esta manera se podrá evaluar los resultados con lo planeado, lo que permitirá tener una medición de la gestión institucional.

LOS INDICADORES COMO INSTRUMENTOS DEL CONTROL DE GESTIÓN

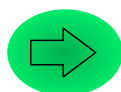
Es una herramienta valiosa y debe servir al propósito de orientar a la junta de turismo hacia el mejoramiento continuo, además los indicadores son:

- ✓ Medios para llevar a cabo el control de la gestión.
- ✓ Instrumento de diagnóstico.
- ✓ Útiles para analizar rendimientos.
- ✓ Guía y apoyo para el control.
- ✓ Factor positivo tanto para la junta como para las personas.
- ✓ Ayuda para lograr los fines.
- ✓ Instrumentos para la administración. Información y dan valor agregado.

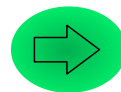
En este apartado se proponen una serie de indicadores que permitirán desarrollar esta actividad de la mejor manera posible, este proceso se llevara a cabo a través de la implantación de indicadores que ayuden a la observación de los avances que se tienen y como se está desarrollando la actividad periódicamente.

El encargado de la unidad de control de calidad realizará esta actividad, quien llevará un registro estadístico de información necesaria para medir los indicadores que reflejen el desarrollo del proyecto, poder reportar los resultados y buscar mecanismos de mejora o correctivos para dichos resultados.

OBTENCION DE LA INFORMACIÓN



Gerencia General
Procesa la
Información



**Evaluación de
Indicadores**

- ✓ SITUS

- ✓ Encuestas a clientes
- ✓ Buzón de quejas
- ✓ Evaluación interna y externa
- ✓ Administración de Iniciativas
- ✓ Encargado de operación y logística.
- ✓ Encargo de control de calidad.
- ✓ Encargado de finanzas.

INDICADORES DE CALIDAD

1. INDICADOR DE CALIDAD-SATISFACCIÓN AL CLIENTE

| INDICADOR DE CALIDAD: SATISFACCIÓN AL CLIENTE | |
|---|--|
| Descripción del indicador | Mide el porcentaje de insatisfacción que uno o más servicios prestados fueron percibidos de forma no grata por los turistas |
| Tipo de indicador | Cuantitativos |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | % Insatisfacción = <u>Cientes que manifiestan alguna insatisfacción X 100</u> Total de clientes atendidos |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | <ul style="list-style-type: none"> - Estadística proporcionada por base de datos de clientes que visitan la zona. - Encuestas complementadas por el cliente. - Formularios de quejas, sugerencias etc. - Evaluación externa. |
| Periodicidad de recolección de datos | Trimestral |
| Responsable de proporcionar la información | Encargados del sistema de información. Encargado de control de calidad. |

2. INDICADOR DE CALIDAD-CLIENTES RECOMENDADOS POR OTROS CLIENTES

| INDICADOR DE CALIDAD: CLIENTE | |
|-------------------------------|---|
| Descripción del indicador | Indica el incremento en la afluencia turística en base a la promoción "de voz en voz" debido a la visita de clientes satisfechos con el servicio y producto turístico en general. |
| Tipo de indicador | Cuantitativos |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | <u>N° de Clientes que llegaron por recomendación X 100</u> |

| Nº. Total de clientes recibidos | |
|---|--|
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Estadística sobre repetición de visitas a través de una base de datos donde se registren los clientes que visitan la zona. - Encuestas complementadas por el cliente. |
| Periodicidad de recolección de datos | Trimestral |
| Responsable de proporcionar la información | Encargados del sistema de información. Administración. Iniciativas y comités turísticos |

3. INDICADOR DE CALIDAD-NUEVOS CLIENTES

| INDICADOR DE CALIDAD: NUEVOS CLIENTES | |
|---|--|
| Descripción del indicador | Mide el porcentaje de nuevos clientes que han visitado el lugar incluyendo los que son recomendados y los que han acudido por otros medios de promoción. |
| Tipo de indicador | Cuantitativos |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | <u>Nº de Clientes nuevos atendidos en un periodo determinado X 100</u> <u>Nº. Total de clientes atendidos en este periodo</u> |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Estadística proporcionada por base de datos de clientes que visitan la zona. - Encuestas complementadas por el cliente. |
| Periodicidad de recolección de datos | Trimestral |
| Responsable de proporcionar la información | Encargados del sistema de información. Administración. Iniciativas y comités turísticos |

4. INDICADOR DE CALIDAD-CALIDAD DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO

| INDICADOR DE CALIDAD: ALOJAMIENTO | |
|--|--|
| Descripción del indicador | Porcentaje de establecimientos que están aptos para recibir visitas sin afectar el enfoque de calidad perseguido por la junta municipal de turismo de SLC. |
| Tipo de indicador | Cuantitativos |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | <u>Nº de alojamientos con categoría excelente y aceptable X 100</u> <u>Nº. Total de alojamientos</u> |
| Fuente de datos o | - Sistema de información: lugares que ofrecen servicios de |

| | |
|---|---|
| método de recolección de la información | alojamiento en la zona. - Instrumentos de evaluación interna y evaluación externa. |
| Periodicidad de recolección de datos | Mensual |
| Responsable de proporcionar información | Encargados del sistema de información. Encargado de Control de Calidad. |

5. INDICADOR DE CALIDAD-RESTAURANTES QUE CUMPLEN REQUISITOS DE CALIDAD

| INDICADOR DE CALIDAD: RESTAURANTES | |
|---|--|
| Descripción del indicador | Este indicador mide en que porcentaje los restaurantes de la zona que brindarán su servicio a los turistas, cumplen los requisitos de calidad definidos por la JMTSLC |
| Tipo de indicador | Cuantitativos |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | $\frac{\text{N}^{\circ} \text{ de restaurantes evaluados excelente y aceptable}}{\text{N}^{\circ} \text{ Total de restaurantes}} \times 100$ |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Instrumentos de evaluación interna y evaluación externa. - Sistema de información: restaurantes integrantes de los circuitos. |
| Periodicidad de recolección de datos | Mensual |
| Responsable de proporcionar información | Encargados del sistema de información. Encargado de Control de Calidad. |

INDICADORES DE OPERATIVIDAD

1. INDICADOR DE SOSTENIBILIDAD-DOTACIÓN DE MEDIOS DE SEGURIDAD

| INDICADOR DE SOSTENIBILIDAD: DOTACION DE MEDIOS DE SEGURIDAD | |
|--|--|
| Descripción del indicador | Se trata de medir la cantidad de medios humanos de los que dispone el destino para la seguridad de la población media, incluyendo el flujo turístico. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Personas/polición |
| Formula | $\text{Seguridad} = \frac{\text{población residente} + \text{población turística}}{\text{N}^{\circ} \text{ de policías locales}} \times 100$ |
| Fuente de datos o | - Estadísticas de censos de la zona. |

| | |
|---|--|
| método de recolección de la información | - Base de datos de turistas que visitan la zona. - Información proporcionada por POLITUR. |
| Periodicidad de recolección de datos | Semestral |
| Responsable de proporcionar información | Municipalidad. Encargado de operación y logística. |

2. INDICADOR DE SOSTENIBILIDAD-NIVEL DE EMPLEO TURÍSTICO

| INDICADOR DE SOSTENIBILIDAD: NIVEL DE EMPLEO TURÍSTICO | |
|---|--|
| Descripción del indicador | La rentabilidad económica de la actividad turística en el territorio. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | $\text{Nivel socioeconómico} = \frac{\text{población ocupada en el sector} \times 100}{\text{Total de población ocupada}}$ |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Datos del PNUD sobre ocupación por municipios. - Sistema de información: Datos de personal empleado y empleos indirectos generados por el sector. |
| Periodicidad de recolección de datos | Anual |
| Responsable de proporcionar información | Municipalidad, administración de iniciativas. Encargado de sistema de información. |

3. INDICADOR DE COMERCIALIZACIÓN- DEPENDENCIA DE INTERMEDIADOS

| INDICADOR DE SOSTENIBILIDAD: NIVEL DE EMPLEO TURÍSTICO | |
|--|--|
| Descripción del indicador | Una mayor dependencia de intermediarios en la organización del viaje por los turistas implica una menor persecución económica en el destino. Asimismo determinadas decisiones de estas organizaciones están basadas, como cualquier empresa privada, en el margen de beneficio, y no en el bien del destino. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | $\text{Nº turistas que llegan a través de intermediarios} \times 100$ Total de turistas |
| Fuente de datos o | - Sistema de información. - Encuesta a turistas. |

| | |
|---|---|
| método de recolección de la información | |
| Periodicidad de recolección de datos | Mensual |
| Responsable de proporcionar información | Encargado de sistema de información. Administración de iniciativas turísticas. |

4. INDICADOR DE EFICIENCIA- GASTO PRESUPUESTAL EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

| INDICADOR DE SOSTENIBILIDAD: NIVEL DE EMPLEO TURÍSTICO | |
|---|---|
| Descripción del indicador | Determinar si se está cumpliendo con el gasto destinado para el plan de promoción y publicidad, y si se está invirtiendo adecuadamente. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | $\frac{\text{Presupuesto gastado en promoción y publicidad}}{\text{Presupuesto planeado}} \times 100$ |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Presupuesto de inversión. - Informe de gastos. |
| Periodicidad de recolección de datos | Mensual |
| Responsable de proporcionar la información | Encargado de unidad financiera. |

5. INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD-GASTO MEDIO DIARIO

| INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD: GASTO MEDIO DIARIO | |
|---|--|
| Descripción del indicador | Este indicador mide la cantidad promedio diario de ingresos que se perciben en concepto de turismo. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Ingreso / turista |
| Formula | $\text{Gasto medio diario} = \frac{\text{total diario percibido}}{\text{N}^{\circ} \text{ turistas dtarios percibidos}}$ |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Sistema de información: registro de turistas - Registro de ingresos. |
| Periodicidad de recolección de datos | Diario |
| Responsable de proporcionar la información | Encargado de unidad financiera. |

| | |
|-------------|-------------------------|
| información | Sistema de información. |
|-------------|-------------------------|

6. INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD – TIEMPO DE ESTANCIA MEDIA

| INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD: TIEMPO DE ESTANCIA MEDIA | |
|---|--|
| Descripción del indicador | Este indicador refleja la estancia promedio de los visitantes al lugar para conocer si el tiempo que permanecen es de un día completo medio día o más de un día. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Días / persona |
| Formula | <u>Suma de N° de días de estancia de cada visitante</u> <u>total de visitantes</u> |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Sistema de información turística |
| Periodicidad de recolección de datos | Mensual |
| Responsable de proporcionar la información | Encargado de sistema de información. |

7. INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD- NUMERO DE VISITANTES Y RATIOS DE CRECIMIENTO ANUAL DE VISITANTES.

| INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD: NUMERO DE VISITANTES Y RATIOS DE CRECIMIENTO ANUAL DE VISITANTES. | |
|---|---|
| Descripción del indicador | Indica la cantidad de visitantes que llegan en calidad de turistas a la zona. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | N° de visitantes |
| Formula | <u>Base de datos de turismo.</u> |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Base de datos turísticos. |
| Periodicidad de recolección de datos | Mensual |
| Responsable de proporcionar la información | Encargado de sistema de información. Administración de iniciativas turísticas. |

8. INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD-ÍNDICE DE REPETICIÓN

INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD: NUMERO DE VISITANTES Y RATIOS DE CRECIMIENTO ANUAL DE

| VISITANTES. | |
|---|--|
| Descripción del indicador | Indica la cantidad de veces que una misma persona o familia visita el lugar turístico. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Nº de visitas por persona |
| Formula | $\sum N^{\circ} \text{ de visitas/persona}$ |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Base de datos turísticos. |
| Periodicidad de recolección de datos | Mensual |
| Responsable de proporcionar información | Encargado de sistema de información. Administración de iniciativas turísticas. |

9. INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD-EFICIENCIA EN LA CAPACIDAD DE ATENCIÓN

| INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD: EFICIENCIA EN LA CAPACIDAD DE ATENCIÓN | |
|--|--|
| Descripción del indicador | Este indicador mide la satisfacción percibida en relación a lo que se es capaz de ofrecer. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | Capacidad de atención = $\frac{\text{Clientes satisfechos con la atención}}{\text{Clientes recibidos}} \times 100$ |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Encuesta realizada a cada visitante. |
| Periodicidad de recolección de datos | Mensual |
| Responsable de proporcionar información | Encargado de sistema de información. Administración de iniciativas turísticas. Encargado de control de calidad. |

10. INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD-EFICIENCIA PRESUPUESTAL

| INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD: EFICIENCIA PRESUPUESTAL | |
|---|--|
| Descripción del indicador | De acuerdo al presupuesto asignado a cierto establecimiento, o |

| | |
|---|---|
| | del mismo capital con el que cuenta en un periodo de tiempo, y el uso que le da al mismo. Mide sobre todo la capacidad que se tiene para usar los fondos asignados. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | $\text{Eficiencia presupuesto} = \frac{\text{Fondos utilizados}}{\text{Presupuesto asignado}} \times 100$ |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Presupuesto general para el proyecto manejado por la junta municipal de turismo en SLC. |
| Periodicidad de recolección de datos | Mensual |
| Responsable de proporcionar la información | Encargado de sistema de información. Unidad de financiamiento. |

11. INDICADOR ECONÓMICO - INGRESOS PERCIBIDOS POR TURISMO EN RELACIÓN A OTRAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA ZONA

| INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD: EFICIENCIA PRESUPUESTAL | |
|---|--|
| Descripción del indicador | Este indicador mide el porcentaje de dinero percibido en concepto de turismo, en relación del ingreso que perciben en concepto de las otras actividades que se realizan en el municipio. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | $\% \text{ Ingreso turismo} = \frac{\text{Ingresos percibidos por turismo}}{\text{Ingresos totales percibidos}} \times 100$ |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Ingresos en concepto de turismo. - Ingresos en concepto de otras actividades. |
| Periodicidad de recolección de datos | Trimestral |
| Responsable de proporcionar la información | Encargado de sistema de información. Encargado de unidad de financiamiento. Junta Municipal de Turismo de SLC |

12. INDICADOR OPERATIVO- CONTROL DEL PROCESO DE SEÑALIZACIÓN

INDICADOR DE OPERATIVIDAD-CONTROL DEL PROCESO DE SEÑALIZACION

| | |
|---|--|
| Descripción del indicador | Este indicador medirá el porcentaje de avance en los trabajos de señalización. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Porcentaje (%) |
| Formula | Porcentaje de avance en la obra $\% \text{ at} = 1 - \left(\frac{AP - AR}{AP} \right) \times 100$ |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Programa de señalización turística |
| Periodicidad de recolección de datos | Trimestral |
| Responsable de proporcionar la información | Encargado de promoción y publicidad. |

$$\% \text{ at: } \% \text{ atraso}$$

$$= \frac{\text{Número de actividades planeadas (AP)} - \text{Número de actividades realizadas (AR)}}{\text{Número de actividades planeadas (AP)}}$$

INDICADORES DE SEGUIMIENTO DE LA CAPACITACIÓN

Finalmente se hace necesario efectuar el seguimiento, tanto del programa como a los participantes en las capacitaciones para garantizar el efecto multiplicador de la capacitación y obtener información para efecto de posibles reajustes.

Aunque no es fácil medir con precisión los resultados de la capacitación, la evaluación puede conllevar dos dimensiones, desde el punto de vista de la junta, en cuánto mejoró sus niveles de productividad y rendimiento económico, y desde el punto de vista del trabajador en cuánto posibilitó su eficiencia y sus perspectivas de desarrollo personal.

Específicamente consiste en verificar el cumplimiento de objetivos, comparando el desempeño antes y después de la capacitación, contrastando el rendimiento y productividad de grupos capacitados versus grupos no capacitados.

El control del programa de capacitación está en función al impacto en el trabajo, vale decir, si el personal mejoró de modo significativo su rendimiento, el trato al público, su identificación con la empresa, o cualquier otro indicador que permita cuantificar el cumplimiento de los objetivos del proceso de capacitación, será un éxito.

1. INDICADOR-CUMPLIMIENTO DE CAPACITACIONES

| INDICADOR: CUMPLIMIENTO DE CAPACITACIÓN | |
|---|---|
| Descripción del indicador | Medir la respuesta que tienen las personas en la asistencia a las capacitaciones preparadas para su desarrollo en las |

| | |
|---|--|
| | actividades turísticas de la zona. |
| Tipo de indicador | Cuantitativo |
| Unidad de medida | Horas/persona |
| Formula | <u>Número de horas asistidas por una persona</u> X100 Total de horas del curso. |
| Fuente de datos o método de recolección de la información | - Lista de asistencia de capacitación y horas recibidas |
| Periodicidad de recolección de datos | Lo que dura la capacitación, a definir en su momento. |
| Responsable de proporcionar la información | Encargado de operación y logística. |

RELACIÓN SITUS-INDICADORES

En el Sistema de Información de Turismo Sostenible (SITUS) se estableció que dentro del menú de Circuitos Turísticos, se recabe información sobre los turistas que visitan las iniciativas. El siguiente formato muestra parte de la información que se recabará:

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO DE SLC | |
| NOMBRE DEL SITIO TURISTICO | |
| NOMBRE DEL CIRCUITO TURISTICO | |
| Mes _____ | |
| Llegadas de turistas: | Frecuencia de visitas: |
| JMTSLC # _____ | 1° vez _____ |
| CT # _____ | Otro _____ |
| | N° de turistas: |
| | Niños _____ Adultos _____ |
| | Jóvenes _____ 3° edad _____ |
| Paquete vendido: | Tipo de turista: |
| "A" <input type="checkbox"/> | Nacional # _____ |
| "B" <input type="checkbox"/> | Extranjero # _____ |
| | Cómo se enteró: |
| | Recomendación # _____ |
| | Publicidad # _____ |
| | Otro medio # _____ |
| Servicios que contrato: | Precios: |
| Alojamiento <input type="checkbox"/> | \$ _____ |
| Restaurante <input type="checkbox"/> | \$ _____ |
| Canopy <input type="checkbox"/> | \$ _____ |
| Bicimontaña <input type="checkbox"/> | \$ _____ |
| Senderismo <input type="checkbox"/> | \$ _____ |
| Camping <input type="checkbox"/> | \$ _____ |

Esta información es de suma importancia al momento de realizar los indicadores. Por ejemplo:

Para determinar el indicador de calidad: CLIENTES RECOMENDADOS POR OTROS CLIENTES, que utilizaremos para indicar el incremento en la afluencia turística en base a la promoción "de voz en voz", se utilizará la fórmula siguiente:

$$\frac{\text{N}^\circ \text{ de Clientes que llegaron por recomendación}}{\text{N}^\circ \text{ total de clientes recibidos}} \times 100$$

El número de clientes que llegaron por recomendación se obtiene del total de clientes que según el formulario presentado anteriormente se enteraron de la iniciativa turística por medio de recomendación. Y el número total de clientes recibidos se obtiene de la suma de los clientes que se enteraron por recomendación, publicidad y otro medio.

Con este ejemplo se ilustra la interrelación que existe entre la información recabada por el SITUS y el establecimiento de los indicadores que nos llevarán a tener un mejor control de la calidad del servicio y la operatividad de las iniciativas turísticas.

MÉTODO DE ANÁLISIS

Para analizar los indicadores anteriormente definidos la persona encargada de Control de Calidad podrá tener en su dominio un formato para llevar el control y seguimiento de la información que se levante, dicho formato podrá ser creado para cada indicador existente y con el cual podrá verse de una manera clara y gráfica los resultados obtenidos y poder definir las acciones correctivas del mismo para su mejora.

| JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO DE SLC | | | | |
|--------------------------------------|---|------------|------------------------|-------------------------------------|
| INDICADORES DE _____ | | | | |
| DEFINICION DEL INDICADOR | | | | |
| NOMBRE DEL INDICADOR | TIPO DE INDICADOR | | | |
| Objetivo del indicador: | | | | |
| Unidad de medida: | Definición de variables de la fórmula | | Estructuración: | |
| Fórmula para su Cálculo: | Aspectos metodológicos | | | |
| fuelle de los datos: | Periodicidad/fechas de medición | | | |
| Responsable de generar el indicador: | Responsable del seguimiento del indicador | | | |
| SEGUIMIENTO AL INDICADOR | | | | |
| Fecha | Datos variantes | Resultador | | Acciones de mejoramiento requeridas |

TENDENCIAS DE RESULTADOS

| Frecuencia (año,mes,día) | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| 1 | 140 |
| 2 | 140 |
| 3 | 140 |
| 4 | 140 |
| 5 | 140 |
| 6 | 140 |

4.4. GESTIÓN

INTRODUCCIÓN

Dentro de esta propuesta se incluye la gestión de elementos claves para el desarrollo de las iniciativas, estos son elementos que se deben trabajar para que se pueda llevar a cabo la implantación del proyecto algunos de estos se: mencionan a continuación: Vías de Acceso, Financiamiento y la Seguridad, donde se detalla la coordinación que debe llevarse a cabo entre la Alcaldía del municipio y los respectivos encargados de cada una de las iniciativas propuestas.

Una vez establecidos los elementos y requerimientos necesarios para la prestación del servicio es necesario buscar el capital necesario para la ejecución del proyecto, se debe buscar el financiamiento para estos, así como también las formas para la obtención de apoyo de instituciones, en áreas que mejoren las condiciones actuales.

En cada uno de los programas se establecen las líneas de trabajo, y modelos bajo los cuales se pueden obtener recursos para mejorar las condiciones generales, para la prestación del servicio turístico. Para que la gestión de recursos produzca los frutos esperados es necesaria la adecuada coordinación entre los entes del municipio y los entes e instituciones externas a la zona.

Los principales mecanismos que permiten hacer de la gestión un proceso más eficiente y eficaz, son la comunicación y la negociación. Existen dos tipos generales de negociación:

Proceso Integrador: proceso de negociación en que existen perspectivas para que ganen las dos partes: ganar-ganar.

Proceso Distributivo: una de las partes tiende a buscar el máximo de ganancias y quiere imponer a la otra parte el máximo de pérdidas: ganar-perder o suma cero.

OBJETIVOS

Objetivo General

Identificar las diferentes formas de obtención de los recursos monetarios para la mejora y diversificación de productos turísticos, obtención de apoyo para el mejoramiento de vías de acceso y garantizar la seguridad a los turistas que practiquen actividades dentro del municipio. Una vez se ha hecho la identificación se buscan con este plan también establecer metodologías para la obtención de estos recursos.

Objetivos Específicos

- ✓ Establecer las necesidades de mejoras de vías de acceso, y de mantenimiento para contribuir a un mayor flujo de turistas en el municipio. Diseñar un programa para el mejoramiento de vías de acceso donde se detallen los responsables y posibles fuentes de financiamiento para este programa.
- ✓ Desarrollar una secuencia de pasos para la obtención de recursos financieros a través de las diferentes instituciones que apoyan al sector para la mejora y diversificación de los productos turísticos.

- ✓ Establecer la metodología a seguir para la obtención de apoyo, en el área de seguridad, en cada uno de los circuitos turísticos.

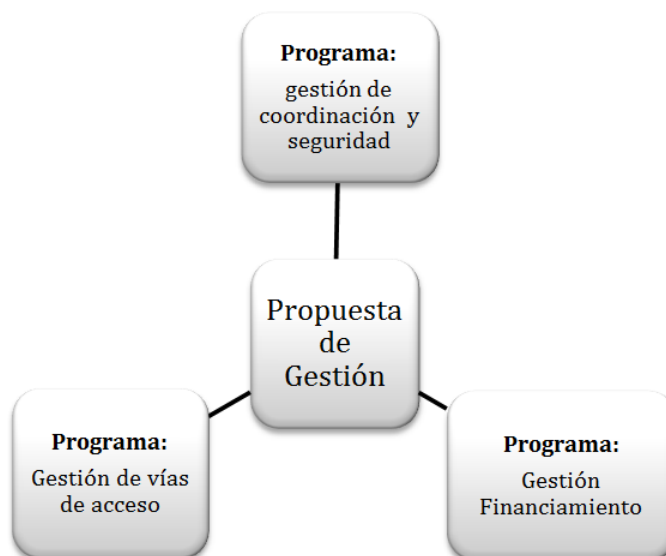
JUSTIFICACIÓN

Las vías de acceso es una de las principales limitantes en el municipio para el desarrollo del turismo, por lo tanto en este plan se lleva a cabo un plan de mejoramiento de vías de acceso, este programa va íntimamente relacionado con el programa de gestión de financiamiento, ya que es necesario la obtención de recursos financieros tanto para la mejora de vías de acceso como para la formación de nuevas iniciativas turísticas que aporten a la diversificación de servicios, así también para el mejoramiento y adecuación de la iniciativas existentes.

En un recorrido turístico es necesario también garantizar la seguridad a los visitantes, ya que es uno de los elementos que las personas toman en cuenta al momento de decidir qué destino visitar; es por ello que este plan establece la metodología para la obtención de este elemento.

COMPONENTES

A continuación se muestran los principales programas:



4.4.1.GESTIÓN DE VÍAS DE ACCESO

En las iniciativas turísticas ubicadas del municipio una de las principales limitantes es el estado de las vías de acceso, es por ellos que es necesario establecer una comunicación continua con las instituciones encargadas de dar mantenimiento a las vías de acceso en cada lugar. Trabajando de forma coordinada con las autoridades municipales se busca llevar a cabo este programa para planificar la mejora de las vías de acceso. Las vías de acceso son la primera imagen que el usuario tiene del destino turístico por lo que debe darle al visitante una facilidad en el movimiento o flujo, generando la menor cantidad de dificultades en el acceso.

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Dentro de este programa se establecen los principales requerimientos de mejoras de las vías de acceso, que afectan al flujo turístico en los circuitos propuestos. Para la elaboración de este programa se establece un inventario de las vías de acceso que se incluyen en los circuitos turísticos propuestos, la situación actual de estas vías, y las principales acciones que se deben llevar a cabo para facilitar el acceso a cada una de las iniciativas; entre estas medidas se incluyen la construcción de nueva infraestructura vial así como también planes de mantenimiento para la infraestructura existente y los entes responsables de cada acceso.

Este programa se complementa con el programa de gestión de financiamiento donde se establecen posibles fuentes para el mejoramiento de vías de acceso.

OBJETIVO DEL PROGRAMA

Establecer las necesidades de mejoras de vías de acceso, y de mantenimiento para contribuir a un mayor flujo de turistas dentro del municipio; donde se detallen los responsables y posibles fuentes de financiamiento para este programa.

ALCANCE DEL PROGRAMA

En este proyecto se diseña el programa de mejoramiento de vías de acceso, donde se incluye solamente la fase de propuesta, y la metodología que se debe seguir para ponerlo en práctica y contribuir al cumplimiento de los objetivos de la junta, y obtener mayores beneficios en el municipio.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Para el análisis de las competencias de instituciones en cuando al mantenimiento y/o construcción de infraestructura vial se hace referencia a La legislación de El Salvador la cual establece que "Las vías terrestres de comunicación y transporte de la República se clasifican en carreteras, caminos vecinales o municipales y calles". Se define que atendiendo a su importancia y características geométricas, las carreteras se subdividen en:

- ✓ Especiales: que son todas aquellas que reúnen características superiores a las primarias.
- ✓ Primarias: las capacitadas para intensidades de tránsito superiores a dos mil vehículos promedio por día, con doce metros de plataforma, siete metros treinta centímetros de rodaje y un mínimo de siete metros noventa centímetros de rodaje en los puentes.
- ✓ Secundarias: las capacitadas para intensidades de tránsito comprendidas entre quinientos y dos mil vehículos promedio por día, con nueve metros cincuenta centímetros de plataforma, seis metros cincuenta centímetros de rodaje y un mínimo de siete metros cuarenta centímetros de rodaje en los puentes.
- ✓ Terciarias: aquellas cuya intensidad de tránsito está comprendida entre cien y quinientos vehículos promedio por día, con seis metros de plataforma, revestimiento de materiales locales selectos y rodaje mínimo de seis metros cincuenta centímetros de rodaje en los puentes.

- ✓ Rurales: con capacidad para una intensidad de tránsito de cien vehículos promedio por día, con cinco metros de plataforma y un mínimo de tres metros de rodaje en los puentes o que sin llenar tales características, dichas carreteras hayan sido construidas por el Gobierno Central.
- ✓ Los caminos vecinales o municipales: aquellos que no estando comprendidos en las descripciones anteriores, comunican villas pueblos, valles, cantones o caseríos entre sí o conectan éstos con cualquier carretera, los cuales en ningún caso podrán tener menos de seis metros cincuenta de ancho.

La Ley de Carreteras y Caminos Vecinales en el Art. 10 establece que El Ministerio de Obras Públicas, por medio de sus oficinas respectivas tendrá a su cargo la planificación, diseño, construcción, mejoramiento, conservación y señalamiento adecuado de las carreteras. Agrega que la construcción, mejoramiento y conservación de los caminos vecinales o municipales corresponde a la Municipalidad de la respectiva jurisdicción.

El MOP tiene competencia sobre la planificación, diseño, construcción, mejoramiento, conservación y señalamiento adecuado de las carreteras, y los municipios sobre la construcción, mejoramiento y conservación de los caminos vecinales o municipales.

INVENTARIO DE VÍAS DE ACCESO

Se establece un inventario de las vías de acceso que se incluyen en los circuitos turísticos propuestos, las cuales son objeto de análisis para su mejoramiento de manera que obtenga un mayor desarrollo en las comunidades aledañas a estas vías.

| CIRCUITO TURÍSTICO | VÍA DE ACCESO | |
|---|---|-----------------|
| CIRCUITOS TURÍSTICOS-RURALES-COMUNITARIOS | Carreteras Principales | |
| | Carretera Longitudinal del Norte | |
| | Carretera Suchitoto | |
| | Calle | Distancia en Km |
| | Calle principal desde San Francisco Iempa Hasta SLC | 7 km |
| | Cantón los Naranjos hasta el Casco Urbano | 4 km |
| | Cantón El Pital hasta el Casco urbano | 5.5 km |
| | Cantón Santa Cruz hasta el Casco Urbano | 2.5 km |
| | Calle principal desde Azacualpa hasta el Casco Urbano | 25 km |
| | Calle principal desde San Miguel de Mercedes | 18 km |

Tabla 157. Inventario de vías de acceso

Una vez obtenido el inventario de vías de acceso se establecen los principales requerimientos de cada vía y según el marco legal de El Salvador se establecen las principales competencias y el financiamiento de las instituciones encargadas a nivel nacional.

RED VIAL: COMPETENCIAS Y FINANCIAMIENTO

| OBJETIVO | COMPETENCIA | CONTENIDO | FINANCIAMIENTO |
|----------------------|---|---|--------------------|
| Infraestructura Vial | Ministerio de Obras Públicas (MOP), Área de | Planificar, controlar y evaluar, ejecutar y conservar la infraestructura vial del país. | Ley de Presupuesto |

| | Obras Públicas | | |
|--|----------------|---|--|
| Carreteras pavimentadas | MOP | Planificación, diseño, construcción, mejoramiento, conservación y señalización. | Ley de Presupuesto |
| Carreteras primarias | MOP | Planificación, diseño, construcción, mejoramiento, conservación y señalización. | Ley de Presupuesto |
| Carreteras secundarias | MOP | Planificación, diseño, construcción, mejoramiento, conservación y señalización. | Ley de Presupuesto |
| Carreteras terciarias | MOP/FOVIAL | MOP/FOVIAL | |
| Carreteras rurales | MOP/FOVIAL | MOP/FOVIAL | |
| Caminos vecinales o municipales | Municipalidad | Construcción, mejoramiento y conservación | Impuestos de Vialidad/Impuestos tasas. |

Cuando el MOP se refiere al mantenimiento de vías, utiliza los términos establecidos en la ley de creación del FOVIAL, planteándose dos tipos de mantenimiento:

Mantenimiento rutinario: se refiere a la reparación localizada de pequeños defectos en la calzada y el pavimento; nivelación de superficies sin pavimentar y hombros; mantenimiento regular del drenaje, taludes laterales, bordes, dispositivos para el control de tránsito y otros elementos accesorios, limpieza de fajas de derecho de vía y el control de la vegetación, aplicándose por su naturaleza una o más veces al año.

Mantenimiento periódico: es el tratamiento y renovación de la superficie, sus períodos de aplicación son mayores de un año. Este mantenimiento no comprende la construcción de vías nuevas, reconstrucción y rehabilitación total o mejoramiento de la capacidad para elevar su nivel de servicio, estas actividades dependen de la superficie a tratar, pavimentada o no pavimentada.

REQUERIMIENTOS DE MEJORAS DE VÍAS DE ACCESO

| VÍA DE ACCESO | ESTADO | REQUERIMIENTO DE MEJORA | INSTITUCION RESPONSABLE |
|---|-------------|-------------------------|-------------------------|
| Carretera Longitudinal del Norte | Pavimentada | Mantenimiento rutinario | MOP |
| Carretera Suchitoto | Pavimentada | Mantenimiento rutinario | MOP |
| Calle principal desde San Francisco Iempa Hasta SLC | Pavimentada | Mantenimiento rutinario | MOP |
| Cantón los Naranjos hasta el Casco Urbano | Cementada | Adecuación/cementado | Municipalidad |
| Cantón El Pital hasta el Casco urbano | Cementada | Adecuación/ cementado | Municipalidad |
| Cantón Santa Cruz | Cementada | Adecuación/ cementado | Municipalidad |

| | | | |
|--|-------------|------------------------|---------------|
| hasta el Casco Urbano | | | |
| Calle principal desde Azacualpa | Pavimentada | Adecuación/pavimentado | Municipalidad |
| Calle principal desde San Miguel de Mercedes | Pavimentada | Adecuación/pavimentado | Municipalidad |

En el siguiente programa se establecen las posibles fuentes de financiamiento a las que tiene acceso la municipalidad para poder llevar a cabo los proyectos de mejoramiento de vías de acceso.

4.4.2. GESTIÓN DE FINANCIAMIENTO

Una vez se hayan identificado los elementos necesarios para llevar a cabo el Plan de Desarrollo Turístico-Rural-Comunitario, es necesario convertir estos datos en datos cuantitativos y establecer cuál es la inversión necesaria para implementarlo. Por lo tanto es importante establecer los lineamientos a seguir para definir la fuente de financiamiento. Se define la gestión del financiamiento como "El proceso de procuración de recursos financieros para el proyecto". La función de la gestión de financiamiento es proporcionar al proyecto el capital necesario su desarrollo y funcionamiento en el momento oportuno y, por lo tanto se debe conocer con anticipación todas las necesidades, lo cual encierra gran importancia ya que los plazos necesarios para la realización de las operaciones de gestión financiera en su mayoría son amplios.

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

En este programa se establecen las principales herramientas para la gestión de recursos financieros, las fuentes de financiamiento y los principales pasos a seguir para poder obtener beneficios de instituciones que apoyen este sector. Este programa incluye metodologías a seguir desde el punto de vista de la municipalidad para proyectos de infraestructura vial, así como también para iniciativas turísticas que quieran mejorar su infraestructura o para la creación de nuevas iniciativas turísticas.

OBJETIVO DEL PROGRAMA

Establecer las líneas de trabajo para obtener recursos monetarios para financiar los proyectos de ampliación, mejora y diversificación de productos turísticos en el municipio de SLC, Además de establecer las principales fuentes de financiamiento y dar a conocer metodología para evaluar las que proporcionen mayor beneficio al proyecto.

ALCANCE DEL PROGRAMA

En este proyecto se diseña el programa de gestión de financiamiento, donde se incluye solamente la fase de propuesta, y la metodología que se debe seguir para ponerlo en práctica y contribuir al cumplimiento de los objetivos de la junta de turismo y obtener mayores beneficios en el municipio.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS

Existen herramientas que facilitan el proceso de gestión de recursos financieros. Una de las herramientas más importantes es la planeación, porque es la base fundamental para emprender cualquier acción que contribuya al logro de los objetivos del proyecto. Otras dos herramientas importantes dentro del proceso de gestión de recursos financieros son el seguimiento, control y evaluación, los cuales facilitan tomar el pulso de la gestión, detectar errores y corregirlos en el camino.

PLANEACIÓN PRESUPUESTARIA

La planeación, además de ser un buen medio de control, minimiza los costos a través de la utilización racional de los recursos, se convierte en una herramienta de comunicación entre los integrantes de la junta de turismo sobre los objetivos y cursos de acción establecidos.

La planeación también reduce la toma de decisiones basadas en especulaciones o improvisaciones. Para hablar de la planificación presupuestaria, es necesario conocer lo que es un plan financiero. Un plan financiero es "la expresión cuantitativa y coherente del conjunto de decisiones adoptadas en el marco del plan, el cual reagrupa las consecuencias financieras de todas las acciones proyectadas para asegurar, no solo el plazo del proyecto, sino también su funcionamiento.

El plan financiero consta de tres elementos: Plan a largo plazo: que cubre un periodo de tres a cinco años aproximadamente y se establece en términos de aplicaciones y recursos, sirve como ámbitos a los presupuestos anuales. Presupuesto de tesorería: es el marco básico de la gestión financiera a corto plazo que descansa sobre un conjunto de previsiones sucesivas y detalladas.

SEGUIMIENTO Y CONTROL

En seguimiento es el proceso sistematizado de recolección, utilización y análisis de información que se lleva a cabo paralelamente a la ejecución de un proyecto para conocer su desarrollo, evitar desviaciones y aplicar las correcciones a fin de que este se realice eficazmente. El seguimiento permite una ejecución eficiente y efectiva con el fin de que los esfuerzos técnicos, financieros y materiales estén disponibles a tiempo y sean utilizados apropiadamente. En el caso de la gestión de recursos financieros, el control se constituye en una herramienta a través de la cual se comprueba si los objetivos planteados en un inicio, son alcanzados conforme a lo planificado, por tal razón, el control debe ser preciso, oportuno, flexible, razonable y debe contemplar una visión correctiva.

EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso integrado y continuo que permite retroalimentar la toma de decisiones, de tal forma que se introduzcan, mantengan o modifiquen las medidas necesarias, así como que se supriman las innecesarias. La evaluación es por excelencia el instrumento que proporciona la información básica para facilitar la toma de decisiones. Permite conocer los errores para enmendarlos y los logros para consolidarlos.

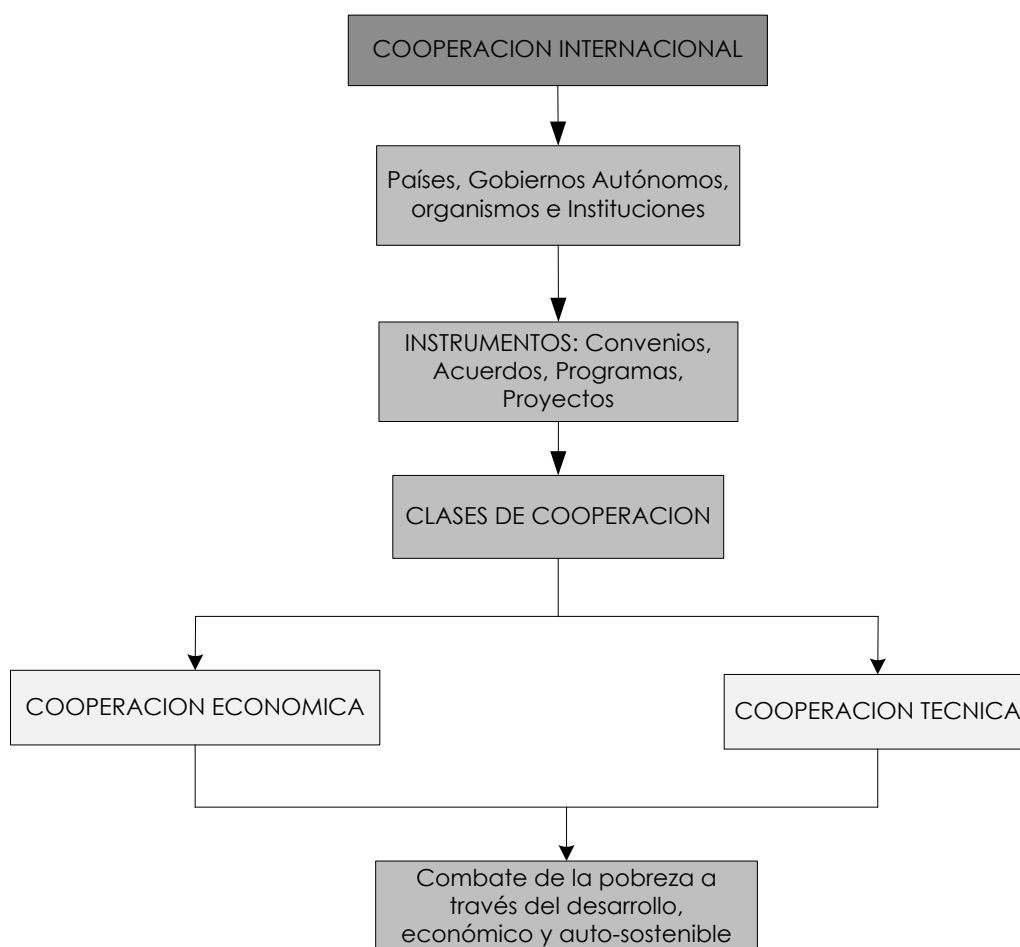
FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para conseguir el financiamiento requerido para el proyecto, es necesario analizar la disponibilidad de fondos propios, la posibilidad de préstamos bancarios y programas de crédito, y la posibilidad de donaciones por parte de organismos de cooperación nacionales y extranjeros. Ninguna fuente de financiamiento es mejor que otras. Cada una tiene sus características propias, sus ventajas y desventajas. Por lo tanto, es importante conocer a fondo estas características para escoger la fuente más adecuada de acuerdo a los elementos del proyecto. El financiamiento se define como la obtención de los fondos que permiten sufragar costos y gastos de una actividad, obra o proyecto. Para una Institución pública estos pueden obtenerse de diferentes formas, las cuales son:

- ✓ Préstamos a través de bancos nacionales o internacionales.
- ✓ procedentes del Estado.
- ✓ Fondos procedentes de organizaciones sin fines de lucro.
- ✓ Fondos procedentes de las empresas privadas.
- ✓ Fondos procedentes de organismos y países Cooperantes.

CLASES DE COOPERACIÓN

La cooperación internacional es la relación que se establece entre dos o más países, regiones u organismos, a fin de conjugar esfuerzos que contribuyan a los objetivos de desarrollo económico y social. En el siguiente esquema se da a conocer el proceso de cooperación internacional, el cual fue elaborado tomando como base aquellos aspectos que son relevantes en dicho proceso.



COOPERACIÓN VERTICAL: en términos generales, es la cooperación que brindan los países desarrollados a los países en vías de desarrollo.

FUENTES POTENCIALES DE FINANCIAMIENTO

Se debe partir de, que la posibilidad de ampliar los recursos financieros de la junta de turismo de SLC y de la iniciativas turísticas del municipio, empieza por el conocimiento de las instituciones potenciales de financiamiento. A continuación se presenta un esquema o mapa de las diferentes fuentes de financiamiento:

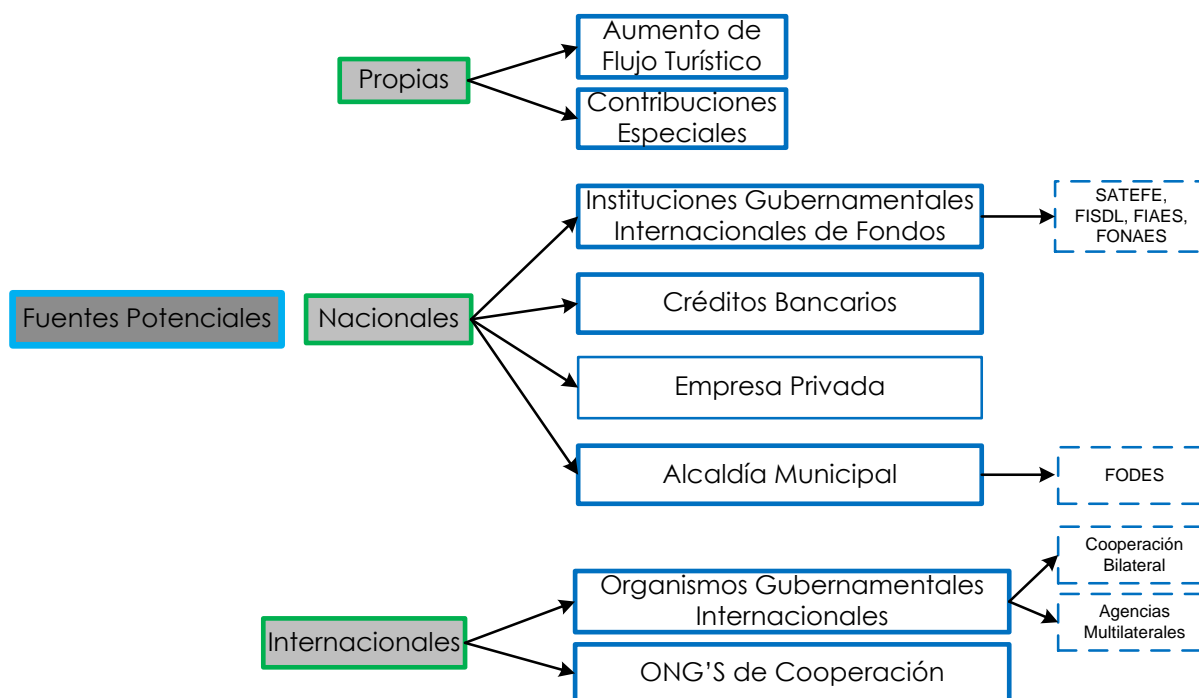


Figura 1: Fuentes potenciales de financiamiento

COOPERACIÓN BILATERAL

La cual proviene de un solo país, se refiere a las fuentes de cooperación establecidas en el marco de convenios celebrados entre el Gobierno de El Salvador y el país en cuestión. Entre estas tenemos:

- ✓ Agencia Internacional para el Desarrollo de Estados Unidos de América (AID), apoya con recursos reembolsables y no reembolsables.
- ✓ Agencia Alemana de Cooperación Técnica (GIZ), aporta donaciones de equipo y asistencia técnica Cooperación Internacional del Japón (JICA), la cual proporciona cooperación técnica.
- ✓ Española de Cooperación Internacional (AECI).

AGENCIAS MULTILATERALES

En este tipo de cooperación la fuente de ayuda proviene de varios países donantes, son agencias que disponen de recursos provenientes de diversas fuentes, disponibles para la financiación de actividades para el desarrollo, ejecutadas por organismos gubernamentales o privados, en diversos países. Dentro de estos organismos están:

- ✓ El Banco Mundial (BM):

Su objetivo es coadyuvar a elevar los niveles de vida de los países en desarrollo mediante el aporte de recursos financieros de los países desarrollados a los sub-desarrollados.

Objetivo es contribuir al progreso económico y social de América Latina y el Caribe. Actualmente el BID es la principal fuente de financiamiento público externo para la mayoría de los países latinoamericanos.

- ✓ Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE):

Proporciona financiamiento por dos vías: a través de Intermediarios como el FISDL, o directamente.

- ✓ La Organización Mundial de Turismo (OMT).

Ayuda a los diversos países que están interesados en desarrollar su industria turística brindando su experiencia y la de otros países exitosos en este sector de la industria, en la formación de recursos humanos, y asistencia técnica en la creación y desarrollo de empresas del sector.

ACTIVIDADES PARA LA OBTENCIÓN DE FINANCIAMIENTO

A continuación se detallan actividades para la obtención de financiamiento, para este caso se han establecido tres fuentes de financiamiento principales, para la municipalidad se establece el FODES, para iniciativas turísticas se establecen préstamos a instituciones financieras y para la junta de turismo también se establece un modelo para la obtención de recursos proveniente de fuentes de financiamiento externas. Estas metodologías se han establecido según las características de las fuentes, aunque durante el proyecto se puedan utilizar otras fuentes.

OBTENCIÓN DE FINANCIAMIENTO A TRAVES DEL FODES

En este apartado se describe los pasos que han de seguir los interesados para obtener los recursos monetarios a través del fondo FODES (Fondo de Desarrollo Económico Social), el cual es utilizado por la Municipalidad para invertir en proyectos de desarrollo local. Este fondo es proporcionado por el Gobierno Central por medio del ISDEM. El FODES es un fondo destinado a la realización de proyectos de beneficio social, por lo que para gestionarlo es necesario sustentar la finalidad de dichos recursos solicitados.

1. Definir la existencia de una necesidad u oportunidad para la mejora de las vías de acceso u otras mejoras de infraestructura de la municipalidad.
2. Formular un plan de negocios basado en la necesidad u oportunidad identificada. Una vez identificada la necesidad u oportunidad se procede a establecer la factibilidad desde diferentes estados como lo es el mercado, la parte técnica y en lo financiero. La profundidad del estudio dependerá del monto de la inversión y de la diversificación que sea necesario realizar. Luego el proyecto es presentado ante el Consejo Municipal para la gestión de los fondos.
3. Formular acuerdo para aceptación de los fondos. Dentro el Consejo Municipal se efectúa un acuerdo para la realización del proyecto, lo que significaría que el proyecto de mejora para las vías de acceso u otro proyecto de infraestructura se pondrá en marcha y que los recursos monetarios ya están designados para ello.

OBTENCIÓN DE RECURSOS A TRAVÉS DE PRESTAMOS A INSTITUCIONES FINANCIERAS

Se describe la secuencia lógica de pasos y restricciones que han de llevarse a cabo para la realización de un préstamo a instituciones financieras para la obtención de recursos monetarios. Este tipo de préstamo se realiza para efectuar inversiones grandes, colocan al FODES como garantía prendaria y depende en gran manera del estado de deuda que la Alcaldía Municipal de posea con el sistema financiero para que sea otorgado, para efectuar la mejora y diversificación de los servicios turísticos en el Municipio.

1. Definir la existencia de una oportunidad para la mejora de la infraestructura. Basándose en esto se formula un proyecto o plan de negocios, que sustente de manera técnica la oportunidad que se posee en este momento.
2. Formular un proyecto basado en la necesidad u oportunidad identificada. Ya identificada la oportunidad se procede a establecer la factibilidad desde diferentes estados.
3. Formular acuerdo para aceptación de los fondos.
4. Dentro del Consejo Municipal se efectúa un acuerdo para la realización del proyecto, se establecen diferentes opciones de instituciones financieras se les hará el préstamo, se estudia las tasas de interés, el periodo de pago y la forma como se encuentran en la categoría del sistema financiero.
5. Se llena la solicitud de préstamo de la institución financiera en la que ha requerido el préstamo.
6. Dentro de la institución financiera seleccionada por el Consejo Municipal en donde se requerirá el préstamo se pide la solicitud y los requisitos que debe de cumplir.
7. Se solicita la certificación de clasificación de deuda al Ministerio de Hacienda.
8. Se pide al Ministerio de Hacienda la certificación de deuda de para la Alcaldía Municipal que lo solicite según este clasificada así es el monto que la institución financiera le puede prestar. La clasificación es establecida a continuación: "A" indica que la municipalidad posee liquidez y puede acceder al monto que esta solicita; "B" indica que posee mediana liquidez y que puede acceder a cierta cantidad del préstamo solicitado (entre 75% al 80%) y "C" indica que la municipalidad se encuentra en deuda por lo que existe poca probabilidad que le aprueben el préstamo o efectúan el préstamo pero con condiciones y un monto menor; ya que la realización de este se compromete el FODES como prenda bancaria.
9. Presentación de documentos a la institución financiera.
10. Se presenta la certificación de clasificación de deuda, la solicitud de préstamo a la institución financiera y el proyecto de diversificación que se desarrollara, además de otros documentos que solicita la unidad financiera; luego esperar la aprobación del préstamo.
11. Elaboración de carpeta técnica. Ya teniendo la aprobación del financiamiento se procede a la elaboración de la carpeta técnica; la que muestra de manera sintetizada los recursos materiales y monetarios (presupuesto de inversión)

necesarios para llevar a cabo el proyecto, esta es efectuada por el departamento técnico de la municipalidad, esta es necesario para la realización de una licitación pública.

12. Desarrollo de una licitación. Basándose en la carpeta técnica se procede a la realización de la licitación pública, para ello se admiten un máximo de 10 y un mínimo de 5 participantes para la realización del proyecto de mejora o diversificación.
13. Desembolsos de los recursos monetarios. Los desembolsos para la realización del proyecto son parciales, generalmente se efectúa en tres fases al inicio del proyecto en un 25% del monto, 35% a medio proyecto y el restante al finalizarlo; se establece de esta manera como un respaldo para el cumplimiento de este.

OBTENCIÓN DE RECURSOS A TRAVÉS DE FUENTE DE FINANCIAMIENTO EXTERNA

Para que LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO DE SLC, opere de una forma eficiente en la búsqueda de financiamiento a través de fuentes externas es necesario el seguimiento de una serie de pasos, lo cual implica que lo realice de una manera ordenada. Por lo anterior, se detallan a continuación las diferentes etapas del proceso a seguir para realizar una labor exitosa en la gestión de estos recursos.

1. El proyecto debe ser parte del plan de trabajo de la institución.

En este plan se han considerado todas las necesidades que tiene la institución y se han priorizado, para identificar y ponerse metas de cuáles de ellas se resolverá en el período de tiempo para el cual se ha planeado y de alguna manera se han identificado ya de donde se obtendrán los fondos para ejecutar cada uno de estos proyectos.

2. Elaboración de un directorio de fuentes de financiamiento.

Cuando se han identificado las necesidades y se han priorizado adecuadamente, se procede a buscar las posibles fuentes de financiamiento y cooperación que pueden brindar ayuda según el tipo de proyecto que se vaya a ejecutar.

3. Análisis De Las Fuentes de Financiamiento.

Después de crear el Directorio de Fuentes de Financiamiento, será necesario identificar dentro de estas las Instituciones que financian proyectos relacionados con el turismo. Posteriormente será necesario analizar, los requisitos exigidos por cada una de ellas, para luego seleccionar la que más se apegue a nuestras necesidades y posibilidades.

4. Planificar el proceso de gestión.

Antes de iniciar los contactos con las instituciones financieras, hay que definir el curso a seguir para evitar fallas y obtener óptimos resultados. No existe una estrategia única ni una receta para definirlo, sin embargo, hay algunos criterios que son de mucha utilidad antes del inicio de los contactos. Estos son:

- ✓ Examinar el verdadero objetivo que se persigue.
- ✓ Saber que se debe hacer.
- ✓ Tener claro para quienes se están trabajando.
- ✓ Conocer quién es el que nos puede brindar financiamiento
- ✓ Definir las acciones a realizar para conseguir los objetivos.

- ✓ Precisar bien las ideas antes de manifestarlas.
 - ✓ Tener seguridad en lo que se está transmitiendo.
 - ✓ Crear una atmósfera de credibilidad al iniciar contactos con las instituciones financiera, para obtener resultados favorables.
 - ✓ Elegir el momento más adecuado.
5. Realizar los contactos.

Luego debe analizarse la forma de llevar a cabo la comunicación, para establecer contactos con las posibles fuentes de financiamiento. Al momento de realizar un contacto se debe hacer uso de registros que se posea de los posibles cooperantes, haciendo uso del medio de comunicación que se considere más adecuado.

6. Elaboración del Perfil del Proyecto.

El Perfil del Proyecto, para el cual se debe realizar un estudio previo que permita identificar qué características o requisitos debe reunir el bien o servicio para satisfacer adecuadamente la necesidad. Uno de los puntos más importantes en la gestión de recursos financieros es la presentación del proyecto ante las instituciones financieras, el cual debe estar técnicamente bien elaborado.

7. Preparación de la documentación requerida por las fuentes de financiamiento.

El siguiente paso para dar seguimiento al proceso de gestión de recursos es el de preparar la documentación requerida por las instituciones financieras. Cualquier institución a la que se presente un proyecto exigirá documentación para evaluar y decidir su aprobación o no. Generalmente estas solicitan: El Proyecto El Presupuesto Los Estados Financieros de la junta de turismo

8. Presentación del Proyecto.

Una vez efectuada la comunicación inicial con el organismo cooperante, y elaborada la documentación del proyecto, se debe solicitar una cita con los encargados de estudiar y analizar las solicitudes de financiamiento para realizar una presentación de las principales necesidades de la junta (puede ser a través del plan de Trabajo Anual), las actividades que la junta realiza y los beneficios que estas traen, así como los objetivos, beneficios, ventajas, riesgos, etc. del proyecto que se quiere ejecutar.

9. Seguimiento de la gestión.

Se le da un tiempo prudencial al donante para que analice las necesidades presentadas, para luego proceder con el seguimiento de la gestión por lo que es necesario que el representante de la junta mantenga un contacto con el cooperante, lo cual implica estar con una comunicación constante.

10. Análisis de las condiciones.

Se debe proceder a efectuar el análisis de las condiciones o exigencias planteadas por el cooperante, el cual se aceptan siempre y cuando estén dentro de los principios de la institución o por el contrario si las exigencias no están dentro de esos principios se debe llegar a un acuerdo dialogando y exponiendo por qué razón se deben cambiar las exigencias para poder recibir la ayuda.

11. Estudio del convenio y dictamen de aprobación.

En este punto, luego de obtener una respuesta positiva y teniendo en cuenta los requisitos se procede a estudiar las partes que componen el convenio a discutir, es decir se debe analizar el objeto del convenio, la naturaleza, las consideraciones generales, así también, las condiciones o cláusulas que este contenga como: la vigencia, el seguimiento que se dará al mismo, el tipo de informes a presentar, la periodicidad, el plan de desembolsos, etc. permitiendo de esta manera contribuir al aprovechamiento de la cooperación pero sin descuidar términos legales que puedan atentar en contra de las leyes de El Salvador.

12. Firma del convenio correspondiente.

Una vez discutidos todos los puntos de las condiciones planteadas se proceden a firmar el convenio, el cual debe contener el nombre de ambas partes, las consideraciones, así como las cláusulas correspondientes, dentro de ellas se especifican los objetivos, las aportaciones, las responsabilidades y los compromisos de la junta, así como del cooperante, y la última cláusula de aceptación y las firmas correspondientes.

13. Evaluación de la aprobación o rechazo (evaluación post negociación).

La evaluación después de dar por terminada la etapa de negociación ayudará a determinar los motivos de la aprobación o del rechazo del financiamiento solicitado, y constituirá una información valiosa para negociaciones futuras. Se debe examinar las ventajas y desventajas de la metodología utilizada por la Institución financiera y archivarlas como referencias para una posterior negociación

OBTENCIÓN DE APOYO A TRAVES DE LÍNEA DE FINANCIAMIENTO PARA SECTOR TURISMO DE LA CÁMARA DE COMERCIO

Potenciar al turismo como uno de los motores del desarrollo sostenible para disminuir la pobreza es la meta principal del XIX Congreso Interamericano de Turismo, que se celebró en nuestro país del 29 al 30 de septiembre de 2012.

El Ministro Duarte se refirió a cuatro subtemas que figuran dentro del tema principal del Congreso ya mencionado: alianzas público-privadas para fomentar especialmente la inversión y el desarrollo; el turismo cultural y patrimonial; la responsabilidad social empresarial; y el turismo sostenible de calidad.

El representante salvadoreño aseguró que se trabajará en una propuesta de declaración del Congreso para someterla a aprobación en marzo en el marco de la OEA, un

organismo que, afirmó, "desempeña un rol fundamental en las Américas, entiende la relevancia que tiene la industria turística para el desarrollo de muchos de sus Estados Miembros y percibe el turismo como un indicador significativo de las características democráticas de un país".

La Cámara de Comercio e Industria con el apoyo del Banco Hipotecario lanzó una nueva línea de crédito a la que se asignarán 15 millones de dólares al sector turismo.

Los fondos serán distribuidos entre las pequeñas y medianas empresas (PYMES) para que tengan la oportunidad de contar con financiamientos que les permita desarrollar y mejorar sus fuentes de trabajo.

El auge en el área turística y la gran importancia que ha adquirido este sector es lo que ha llevado al Banco Hipotecario a impulsar líneas de crédito que ningún otro banco en el país ofrece. Entre los requisitos que se solicitan por parte de los interesados es que tengan un ingreso de 100 mil dólares al año.

El Banco Multisectorial de Inversiones (BMI) y el Banco Hipotecario dieron a conocer recientemente sus nuevas especiales de financiamiento para las pymes del sector turismo, que buscan impulsar la inversión privada en hoteles, restaurantes, operadores de viaje otras actividades relacionadas con el turismo interno y externo.

La línea de crédito está disponible en las 24 agencias del BFA⁷⁵ en toda la República, y la misma servirá para nuevas inversiones, ampliaciones y compra de maquinaria y equipo.

El financiamiento se otorga en línea rotativa hasta para dos años, en la modalidad decreciente a cuatro años, con fondos propios hasta un plazo de cinco y con fondos del Banco Multisectorial de Inversiones (BMI), hasta diez años plazo.

El convenio también conlleva la capacitación del personal del BFA para que atiendan de manera especial a las Mipymes turísticas que soliciten el financiamiento que tanto necesitan, dado que la banca comercial tradicional no les atiende en sus necesidades de crédito productivo.

La tasa de interés depende de los destinos y plazas del crédito. A un año de plazo, los intereses serán del 6%. Para el área de capital de trabajo, la tasa es del 7% en un plazo de cuatro años. En el 8% aplica el mobiliario de equipo, con ocho años de plazo, y adquisición, remodelación y construcción de inmuebles, con 12 años.

A iniciativas que decidan optar por un crédito con un institución se recomienda a aplicar a los créditos para sector turismo del BFA, al cual se apoya a iniciativas con aspiraciones de crecer y prestar u mejor servicio; otras instituciones financieras por ejemplo el Banco Agrícola establece que para poder aplicar a créditos de este sector, empresa debe presentar las siguientes características:

- ✓ Ventas anuales: desde \$1, 000,000.00 hasta \$5, 000,000.00
- ✓ Número de empleados: de 50 a 199 empleados

⁷⁵ Banco de Fomento Agropecuario

- ✓ Y presentar Garantías como:
- ✓ Hipotecarias
- ✓ Prendarias
- ✓ Fiduciaria

Programas de Garantía Complementaria: Programas de Garantías para Pequeños Empresarios (PROGAPE) Sociedad de Garantías SGR, S.A. de C.V. (SGR) Programa Especial de Garantías para la Industria y Agroindustria (PROGAIN)

INSTITUCIONES DE APOYO

La inversión necesaria para los proyectos de mejoramiento de iniciativas turísticas se recibirá en forma de donación de parte de la ONGD TREBALL SOLIDARI, por lo que no se incurrirá en costos de financiamiento.

TREBALL SOLIDARI establece que para otorgar el donativo es indispensable que el proyecto sea sostenible esto mediante:

- Viabilidad económica
- Viabilidad ambiental
- Viabilidad técnica
- Viabilidad desde la perspectiva de mercado entre otras.

El paso fundamental para la obtención de apoyo económico, es la presentación de los beneficios del proyecto ante la junta de turismo, y demostrar que los objetivos de este Plan de Desarrollo turístico se han establecido en función de aportar a los objetivos del Plan de Desarrollo de la junta municipal de turismo así como también se enlaza con los planes de cada cantón.

La misión de estas instituciones es buscar la sostenibilidad en la mejora de la calidad de vida de los habitantes del municipio asociados, mediante la prestación de servicios de calidad, la gestión nacional e internacional de recursos financieros y técnicos y el fortalecimiento de los recursos naturales, culturales y sociales, en una forma organizada y sistemática.

Para obtener el financiamiento es necesario demostrar:

- Los beneficios y el impacto socio-económico en la zona donde se desarrolla el proyecto.
- Apoyo de gobiernos municipales y que el proyecto sea enfocado hacia el desarrollo local.

Exista participación de todos los entes de la comunidad en la toma de decisión.

4.4.3.GESTIÓN Y COORDINACIÓN DE SEGURIDAD

La seguridad es sin duda uno de los elementos fundamentales que las personas valoran al momento de elegir un destino turístico, por lo tanto es necesaria una eficiente

coordinación entre La Junta Municipal de Turismo y la Policía de Turismo la cual es la encargada de dar apoyo en el sector. Esta coordinación se puede llevar a cabo de la siguiente forma: Estableciendo una programación de los requerimientos de apoyo por parte de la POLITUR, y presentar esta programación y solicitar apoyo con agentes.

Descripción del Programa

Esta institución tiene como objetivo brindar asistencia y seguridad a los turistas. La POLITUR es desplegada principalmente durante las temporadas altas, aunque los sitios turísticos estatales cuentan en permanencia con el apoyo de miembros destacados de las delegaciones. La POLITUR puede recibir el apoyo de la PNC y del Ejército Nacional en su labor.

Actualmente, cuenta con 311 agentes, pero las proyecciones son de llegar a 700. Se ha iniciado su capacitación, por parte de MITUR, en cultura turística, historia, atención al turista e idioma inglés. Dentro de los municipios aledaños a SLC, el puesto de POLITUR más cercano es en Azacualpa donde se cuenta con una oficina de la POLITUR

Objetivo del Programa

Establecer los procedimientos a seguir para la solicitud de apoyo y la coordinación entre la junta de turismo y la POLITUR para prestar el servicio de seguridad a los visitantes durante su estadía en el municipio de San Luis del Carmen.

Alcance del Programa

En este proyecto se diseña el programa de gestión de seguridad, donde se incluye solamente la fase de propuesta, y la metodología que se debe seguir para ponerlo en práctica y contribuir al cumplimiento de los objetivos de la junta de turismo, y obtener mayores beneficios para el municipio.

Desarrollo de la Propuesta

POLITUR (UNIDAD DE TURISMO DE LA POLICÍA NACIONAL CIVIL)

Esta institución tiene como objetivo brindar asistencia y seguridad a los turistas. La POLITUR es desplegada principalmente durante las temporadas altas, aunque los sitios turísticos estatales cuentan en permanencia con el apoyo de miembros destacados de las delegaciones. La POLITUR puede recibir el apoyo de la PNC y del Ejército Nacional en su labor.

Actualmente, cuenta con 311 agentes, pero las proyecciones son de llegar a 700. Se ha iniciado su capacitación, por parte de MITUR, en cultura turística, historia, atención al turista e idioma inglés. Dentro de los municipios aledaños a SLC, el puesto de POLITUR más cercano sería en Azacualpa donde se cuenta con una oficina de la POLITUR

Ofrece servicios de:

- Escoltas a turistas.
- Asistencia a guías turísticos locales.
- Inducción turística en centros educativos.
- Capacitación en seguridad turística.

- Seguridad en eventos turísticos nacionales.
- Seguridad en circuitos turísticos.

Además POLITUR también cuenta con equipo logístico para brindar un servicio de calidad como:

- Motos acuáticas.
- Cuadrimotos.
- Lanchas de navegación.
- Equipo rapel y montañismo
- Equipo de motociclismo y ciclismo.
- Equipo de buceo.
- Equipo automotor con piñón de montaña.
- Equipo para acampar.

PROCEDIMIENTO PARA LA COORDINACIÓN DE SEGURIDAD

1. El encargado del área de operaciones y logística de la junta debe establecer los requerimientos mensuales de agentes de la POLITUR, se establece que será necesario un agente por circuito. Estos requerimientos se establecen en base a la planificación de la prestación de servicio mensual, tomando en cuenta los aspectos de estacionalidad.

2. Se elabora la solicitud al Departamento de Operaciones Zonas Turísticas, solicitando apoyo según los requerimientos de la junta. La solicitud deber ir de parte de LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO.

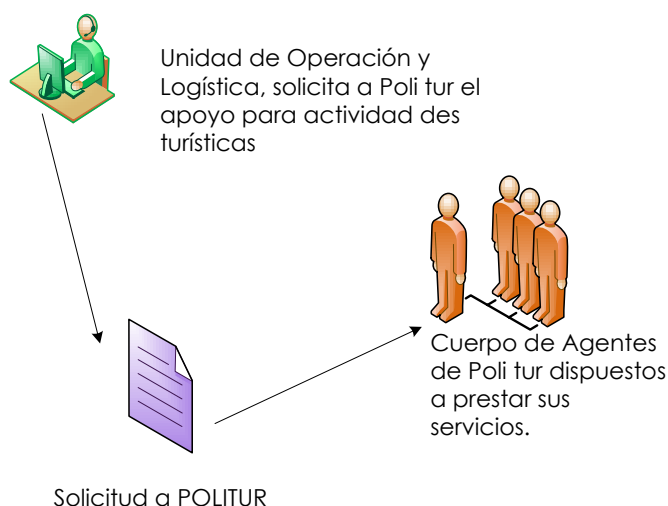
3. Se coordina el transporte para recoger al agente asignado para el viaje, la alimentación y alojamiento del agente durante esté en servicio de la junta serán absorbidos por LA JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO.

4. Si es necesario solicitar y anexar a la nota la necesidad de equipo extra. Los agentes de POLITUR cuentan con equipos completos para acompañar en todos tipo de viaje turístico ya sea para montaña (rappel, equipo de rescate vertical), de tipo acuático (motos acuáticas y buceo), entre otras.

5. Se gestiona con MITUR el acompañamiento de un agente en cada uno de los recorridos realizados según sea el circuito, previamente la gestión es realizada por la persona encargada de la unidad de operación y logística perteneciente a la Junta Municipal de turismo.

6. Debido a la calendarización previa establecida con las actividades a realizarse en la cual se necesite el apoyo de los agentes de POLITUR, la gestión de los mismos se realizara con anticipación a dichas actividades, de esta forma se asegura que las actividades turísticas a realizarse dentro del municipio siempre estén cubiertas por los agentes de POLITUR.

A continuación se presenta un esquema del aseguramiento de la gestión en materia de seguridad que se propone implementar dentro del plan de desarrollo turístico.



4.4.4. GESTIÓN DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO

La realización del Formación y Capacitación del Recurso Humano, se llevará a cabo con el fin de que cada uno de los que formarán parte del proyecto, adquieran los conocimientos necesarios para llevar a cabo la propuesta de turismo. Y lo que se requiere para ofrecer este servicio, comenzando desde la parte administrativa hasta como brindar un buen servicio en la parte operativa.

Para poder determinar qué tipo de formación y capacitación se deberá impartir se considerará la siguiente información:

Teniendo identificado el recurso humano que formará parte de la organización de la JMT-SLC, comités y de los que se necesitarán para ofrecer el servicio turístico, se gestionara con instituciones que brindan capacitaciones así como con el apoyo de entes sin fines de lucro dedicado a esto para que desarrollen temas de interés que ayuden a las personas interesadas a mejorar su capacidad en el área que se necesita, para lo cual se determinara que temas son necesario desarrollar, la metodología, y los recursos para ello.

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

La capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

¿Cuál es la necesidad de la formación y capacitación del RRHH?

Se requiere que las personas de la asociación se les dé una formación tanto en el ámbito empresarial para poder manejar la administración y la gestión del proyecto así como conocimientos técnicos que les ayude a desarrollarse y mejorar sus actividades actuales, como el desarrollo de nuevas iniciativas emprendidas en turismo.

ESTRATEGIAS

Algunas ideas para aumentar el nivel de innovación en empresas de turismo rural son:

- Conocer otras experiencias tanto locales y regionales como de carácter nacional e internacional, tener una participación en actividades de capacitación, en encuentros, foros y toda clase de reuniones.
- Buscar apoyo con organizaciones del exterior para que brinden algunas capacitaciones de desarrollo en el tema de turismo rural y otras que sean de formación para la comunidad que está participando en el proyecto.

MODALIDADES DE CAPACITACIONES

- Las capacitaciones podrán ser impartidas a través de cursos, seminarios o jornadas prácticas y teóricas.
- En el caso de emprendedurismos y en el desarrollo de actividades agropecuarias y agroindustriales es muy importante que se puedan realizar prácticas y clases en sitios de trabajo en la zona.
Es muy importante tener el conocimiento que otras experiencias puedan ofrecer y poder poner en práctica el intercambio de experiencias.

MOTIVACIONES Y BARRERAS EN LA PARTICIPACIÓN DE LAS CAPACITACIONES.

- Problemas de horario y extensión de las jornadas de formación,
- Problemas de acceso al sitio de realización de los cursos
- Exceso de trabajo y consiguiente falta de tiempo para asistir a los cursos
- Falta de cultura empresarial
- Falta de interés del personal, etc.

QUE TIPO DE CAPACITACIONES DEBEN IMPARTIRSE

- Capacitaciones para conocer las especificaciones técnicas y operativas de cada puesto que se requerirá.
- Capacitaciones sobre administración, gestoría y contabilidad.
- Capacitaciones para la preparación y manejo higiénico de alimentos.
- Calidad en los servicios turísticos.
- Cursos de primeros auxilios y rescate según las actividades que se realicen.
- Cursos de educación ambiental que permitirán valorar aún más los recursos y cómo conservarlos, preservarlos y en su caso recuperarlos.
- Capacitación para formar guías especializados.

- Instrucción de los productores agropecuarios, artesanos y otros que quieran participar con sus actividades en el servicio turístico, así como a personas que quieran tener un emprendedurismo en alguna actividad.
- Capacitaciones al personal que se encargara del mantenimiento de áreas que lo necesitan.

TIPO DE CAPACITACIONES BRINDADAS EN EL PAÍS

- Seguridad turística
- Como brindar un servicio de calidad a los clientes y turistas
- Gastronomía
- Cocina básica profesional.
- Trabajo en equipo.
- La asociatividad como estrategia para el desarrollo turístico de los municipios
- Elaboración de paquetes turísticos.
- Inventario turístico, entre otras

SERVICIOS DE CAPACITACIÓN OFRECIDOS POR LAS INSTITUCIONES ESPECIALIZADAS

Las instituciones que ofrecen los servicios de capacitación

- El grupo de personas atendidas para una capacitación varía entre 15 y 20 dependiendo del tema a desarrollar, y de acuerdo a las diferentes necesidades identificadas en el Comité.
- El requisito que se debe cumplir es que las empresas estén interesadas en recibir este tipo de asistencia, luego que los temas se estén impartiendo en las instituciones a quienes se les solicite el servicio.
- Los horarios para las capacitaciones varían desde 8 hasta 24 horas
- Las jornadas para impartir una capacitación son de 4 horas como mínimo.

CÓMO OBTENER LOS SERVICIOS DE CAPACITACIÓN

- Se realiza un pequeño diagnóstico que permita conocer las necesidades de las personas para brindar el servicio turístico. Identificar las necesidades sobresalientes y comunes entre ellos.
- Dar a conocer las temáticas identificadas de acuerdo a las necesidades del Comité y aceptar sugerencias de las empresas capacitadoras.
- Obteniendo el listado de temas para las capacitaciones, se busca apoyo económico o subsidios para minimizar los costos.
- Al gestionar la empresa que impartirá las diferentes capacitaciones se deberá realizar una programación sobre temas, horarios cantidad de personas, lugar y duración de la capacitación, etc.

- Si después de la capacitación se necesita algún tipo de retroalimentación o ayuda con otras temáticas se mantiene en contacto con la empresa prestadora del servicio.

LUGARES DONDE SE IMPARTIRÁN LAS CAPACITACIONES

Para identificar el lugar donde se impartirán las capacitaciones se deberá tener en cuenta el número de personas a las que se les dará la capacitación, es decir si es un grupo relativamente grande (25 personas o más) se deberá adecuar la casa comunal del casco urbano o de los otros cantones. En caso de que el número de personas sea menores (5 personas), se deberá gestionar en la empresa capacitadora el lugar adecuado para impartirla y el Comité deberá enviar a las personas seleccionadas a recibir la capacitación en el lugar donde se llevará a cabo.

MANEJO DE CAPACITACIONES ATRAVES DE LA JMT-SLC.

Para que la junta desarrolle programas de capacitación para todas aquellas personas que participarán en el desarrollo turístico de la zona y que necesitan ser orientados de cómo se debe de administrar y conocer sobre la industria turística, es necesario que se realice una programación planificada que debe incluir lo siguiente:

- Enfocarse en cuáles son las necesidades de la comunidad, e identificar las áreas más deficientes.
- Estar claros de cuáles son los objetivos de la capacitación, según las necesidades percibidas.
- Realizar módulos de capacitaciones de acuerdo al número de personas y a las áreas en que se desempeñarán.
- Seleccionar una metodología para impartir las capacitaciones, considerando la tecnología y recursos necesarios para la realización, como tipo de instructor, recursos audiovisuales, maquinas, equipos o herramientas necesarias, materiales, manuales, etc.
- Identificar a la población que será capacitada, considerando los siguientes puntos:
 - ▀ Áreas en las se desempeñarán
 - ▀ Disponibilidad de tiempo
- Identificar el establecimiento donde se llevarán a cabo las capacitaciones, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente en los lugares donde se impartirán las capacitaciones.
- Contratación de Instructores.

Teniendo definido y gestionado lo anterior no queda más que dar a conocer a través de la programación las fechas en las que se impartirán las capacitaciones, los horarios y las personas que se capacitarán.

PROPUESTA INICIAL PARA CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO.

A continuación se detallan los cargos que necesitan en primera instancia de capacitaciones para desempeñarse lo mejor posible en sus áreas correspondientes:

| REQUERIMIENTOS DE CAPACITACION | |
|--------------------------------|--|
| 1 | Presidente de la junta municipal de turismo |
| 2 | Vicepresidente de junta directiva |
| 3 | Tesorero de junta directiva |
| 4 | Secretario de junta directiva |
| 5 | Personal de comités |
| 6 | Personas que brindaran servicios en actividades de agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, gastronomía |
| 7 | Guías turísticos |
| 8 | Restauranteros |
| 9 | Encargados de alojamiento |

En el siguiente cuadro se detallan las diferentes áreas en las que se necesita capacitar, así como también una distribución del recurso humano identificado en el cuadro anterior y el número de personas⁷⁶ que se encuentran en cada una de las áreas, teniendo en cuenta el perfil de las personas que participarán en las capacitaciones y el responsable de que todo esto se lleve a cabo.

| RUBRO | QUIENES | PERFIL | RESPONSABLE DE LA COORDINACIÓN |
|------------------------|---|---|--------------------------------|
| Área de Administración | <ul style="list-style-type: none"> • Restauranteros. • Personal de unidad administrativa • Personal de servicio de alojamiento • Presidente y vicepresidente de junta municipal | La personas que participen en este proyecto turístico, es importante que tengan la voluntad y el entusiasmo de querer trabajar para ello, así como mantener esa participación activa. | JMT-SLC |
| Alimentación | <ul style="list-style-type: none"> • Restauranteros. | | |
| Calidad y BPT | <ul style="list-style-type: none"> • Restauranteros. • Gerente general. | | |

⁷⁶ Estas cantidades de recurso humano han sido identificados en los requerimientos de recurso humano del Componente II: Diseño del producto Turístico

| | | | |
|--------------------|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Encargados de comites • Personas de alojamiento | <p>Y es importante desarrollar o tener algunas de estas habilidades:</p> | |
| Relaciones humanas | <ul style="list-style-type: none"> • Guías turísticos. • Restauranteros. • Encargados de comites • Personal de unidades. • Personas de alojamiento. • Gerente general. • Junta directiva. | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para trabajar en equipo. • Capacidad de organización. • Creatividad. • Imaginación. • Disposición de servicio. • Capacidad para tomar decisiones. • Ser un líder participativo | |
| Turismo | <ul style="list-style-type: none"> • Guías turísticos. • Restauranteros • Encargados de comites • Personal que brindara actividades directas de agroturismo, ecoturismo, Turismo de aventura. • Personas de alojamiento • Junta municipal • | <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades para trabajar y dirigir equipos humanos. • Iniciativa. • Emprendedurismo. • Debe conocer de las actividades de la zona, así como de la zona en general. | |

Tabla 158. Plan de requerimiento de capacitación para personal de JMT, comites y personas que prestaran servicios de restaurantes y alojamiento

TEMAS DE CAPACITACIÓN

En la siguiente tabla se propone un listado sobre temáticas de capacitación enfocadas a cada una de las diferentes áreas en las que es necesario que el recurso humano seleccionado adquiera conocimientos.

| TEMAS DE CAPACITACIÓN |
|--------------------------------|
| ÁREA DE ADMINISTRACIÓN. |

- Administración y supervisión de personal.
- Planificación aplicada al turismo.
- entrevista y contratación de personal.
- Administración de la capacitación
- **Elaboración del Plan de Capacitación**

ALIMENTACIÓN

- Administración de restaurantes.
- Cocina nacional e internacional.
- Higiene alimenticia.
- ISO 9001 en el sector alimenticio.
- Manipulación de alimentos.
- Manipulación y almacenamiento de alimentos.
- Normas de alimentos BMP HACCP.
- Sanitación y manipulación higiénica de alimentos.
- Seguridad alimentaria.
- Seguridad higiene control y la calidad de alimentos y bebidas

CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS.

- Buenas Prácticas de Turismo Sostenible.
- Sistema de Gestión y desarrollo de la Calidad Turística local.
- Desarrollo de actividades deportivas de forma segura
- Elementos y equipos de seguridad en el desarrollo de actividades turísticas.
- Calidad en la prestación de servicios turísticos.

RELACIONES HUMANAS.

- Atención al turista.
- Motivación y trabajo en equipo.
- Liderazgo
- Calidad de Atención al Servicio.
- Como Lograr clientes fieles
- Calidad de Atención y Servicio para clientes internos.
- Identificación y Solución de Conflictos Laborales
- Manejo de grupos.

TURISMO.

- Cómo participar en ferias turísticas.
- Como Promocionar Turismo.
- Desarrollo de Productos Turísticos.
- Elaboración de paquetes turísticos.
- Desarrollo y Fortalecimiento de Empresas Turísticas.
- El Turismo en Relación con el medio Ambiente.

- Guía Turística y Avanzada.
- Guía Turística Básica.
- Desarrollo de Información Turística.
- Mantenimiento Hotelero.
- Señalización en Hoteles y Restaurantes.
- Técnicas de Alojamiento.
- Turismo Rural y Vivencial
- Especialización en los recursos de su territorio.
- Técnicas de interpretación.

TEMAS DE CAPACITACIÓN

En la siguiente tabla se propone un listado sobre temáticas de capacitación enfocadas a cada una de las diferentes áreas en las que es necesario que el recurso humano seleccionado adquiriera conocimientos.

| TEMAS DE CAPACITACIÓN |
|--|
| <p>ÁREA DE ADMINISTRACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración y supervisión de personal. • Planificación aplicada al turismo. • entrevista y contratación de personal. • Administración de la capacitación • Elaboración del Plan de Capacitación |
| <p>ALIMENTACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de restaurantes. • Cocina nacional e internacional. • Higiene alimenticia. • ISO 9001 en el sector alimenticio. • Manipulación de alimentos. • Manipulación y almacenamiento de alimentos. • Normas de alimentos BMP HACCP. • Sanitación y manipulación higiénica de alimentos. • Seguridad alimentaria. • Seguridad higiene control y la calidad de alimentos y bebidas |
| <p>CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buenas Prácticas de Turismo Sostenible. • Sistema de Gestión y desarrollo de la Calidad Turística local. • Desarrollo de actividades deportivas de forma segura • Elementos y equipos de seguridad en el desarrollo de |

| |
|---|
| <p>actividades turísticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad en la prestación de servicios turísticos. |
| <p>RELACIONES HUMANAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención al turista. • Motivación y trabajo en equipo. • Liderazgo • Calidad de Atención al Servicio. • Como Lograr clientes fieles • Calidad de Atención y Servicio para clientes internos. • Identificación y Solución de Conflictos Laborales • Manejo de grupos. |
| <p>TURISMO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cómo participar en ferias turísticas. • Como Promocionar Turismo. • Desarrollo de Productos Turísticos. • Elaboración de paquetes turísticos. • Desarrollo y Fortalecimiento de Empresas Turísticas. • El Turismo en Relación con el medio Ambiente. • Guía Turística y Avanzada. • Guía Turística Básica. • Desarrollo de Información Turística. • Mantenimiento Hotelero. • Señalización en Hoteles y Restaurantes. • Técnicas de Alojamiento. • Turismo Rural y Vivencial • Especialización en los recursos de su territorio. • Técnicas de interpretación. |

A continuación se describen los diferentes recursos que se necesitarán para llevar a cabo las diferentes capacitaciones, los posibles lugares en los que se pueden impartir y las diferentes organizaciones que pueden brindar el servicio:

| RECURSOS | LUGAR | QUIENES DARAN LAS CAPACITACIONES |
|--|--|---|
| <p><u>Tiempo de duración de las capacitaciones:</u> puede variar de 4 a 8 horas diarias, y la cantidad de días durará dependiendo de la amplitud de la temática que se impartirá</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ Instalaciones del comité turístico. ■ Si son prácticas también podría realizarse en | <p>Opción 1: hacer contacto con profesionales en el ámbito turístico y empresarial del país.</p> <p>Opción 2: solicitar los servicios de capacitaciones brindadas</p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p><u>Recursos didáctico visuales:</u> pizarrón, proyección, equipo de trabajo: libros, libretas, lapiceros. material de apoyo general.</p> <p><u>Recurso humano:</u> instructores, y personal coordinador</p> | <p>campo abierto.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Instalaciones de la casa comunal de los cantones o del casco urbano ■ Instalaciones de las instituciones que brinden el servicio de capacitación. | <p>por las instituciones que se dedican a esto.</p> <p>Opción 3: buscar entidades no gubernamentales de cooperación extranjera que pueda ayudar y brindar apoyo económico para poder recibir capacitaciones en el extranjero en países como costa rica y españa en donde ya se cuenta con experiencia sobre el desarrollo turístico rural</p> |
|--|--|--|

REQUERIMIENTOS DE RECURSOS DIDACTICOS

A continuación se presentan algunos de los requerimientos físicos que se necesitarán para poder impartir las diferentes capacitaciones:

| RECURSOS FISICOS | CANTIDAD | TIPO |
|----------------------------|---------------------|---|
| Pizarra blanca | 1 |  |
| Computadora | 1 |  |
| Retroproyector | 1 |  |
| Plumones de pizarra | 2 |  |
| Borrador | 1 |  |
| Caja de lapiceros | 9 |  |
| Papelería | 1 caja de 10 resmas |  |

INFORMACIÓN NECESARIA PARA EL MOMENTO DE PREPARAR LA CAPACITACIÓN

De los participantes:

- Área ocupacional a la que pertenecen
- Actividades que desempeñan
- Edad
- Escolaridad
- Horario de trabajo, o jornada ocupada.

De la capacitación:

- Nombre del curso, taller, ó, seminario, etc.
- Nombre del instructor
- Objetivos
- Fecha de realización
- Horario

Del ambiente:

- Selección de aula local de las instalaciones
- Condiciones materiales e higiénicas
- Visibilidad, acústica, ventilación.etc.
- Servicios complementarios: cafetería, materiales, servicios, etc.

ACTUALIZACION DE CONOCIMIENTOS

Es de recordar que las capacitaciones deben darse cada cierto periodo DE tiempo ya que el personal debe irse actualizando según las necesidades que surjan en el transcurso del desarrollo turístico y para ello se debe llevar un registro de las personas que han recibido capacitación, el tipo de capacitación que han recibido para poder dar seguimiento a las mismas, quienes son las personas que se están integrando y que necesitan ser capacitadas, y el rendimiento que están dando las capacitaciones a través de lo que refleja el rendimiento de las mismas en el trabajo diario que se realiza.

A continuación se presenta un formato para llevar un control de las personas que han recibido capacitaciones y las que aún no:

| N° DE PERSONAS CAPACITADAS | RUBROS A LOS QUE PERTENECEN | TIPO DE CAPACITACIÓN BRINDADA | PERSONAS QUE NO HAN RECIBIDO CAPACITACIÓN |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Es muy importante tener en cuenta que se deberá llevar un control sobre las capacitaciones impartidas, los resultados positivos o negativos que se han obtenido con la aplicación de conocimientos adquiridos por las personas capacitadas, dependiendo de esos resultados se definirá una programación para las próximas capacitaciones, los temas a impartir, el número de personas que se someterán y el personal responsable que estará a cargo de que la programación se cumpla que será el encargado de la unidad administrativa.

para esto se necesita de un formato que ayude a recopilar los resultados, a programar fechas, describir el tipo de capacitación de acuerdo a las definidas anteriormente y los temas de acuerdo a las necesidades requeridas por la comunidad. este se presenta a continuación

| RESULTADOS DE CAPACITACIONES BRINDADAS | FECHA DE PRÓXIMA CAPACITACIONES | TIPO DE CAPACITACIÓN | CANTIDAD DE PERSONAS | TEMAS A CUBRIR | RESPONSABLE |
|---|--|---------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|--------------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |



CAPITULO IV

EVALUACIONES

DEL PROYECTO

CAPITULO IV EVALUACIONES DEL PROYECTO

METODOLOGIA

La decisión de llevar adelante un proyecto significa asignar a su realización una cantidad de variados recursos, que se pueden agrupar en dos grandes tipos: los que requieren de la instalación para el proyecto y los requeridos para la etapa de funcionamiento.

Los recursos necesarios para la instalación constituyen el capital fijo y los que se requieren para el funcionamiento constituyen el capital de trabajo, por lo tanto la inversión del proyecto se refiere a la asignación de recursos para hacerlo realidad.

Para poder llevar a cabo el plan de desarrollo propuesto, se consideró dos tipos de inversiones: inversiones de INICIATIVAS TURÍSTICAS e inversiones PÚBLICAS.

Las inversiones del proyecto están constituidas por las inversiones fijas tangibles e intangibles actuales y propuestas, las cuales serán tomadas en cuenta para la realización del costeo directo, ya que la prestación del servicio turístico se realizará por parte de la junta, iniciativas y comuna, al momento de establecer el precio de venta del paquete turístico es necesario que ellos sean capaces de cubrir los costos en los cuales se han incurrido para la prestación del servicio.

Las inversiones de iniciativas turísticas están constituidas por la cantidad económica necesaria para la remodelación o adecuación de las instalaciones de cada una de ellas. El monto de esta inversión se considerará únicamente en los costos financieros, como la cantidad a solicitar a las instituciones que apoyarán al municipio por medio de donaciones o bien por otro tipo de instituciones financieras.

Las inversiones PÚBLICAS están constituidas por la cantidad económica necesaria para la señalización publicitaria y el mantenimiento de las vías de acceso, personal de la junta. Esta inversión se considerará únicamente en los costos financieros, como la cantidad que MITUR y la Alcaldías tendrá que aportar para poder llevar a cabo completamente el plan propuesto.

PARTE 1. INVERSIONES EN EL PROYECTO

Una vez desarrollados tanto el diagnóstico como el diseño del plan de desarrollo turístico, se debe tomar la decisión de llevar a cabo o no el proyecto, por ello se debe realizar el estudio socio-económico.

Se asignan para su realización una cantidad variada de recursos, los cuales se pueden clasificar en dos tipos: aquellos requeridos para la prestación del servicio turístico, constituyendo al capital fijo; y los requeridos en la etapa de funcionamiento, conformando el capital de trabajo.

En la inversión inicial se contemplan las adquisiciones de los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para llevar a cabo el Plan de Desarrollo turístico.

En la inversión fija se incluye todos los recursos relacionados con la fase inicial del plan, comprendiendo la adquisición de todos los activos necesarios para desarrollarlo. En fin, conforman el conjunto de bienes los cuales no son motivo de transacción corriente y se adquieren durante la etapa de implementación del proyecto, siendo utilizadas la mayoría de veces a lo largo de su vida útil.

A continuación se presenta la inversión fija clasificada en dos grupos: inversiones fijas tangibles e inversiones fijas intangibles.

1.1. INVERSIONES FIJAS TANGIBLES

Este tipo de inversión está constituida por todos aquellos rubros materiales que están sujetos a depreciación, amortización y obsolescencia.

Dentro de las inversiones tangibles se incluyen las inversiones necesarias para el funcionamiento de la junta, ente encargado de administrar el Plan de Desarrollo Turístico.

TERRENO

Las diferentes iniciativas tienen sus propios terrenos, únicamente se deberán realizar las inversiones de terreno, para determinar el valor del terreno se realizaron las estimaciones con ayuda de un síndico de la alcaldía, tomando en cuenta el precio de venta de algunos terrenos ubicados en la zona, donde el precio promedio por vara cuadrada es de \$35.00⁷⁷.

| INICIATIVA | Varas ² | COSTO |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|
| Mirador El Sitio | 145 | \$5,075.00 |
| Las Aradas área de canopy | 950 | \$33,250.00 |
| | TOTAL | \$38,325.00 |

⁷⁷ Dato corroborado con personal de la Alcaldía de San Luis del Carmen y a través de investigación secundaria de la venta de terrenos en la baja montaña oriental, sin considerar Suchitoto

CONSTRUCCIONES

Este rubro se refiere a todas las actividades de construcción y remodelación de obra civil que se necesitarán para ofrecer los servicios turísticos en el proyecto.

Algunas iniciativas ya cuentan con su estructura para brindar servicio o está ya se encuentra en construcción, sin embargo para otros casos será necesario realizar obras desde cero, por lo cual se presenta a continuación.

Propuesta de Construcción y Remodelación de Obra Civil

A continuación se detallan las nuevas áreas a construir así como también, las remodelaciones propuestas para el funcionamiento del plan de desarrollo.

| DESCRIPCION | CANTIDAD | MONTO |
|------------------------|----------|---------------------|
| Miradores | 5 | \$ 8,112.50 |
| Plataformas de camping | 15 | \$ 2,325.00 |
| Senderos | 7 | \$ 679.00 |
| Canopy | 1 | \$ 6,963.25 |
| Embarcadero | 1 | \$ 1,827.45 |
| TOTAL | | \$ 19,907.20 |

Tabla 159. Construcciones a realizar⁷⁸

MOBILIARIO Y EQUIPO DE INSTALACIONES

Este rubro abarca todos aquellos elementos relacionados con la adquisición del mobiliario y equipo que sean indispensables para brindar el servicio turístico en cabañas, restaurantes, kioscos para las actividades agropecuarias y todas las actividades propuestas en la etapa de Diseño. La inversión del Mobiliario y Equipo requerido se presenta a continuación:

| | DESCRIPCION | CANTIDAD | MONTO |
|------------------------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| Senderos / sitios de visita | Bancas | 20 | \$ 900.00 |
| Canopy | Arnes (piernas y Cintura) | 15 | \$ 1,020.00 |
| | Mosquetón | | \$ 180.00 |
| | Guantes | | \$ 75.00 |
| | Casco de Montaña | | \$ 450.00 |
| | Radios de comunicación de 2 vías | 4 | \$ 219.96 |
| Alojamiento Camping | Tiendas para acampar pequeñas | 5 | \$ 251.20 |
| | Tiendas para acampar medianas | 5 | \$ 399.95 |
| Mobiliario para alojamiento hostel | Camas de madera 1.40 m | 7 | \$ 1,375.50 |
| | Hamaca de lona | 14 | \$ 252.00 |

⁷⁸ Precios proporcionados por Guanatour ver detalle en Anexos 3

| | | | |
|--------------|----------------------------|----|--------------------|
| | grande | | |
| | Mesa de noche | 7 | \$ 280.00 |
| | Cubre camas | 14 | \$ 120.26 |
| | Juego de Sabanas 1.40 m | 14 | \$ 146.86 |
| | Almohadas | 14 | \$ 93.66 |
| TOTAL | | | \$ 5,764.39 |

Además del equipo mencionado en el cuadro anterior es de suma importancia que se cuente con los elementos necesarios para tratar algún percance de los turistas, por lo que se presenta el equipo de primeros auxilios.

Este rubro implica la inversión de todo el equipo necesario para brindar primeros auxilios a los visitantes en caso de que ocurra algún accidente. El equipo que se ha cotizado es botiquín y extinguidores de fuego, para lo cual se detalla a continuación:

EQUIPO DE PRIMEROS AUXILIOS

| EQUIPO | CANTIDAD | PRECIO UNIT | TOTAL |
|---|----------|----------------|--------------------|
| Botiquín equipado | 8 | 67.62 | \$ 540.96 |
| Extinguidor | 8 | 90.66 | \$ 725.28 |
| Camilla De Primeros Auxilios Polietileno p/Transporte Heridos | 4 | 334.5 | \$ 1,338.00 |
| TOTAL | | | \$ 2,604.24 |

EQUIPO DE TRANSPORTE

Este rubro se ha considerado para dar transporte a los turistas que visitarán el municipio, hacia las diferentes actividades que se ofrecerán dentro del mismo. Uno de los medios de transporte a utilizar será un microbús, que realizará el traslado de los turistas de un sitio turístico a otro principalmente hacia cada cantón, la inversión se detalla a continuación.

| | | |
|-------------------------|---|----------|
| | | |
| Microbús de 12 asientos | 12 asientos doble aire acondicionado, alarma, llantas nuevas, forros de asiento, motor gasolina | \$ 7 500 |

SEÑALIZACIÓN

Es muy importante tener en cuenta que el municipio necesitará señalizar cada una de las actividades turísticas determinadas en la etapa de diseño, las señales turísticas se han considerado solo para indicar el lugar donde se encontrará cada actividad.

La cantidad de señales determinadas se han establecido de acuerdo a la cantidad de actividades indicadas en la descripción del cuadro a continuación y que se encuentran especificadas en la etapa de diseño.

Las señales serán elaboradas de madera y pintura para dar una imagen más rústica a San Luis del Carmen, con una medida estándar de 60 x 40 cm a excepción de los letreros para baños, señales de prevención, que no serán de madera.

| ESTABLECIMIENTOS, ACTIVIDADES Y SERVICIOS TURÍSTICOS | CANTIDAD REQUERIDA | P.U | Precio total |
|--|--------------------|----------|--------------------|
| Miradores | 5 | \$ 28.50 | \$ 142.50 |
| Restaurantes | 3 | \$ 28.50 | \$ 85.50 |
| Senderos | 7 | \$ 28.50 | \$ 199.50 |
| Alojamiento | 1 | \$ 28.50 | \$ 28.50 |
| Paseos en lancha | 2 | \$ 28.50 | \$ 57.00 |
| Crianza de tilapias | 1 | \$ 28.50 | \$ 28.50 |
| Canopy | 1 | \$ 28.50 | \$ 28.50 |
| Cabalgatas | 3 | \$ 28.50 | \$ 85.50 |
| Bosques | 2 | \$ 28.50 | \$ 57.00 |
| Zona de camping | 2 | \$ 28.50 | \$ 57.00 |
| Información turística | 1 | \$ 7.25 | \$ 7.25 |
| Basureros | 10 | \$ 28.50 | \$ 285.00 |
| Baños | 4 | \$ 7.25 | \$ 29.00 |
| Parqueo | 1 | \$ 10.45 | \$ 10.45 |
| Suelo resbaladizo | 6 | \$ 10.45 | \$ 62.70 |
| Prohibido el paso | 5 | \$ 10.45 | \$ 52.25 |
| Prohibido encender fuego | 4 | \$ 10.45 | \$ 41.80 |
| Prohibido acampar | 2 | \$ 10.45 | \$ 20.90 |
| Señales promocionales | 6 | \$ 15.80 | \$ 94.80 |
| TOTAL | | | \$ 1,373.65 |

A partir de las tablas anteriores se muestra la siguiente la cual contiene el resumen de totales de las inversiones fijas tangibles para el proyecto.

| INVERSIÓN | MONTO |
|---------------------------------|--------------------|
| Terrenos | \$ 38,325.00 |
| Construcciones | \$ 19,907.20 |
| Mobiliario y equipo | \$ 5,764.39 |
| Equipo de transporte (microbus) | \$ 7,500.00 |
| Equipo de primeros auxilios | \$ 2,604.24 |
| Señalización | \$ 1,373.65 |
| TOTAL | \$75,474.48 |

Tabla 160. Resumen de inversiones fijas tangibles

1.2. INVERSIONES FIJAS INTANGIBLES

La inversión fija intangible está constituida por todos aquellos rubros no materiales que por ende no están sujetos a amortización dentro de la empresa turística. Para este estudio se analizará cada uno de estos rubros los cuales se presentan a continuación:

INVESTIGACIÓN DE ESTUDIOS PREVIOS

Este rubro consiste en la investigación previa del estudio "Plan de desarrollo turístico rural comunitario sostenible aplicado al municipio de San Luis del Carmen departamento de Chalatenango", se establece como rubro que involucra los costos de realizar el estudio completo, desde el punto de vista mercadológico, técnico y económico para llevar a cabo el proyecto. Para ello se establece un periodo de duración de la investigación de 1 año aproximadamente.

| RECURSO | CANTIDAD | COSTO | COSTO |
|--|------------|---------------------|--------------------|
| | | UNIT | TOTAL |
| Pago por honorarios | 3 personas | \$ 650.00 | \$ 1,950.00 |
| Visitas a experiencias turísticas similares | 6 visitas | \$10.00 por persona | \$ 180.00 |
| Viáticos | 3 personas | \$ 16.00 | \$ 48.00 |
| Impresiones | | | \$ 55.00 |
| Papelería | 10 resmas | \$ 4.50 | \$ 45.00 |
| Empastados | 4 | \$ 3.25 | \$ 13.00 |
| Fotocopias | | | \$ 30.00 |
| Internet | 8 meses | \$ 25.00 | \$ 200.00 |
| Gasolina | 15 viajes | \$ 21.00 | \$ 315.00 |
| TOTAL | | | \$ 2,836.00 |

COSTOS EN EDUCACION AMBIENTAL

Son todos aquellos costos que son generados como parte del estudio ambiental, el cual conlleva jornadas de educación, estaciones de reciclaje o eco puntos; así mismo todo aquel material cuyo fin sea la educación ambiental.

| COSTOS DE EVALUACIONES AMBIENTALES | |
|------------------------------------|--------------------|
| Campaña de reciclaje | \$ 725.00 |
| Articulos de educacion ambiental | \$ 420.00 |
| Capacitaciones ambientales | \$ 246.00 |
| | \$ 1,391.00 |

GASTOS DE CAPACITACIONES⁷⁹

Este rubro incluye todos los gastos en capacitaciones al personal para ofrecer el servicio turístico, software, etc. Todo ello para que el plan de desarrollo pueda funcionar adecuadamente.

| DESCRIPCION | MONTO |
|---|--------------------|
| Área Administrativa | \$ 249.00 |
| Alimentación | \$ 350.00 |
| Calidad y buenas prácticas turísticas. | \$ 330.00 |
| Relaciones humanas. | \$ 249.00 |
| Turismo. | \$ 300.00 |
| TOTAL | \$ 1,625.80 |

ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

Para poder llevar a cabo la Implantación del Proyecto, se requiere de personal que se encargue de controlar e inspeccionar el mismo, a fin de que se cumplan todos los requerimientos y parámetros establecidos en el estudio, con el propósito de que el plan pueda operar en óptimas condiciones.

De lo anterior se establece un período de 5 meses para la implantación de la misma. A continuación se presenta un desglose detallado de cada componente de este rubro, las funciones serán realizadas por miembros pertenecientes a la JMT-SLC, a los cuales se les proporcionara de la siguiente manera:

| PERSONAL | COSTO UNITARIO | TIEMPO REQUERIDO (meses) | MONTO TOTAL |
|--|----------------|--------------------------|--------------------|
| Coordinador del proyecto | \$250.00 | 4 | \$ 1,000.00 |
| Jefe administrativo | \$200.00 | 4 | \$ 800.00 |
| Jefe de Construcción y/o adecuaciones | \$150.00 | 4 | \$ 600.00 |
| Responsable de compras | \$125.00 | 2 | \$ 250.00 |
| | | TOTAL | \$ 2,650.00 |

TOTAL INVERSIONES INTANGIBLES

| INVERSIÓN | MONTO |
|-----------------------|--------------------|
| Estudios previos | \$ 2,886.00 |
| Capacitaciones | \$ 1,625.80 |
| ADP | \$ 2,650.00 |
| Programa de reciclaje | \$ 1,391.00 |
| TOTAL | \$ 8,552.80 |

IMPREVISTOS

Los imprevistos tienen como finalidad afrontar las variaciones de lo planificado o cubrir contingencias que se presenten durante la implantación del proyecto en cuanto a las inversiones fijas y diferidas, es decir que sirve para solventar costos no previstos. Para el proyecto de implantación de desarrollo, se ha establecido el 5% de imprevistos en relación al 100% de la inversión fija total, por lo que a continuación se presenta el cálculo de los imprevistos:

$$\begin{aligned} \text{Imprevistos} &= (\text{inversión fija}) (\text{porcentaje estimado}) \\ &= (\$84,027.28) (5\%) \end{aligned}$$

$$\text{Total Imprevistos} = \mathbf{\$4,201.36}$$

1.3. CAPITAL DE TRABAJO

Para el buen funcionamiento de una empresa no es suficiente contar con los equipos e instalaciones para llevar a cabo la realización del servicio turístico.

Se entenderá como capital de trabajo, todos los recursos económicos que se deben tener para garantizar el buen funcionamiento del plan de desarrollo a llevar a cabo por la JUMT-SLC, en el inicio de sus operaciones o hasta que se puedan solventar los gastos con los ingresos ya percibidos, es decir que el capital de trabajo está representado por el capital adicional que debe tener la empresa para que comience a funcionar, permitiéndose financiar las primeras actividades turísticas antes de recibir ingresos.

El tiempo que se espera pase para que el proyecto empiece a recibir ingresos o utilidades provenientes de la implantación del proyecto se estimara inicialmente para un periodo de 3 meses.

El capital de trabajo involucrará un solo rubro que será la cuenta de Efectivo:

CUENTA DE EFECTIVO

Este rubro contiene el dinero necesario que la empresa requiere para operar diariamente, para poder realizar algunos negocios de forma cotidiana que requieren de efectivo, por contingencia, entre otros. Dentro de éste rubro se manejará la planilla de la empresa, es decir el salario correspondiente a las personas que laboran en el área administrativa, de comercialización y los que brindarán el servicio turístico.

El área administrativa y de comercialización comprenderá los salarios correspondientes al personal que se encontrará dentro la JMT-SLC.

Así mismo en el área de servicios se ha considerado el personal que estará brindando el servicio turístico como son: Los guías turísticos fijos que serán los que estarán de forma permanente brindando el servicio a los turistas, los guías turísticos por temporada que se han considerado de acuerdo a las temporadas altas de marzo, agosto y diciembre que según los resultados de la encuesta en la etapa de diagnóstico hay mayor afluencia turística, en la tabla siguiente se detalla la cantidad de estos guías a necesitarse para cada temporada.

Dentro de esta área también se han considerado los encargados de mantenimiento de senderos, infraestructura, señalización, motorista.

| Área | Puesto | No. De empleados | Salario mensual | TOTAL (PARA UN PERIODO DE 3 MESES) |
|-------------------------|--|------------------|-----------------|------------------------------------|
| Administrativa | Presidente Junta | 1 | \$350.00 | \$1,050.00 |
| | Vice presidente | 1 | \$250.00 | \$750.00 |
| | Secretario | 1 | \$400.00 | \$1,200.00 |
| | Tesorero | 1 | \$400.00 | \$1,200.00 |
| | vocal | 1 | \$300.00 | \$900.00 |
| Comercialización | Encargado de Señalización y publicidad | 1 | \$300.00 | \$900.00 |

| | | | | |
|--|---|-------|----------|--------------------|
| | | | | |
| Servicios | Guías Turísticos Fijos | 4 | \$200 | \$2,400.00 |
| | Guías Turísticos por temporada | 6 | \$200 | \$3,600.00 |
| | | 6 | \$200 | \$3,600.00 |
| | | 9 | \$200 | \$5,400.00 |
| | Encargados de Mantenimiento de senderos | 4 | \$175 | \$525.00 |
| | Motoristas | 1 | \$300 | \$900.00 |
| | Encargados de Mantenimiento de señalización | 1 | \$300 | \$900.00 |
| Encargados de Mantenimiento de infraestructura | 1 | \$300 | \$900.00 | |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | | | | \$24,225.00 |

El capital de trabajo resulta de la expresión:

Capital de trabajo= Activos circulantes – Pasivos circulantes

La fórmula anterior significa lo siguiente:

| | | | | |
|----------------------------|---------------|--------------|----------------------|--------------------|
| Capital de trabajo= | caja + | cxc + | inventarios - | proveedores |
| | \$24,225.00 | \$ 2,345.00 | \$ 15,265.20 | \$ 23,009.36 |

| | |
|----------------------------|--------------------|
| Capital de trabajo= | \$18,825.84 |
|----------------------------|--------------------|

Los \$18,825.84, es el capital del trabajo para el proyecto aquel líquido que debe inyectarle los primeros meses de marcha para que las operaciones se realicen como es debido.

RESUMEN TOTAL DEL MONTO DE INVERSIÓN PARA EL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DEL CARMEN

A continuación se detallan los montos totales de inversión total y capital de trabajo para obtener el monto total de la inversión para el proyecto:

| TOTAL MONTO DE INVERSIÓN Y CAPITAL | |
|---|---------------------|
| Inversión total | \$88,228.64 |
| Capital de trabajo | \$18,825.84 |
| TOTAL | \$107,054.48 |

PARTE 2. COSTOS DEL PROYECTO

Para poder establecer el cálculo de los costos, es necesario asignar precios a los recursos requeridos, los cuales están físicamente cuantificados en el diseño; esto con el objetivo de conocer cuánto cuesta la prestación del servicio, ya que a partir de este se fija el precio de venta del producto turístico.

De acuerdo a lo anterior, es necesario llevar un control de los costos incluidos en el proyecto, en donde la información deberá ordenarse y clasificarse de tal manera que permita visualizar todos sus componentes y calcular los montos totales.

Además se comprenderá como estructura de costos al conjunto de procedimientos, registros y cuentas especialmente diseñadas con el objeto de determinar el costo unitario del servicio, el control de las operaciones que se realizan para llevar a cabo dicha función en la empresa y proporcionar a la dirección de la misma los elementos para ejercer una adecuada toma de decisiones.

De acuerdo a los elementos o rubros que se incluyen en la estructuras de costos, se tiene que los costos pueden ser DIRECTOS (Es aquel que requiere la separación plenamente definida de los costos variable y de los costos fijos.) o ABSORBENTES (en los cuales se incluyen todos los elementos anteriores más los costos indirectos de fabricación fijos).

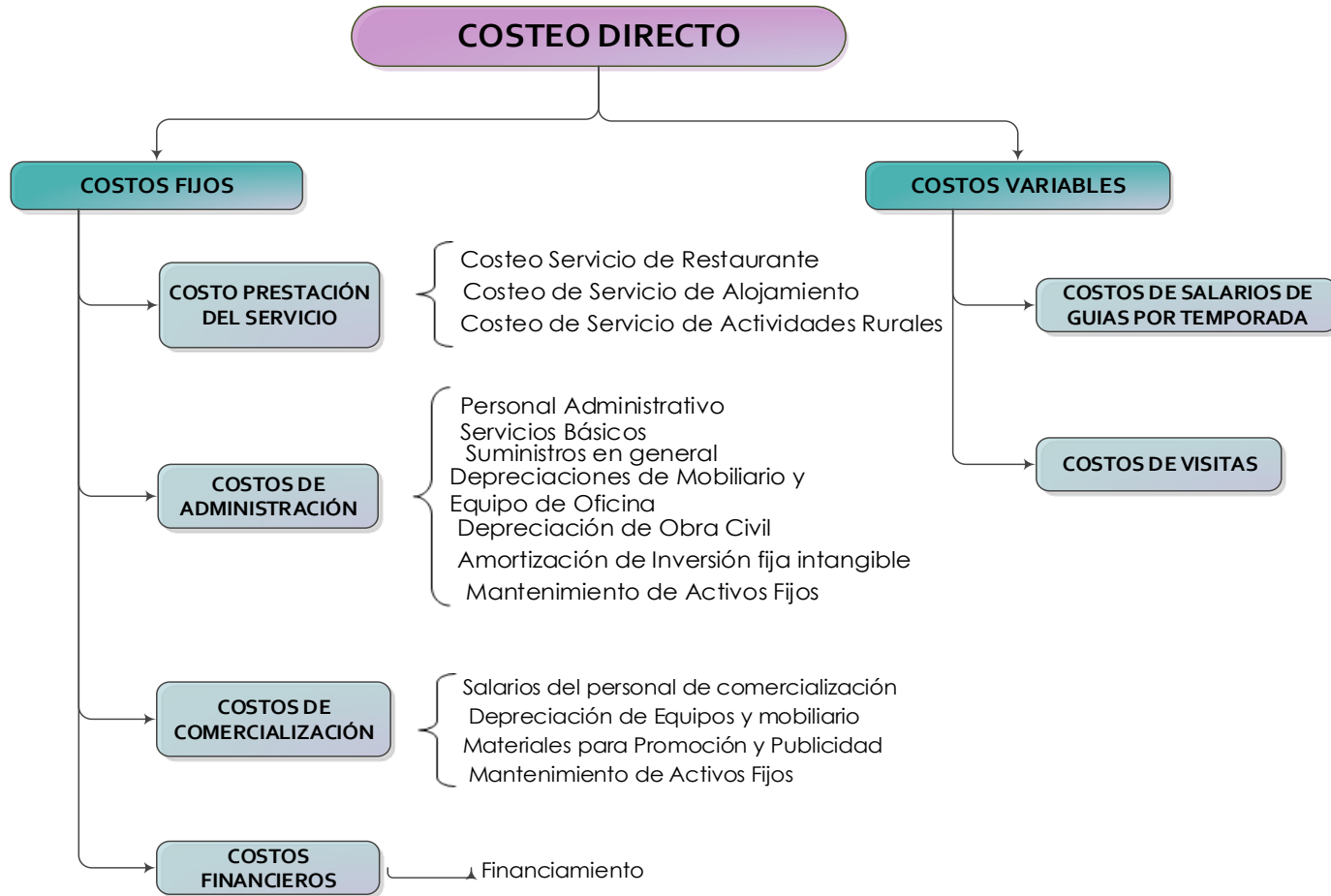
Para determinar los costos del proyecto se utilizará el costeo Directo, ya que nos permitirá identificar aquellos costos a los cuales se tendrá que someter las iniciativas al llevar a cabo el proyecto turístico. Además por el hecho de ser un servicio, nos ayudará identificar de una forma más clara los costos fijos y variables que se encuentren en el proyecto.

El coste directo es un método de la contabilidad de costos que se basa en el análisis del comportamiento de los costos de producción y operación. Donde los paquetes turísticos, podrán clasificarse en costos fijos y en costos variables, con el objeto de proporcionar suficiente información relevante a la dirección de la empresa para su proceso de planeación estratégica.

Entre algunas de las Características del costeo directo se tienen:

Todos los costos de la empresa, de producción, distribución, administración y financiamiento se dividen en 2 grupos: Fijos **y en variables**.

Por lo tanto para llevar a cabo la identificación de los costos se hará uso de este método clasificándolos en Fijos y Variables como se muestra en el siguiente esquema



2.1 COSTOS FIJOS

Dentro de los costos fijos se consideraran todos aquellos montos que permanecen constantes a lo largo del periodo en el que se brindará el servicio turístico, entre los cuales se detallan los siguientes:

COSTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Son aquellos desembolsos de dinero en que se incurre para la prestación de servicios o en la elaboración de un producto. Dentro de estos se incluyen:

- **Mano de Obra:** Acá se incluyen sueldos del personal que trabaja directamente e indirectamente en la prestación de un servicio, considerando aguinaldos, prestaciones legales, seguro social, entre otros.
- **Materiales indirectos** (materiales que influyen de forma indirecta en la prestación de servicios o elaboración de un producto).
- **Servicios:** Consumo de agua y energía eléctrica.
- **Mantenimiento:** accesorio de aseo y limpieza y de mantenimiento en general.
- **Depreciación de maquinaria y equipo** (pérdida de valor que tienen los bienes e instalaciones a través del tiempo que se calcula dividiendo la inversión inicial entre el número de años de vida útil estimada del activo).

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN:

Son los costos incurridos al realizar la función de administración de la empresa. Se incluyen: Personal de áreas administrativas, Consumo de agua y energía eléctrica (sin incluir el área de producción o de prestación de servicio), Depreciación de obra civil, equipo y mobiliario de oficina.

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Se consideran los costos relacionados con las actividades de marketing. Estos incluyen: Salarios del personal de comercialización, estudios de marketing, pagos de publicidad, etc.

COSTOS FINANCIEROS

Se refiere a los costos que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos (intereses y no la parte de abono a capital).

2.1.1 COSTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Dentro de estos costos se tomarán en cuenta todos aquellos que se necesitan para llevar a cabo la oferta turística y las actividades propuestas en la etapa de diseño.

Dentro de los cuales se identifican y detallan los costos para el servicio de restaurante, alojamiento, canopy y actividades rurales detallándose cada uno a continuación:

COSTEO SERVICIO DE RESTAURANTES

Depreciación de mobiliario y equipo

a. Restaurante El Faro

| MOBILIARIO Y EQUIPO PARA RESTAURANTE | | | | | | |
|--|----------|------------|-------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| Mobiliario y Equipo | Cantidad | Precio | Valor Total | Vida Útil | Valor de Recuperación | Depreciación Anual |
| Cocina Industrial | 1 | \$1,500.00 | \$1,500.00 | 5 | 0 | \$300.00 |
| Fregadero de dos senos | 1 | \$43.75 | \$43.75 | 2 | 0 | \$21.88 |
| Refrigerador | 1 | \$900.00 | \$900.00 | 5 | 0 | \$180.00 |
| Juegos de mesas de madera dos bancas | 6 | \$75.00 | \$450.00 | 5 | 0 | \$90.00 |
| Baterías de cocina | 2 | \$300.00 | \$600.00 | 2 | 0 | \$300.00 |
| Juegos de vajillas cuadradas (30 pzas) | 5 | \$35.00 | \$175.00 | 2 | 0 | \$87.50 |
| Juegos de cubiertos (24 pzas) | 6 | \$20.00 | \$120.00 | 2 | 0 | \$60.00 |
| Juegos de vasos (set 12 vasos) | 2 | \$8.50 | \$17.00 | 2 | 0 | \$8.50 |
| Bandejas | 12 | \$2.37 | \$28.44 | 2 | 0 | \$14.22 |
| Servilleteros | 6 | \$1.00 | \$6.00 | 2 | 0 | \$3.00 |

b. Restaurante Flotante

| MOBILIARIO Y EQUIPO PARA RESTAURANTE | | | | | | |
|--|----------|------------|-------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| Mobiliario y Equipo | Cantidad | Precio | Valor Total | Vida Útil | Valor de Recuperación | Depreciación Anual |
| Cocina 4 quemadores | 1 | \$1,500.00 | \$1,500.00 | 5 | 0 | \$300.00 |
| Fregadero de dos senos | 1 | \$43.75 | \$43.75 | 2 | 0 | \$21.88 |
| Refrigerador | 1 | \$900.00 | \$900.00 | 5 | 0 | \$180.00 |
| Nevera | 1 | \$375.00 | \$375.00 | 5 | 0 | \$75.00 |
| Televisor 32" pantalla plana | 1 | \$429.00 | \$429.00 | 5 | 0 | \$85.80 |
| Baños portátiles | 1 | \$250.00 | \$250.00 | 2 | 0 | \$125.00 |
| Juegos de mesas de madera dos bancas | 6 | \$75.00 | \$450.00 | 5 | 0 | \$90.00 |
| Baterías de cocina | 2 | \$300.00 | \$600.00 | 2 | 0 | \$300.00 |
| Juegos de vajillas plásticos (40 pzas) | 5 | \$28.00 | \$140.00 | 2 | 0 | \$70.00 |
| Juegos de cubiertos (36 pzas) | 4 | \$35.00 | \$140.00 | 2 | 0 | \$70.00 |
| Juegos de vasos plásticos (set 20 vasos) | 3 | \$6.75 | \$20.25 | 2 | 0 | \$10.13 |
| Bandejas | 10 | \$2.37 | \$23.70 | 2 | 0 | \$11.85 |
| Manteles | 10 | \$6.00 | \$60.00 | 2 | 0 | \$30.00 |
| Servilleteros | 10 | \$1.00 | \$10.00 | 2 | 0 | \$5.00 |

COSTEO SERVICIO DE CANOPY

| Mobiliario y Equipo | Cantidad | Precio | Valor Total | Vida Útil | Valor de Recuperación | Depreciación Anual |
|----------------------------------|----------|-------------|-------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| Arnes (piernas y Cintura) | 15 | \$68.00 | \$1,020.00 | 2 | 0 | \$510.00 |
| Mosquetón | 15 | \$12.00 | \$180.00 | 2 | 0 | \$90.00 |
| Guantes | 15 | \$5.00 | \$75.00 | 2 | 0 | \$37.50 |
| construccion | 1 | \$ 6,963.25 | \$6,963.25 | 10 | 0 | \$696.33 |
| Casco de Montaña | 15 | \$30.00 | \$450.00 | 2 | 0 | \$225.00 |
| Radios de comunicación de 2 vías | 4 | \$54.99 | \$219.96 | 5 | 0 | \$43.99 |
| | | | | | | \$1,602.82 |

COSTEO SERVICIOS DE EMBARCADERO

| Mobiliario y Equipo | Cantidad | Precio | Valor Total | Vida Útil | Valor de Recuperación | Depreciación Anual |
|---------------------|----------|-------------|-------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| EMBARCADERO | 1 | \$ 1,827.45 | \$1,827.45 | 15 | 0 | \$121.83 |

COSTEO SERVICIOS DE ALOJAMIENTO**a. Hostal Los Naranja****Terreno**

| DESCRIPCION | CANTIDAD | COSTO TOTAL | VIDA UTIL | VALOR DE RECUPERACION | DEPRECIACION |
|---------------------|----------|--------------|-----------|-----------------------|--------------|
| Hostal Los Naranjos | 1 | \$300,000.00 | 20 | 0 | \$15,000.00 |

Mobiliario

| Mobiliario y Equipo | Cantidad | Precio | Valor Total | Vida Útil | Valor de Recuperación | Depreciación Anual |
|-----------------------|----------|----------|-------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| Camas madera 1.40 | 7 | \$196.50 | \$1,375.50 | 4 | 0 | \$343.88 |
| camarotes | 2 | \$123.42 | \$246.84 | 4 | 0 | \$61.71 |
| Hamaca de lona grande | 14 | \$18.00 | \$252.00 | 2 | 0 | \$126.00 |
| Mesa de noche | 7 | \$40.00 | \$280.00 | 2 | 0 | \$140.00 |
| Lámpara de noche | 7 | \$7.99 | \$55.93 | 2 | 0 | \$27.97 |
| Cubre colchón | 14 | \$8.59 | \$120.26 | 2 | 0 | \$60.13 |
| Juegos de sábanas | 14 | \$9.49 | \$132.86 | 2 | 0 | \$66.43 |
| Almohadas | 11 | \$6.69 | \$73.59 | 2 | 0 | \$36.80 |

b. Plataformas de camping

Mobiliario y equipo

| MOBILIARIO Y EQUIPO CAMPING | | | | | | |
|-------------------------------|----------|----------|-------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| Mobiliario y Equipo | Cantidad | Precio | Valor Total | Vida Útil | Valor de Recuperación | Depreciación Anual |
| Tiendas para acampar pequeñas | 5 | \$97.45 | \$487.25 | 4 | 0 | \$121.81 |
| Tiendas para acampar medianas | 2 | \$123.75 | \$247.50 | 4 | 0 | \$61.88 |

Construcción

| DESCRIPCION | CANTIDAD | COSTO TOTAL | VIDA UTIL | VALOR DE RECUPERACION | DEPRECIACION |
|------------------------|----------|-------------|-----------|-----------------------|--------------|
| Plataformas de camping | 15 | \$2,325.00 | 20 | 0 | \$116.25 |

COSTEO SERVICIO DE ACTIVIDADES RURALES

A continuación se presentan algunos costos en los que se incurrirá para las actividades turísticas rurales que serán llevadas a cabo dentro del municipio.

a. ⁸⁰Mano de obra

| Puesto | No. de Empleados | Salario Mensual | Salario Anual | ISSS 7.5% (Total Anual) | AFP 6.75% (Total Anual) | Vacaciones | Aguinaldo | Total Anual |
|-----------------------------|------------------|-----------------|---------------|-------------------------|-------------------------|------------|-----------|--------------------|
| Guías Turísticos Fijos | 4 | \$175.00 | \$8,400.00 | \$630.00 | \$567.00 | \$87.50 | \$122.50 | \$9,982.00 |
| Encargados de Mantenimiento | 4 | \$200.00 | \$9,600.00 | \$720.00 | \$648.00 | \$100.00 | \$140.00 | \$11,408.00 |
| Motorista | 1 | \$250.00 | \$3,600.00 | \$270.00 | \$243.00 | \$125.00 | \$175.00 | \$4,663.00 |
| TOTAL | | | | | | | | \$26,053.00 |

⁸⁰ Para el Aguinaldo se les cancelara 21 días de sueldo

b. Mobiliario y equipo
SENDEROS

| Mobiliario y equipo | Cantidad | Precio | Valor total | Vida útil | Valor de recuperación | Depreciación anual |
|----------------------|----------|------------|-------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| Bancas para turistas | 20 | \$61.25 | \$1,225.00 | 5 | 0 | \$245.00 |
| Miradores | 5 | \$1,622.50 | \$8,112.50 | 15 | 0 | \$540.83 |

SEÑALIZACIÓN

| ESTABLECIMIENTOS, ACTIVIDADES Y SERVICIOS TURÍSTICOS | CANTIDAD REQUERIDA | P.U | Precio total | Vida útil | Valor de recuperación | Depreciación anual |
|--|--------------------|---------|--------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| Miradores | 5 | \$28.50 | \$142.50 | 3 | 0 | \$47.50 |
| Restaurantes | 3 | \$28.50 | \$85.50 | 3 | 0 | \$28.50 |
| Senderos | 7 | \$28.50 | \$199.50 | 3 | 0 | \$66.50 |
| Alojamiento | 1 | \$28.50 | \$28.50 | 3 | 0 | \$9.50 |
| Paseos en lancha | 2 | \$28.50 | \$57.00 | 3 | 0 | \$19.00 |
| Crianza de tilapias | 1 | \$28.50 | \$28.50 | 3 | 0 | \$9.50 |
| Canopy | 1 | \$28.50 | \$28.50 | 3 | 0 | \$9.50 |
| Cabalgatas | 3 | \$28.50 | \$85.50 | 3 | 0 | \$28.50 |
| Bosques | 2 | \$28.50 | \$57.00 | 3 | 0 | \$19.00 |
| Zona de camping | 2 | \$28.50 | \$57.00 | 3 | 0 | \$19.00 |
| Información turística | 1 | \$7.25 | \$7.25 | 3 | 0 | \$2.42 |
| Basureros | 10 | \$28.50 | \$285.00 | 3 | 0 | \$95.00 |
| Baños | 4 | \$7.25 | \$29.00 | 3 | 0 | \$9.67 |
| Parqueo | 1 | \$10.45 | \$10.45 | 3 | 0 | \$3.48 |
| Suelo resbaladizo | 6 | \$10.45 | \$62.70 | 3 | 0 | \$20.90 |
| Prohibido el paso | 5 | \$10.45 | \$52.25 | 3 | 0 | \$17.42 |
| Prohibido encender fuego | 4 | \$10.45 | \$41.80 | 3 | 0 | \$13.93 |
| Prohibido acampar | 2 | \$10.45 | \$20.90 | 3 | 0 | \$6.97 |
| Señales promocionales | 6 | \$15.80 | \$94.80 | 3 | 0 | \$31.60 |

TRANSPORTE

| DESCRIPCION | Inversión | Vida útil | Valor de recuperación | Depreciación anual |
|-------------------------|-------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| Microbús de 12 asientos | \$ 7,500.00 | 5 | 0 | 1500 |

2.1.2 COSTOS ADMINISTRATIVOS

Se incurren en la dirección, control y operación de la junta principalmente e incluyen el pago de salarios.

Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Dentro de los costos se incluyen los siguientes:

- Sueldos del personal del área administrativa y general de junta.
- Honorarios pagados por servicios profesionales.
- Servicios Públicos correspondientes al área administrativa.
- Consumo de agua, energía, teléfono, etc.
- Papelería e insumos propios de la administración.

Corresponden a los costos que provienen para realizar la función de administración en la junta Se desglosan de acuerdo a las necesidades requeridas en las funciones descritas a continuación:

PERSONAL ADMINISTRATIVO

Aquí se considerará todo el personal involucrado directamente en las labores administrativas de JMT-SLC.

Los costos salariales de los miembros del área administrativa se muestran en el cuadro que se presenta a continuación, tomando en consideración que:

- **Salario Anual** = Salario Mensual*12
- **Vacaciones** = Salario diario *15*30% + Salario diario *15
- **Salario anual** = Salario Anual + Vacaciones
- **ISSS** = Salario Anual * 7.5% (cuota patronal)
- **AFP** = Salario Anual * 6.75% (cuota patronal)
- **Aguinaldo**⁸¹ = Salario Diario * 10
- **Costo Anual de la Mano de Obra** = Salario Anual + ISSS + AFP + +Vacaciones + Aguinaldo.

⁸¹ Según Código de Trabajo

| Puesto | No. De empleados | Salario mensual | Salario Anual | ISSS 7.5% (Total Anual) | AFP 6.75% (Total Anual) | Vacaciones | Aguinaldo | Total Anual |
|--|------------------|-----------------|---------------|-------------------------|-------------------------|------------|-----------|--------------------|
| Presidente | 1 | \$325.00 | \$3,900.00 | \$292.50 | \$263.25 | \$162.50 | \$227.50 | \$5,170.75 |
| Vice presidente | 1 | \$315.00 | \$3,780.00 | \$283.50 | \$255.15 | \$157.50 | \$220.50 | \$5,011.65 |
| Secretario | 1 | \$300.00 | \$3,600.00 | \$270.00 | \$243.00 | \$150.00 | \$210.00 | \$4,773.00 |
| Tesorero | 1 | \$300.00 | \$3,600.00 | \$270.00 | \$243.00 | \$150.00 | \$210.00 | \$4,773.00 |
| vocal | 1 | \$250.00 | \$3,000.00 | \$225.00 | \$202.50 | \$125.00 | \$175.00 | \$3,977.50 |
| Encargado de Señalización y publicidad | 1 | \$300.00 | \$3,600.00 | \$270.00 | \$243.00 | \$150.00 | \$210.00 | \$4,773.00 |
| | | | | | | | | \$28,478.90 |

SERVICIOS BÁSICOS

a. CONSUMO DE AGUA

El gasto correspondiente a éste suministro en el área de administración se analizará en base a dos aspectos:

- **Consumo de Agua Purificada**

Corresponde al agua destinada para el consumo del personal administrativo. Se calcula en base al consumo promedio diario por persona, siendo éste de 0.002⁸² m³ y los días laborales del año (280 días al año).

Para el personal de la junta, y tomando en cuenta además el consumo de visitas a la empresa, se tiene que el total de personas será de 9 en promedio, por lo tanto se tienen que el consumo de agua será de 5.04 m³/año, esto es 1,331.57 galones/año, si cada galón cuesta \$0.42, el costo total será de **\$559.25 /año.**

- **Consumo de Agua para el uso del Servicio Sanitario**

Es el consumo correspondiente al uso del servicio sanitario del centro de atención turístico y de la junta que funcionaran en el mismo sitio, estimando para ello un promedio diario de consumo de 0.030 m³, si se tiene un total de 6 personas en el centro de atención turístico y JMT, el consumo anual será de 50.40 m³/año. Si el costo del agua es de \$1.00/m³ y 43.20 el alcantarillado el costo anual será de \$88.80/año

En resumen el costo por consumo de agua será de **\$559.25 + \$88.8 = \$ 647.80**

⁸² Según datos de la OMS, organización mundial para la salud

b. ENERGÍA ELÉCTRICA

Energía Eléctrica

El consumo de kwh se detalla en el Cuadro que se presenta a continuación:

| Denominación | Consumo (kwh/mes) | OFICINA JMT | |
|---|----------------------|-------------|-------------------------------|
| | | Cantidad | Consumo Total (kwh/mes) |
| Computadora | 24.08 | 5 | \$ 120.40 |
| Impresores multifunción Canon MP250 | 6.02 | 2 | \$ 12.04 |
| Oasis para agua | 74.4 | 1 | \$ 74.40 |
| Luminarias | 8.32 | 2 | \$ 16.64 |
| Total | | | \$ 223.48 |

SUMINISTROS EN GENERAL

PAPELERÍA Y ÚTILES DE OFICINA

Aquí se incluyen todos aquellos insumos de oficina que serán utilizados tanto en el área administrativa de la planta, estos se detallan en el cuadro que se detalla a continuación:

| Descripción | Cantidad | Precio | Costo |
|--------------------------------|----------|---------------|------------------|
| | Anual | Unitario (\$) | Anual (\$) |
| Resmas de papel bond, carta | 10 | \$ 4.50 | \$ 45.00 |
| Folder (100 unidades) | 3 | \$ 5.50 | \$ 16.50 |
| Fasteners (50 unidades) | 4 | \$ 2.15 | \$ 8.60 |
| Caja de lapiceros, 12 unidades | 6 | \$ 1.50 | \$ 9.00 |
| Caja de Lápices, 24 unidades | 2 | \$ 0.95 | \$ 1.90 |
| Caja de clips | 2 | \$ 0.90 | \$ 1.80 |
| Marcadores | 6 | \$ 1.00 | \$ 6.00 |
| Engrapadoras | 2 | \$ 5.40 | \$ 10.80 |
| Caja de Grapas (5000 unidades) | 2 | \$ 1.35 | \$ 2.70 |
| Cartucho para impresor (Negro) | 8 | \$ 18.20 | \$ 145.60 |
| Cartucho para impresor(Color) | 4 | \$ 24.50 | \$ 98.00 |
| TOTAL (\$) | | | \$ 345.90 |

AMORTIZACIÓN INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

La amortización de la inversión fija intangible se muestra en la siguiente tabla:

| DESCRIPCION | VALOR | VIDA UTIL | AMORTIZACION ANUAL |
|---------------------------|-------------|-----------|--------------------|
| Inversión fija intangible | \$ 7,161.80 | 5 | \$ 1,432.36 |

2.1.3 COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Se consideran los costos que se relacionan con todas las actividades referentes a comercialización, es decir cómo se harán llegar los paquetes turísticos al cliente.

- Suministros diversos del área de comercialización, incluyendo materiales promocionales.

MATERIALES PARA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

Este rubro considera el costo de promoción del servicio:

| Descripción | Cantidad | Precio | Costo |
|----------------------------------|----------|---------------|--------------------|
| | Anual | Unitario (\$) | Anual (\$) |
| Displays | 20 | 42.5 | \$ 850.00 |
| Brochures | 3000 | 0.096 | \$ 288.00 |
| Banner | 8 | 84.25 | \$ 674.00 |
| Gastos destinados para ferias | 6 | 250 | \$ 1,500.00 |
| Costos viajes de familiarización | 4 | 325 | \$ 1,300.00 |
| | | | \$ 4,612.00 |

ENCARGADO COMERCIALIZACION

| Puesto | No. de Empleados | Salario Mensual | Salario Anual | ISSS 7.5% (Total Anual) | AFP 6.75% (Total Anual) | Vacaciones | Aguinaldo | Total Anual |
|--------------------------------|------------------|-----------------|---------------|-------------------------|-------------------------|------------|-----------|-------------------|
| Encargado de Comercialización. | 1 | \$300.00 | \$3,600.00 | \$270.00 | \$243.00 | \$260.00 | \$133.33 | \$4,807.33 |
| TOTAL | | | | | | | | \$4,807.33 |

2.1.4 COSTOS FINANCIEROS

Debido a que la inversión necesaria para llevar a cabo el Plan de Desarrollo Turístico, se recibirá en forma de donaciones por parte de instituciones de apoyo al desarrollo social, como MAG PRODEMOR, Amanecer rural, Ayuda en acción, CEL y fondos destinados de la alcaldía para el desarrollo de este proyecto no se incurrirá en costos de financiamiento.

Además de que las iniciativas privadas han realizado con fondos propios sus inversiones.

RESUMEN COSTOS FIJOS

La tabla siguiente denota cada uno de los costos fijos involucrados en el proyecto para el periodo de un año

| Costos Fijos | |
|--------------------------------------|---------------------|
| Costos de la Prestación del servicio | \$ 29,021.36 |
| Costos restaurante (1) | \$ 1,065.10 |
| Costos restaurante (2) | \$ 1,374.65 |
| Costos de alojamiento (1) | \$ 862.91 |
| Costos de alojamiento (2) | \$ 299.94 |
| Costos de Administración | \$ 29,326.48 |
| Costos de Comercialización | \$14,226.66 |
| COSTOS FIJOS TOTALES | \$ 76,177.09 |

2.2 COSTOS VARIABLES

Dentro de los costos variables se consideraran todos aquellos que varían con la cantidad de servicios que se brindarán, entre los cuales se han identificado los siguientes:

- Costos de Servicios de Alimentación.
- Costos de Contratación de Guías Turísticos.
- Costos de Contratación de Transporte.

COSTO ACTIVIDADES TURISTICAS

| TIPO DE VISITA | PRECIO/VISITA NTE | COSTO ANUAL |
|--|-------------------|--------------------|
| 1. Visita a huertos caseros. | \$0.50 | \$976.80 |
| 2. Cabalgatas | \$1.00 | \$1,424.50 |
| 4. Visitas a Granja de gallina y criaderos de cerdo | \$0.50 | \$1,017.50 |
| 6. Alojamiento. | \$15.00 | \$30,525.00 |
| 7. Alimentación | | |
| · Desayunos | \$2.50 | \$5,087.50 |
| · Plato Fuerte | \$4.75 | \$9,182.94 |
| · Bebidas Calientes | \$0.75 | \$1,449.94 |
| · Bebidas Frías | \$0.80 | \$1,546.60 |
| · Bebidas con alcohol | \$1.75 | \$3,383.19 |
| TOTAL | | \$54,593.96 |

COSTO DE SALARIO PARA GUIAS TURÍSTICOS POR TEMPORADA

| Descripción | No. de Empleados | Salario Mensual | Salario Anual |
|----------------------------------|------------------|-----------------|-------------------|
| Guías Turísticos Por temporada 1 | 6 | 200 | \$600.00 |
| Guías Turísticos Por temporada 2 | 6 | 200 | \$600.00 |
| Guías Turísticos Por temporada 3 | 9 | 200 | \$1,350.00 |
| TOTAL | | | \$2,550.00 |

2.2.1 COSTO VARIABLE UNITARIO

CÁLCULO DEL COSTO VARIABLE UNITARIO

Los costos variables son todos aquellos que están directamente relacionados con la prestación del servicio turístico y que varían con la cantidad de servicios prestados

Los costos variables en el costeo directo comprenden el salario de guías turístico por temporada, de los cuales se obtendrá un costo variable unitario que es el siguiente:

| Rubro | Costos Variables | Afluencia Turística | Costo Variable |
|-------------------------|------------------|---------------------|----------------|
| | | | Unitario |
| Guías Turísticos | \$2,550.00 | 2035 | \$1.25 |

COSTOS VARIABLES UNITARIOS POR PAQUETES

Para calcular los costos variables unitarios por temporada se tendrán en cuenta el costo variable unitario de la prestación del servicio: hospedaje, alimentación, visitas, el costo variable unitario por guías extra por temporada. A continuación se presentan los paquetes propuestos (paquetes para 4 personas)

| PAQUETE 1 | |
|------------|-----------------|
| Desayuno | \$ 0.75 |
| Recorridos | \$ 7.45 |
| Almuerzo | \$ 4.00 |
| Refrigerio | \$ 0.50 |
| transporte | \$ 1.00 |
| | \$ 13.70 |

| PAQUETE 3 | |
|------------|-----------------|
| Recepción | \$ 1.00 |
| Desayuno | \$ 0.75 |
| Recorridos | \$ 7.45 |
| Almuerzo | \$ 3.50 |
| | \$ 12.70 |

| PAQUETE 2 | |
|-------------------|-----------------|
| Recorridos | \$ 14.90 |
| Almuerzo | \$ 3.50 |
| Antojitos típicos | \$ 0.50 |
| DESEA ACAMPAR | |
| Tiempo de camping | \$ 7.20 |
| Cena en hostel | \$ 2.00 |
| DIA DOS | |
| Desayuno | \$ 0.75 |
| Refrigerio | \$ 0.50 |
| | \$ 29.35 |

| PAQUETE 4 | |
|----------------------|-----------------|
| Ferry | \$ 1.00 |
| Almuerzo | \$ 3.50 |
| Recorrido | \$ 14.90 |
| Refrigerio | \$ 0.50 |
| DESEA ACAMPAR | |
| Estadia en el hostel | \$ 6.00 |
| DIA DOS | |
| Desayuno | \$ 0.75 |
| Almuerzo | \$ 3.50 |
| Refrigerio | \$ 0.50 |
| transporte | \$ 1.00 |
| | \$ 31.65 |

COSTO TOTAL UNITARIO POR PAQUETE

Para calcular el costo total unitario para cada uno de los paquetes, se debe mencionar que según el método por costeo directo solo se consideraran los costos variables obtenidos por paquete que se muestran en la tabla anterior, ya que los costos fijos permanecen constantes en un periodo determinado y por lo tanto no son considerados, es decir que los costos totales unitarios serán iguales a los costos variables unitarios.

Estos costos han sido establecidos por cada paquete.

| PAQUETES | | costo prestacion del servicio | Costos administrativos | Costos de Comercialización | TOTAL |
|-------------------------|-----|-------------------------------|------------------------|----------------------------|--------------|
| Paquete 1 | 21% | \$ 5,873.67 | \$ 7,094.72 | \$ 60.48 | \$ 13,028.87 |
| Paquete 2 | 19% | \$ 5,314.28 | \$ 6,419.03 | \$ 54.72 | \$ 11,788.03 |
| Paquete 3 | 17% | \$ 4,754.88 | \$ 5,743.34 | \$ 48.96 | \$ 10,547.18 |
| Paquete 4 | 20% | \$ 5,593.98 | \$ 6,756.88 | \$ 57.60 | \$ 12,408.45 |
| fuera de paquete | 23% | \$ 6,433.07 | \$ 7,770.41 | \$ 66.24 | \$ 14,269.72 |

Tomando en cuenta la tabla anterior y la tabla de los costos variables unitarios:

| PAQUETE | COSTO |
|------------------|----------|
| Paquete 1 | \$ 49.40 |
| Paquete 2 | \$ 61.65 |
| Paquete 3 | \$ 41.60 |
| Paquete 4 | \$ 65.65 |

PARTE 3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

3.1 PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta de los diferentes paquetes turísticos que ofrece en el municipio, se vuelve estratégica la fijación del margen de utilidad que se deberá establecer en la actividad económica de la asociación. En este análisis es vital tomar en cuenta la opinión de los clientes recolectada en la etapa de diagnóstico, donde se consideran aspectos tales como el gasto turístico que el mercado consumidor final indicó tener y lo que estarían dispuestos a pagar por la prestación de ciertos servicios turísticos rurales. Además de considerar en cierto aspecto los precios de los productos turísticos ofrecidos por la competencia

- **Mercado consumidor:** El estudio de mercado arrojó que el 33% de la población entrevistada invierte en promedio por cada visita realizada a centros turísticos un monto comprendido entre \$51.00 - \$100.00 por cada persona y menos de \$50 en un porcentaje de 47%, estos valores involucran todo tipo de gastos que pueda realizar en el lugar como alimentación, hospedaje, compra de objetos típicos o recuerdos, paseos etc.
- **Mercado Competidor:** Para el caso de la competencia los precios varían según las actividades que el turista realice, muchos precios están formados por paquetes que contienen desde transporte, comida alimentación, paseos entre otras actividades. Algunos precios en actividades individuales en Suchitoto principal competidor son las siguientes:
 - Entrada a los lugares de \$1.00 a \$2.00
 - Alimentación de \$3.00 a \$18.00
 - Actividades recreativas \$5-12.00
 - Hospedaje \$7.00 a \$65.00

Algunos precios por paquetes dependiendo los días de estadía o la cantidad de actividades a realizar durante un día son los siguientes: Paquetes: \$25.00, \$48.00, \$100.00, \$125.00 y \$150.00.

3.1.1 MARGEN DE UTILIDAD

El margen de utilidad es la diferencia del precio de venta y el costo del servicio turístico, el cual se convierte en las ganancias para la empresa. En primera instancia se debe tener determinado el costo total unitario y de esta forma proceder a calcular el margen de utilidad y el precio de venta de cada paquete del proyecto.

Para establecer los precios de los paquetes se ha considerado un precio fijo, teniendo en cuenta la clasificación a la que corresponde cada paquete, con alojamiento y sin alojamiento. Con alojamiento se ha establecido un precio fijo, de \$45.00 por persona para el paquete 2 y \$50.00- para que paquete 4 ya que este posee una mayor cantidad de recorridos en comparación con el otro paquete que posee pernocta; Para los paquetes 1 y 3 sin alojamiento la cuota es de \$25.00 por persona.

| PAQUETE | COSTO POR PERSONA | COSTO TOTAL UNITARIO | MARGEN DE UTILIDAD | PRECIO DE VENTA/PSNA | PRECIO PAQUETE COMPLETO |
|-----------|-------------------|----------------------|--------------------|----------------------|-------------------------|
| Paquete 1 | \$ 13.70 | \$ 60.69 | 45% | \$ 25.00 | \$ 100.00 |
| Paquete 2 | \$ 29.35 | \$ 75.00 | 35% | \$ 45.00 | \$ 180.00 |
| Paquete 3 | \$ 12.70 | \$ 51.22 | 49% | \$ 25.00 | \$ 100.00 |
| Paquete 4 | \$ 31.65 | \$ 82.37 | 37% | \$ 50.00 | \$ 200.00 |

3.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del Nivel Mínimo de ventas o punto de equilibrio, es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios de una empresa. El Punto de Equilibrio de un bien o servicio, está dado por el volumen de ventas para el cual, los ingresos totales se hacen iguales a los costos totales. Es decir, el nivel de actividad para el cual no hay pérdidas ni ganancias, de tal forma que éste viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento en los volúmenes de venta generará pérdidas.

Para la determinación del Punto de Equilibrio se deben conocer los costos Fijos y Costos Variables de la empresa; entendiéndose por Costos Variables aquellos que están directamente relacionados con la prestación del servicio turístico y que varían con la cantidad de servicios prestados, y por Costos Fijos son los que no están directamente relacionados con la prestación del servicio turístico y que permanecen constantes para un rango relevante de actividad turística.

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en dólares y unidades. Puede calcularse de varias formas:

Al obtener el punto de equilibrio en dólares, se considera la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio (en unidades monetarias)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio de Venta}}}$$

$$= \frac{\text{costos fijos totales}}{\text{coeficiente del margen de contribucion}}$$

Donde el coeficiente de margen de contribución se refiere a la utilidad que se obtiene por cada dólar de venta obtenido, considerando únicamente los costos variables a continuación se muestra el punto de equilibrio en unidades monetarias.

Se llama margen de contribución porque muestra como contribuyen los precios de los servicios ofertados, a cubrir los costos fijos y generar utilidad en el proyecto.

| PAQUETE | Costos fijos | variable unitario | Precio de venta | P.E |
|-----------|--------------|-------------------|-----------------|--------------|
| Paquete 1 | \$ 13,028.87 | \$ 13.70 | \$ 25.00 | \$ 28,824.94 |
| Paquete 2 | \$ 11,788.03 | \$ 29.35 | \$ 45.00 | \$ 33,895.29 |
| Paquete 3 | \$ 10,547.18 | \$ 12.70 | \$ 25.00 | \$ 21,437.36 |
| Paquete 4 | \$ 12,408.45 | \$ 31.65 | \$ 50.00 | \$ 33,810.49 |

Con el punto de equilibrio en unidades monetarias se obtienen los resultados que indican el monto de las ventas necesarias requeridas en el proyecto, para operar sin pérdidas ni ganancias. Si las ventas proyectadas están por debajo de dichas cantidades, estaría perdiendo; y si las ventas se encuentran por arriba de las cifras mencionadas para cada paquete se están generando utilidades.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

Para realizar el análisis desde este punto, se utilizará la fórmula siguiente:

$$\begin{aligned} \text{Punto de Equilibrio (en unidades)} &= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}} \\ &= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Margen de Contribucion Unitario}} \end{aligned}$$

El margen de contribución, es el excedente disponible para cubrir el costo fijo y proveer utilidad después de que las ventas se hayan utilizado para cubrir el costo variable.

DETALLE DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

| | COSTOS FIJOS TOTALES | COEFICIENTE | P.E UNIDADES |
|------------------|----------------------|-------------|--------------|
| Paquete 1 | \$ 13,028.87 | 45.00 | 290 |
| Paquete 2 | \$ 11,788.03 | 35.00 | 337 |
| Paquete 3 | \$ 10,547.18 | 49.00 | 215 |
| Paquete 4 | \$ 12,408.45 | 37.00 | 335 |

3.2.1 GRÁFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

La gráfica de punto de equilibrio es un interesante método de control. Ella ilustra la relación entre las ventas y los gastos de manera que indica qué volumen de ingresos

cubre en forma exacta los gastos. Con la gráfica del Punto de Equilibrio se presenta de manera visual la dirección de la empresa, la estructura de las utilidades en el momento presente así como en el futuro

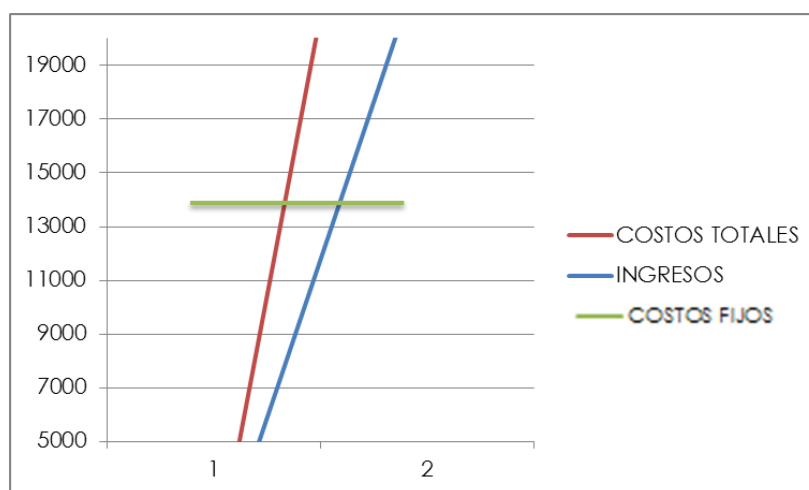
En la gráfica el eje de las abscisas representa el volumen de ventas en unidades y en el eje de las ordenadas se grafican los costos. En primer lugar se grafica la línea de costos fijos que para este caso varían de acuerdo al tipo de paquete, dicha línea es paralela al eje de las abscisas e indica que cualquiera que sea el volumen de venta, estos costos serán iguales.

En la gráfica se observa como la curva de costos totales intercepta a la curva de venta, la cual en este caso llamaremos curva de ingresos en el punto de equilibrio, donde el volumen de ventas cubre los costos fijos y variables. Como ya ha sido mencionado con anterioridad, con ventas superiores a las del punto de equilibrio se estarán obteniendo utilidades.

PUNTO DE EQUILIBRIO DE CADA UNO DE LOS PAQUETES OFERTADOS

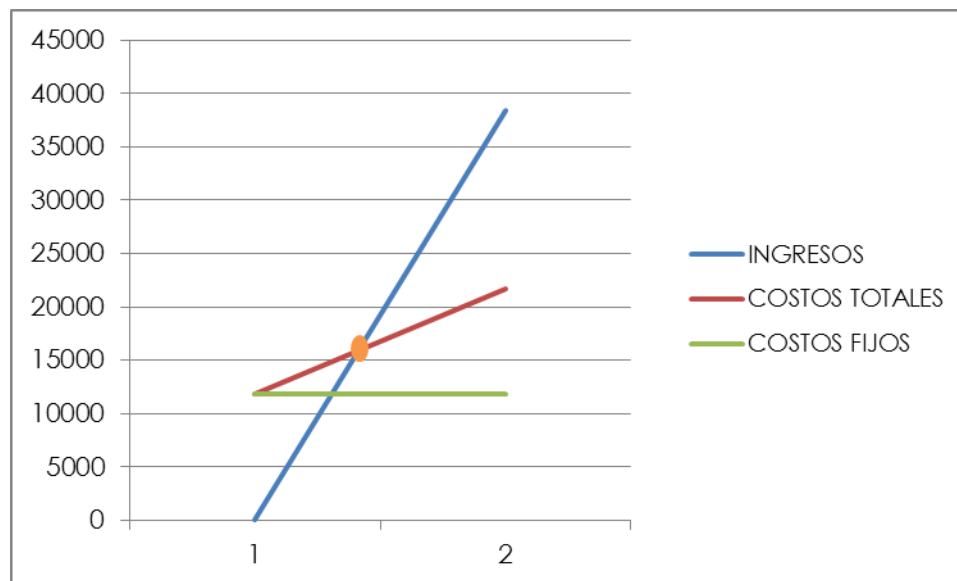
A continuación se muestran las gráficas del punto de equilibrio de los siete paquetes, teniendo en cuenta el punto de equilibrio tanto en unidades por la cantidad de paquetes, como en unidades monetarias según las ventas estimadas.

| PAQUETE 1 | INICIO | | FIN | |
|---------------------|----------|--------------|----------|--------------|
| | UNIDADES | DINERO | UNIDADES | DINERO |
| INGRESOS | 0 | 0 | 236 | \$ 23,589.17 |
| COSTOS FIJOS | 0 | \$ 13,028.87 | 236 | \$ 13,028.87 |
| COSTOS TOTALES | 0 | \$ 13,028.87 | 236 | \$ 18,279.99 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 290 | \$ 28,824.94 | 290 | \$ 28,824.94 |



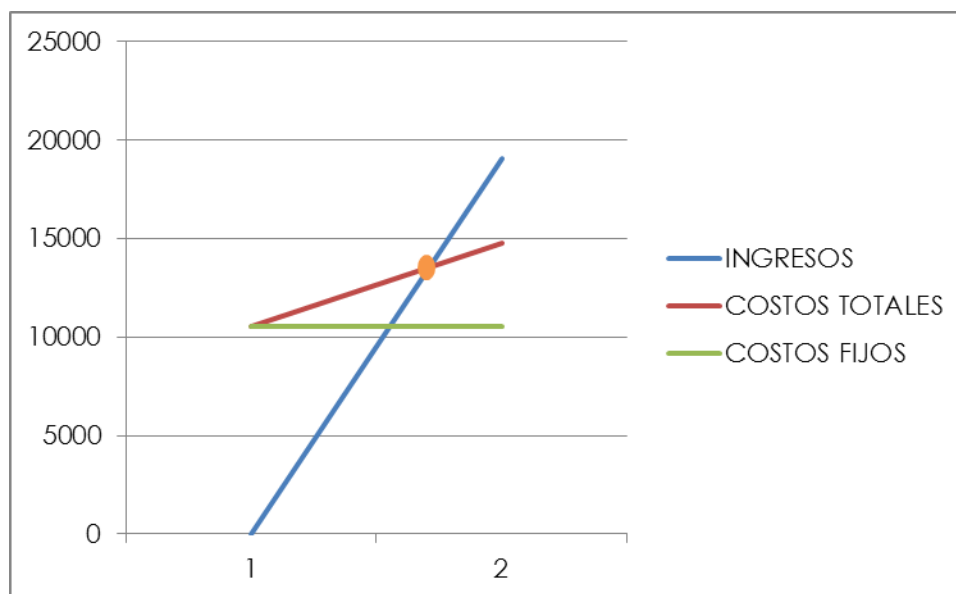
La gráfica muestra que para el paquete 1, el punto de equilibrio se encuentra en las 290 unidades (paquetes) los cuales deben ser vendidos en el primer año con un monto de \$28,824, como muestra la gráfica,

| PAQUETE 2 | INICIO | | FIN | |
|---------------------|----------|--------------|----------|--------------|
| | UNIDADES | DINERO | UNIDADES | DINERO |
| INGRESOS | 0 | 0 | 213 | \$ 38,416.65 |
| COSTOS FIJOS | 0 | \$ 11,788.03 | 213 | \$ 11,788.03 |
| COSTOS TOTALES | 0 | \$ 11,788.03 | 213 | \$ 21,728.65 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 337 | \$ 33,895.29 | 337 | \$ 33,895.29 |

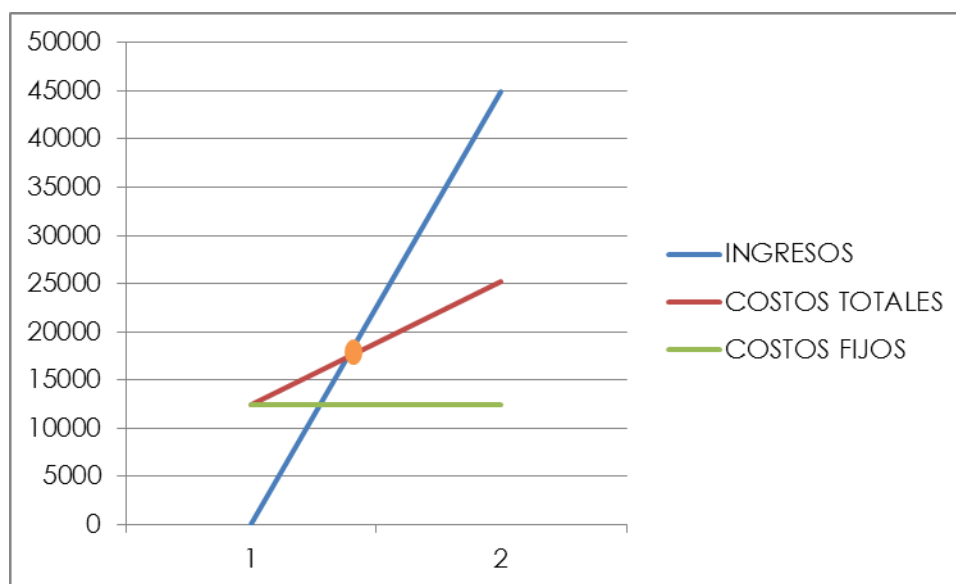


En el paquete dos la gráfica de costos versus ingresos, presenta su punto de equilibrio en la cantidad de \$33,895.29, que significa la venta anual de 337 paquetes, es necesario que se logre esta meta, debido a que por debajo de esta cantidad el proyecto no generara las ganancias necesarias.

| PAQUETE 3 | INICIO | | FIN | |
|---------------------|----------|--------------|----------|--------------|
| | UNIDADES | DINERO | UNIDADES | DINERO |
| INGRESOS | 0 | 0 | 191 | \$ 19,095.99 |
| COSTOS FIJOS | 0 | \$ 10,547.18 | 191 | \$ 10,547.18 |
| COSTOS TOTALES | 0 | \$ 10,547.18 | 191 | \$ 14,798.09 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 215 | \$ 21,437.36 | 215 | \$ 21,437.36 |



| PAQUETE 4 | INICIO | | FIN | |
|---------------------|----------|--------------|----------|--------------|
| | UNIDADES | DINERO | UNIDADES | DINERO |
| INGRESOS | 0 | 0 | 225 | \$ 44,931.75 |
| COSTOS FIJOS | 0 | \$ 12,408.45 | 225 | \$ 12,408.45 |
| COSTOS TOTALES | 0 | \$ 12,408.45 | 225 | \$ 25,193.94 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 335 | \$ 33,810.49 | 335 | \$ 33,810.49 |



3.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

En la etapa de Diseño se realizó el pronóstico de ventas para cada uno de los paquetes que se ofertarán en la Asociación durante los cinco años considerados en estudio. Estos pronósticos serán utilizados para realizar la estimación de ingresos y egresos futuros.

PRONÓSTICOS DE VENTA

| PAQUETE 1 | % Ventas | MES | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-----------|----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| | | 2.415% | 2.415% | 2.415% | 6.720% | 2.415% | 2.415% | 2.415% | 7.665% | 2.415% | 2.415% | 2.415% | 9.135% | |
| Año 1 | 13 | 13 | 13 | 35 | 13 | 13 | 13 | 40 | 13 | 13 | 13 | 48 | 236 | |
| Año 2 | 13 | 13 | 13 | 36 | 13 | 13 | 13 | 41 | 13 | 13 | 13 | 49 | 242 | |
| Año 3 | 13 | 13 | 13 | 37 | 13 | 13 | 13 | 42 | 13 | 13 | 13 | 50 | 248 | |
| Año 4 | 14 | 14 | 14 | 38 | 14 | 14 | 14 | 43 | 14 | 14 | 14 | 51 | 254 | |
| Año 5 | 14 | 14 | 14 | 39 | 14 | 14 | 14 | 44 | 14 | 14 | 14 | 53 | 260 | |

| PAQUETE 2 | % Ventas | MES | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-----------|----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| | | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 6.080% | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 6.935% | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 8.265% | |
| Año 1 | 11 | 11 | 11 | 32 | 11 | 11 | 11 | 36 | 11 | 11 | 11 | 43 | 213 | |
| Año 2 | 12 | 12 | 12 | 32 | 12 | 12 | 12 | 37 | 12 | 12 | 12 | 44 | 219 | |
| Año 3 | 12 | 12 | 12 | 33 | 12 | 12 | 12 | 38 | 12 | 12 | 12 | 45 | 224 | |
| Año 4 | 12 | 12 | 12 | 34 | 12 | 12 | 12 | 39 | 12 | 12 | 12 | 46 | 230 | |
| Año 5 | 13 | 13 | 13 | 35 | 13 | 13 | 13 | 40 | 13 | 13 | 13 | 48 | 236 | |

| PAQUETE 3 | % Ventas | MES | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-----------|----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| | | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 6.080% | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 6.935% | 2.185% | 2.185% | 2.185% | 8.265% | |
| Año 1 | 10 | 10 | 10 | 28 | 10 | 10 | 10 | 32 | 10 | 10 | 10 | 39 | 191 | |
| Año 2 | 10 | 10 | 10 | 29 | 10 | 10 | 10 | 33 | 10 | 10 | 10 | 40 | 196 | |
| Año 3 | 11 | 11 | 11 | 30 | 11 | 11 | 11 | 34 | 11 | 11 | 11 | 40 | 201 | |
| Año 4 | 11 | 11 | 11 | 31 | 11 | 11 | 11 | 35 | 11 | 11 | 11 | 42 | 206 | |
| Año 5 | 11 | 11 | 11 | 31 | 11 | 11 | 11 | 36 | 11 | 11 | 11 | 43 | 211 | |

| PAQUETE 4 | % Ventas | MES | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-----------|----------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|---------|-----------|-----------|-------|
| | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
| | | 2.300% | 2.300% | 2.300% | 6.400% | 2.300% | 2.300% | 2.300% | 7.300% | 2.300% | 2.300% | 2.300% | 8.700% | |
| Año 1 | 12 | 12 | 12 | 33 | 12 | 12 | 12 | 38 | 12 | 12 | 12 | 45 | 225 | |
| Año 2 | 12 | 12 | 12 | 34 | 12 | 12 | 12 | 39 | 12 | 12 | 12 | 46 | 230 | |
| Año 3 | 13 | 13 | 13 | 35 | 13 | 13 | 13 | 40 | 13 | 13 | 13 | 48 | 236 | |
| Año 4 | 13 | 13 | 13 | 36 | 13 | 13 | 13 | 41 | 13 | 13 | 13 | 49 | 242 | |
| Año 5 | 13 | 13 | 13 | 37 | 13 | 13 | 13 | 42 | 13 | 13 | 13 | 50 | 248 | |

3.3.1 ESTIMACIÓN DE INGRESOS FUTUROS

Para la estimación de ingresos futuros se toma en cuenta la cantidad de paquetes pronosticada a vender por año así como el precio de venta de cada uno de ellos.

A continuación se muestran los datos obtenidos de la proyección de ingresos por venta de paquetes. Las proyecciones se realizan para los cinco años considerados en estudio.

| | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Paquete1 | \$24,178.90 | \$24,783.37 | \$25,402.95 | \$26,038.03 |
| Paquete2 | \$39,377.06 | \$40,361.49 | \$41,370.53 | \$42,404.79 |
| Paquete3 | \$19,573.39 | \$20,062.73 | \$20,564.30 | \$21,078.40 |
| Paquete4 | \$46,055.04 | \$47,206.42 | \$48,386.58 | \$49,596.24 |
| Ingreso total | \$129,184.40 | \$132,414.01 | \$135,724.36 | \$139,117.47 |

3.3.2 ESTIMACIÓN DE EGRESOS FUTUROS

Para realizar la estimación de los egresos futuros se toman en cuenta los costos fijos y los costos variables de cada uno de los paquetes. Los costos variables de cada paquete aumentarán a la misma tasa de crecimiento de la demanda. Las proyecciones se han realizado para los cinco años considerados en estudio.

Año 1

| | Paquete 1 | Paquete 2 | Paquete 3 | Paquete 4 |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costos fijos totales | \$ 12,973.26 | \$ 12,031.16 | \$ 10,502.16 | \$ 12,355.49 |
| Costo prestación del servicio | \$ 5,873.67 | \$ 5,314.28 | \$ 4,754.88 | \$ 5,593.98 |
| Costos administrativos | \$ 7,094.72 | \$ 6,419.03 | \$ 5,743.34 | \$ 6,756.88 |
| Costos de Comercialización | \$ 2,987.60 | \$ 2,770.64 | \$ 2,540.97 | \$ 3,064.11 |
| Costos variables totales | \$ 5,251.11 | \$ 9,940.63 | \$ 4,250.90 | \$ 12,785.49 |
| Costos variables unitarios | \$ 49.40 | \$ 61.65 | \$ 41.60 | \$ 65.65 |
| TOTAL | \$ 18,224.38 | \$ 21,971.78 | \$ 14,753.07 | \$ 25,140.97 |

Año 2

| | Paquete 1 | Paquete 2 | Paquete 3 | Paquete 4 |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costos fijos totales | \$ 13,297.59 | \$ 12,331.93 | \$ 10,764.72 | \$ 12,664.37 |
| Costo prestación del servicio | \$ 6,020.52 | \$ 5,447.13 | \$ 4,873.75 | \$ 5,733.82 |
| Costos administrativos | \$ 7,272.09 | \$ 6,579.51 | \$ 5,886.93 | \$ 6,925.80 |
| Costos de Comercialización | \$ 3,062.29 | \$ 2,839.91 | \$ 2,604.49 | \$ 3,140.71 |
| Costos variables totales | \$ 5,382.39 | \$ 10,189.14 | \$ 4,357.17 | \$ 13,105.12 |
| Costos variables unitarios | \$ 50.63 | \$ 63.19 | \$ 42.64 | \$ 67.29 |
| TOTAL | \$ 13,297.59 | \$ 12,331.93 | \$ 10,764.72 | \$ 12,664.37 |

Año 3

| | Paquete 1 | Paquete 2 | Paquete 3 | Paquete 4 |
|---------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costos fijos totales | \$ 13,630.03 | \$ 12,640.23 | \$ 11,033.84 | \$ 12,980.98 |
| Costo prestación del servicio | \$ 6,171.03 | \$ 5,583.31 | \$ 4,995.59 | \$ 5,877.17 |
| Costos administrativos | \$ 7,453.89 | \$ 6,744.00 | \$ 6,034.10 | \$ 7,098.94 |
| Costos de Comercialización | \$ 3,138.85 | \$ 2,910.91 | \$ 2,669.61 | \$ 3,219.23 |
| Costos variables totales | \$ 5,516.95 | \$ 10,443.87 | \$ 4,466.10 | \$ 13,432.75 |
| Costos variables unitarios | \$ 51.90 | \$ 64.77 | \$ 43.70 | \$ 68.97 |
| TOTAL | \$ 19,146.98 | \$ 23,084.10 | \$ 15,499.94 | \$ 26,413.74 |

Año 4

| | Paquete 1 | Paquete 2 | Paquete 3 | Paquete 4 |
|---------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costos fijos totales | \$ 13,970.78 | \$ 12,956.24 | \$ 11,309.68 | \$ 13,305.51 |
| Costo prestación del servicio | \$ 6,325.30 | \$ 5,722.89 | \$ 5,120.48 | \$ 6,024.10 |
| Costos administrativos | \$ 7,640.24 | \$ 6,912.60 | \$ 6,184.95 | \$ 7,276.42 |
| Costos de Comercialización | \$ 3,217.32 | \$ 2,983.68 | \$ 2,736.35 | \$ 3,299.71 |
| Costos variables totales | \$ 5,654.88 | \$ 10,704.97 | \$ 4,577.76 | \$ 13,768.57 |
| Costos variables unitarios | \$ 53.19 | \$ 66.39 | \$ 44.79 | \$ 70.69 |
| TOTAL | \$ 19,625.66 | \$ 23,661.20 | \$ 15,887.44 | \$ 27,074.08 |

Año 5

| | | | | |
|---------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costos fijos totales | \$ 14,320.05 | \$ 13,280.14 | \$ 11,592.42 | \$ 13,638.15 |
| Costo prestación del servicio | \$ 6,483.44 | \$ 5,865.97 | \$ 5,248.50 | \$ 6,174.70 |
| Costos administrativos | \$ 7,831.24 | \$ 7,085.41 | \$ 6,339.58 | \$ 7,458.33 |
| Costos de Comercialización | \$ 3,297.75 | \$ 3,058.27 | \$ 2,804.76 | \$ 3,382.21 |
| Costos variables totales | \$ 5,796.25 | \$ 10,972.59 | \$ 4,692.20 | \$ 14,112.79 |
| Costos variables unitarios | \$ 54.52 | \$ 68.05 | \$ 45.91 | \$ 72.46 |
| TOTAL | \$ 20,116.30 | \$ 24,252.73 | \$ 16,284.62 | \$ 27,750.93 |

EGRESOS TOTALES PROYECTADOS

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| Costos fijos totales | \$ 61,777.44 | \$ 63,321.87 | \$ 64,904.92 | \$ 66,527.54 | \$ 68,190.73 |
| Costo prestación del servicio | \$ 21,536.80 | \$ 22,075.22 | \$ 22,627.10 | \$ 23,192.78 | \$ 23,772.60 |
| Costos administrativos | \$ 26,013.97 | \$ 26,664.32 | \$ 27,330.93 | \$ 28,014.20 | \$ 28,714.56 |
| Costos de Comercialización | \$14,226.66 | \$ 14,582.33 | \$ 14,946.88 | \$ 15,320.56 | \$ 15,703.57 |
| Costos variables totales | \$ 32,228.13 | \$ 33,033.83 | \$ 33,859.68 | \$ 34,706.17 | \$ 35,573.82 |
| Costos variables unitarios | \$ 218.28 | \$ 223.74 | \$ 229.33 | \$ 235.07 | \$ 240.94 |
| TOTAL | \$ 94,005.56 | \$ 96,355.70 | \$ 98,764.60 | \$ 101,233.71 | \$ 103,764.55 |

PARTE 4. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados financieros proforma (estados financieros futuros) pueden ser proyectados para el número de años deseados, sin embargo el riesgo del error al proyectar se aumenta conforme aumenta el tiempo de proyección.

Los estados financieros proyectados son el flujo de efectivo, el estado de resultados y el balance general, todos para los 5 años que es el periodo de estudio establecido.

4.1 ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

El estado de resultados o llamado también de pérdidas y ganancias tiene como objetivo calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, de manera global, el beneficio de la operación, este se calcula restando de los ingresos los costos en que se incurren, los impuestos que sobre éste deben de pagarse. El ingreso por ventas se obtiene de multiplicar el precio de venta de cada servicio por el número de unidades que se venderán en dichos períodos.

Los estados de resultados se calcularon para cada uno de los cuatro paquetes que se ofrecerán además se presenta el estado de resultados consolidado de la prestación de servicios turísticos. A continuación se presentan los estados de resultados proformas para cada uno de los paquetes y para la JMT-SLC.

Estado de resultado paquete 1

| RUBRO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas | 24,000.00 | 24,178.90 | 24,783.37 | 25,402.95 | 26,038.03 |
| Costos del Servicio | 11,512.66 | 11,685.35 | 11,860.63 | 12,038.54 | 12,219.12 |
| Utilidad Bruta | 12,487.34 | 12,493.54 | 12,922.74 | 13,364.41 | 13,818.91 |
| Costos de Administración | 610.97 | 620.13 | 629.43 | 638.88 | 648.46 |
| Costos de Comercialización | 3,556.67 | 3,610.01 | 3,664.17 | 3,719.13 | 3,774.91 |
| Utilidad Neta antes de Impuesto | 8,319.70 | 8,263.40 | 8,629.14 | 9,006.41 | 9,395.53 |
| ISR (30%) | 5,823.79 | 5,784.38 | 6,040.40 | 6,304.48 | 6,576.87 |
| Utilidad Neta de Periodo | 2,495.91 | 2,479.02 | 2,588.74 | 2,701.92 | 2,818.66 |

Estado de resultado paquete 2

| RUBRO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas | 37,800.00 | 39,377.06 | 40,361.49 | 41,370.53 | 42,404.79 |
| Costos del Servicio | 14,390.83 | 14,606.69 | 14,825.79 | 15,048.18 | 15,273.90 |
| Utilidad Bruta | 23,409.17 | 24,770.37 | 25,535.70 | 26,322.35 | 27,130.89 |
| Costos de Administración | 7,331.62 | 7,441.59 | 7,553.22 | 7,666.52 | 7,781.51 |
| Costos de Comercialización | 3,556.67 | 3,610.01 | 3,664.17 | 3,719.13 | 3,774.91 |
| Utilidad Neta antes de Impuesto | 12,520.88 | 13,718.76 | 14,318.31 | 14,936.70 | 15,574.46 |
| ISR (30%) | 8,764.62 | 9,603.13 | 10,022.82 | 10,455.69 | 10,902.12 |
| Utilidad Neta de Periodo | 3,756.27 | 4,115.63 | 4,295.49 | 4,481.01 | 4,672.34 |

Estado de resultado paquete 3

| RUBRO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas | 18,900.00 | 19,573.39 | 20,062.73 | 20,564.30 | 21,078.40 |
| Costos del Servicio | 8,634.50 | 8,764.02 | 8,895.48 | 9,028.91 | 9,164.34 |
| Utilidad Bruta | 10,265.50 | 10,809.38 | 11,167.25 | 11,535.39 | 11,914.06 |
| Costos de Administración | 610.97 | 620.13 | 629.43 | 638.88 | 648.46 |
| Costos de Comercialización | 3,556.67 | 3,610.01 | 3,664.17 | 3,719.13 | 3,774.91 |
| Utilidad Neta antes de Impuesto | 6,097.87 | 6,579.23 | 6,873.65 | 7,177.38 | 7,490.69 |
| ISR (30%) | 4,268.51 | 4,605.46 | 4,811.56 | 5,024.17 | 5,243.48 |
| Utilidad Neta de Periodo | 1,829.36 | 1,973.77 | 2,062.10 | 2,153.22 | 2,247.21 |

Estado de resultado paquete 4

| RUBRO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas | 44,800.00 | 46,055.04 | 47,206.42 | 48,386.58 | 49,596.24 |
| Costos del Servicio | 23,025.33 | 23,370.71 | 23,721.27 | 24,077.09 | 24,438.24 |
| Utilidad Bruta | 21,774.67 | 22,684.34 | 23,485.15 | 24,309.49 | 25,158.00 |
| Costos de Administración | 7,331.62 | 7,441.59 | 7,553.22 | 7,666.52 | 7,781.51 |
| Costos de Comercialización | 3,556.67 | 3,610.01 | 3,664.17 | 3,719.13 | 3,774.91 |
| Utilidad Neta antes de Impuesto | 10,886.39 | 11,632.73 | 12,267.77 | 12,923.85 | 13,601.57 |
| ISR (30%) | 7,620.47 | 8,142.91 | 8,587.44 | 9,046.69 | 9,521.10 |
| Utilidad Neta de Periodo | 3,265.92 | 3,489.82 | 3,680.33 | 3,877.15 | 4,080.47 |

A continuación se presenta el Estado de Resultados de la JMT-SLC donde se han incorporado los datos de cada uno de los paquetes turísticos:

Estado de Resultados Consolidado para 5 años de la Junta:

| RUBRO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas | 125,500.00 | 129,184.40 | 132,414.01 | 135,724.36 | 139,117.47 |
| Costos del Servicio | 57,563.32 | 58,426.77 | 59,303.17 | 60,192.72 | 61,095.61 |
| Utilidad Bruta | 67,936.68 | 70,757.63 | 73,110.84 | 75,531.64 | 78,021.86 |
| Costos de Administración | 29,326.48 | 29,766.38 | 30,212.87 | 30,666.07 | 31,126.06 |
| Costos de Comercialización | 14,226.66 | 14,440.06 | 14,656.66 | 14,876.51 | 15,099.66 |
| Utilidad Neta antes de Impuesto | 24,383.54 | 26,551.19 | 28,241.30 | 29,989.06 | 31,796.14 |
| ISR (30%) | 17,068.48 | 18,585.83 | 19,768.91 | 20,992.34 | 22,257.30 |
| Utilidad Neta de Periodo | 7,315.06 | 7,965.36 | 8,472.39 | 8,996.72 | 9,538.84 |

4.1.1 FLUJO NETO DE EFECTIVO

El Estado de Flujos de Caja muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos a una fecha determinada. Las variables de flujo, suponen la existencia de una corriente económica y se caracterizan por una dimensión temporal; se expresan de manera necesaria en cantidades medidas durante un periodo. El estado de Flujo de efectivo a diferencia del Estado de resultados es un informe que incluye las entradas y salidas de efectivo para determinar el saldo final, es un factor decisivo en la evaluación de liquidez (excedente o faltante de efectivo) de un negocio, la forma en que está estructurado tanto las entradas como las salidas de efectivo se clasifican en actividades de operación y financiamiento, esto es útil para efecto de toma de decisiones pues especifica el origen o destino de los movimientos de efectivo.

A continuación se presenta el detalle de ventas en efectivo para los 5 años de análisis el cual se definirá para cada uno de los paquetes rural-comunitario que se han diseñado:

Flujo Neto de Efectivo Año 1 de Operaciones

| RUBRO | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Ingreso por Ventas | 6,680.00 | 6,680.00 | 6,680.00 | 18,660.00 | 6,680.00 | 6,680.00 | 6,680.00 | 21,280.00 | 6,680.00 | 6,680.00 | 6,680.00 | 25,440.00 |
| Costos del Servicio | 3,878.61 | 3,878.61 | 3,878.61 | 6,719.07 | 3,878.61 | 3,878.61 | 3,878.61 | 7,210.88 | 3,878.61 | 3,878.61 | 3,878.61 | 8,725.92 |
| Utilidad Bruta | 2,801.39 | 2,801.39 | 2,801.39 | 11,940.93 | 2,801.39 | 2,801.39 | 2,801.39 | 14,069.12 | 2,801.39 | 2,801.39 | 2,801.39 | 16,714.08 |
| Costos de Administración | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 | 2,443.87 |
| Costos de Comercialización | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 | 1,185.56 |
| Utilidad Neta antes de Impuesto | -828.03 | -828.03 | -828.03 | 8,311.50 | -828.03 | -828.03 | -828.03 | 10,439.69 | -828.03 | -828.03 | -828.03 | 13,084.65 |
| ISR (30%) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 5,818.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 7,307.78 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 9,159.26 |
| Utilidad Neta de Periodo | -828.03 | -828.03 | -828.03 | 2,493.45 | -828.03 | -828.03 | -828.03 | 3,131.91 | -828.03 | -828.03 | -828.03 | 3,925.40 |
| Depreciaciones y amortizaciones | 547.58 | 547.58 | 547.58 | 547.58 | 547.58 | 547.58 | 547.58 | 547.58 | 547.58 | 547.58 | 547.58 | 547.58 |
| Flujo neto de efectivo | -280.45 | -280.45 | -280.45 | 3,041.03 | -280.45 | -280.45 | -280.45 | 3,679.49 | -280.45 | -280.45 | -280.45 | 4,472.98 |

Flujo Neto de Efectivo Consolidado para 5 años

| RUBRO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ingreso por Ventas | 125,500.00 | 129,184.40 | 132,414.01 | 135,724.36 | 139,117.47 |
| Costos del Servicio | 57,563.32 | 58,426.77 | 59,303.17 | 60,192.72 | 61,095.61 |
| Utilidad Bruta | 67,936.68 | 70,757.63 | 73,110.84 | 75,531.64 | 78,021.86 |
| Costos de Administración | 29,326.48 | 29,766.38 | 30,212.87 | 30,666.07 | 31,126.06 |
| Costos de Comercialización | 14,226.66 | 14,440.06 | 14,656.66 | 14,876.51 | 15,099.66 |
| Utilidad Neta antes de Impuesto | 24,383.54 | 26,551.19 | 28,241.30 | 29,989.06 | 31,796.14 |
| ISR (%) | 17,068.48 | 18,585.83 | 19,768.91 | 20,992.34 | 22,257.30 |
| Utilidad Neta de Periodo | 7,315.06 | 7,965.36 | 8,472.39 | 8,996.72 | 9,538.84 |
| Depreciaciones y amortizaciones | 6,570.95 | 6,570.95 | 6,570.95 | 6,570.95 | 6,570.95 |
| Flujo Neto de Efectivo | 13,886.01 | 14,536.31 | 15,043.34 | 15,567.67 | 16,109.79 |

4.2 BALANCE GENERAL PROFORMA

El cálculo del Balance General Proforma, permite ver la situación financiera de la asociación de turismo al final del primer periodo de operación.

A continuación se presenta el balance Inicial Proforma para el mes 1 del primer año de operaciones.

BALANCE GENERAL INICIAL

| | | BALANCE GENERAL INICIAL | | | |
|-----------------------------------|--------------|--------------------------------|--|----------------------------------|-----------------------------|
| | | Del 1° de enero año 1 | | | |
| ACTIVOS | | | | PASIVOS | |
| <i>Circulantes</i> | \$ 10,000.00 | | | <i>Total Pasivos</i> | <u>\$ 23,009.36</u> |
| Caja | \$18,825.84 | | | | |
| <i>Total de Activo Circulante</i> | | \$31,170.84 | | CAPITAL | <u>\$ 93,089.99</u> |
| <i>Cuentas por cobrar</i> | 2,345.00 | | | | |
| <i>No Circulante</i> | | | | | |
| Terreno | \$ 42,159.89 | | | | |
| Mobiliario y Equipo | \$ 9,599.28 | | | | |
| Infraestructura | \$ 23,742.09 | | | | |
| Equipo de primero aux. | \$ 6,439.13 | | | | |
| Señalización | \$ 5,208.54 | | | | |
| Intangibles | \$ 9,427.25 | | | | |
| <i>Total Act. No Circulante</i> | | <u>\$ 84,928.51</u> | | | |
| Total Activos | | <u>\$ 116,099.35</u> | | Total Capital más Pasivos | <u>\$ 116,099.35</u> |

BALANCE GENERAL AÑO 1 DE OPERACIONES

BALANCE GENERAL PROFORMA

Del 1° de enero al 31 de diciembre del año 1

| ACTIVOS | | PASIVOS | |
|----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|
| Circulantes | | Circulante | |
| Caja | \$ 13,886.01 | CxP | \$ - |
| Banco | \$ 6,319.91 | | |
| Inventario (alimentos) | \$ 15,265.20 | | |
| | | Total de Pasivo Circulante | \$ - |
| Total de Activo Circulante | <u>\$ 35,471.12</u> | | |
| No Circulante | | | |
| Terreno | \$ 42,159.89 | Capital | <u>\$ 123,414.42</u> |
| Mobiliario y Equipo | \$ 9,599.28 | Capital Social | \$ 116,099.35 |
| Infraestructura | \$ 23,742.09 | Utilidades del Periodo | <u>\$ 7,315.06</u> |
| Equipo de primero aux. | \$ 6,439.13 | | |
| Señalización | \$ 5,208.54 | | |
| Intangibles | \$ 9,427.25 | | |
| Depreciación | \$ (6,570.95) | | |
| Total Act. No Circulante | <u>\$ 90,005.23</u> | Total Capital y Pasivos | <u>\$ 125,476.36</u> |
| Total Activos | <u>\$ 125,476.36</u> | | |

BALANCE GENERAL AÑO 2 DE OPERACIONES

BALANCE GENERAL PROFORMA

Del 1° de enero al 31 de diciembre del año 2

| ACTIVOS | | PASIVOS | |
|----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|
| Circulantes | | Circulante | |
| Caja | \$ 14,536.31 | CxP | \$ - |
| Banco | \$ 7,419.91 | | |
| Inventario (alimentos) | \$ 14,165.20 | | |
| | | Total de Pasivo Circulante | \$ - |
| Total de Activo Circulante | <u>\$ 36,121.42</u> | | |
| No Circulante | | | |
| Terreno | \$ 42,159.89 | Capital | <u>\$ 101,055.35</u> |
| Mobiliario y Equipo | \$ 9,599.28 | Capital Social | \$ 93,089.99 |
| Infraestructura | \$ 23,742.09 | Utilidades del Periodo | <u>\$ 7,965.36</u> |
| Equipo de primero aux. | \$ 6,439.13 | | |
| Señalización | \$ 5,208.54 | | |
| Intangibles | \$ 9,427.25 | | |
| Depreciación | \$ (6,570.95) | | |
| Total Act. No Circulante | <u>\$ 90,005.23</u> | Total Capital y Pasivos | <u>\$ 126,126.65</u> |
| Total Activos | <u>\$ 126,126.65</u> | | |

BALANCE GENERAL AÑO 3 DE OPERACIONES

BALANCE GENERAL PROFORMA

Del 1° de enero al 31 de diciembre del año 3

| ACTIVOS | | PASIVOS | |
|----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|
| Circulantes | | Circulante | |
| Caja | \$ 15,043.34 | CxP | \$ - |
| Banco | \$ 14,408.62 | | |
| Inventario (alimentos) | \$ 19,251.00 | | |
| | | Total de Pasivo Circulante | \$ - |
| Total de Activo Circulante | <u>\$ 48,702.96</u> | | |
| No Circulante | | | |
| Terreno | \$ 42,159.89 | Capital | <u>\$ 101,562.38</u> |
| Mobiliario y Equipo | \$ 9,599.28 | Capital Social | \$ 93,089.99 |
| Infraestructura | \$ 6,439.13 | Utilidades del Periodo | <u>\$ 8,472.39</u> |
| Equipo de primero aux. | \$ 6,439.13 | | |
| Señalización | \$ 5,208.54 | | |
| Intangibles | \$ 9,427.25 | | |
| Depreciación | \$ (6,570.95) | | |
| Total Act. No Circulante | <u>\$ 72,702.27</u> | Total Capital y Pasivos | <u>\$ 121,405.23</u> |
| Total Activos | <u>\$ 121,405.23</u> | | |

BALANCE GENERAL AÑO 4 DE OPERACIONES

BALANCE GENERAL PROFORMA

Del 1° de enero al 31 de diciembre del año 4

| ACTIVOS | | PASIVOS | |
|----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|
| Circulantes | | Circulante | |
| Caja | \$ 15,567.67 | CxP | \$ - |
| Banco | \$ 13,300.62 | | |
| Inventario (alimentos) | \$ 20,559.00 | | |
| | | Total de Pasivo Circulante | \$ - |
| Total de Activo Circulante | <u>\$ 49,427.29</u> | | |
| No Circulante | | | |
| Terreno | \$ 42,159.89 | Capital | <u>\$ 102,086.71</u> |
| Mobiliario y Equipo | \$ 9,599.28 | Capital Social | \$ 93,089.99 |
| Infraestructura | \$ 6,439.13 | Utilidades del Periodo | <u>\$ 8,996.72</u> |
| Equipo de primero aux. | \$ 6,439.13 | | |
| Señalización | \$ 5,208.54 | | |
| Intangibles | \$ 9,427.25 | | |
| Depreciación | \$ (6,570.95) | | |
| Total Act. No Circulante | <u>\$ 72,702.27</u> | Total Capital y Pasivos | <u>\$ 122,129.56</u> |
| Total Activos | <u>\$ 122,129.56</u> | | |

BALANCE GENERAL AÑO 5 DE OPERACIONES

| BALANCE GENERAL PROFORMA | | | |
|--|----------------------|----------------------------|----------------------|
| Del 1° de enero al 31 de diciembre del año 5 | | | |
| ACTIVOS | | PASIVOS | |
| Circulantes | | Circulante | |
| Caja | \$ 16,109.79 | CxP | \$ - |
| Banco | \$ 15,008.62 | | |
| Inventario (alimentos) | \$ 18,851.00 | | |
| | | Total de Pasivo Circulante | \$ - |
| Total de Activo Circulante | <u>\$ 49,969.41</u> | | |
| | | | |
| No Circulante | | Capital | <u>\$ 102,628.84</u> |
| Terreno | \$ 42,159.89 | Capital Social | \$ 93,089.99 |
| Mobiliario y Equipo | \$ 9,599.28 | Utilidades del Periodo | <u>\$ 9,538.84</u> |
| Infraestructura | \$ 6,439.13 | | |
| Equipo de primero aux. | \$ 6,439.13 | | |
| Señalización | \$ 5,208.54 | | |
| Intangibles | \$ 9,427.25 | | |
| Depreciación | \$ (6,570.95) | | |
| Total Act. No Circulante | <u>\$ 72,702.27</u> | | |
| Total Activos | <u>\$ 122,671.69</u> | Total Capital y Pasivos | <u>\$ 122,671.69</u> |

PARTE 5. EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO

La evaluación económica tiene como objetivo analizar el rendimiento y Rentabilidad de toda la Inversión independientemente de la fuente de Financiamiento. Entre los aspectos a evaluar se encuentra: La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR), el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tiempo de Recuperación de la Inversión y la Relación Beneficio-Costo.

5.1 TASA MINIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO

La Tasa mínima atractiva de rendimiento, cumple la función de brindar una referencia en función del análisis por realizar de los que el inversionista esperaría de las oportunidades de inversión.

Para poder invertir en la adopción del proyecto que se propone, se hace necesario establecer parámetros de aceptación ante las posibilidades de éxito ó fracaso de invertir en el proyecto, lo cual se plasma a través de la aplicación de la Tasa Mínima Aceptable del proyecto (TMAR), que representa el costo de oportunidad que tiene el Capital a invertir en esta iniciativa.

Por su parte, la TMAR para inversionistas está dada por la suma de un porcentaje de inflación considerado una tasa de inflación promedio de los 5 años anteriores más otro porcentaje como premio al riesgo.

La TMAR para el financista está compuesta por los mismos elementos antes mencionados, su diferencia radica en la determinación del premio al riesgo. Para calcular la TMAR se hace uso de la siguiente fórmula:

$$\mathbf{TMAR = I + R + (I \times R)}$$

Dónde: I: Tasa de inflación. R: Premio al riesgo.

Para la evaluación del proyecto se han datos de inflación obtenidos la página web del Banco Central de Reserva, para determinar la tasa mínima atractiva de rendimiento se proyecto la inflación para los 5 años de operación del proyecto y se ha considerado una tasa de inflación promedio de los 5 años proyectados dando un promedio de 3.65% cuyo cálculo se presenta a continuación:

| TASA DE INFLACION | |
|-------------------|--------------|
| AÑO | CIFRA |
| 2001 | 1.40% |
| 2002 | 2.80% |
| 2003 | 2.50% |
| 2004 | 5.40% |
| 2005 | 4.30% |
| 2006 | 4.90% |
| 2007 | 4.90% |
| 2008 | 5.50% |
| 2009 | -0.20% |
| 2010 | 5.30% |
| 2011 | 3.40% |
| 2012 | 1.00% |
| Promedio | 3.65% |

Se realizará una proyección para los próximos 5 años utilizando la técnica de los promedios móviles, ya que la serie tiene una variación en la cual se observan picos y valles, mostrando una variabilidad en los precios del mercado, siendo este método útil para suavizar los altibajos. Las medias móviles se tratan de un promedio aritmético que "suaviza" la curva de inflación y se convierte en una línea o curva de la tendencia, permitiendo analizar su inicio y su final. No proporciona cambios de tendencia pero si los puede confirmar. Para Este caso se tomara un $n=8$, para que en la proyección se tomen en consideración los datos reales, El cálculo se realiza directamente de las funciones de Excel.

Se muestra los siguientes resultados:

| Promedio moviles | |
|------------------|-------|
| 2011 | 3.65% |
| 2012 | 3.65% |
| 2013 | 3.69% |
| 2014 | 3.79% |
| 2015 | 3.92% |

El porcentaje de Premio al riesgo (R) para el inversionista se ha considerado tomando la tasa pasiva actual más conveniente que pagan los Bancos o financiera, si se decidiera colocar el dinero para el proyecto a plazo fijo. En la tabla siguiente se muestran las tasas de interés de depósito a plazo fijo en distintos bancos del país.

| BANCO | TASA DE INTERES |
|-------------------------------|-----------------|
| Banco Agricola | 1.50% |
| Banco Citibank | 1.50% |
| Davivienda | 1.50% |
| banco G&T Continental | 1.75% |
| Scotiabank | 0.50% |
| Banco Promerica | 1.75% |
| Banco de Fomento Agropecuario | 2.00% |
| Banca de America Central | 1.75% |
| Banco Procredit | 2.25% |
| Banco Azteca | 3.25% |
| Sociedad de Ahorro y Credito | 2.75% |

Por lo tanto la tasa mínima de rendimiento se muestra a continuación:

$$TMAR = I + R + (I \times R)$$

$$TMAR = 3.65\% + 3.25\% + (3.65\% \times 3.25\%) = 7.023 \%$$

La tasa mínima aceptable de rendimiento es 7.023%, y se tomará de referencia para efectos de comparación de la conveniencia o no del proyecto económicamente hablando, con esta tasa se espera cubrir o ganar un rendimiento por lo menos igual al índice inflacionario, sin embargo como inversionistas no solo se espera mantener el poder adquisitivo de la inversión (al cubrir la inflación) sino que se espera tener un rendimiento que haga crecer el monto invertido además de haber compensado la inflación, no se toma una TMAR mixta debido a que el financiamiento para el proyecto se hará a través de donación.

5.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto (VAN) de un proyecto se define como el valor obtenido en el presente del proyecto y se elabora actualizando para cada año por separado las entradas y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del mismo a una tasa de interés fija determinada. Esta también incluye las inversiones las cuales deben ser tomadas del flujo neto de ingresos y egresos.

La tasa de actualización o descuento es igual a la Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento, TMAR. El análisis del valor actual neto o valor presente es una cantidad que expresa cuánto valor se logrará de efectuar una inversión en un proyecto específico. Esto se hace ajustando o descontando todos los flujos de fondos de un cierto plazo hasta el momento cero o inicial de la inversión. Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se utilizara la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i}$$

Donde:

I_0 = Inversión inicial.

F_i = Flujo neto de efectivo, obtenido del Estado de Resultados proforma.

t = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR), o tasa de descuento o actualización.

n = años en el análisis del proyecto.

Para el cálculo de la VAN se utilizó el resultado del rendimiento de cada año, el cual es mayor que el del estado de resultados ya que el valor del rendimiento se ve aumentado debido al incremento de las salidas no reales de efectivo.

A continuación se presenta el cálculo de la VAN para el proyecto:

$$VAN = (\$107,054.48) \frac{\$15,884.20}{1.07023318} + \frac{\$16,581.89}{1.14539906} + \frac{\$17,137.03}{1.22584408} + \frac{\$17,710.18}{1.311939015} + \frac{\$18,301.87}{1.404080666}$$

$$VAN = (\$37,221.93)$$

| VALOR | DESCRIPCION | DECISION A TOMAR |
|---------|--|---|
| VAN > 0 | La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida. | El proyecto puede aceptarse |
| VAN < 0 | La inversión producirá ganancias por debajo de la rentabilidad exigida. | El proyecto puede rechazarse |
| VAN = 0 | La inversión no producirá ganancias ni pérdidas. | Dado que el proyecto no agregara valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores. |

La VAN del proyecto es -\$37,221.93 lo que significa que el proyecto puede no es viable desde este punto de vista pero debe de recordarse el trasfondo social que posee este proyecto y la mejora en la calidad de vida y empleo que puede lograr tener en la comunidad.

5.3 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero, es decir la que reinvierte en el proyecto todos los beneficios.

La TIR muestra a los inversionistas la tasa de interés máxima a la que debe contraer préstamos, sin que incurra en futuros fracasos financieros. Para lograr esto se busca aquella tasa que aplicada al Flujo neto de Efectivo hace que el VAN sea igual a cero.

El procedimiento para determinar la TIR es igual al utilizado para el cálculo del VAN; para posteriormente aplicar el método numérico mediante aproximaciones sucesivas hasta acercarnos a un VAN = 0. Para el cálculo se aplica la siguiente formula del VAN:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i} = 0$$

Dónde:

I_0 = Inversión inicial.

F_i = Flujo neto de efectivo, obtenido del Estado de Resultados proforma.

t = Tasa interna de retorno que se busca.

n = años en el análisis del proyecto.

Los criterios para decidir en base a la TIR son:

Si la TIR \geq TMAR, Se acepta el Proyecto S

i la TIR < TMAR, Se rechaza el Proyecto

$$(\$107,054.48) \frac{\$15,884.20}{(1+i)} + \frac{\$16,581.89}{(1+i)^2} + \frac{\$17,137.03}{(1+i)^3} + \frac{\$17,710.18}{(1+i)^4} + \frac{\$18,301.87}{(1+i)^5} = 0$$

La tasa interna de retorno obtenida de la formula anterior de 12.23% haciendo uso de los criterios presentados anteriormente se tiene que:

$$= 5.45\% < 7.023\%$$

Por lo tanto se demuestra la baja rentabilidad del proyecto ya que la tasa interna de retorno (TIR) es menor que la tasa mínima aceptable que es del 7.023%.

5.4 TASA DE RETORNO DE INVERSION (TRI)

Representa el tiempo en el cual la suma de los ingresos netos cubre el monto de la inversión del proyecto.

La fórmula que se utiliza para la determinación del tiempo de recuperación de la inversión es la siguiente:

$$TRI = \frac{\text{Inversion total}}{\text{utilidad promedio}}$$

La utilidad promedio se determina actualizando los ingresos y egresos en el periodo de análisis y dividiéndolos entre los 5 años de análisis, como se muestra a continuación:

$$\text{Utilidad} = \frac{\sum \text{utilidad de todos los periodos}}{\text{numero de periodos de analisis}}$$

| | | | |
|-----------------|--------------------------|---|---------------------|
| UTILIDAD | $\frac{\$ 61,380.35}{5}$ | = | \$ 12,276.07 |
|-----------------|--------------------------|---|---------------------|

| | | |
|-------------|-------------------------------------|------------|
| TRI= | $\frac{\$107,054.48}{\$ 12,276.07}$ | 8.7 |
|-------------|-------------------------------------|------------|

Es decir 8 años con 8 meses

Se estima que la inversión inicial del proyecto se recuperará en un plazo de 8.7 años, el

5.5 RELACION BENEFICIO COSTO

Teniendo en consideración, los valores presentes calculados para el establecimiento de la VAN y la inversión inicial. El cálculo de la relación Beneficio – Costo, se hace de la siguiente manera:

$$B/C = \frac{\frac{YB_1}{(1+i)^1} + \frac{YB_2}{(1+i)^2} + \frac{YB_3}{(1+i)^3} + \frac{YB_4}{(1+i)^4} + \frac{YB_5}{(1+i)^5}}{\frac{C_1}{(1+i)^1} + \frac{C_2}{(1+i)^2} + \frac{C_3}{(1+i)^3} + \frac{C_4}{(1+i)^4} + \frac{C_5}{(1+i)^5}}$$

YB_n = Ingresos brutos en el periodo n

C_n = Costos en el periodo n i= Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que: Si B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

Si B/C = 1 implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente. Si B/C < 1 implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

Aplicando la fórmula:

| | | | |
|-------------|----------------------------------|---|-------------|
| B/C= | $\frac{61,380.35}{\$ 67,284.03}$ | = | 0.91 |
|-------------|----------------------------------|---|-------------|

El resultado obtenido del cálculo anterior es: 0.91 lo que nos indica que por cada dólar invertido se tiene un beneficio de \$0.27. El valor obtenido es mayor que 1 lo que implica que los ingresos son mayores que los egresos, por lo tanto el proyecto es aconsejable

PARTE 6. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

La Evaluación financiera de proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

6.1 RAZONES FINANCIERAS DEL PROYECTO

Las razones financieras son esenciales en el análisis financiero. Éstas resultan de establecer una relación numérica entre dos cantidades: las cantidades relacionadas corresponden a diferentes cuentas de los estados financieros de una empresa.

El análisis por razones o indicadores permite observar puntos fuertes o débiles de una empresa, indicando también probabilidades y tendencias, pudiendo así determinar qué cuentas de los estados financieros requiere de mayor atención en el análisis.

El adecuado análisis de estos indicadores permite encontrar información que no se encuentra en las cifras de los estados financieros. Las razones financieras por sí mismas no tienen mucho significado, por lo que deben ser comparadas con algo para poder determinar si indican situaciones favorables o desfavorables.

Las razones Financieras que se evaluaron para el proyecto propuesto se compararon únicamente con la evolución que cada una experimenta en el transcurso de los primeros 5 años de operación del proyecto.

Para el caso en estudio no se aplicaron las razones de liquidez y de endeudamiento, ya que para los años analizados no se cuenta con cuentas de pasivos, puesto que el financiamiento se hace a través de donación por lo que no se consideran cuentas deudoras.

Las razones financieras se demuestran a continuación.

6.1.1 RAZONES DE ACTIVIDAD

Las razones de actividad evalúan como se utilizan los recursos que se disponen.

ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES.

Indica la eficiencia relativa con que una empresa utiliza sus activos totales para generar ventas

$$RAT = \frac{\text{Ventas netas}}{AT \text{ promedio}}$$

| Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1.36 | 1.26 | 1.28 | 1.30 | 1.32 |

Los resultados obtenidos muestran qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto se está generando de ventas por cada Unidad Monetaria invertida.

El dato obtenido para el primer año muestra que el proyecto está colocando entre sus clientes 1.36 veces el valor de la inversión efectuada.

Los años siguientes se ve una leve disminución y crecimiento de la utilización de los activos, lo cual es beneficioso para el proyecto ya que con esto se determina es favorable porque se generan mayores ventas con lo invertido en activos.

6.1.2 RAZONES DE RENTABILIDAD

Miden la capacidad de la institución para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles.

MARGEN DE UTILIDAD EN OPERACIONES.

Este es uno de los indicadores de mayor relevancia, porque permite medir si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento.

$$\text{margen de en operaciones} = \frac{\text{utilidad antes de interes e impuestos}}{\text{ventas netas}} \times 100\%$$

| Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 0.544 | 0.577 | 0.598 | 0.620 | 0.641 |

Indica el nivel (alto o bajo) de los gastos de la compañía.

El resultado quiere decir que por cada dólar generado por las ventas se tiene \$0.054 dólares de ingresos de operación. Es decir que por cada dólar vendido se ha obtenido como utilidad el "5%".

MARGEN DE UTILIDAD NETO.

Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada Unidad Monetaria de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos.

$$\text{margen de utilidad neta} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas netas}} \times 100\%$$

| Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 0.163 | 0.173 | 0.179 | 0.186 | 0.192 |

Los resultados obtenidos en el muestran el porcentaje de utilidad anual que el proyecto obtuvo por cada Unidad Monetaria (\$) que vendió.

Este ratio permite evaluar si el esfuerzo hecho en la operación durante el período de análisis, está produciendo una adecuada retribución para los socios.

El resultado quiere decir que tengo \$0.0163 dólares de cada dólar de ventas que constituyen las utilidades después de impuesto del primer año de operaciones de la planta, los siguientes años se mantiene constante, esto es beneficioso al considerar que es

un proyecto social y que se necesita generar la mayor utilidad posible para seguir apoyando a las iniciativas.

RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS

Da la idea del rendimiento que se está obteniendo sobre la inversión.

$$ROA = \frac{UTILIDAD\ NETA}{ACTIVOS\ TOTALES}$$

| Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 0.079 | 0.078 | 0.082 | 0.086 | 0.091 |

El resultado para el primer año es de 0.079 lo que quiere decir que 1 dólar en inversión en activos genera \$0.07 dólares de utilidad neta anual.

Al comparar cada uno de las razones con el año anterior se ve una leve disminución y aumentos lo cual aún es beneficioso para el proyecto ya que determina la efectividad total de la administración para seguir produciendo utilidades con los activos disponibles.

6.2 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Escenario1: Aumento del 15^{83%} en el ingreso sobre las ventas.

Este escenario simula el aumento del ingreso sobre las ventas mediante la atracción de turistas con campañas de turismo.

Este análisis se presenta a continuación:

| | | | | | | | | | | |
|-------------|-----------------------|------------------------------------|---|------------------------------------|---|----------------------------------|---|----------------------------------|---|----------------------------------|
| VAN= | (\$107,054.48) | $\frac{\$ 15,968.91}{1.070233182}$ | + | $\frac{\$ 16,716.75}{1.145399063}$ | + | $\frac{\$17,299.84}{1.22584408}$ | + | $\frac{\$17,902.82}{1.31193901}$ | + | $\frac{\$18,526.26}{1.40408067}$ |
|-------------|-----------------------|------------------------------------|---|------------------------------------|---|----------------------------------|---|----------------------------------|---|----------------------------------|

| | |
|-------------|----------------------|
| VAN= | (\$36,585.56) |
| TIR= | 6.19 |
| B/C= | 0.96000 |

⁸³ Ministerio de turismo realiza proyecciones de aumento de turismo considerando un 15% en promedio para algunas modalidades de turismo, según el historial de demanda turística del país

Explicación: Al considerar un aumento del 15% en la afluencia turística los valores económicos calculados en la evaluación son igual desfavorables, realizando iteraciones con diferentes porcentajes, el idóneo para que una VAN sea positiva o mayor a uno es del 75%, siendo esto un dato muy elevado para hacerlo verosímil en un periodo de 5 años.

A continuación se plantean estrategias para elevar la demanda de turismo en el municipio.

- **Formación y Capacitación de Recursos Humanos:** se tiene que dejar a un lado el empirismo e improvisación y cambiarlo por la capacitación en el trabajo y para el trabajo, mediante la actualización de los planes de estudio y una mayor vinculación Escuela – Empresa
- **Turismo Carretero de Internación y Nacional:** el municipio y el país requiere ofrecer mayor seguridad, mejorar la señalización turística, contar con más Información Turística: Mapas-Folleto. Cabe recordad que el 45% del turismo mundial se desplaza por este medio.
- **Mostrar la ciudad en viajes de familiarización en fiestas:** uno de los objetivos de las fiestas es el de promocionar la ciudad se deberían utilizar como recintos festivos los puntos de la ciudad más icónicos, aunque esto no será siempre posible. Una parte importante de la identidad de una ciudad son sus ciudadanos. Por ello, un factor clave, tanto para mostrar la ciudad como para que el visitante se sienta integrado, es la participación local. En muchas fiestas, además, se muestra parte de la historia de la ciudad, a través de los trajes regionales o de recreaciones de momentos históricos integradas en la fiesta.

PARTE 7. EVALUACIONES SOCIO ECONOMICAS DEL PROYECTO

Esta evaluación nos ayudará a identificar, analizar y medir los resultados, efectos e impactos socio-económicos directos e indirectos que tendrá el proyecto propuesto en las áreas de influencia del mismo. El proyecto turístico planteado generará contribuciones o impactos en los siguientes aspectos:

7.1 APROVECHAMIENTO Y PROMOCIÓN DE LOS RECURSOS

La zona en la cual se encuentra ubicado el Municipio de SLC es rica en recursos naturales y por ello existen diversas actividades que se pueden llevar a cabo. Con la realización del proyecto, se dará a conocer a las personas externas al lugar la diversidad de actividades que se pueden realizar y la experiencia rural-comunitaria que pueden experimentar a través de los viajes a las diferentes iniciativas en los que se pueden apreciar las diferentes clases de cultivos y animales, o bien, realizando acampadas o actividades de aventura como el lanzamiento por el canopy.

| INICIATIVA | LUGAR-DESTINO | ACTIVIDADES A REALIZAR |
|-------------------------------|---------------------|--|
| Casco Urbano | San Luis del Carmen | <ul style="list-style-type: none"> - Visita guiada por el casco urbano - Caminatas a casas antiguas de SLC - Visitar el patrimonio cultural(Iglesia) - Visita al Museo Comunitario - Cabalgatas en los alrededores del Casco - Degustar de Platillos típicos en los chalet |
| Piedras Talladas | Cantón El Pital | <ul style="list-style-type: none"> - Visita al quiropráctico(sobador) - Visita a los diferentes cultivos - Cabalgatas - Recorrido a las piedras talladas |
| Bosque Los Naranjos | Cantón Los Naranjos | <ul style="list-style-type: none"> - Acampar - Estadía en Hostal los naranjos |
| Mirador Isla de Cristo | Cantón Santa Cruz | <ul style="list-style-type: none"> - Visitas al Restaurante Flotante - Paseos en veleros catamarán - Paseos en lancha - Canopy |
| El Faro | Casco Urbano | <ul style="list-style-type: none"> - Degustacion de alimentos - Abordaje al conga ferry |
| Las Pilas | Cantón Los Naranjos | <ul style="list-style-type: none"> - Caminatas de aventura - Bañarse en las pozas(si es temporada) - Visitas a Porquerizas - Visitas a huertos y/o parcelas |
| Cementerio Inundado | Cantón Los Naranjos | <ul style="list-style-type: none"> - Visita al cementerio - Conocer sus vestigios |
| Cerro la Mesa | Los Naranjos | <ul style="list-style-type: none"> - Acampar - Caminatas de aventura - Visitas a huertos y/o parcelas |

Tabla 161: Aprovechamiento y promoción de los recursos

7.1.1 AUMENTO DEL TURISMO

Con el fortalecimiento del turismo rural y el turismo comunitario, la implementación de los programas de mejoras de infraestructura y servicios turísticos y la promoción de los paquetes y circuitos turísticos diseñados, se aumentará el ingreso de turistas al municipio. Se sabe, a través del estudio de diagnóstico determino la demanda de marca es el parámetro principal que permite conocer la proporción del mercado que puede ser abarcado por el proyecto cuando este ya se encuentre en operación. A continuación se presenta una tabla resumen en la cual se especifica la proyección de la demanda de marca para los primeros cinco años de operación:

Con esto se busca demostrar que con la implementación del plan de desarrollo propuesto, se logrará un aumento del flujo de turistas. Los datos se muestran a continuación:

| Año | 2,014 | 2,015 | 2,016 | 2,017 | 2,018 |
|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Proyección de demanda (personas) | 2,085 | 2,110 | 2,135 | 2,161 | 2,187 |

Tabla 162: Proyección demanda de marca

En la etapa de diseño de este Plan de Desarrollo también se tomó en cuenta entrevistas con personal en tour operadores, dueños de iniciativas de turismo privadas y de asocio para consultarles referente a las preferencias de los turistas sobre los paquetes planteados, a los cuales se les mostro los resultados de las encuestas realizadas al mercado consumidor en la etapa de diagnóstico; se presentó el porcentaje de preferencia según lo planteado por los expertos en turismo a continuación.

| MES | % DEMANDA |
|---------------|-----------|
| Fin de semana | 11.5% |
| Semana santa | 21% |
| Agosto | 25% |
| Fin de año | 32% |
| Otros | 11% |

Tabla 163: Porcentaje de demanda por temporada

7.2 GENERACIÓN EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS

Poner en marcha el proyecto es crear una nueva fuente de ingresos en el municipio pues se necesita contratar personal que se encargue de realizar las actividades turísticas. La actividad turística demanda principalmente el segmento de mujeres y jóvenes, en un primer momento, estos no requieren de mucha formación especializada, pues los conocimientos los adquirirán por medio de las capacitaciones que se les brindarán y por ello, cualquier persona tiene la oportunidad de poder obtener el trabajo y poder desarrollarse en él.

7.2.1 EMPLEOS DIRECTOS

Junta Municipal de Turismo de San Luis del Carmen. (JMT-SLC)

Según los datos obtenidos en la etapa de Diseño, para que la Junta Municipal de Turismo pueda administrar de forma eficiente los nuevos servicios turísticos diseñados, es necesaria la contratación de cinco personas, las cuales se encargaran de las labores administrativas. Para brindar el servicio turístico, se ha determinado que es necesaria la contratación de tres guías turísticos. Cada uno de estos empleos serán cubiertos por personas del municipio. La generación de estos ocho empleos beneficia tanto a los involucrados directos, así como a sus familias.

Iniciativas Turísticas

En la etapa de Diseño se determinó que aquellas iniciativas que brinden el servicio de Hospedaje/Restaurante, necesitan para la administración del lugar contratar a cuatro personas. Los paquetes que brindan este servicio son: paquete 1 (Comunitario-Rural); Paquete 2 (Caracol y Arboledas en los Naranjos); Paquete 3 (Entre pájaros y piedras) y paquete 4 (La vuelta a SLC en 2 días). Por lo que el total de empleos directos que se generan son dieciséis. Se considera que para las demás iniciativas turísticas, el número mínimo de empleados que deben tener contratados para brindar un óptimo servicio es de tres. Por lo que el total de empleos directos generados por estas iniciativas es de treinta y tres.

BENEFICIARIOS DIRECTOS

Se establece que el plan de desarrollo propuesto está generando, entre la Junta Municipal de Turismo y las Iniciativas Turísticas, un total de cincuenta y siete empleos directos.

| Lugar | Empleos directos | Cantidad | Total de empleados |
|-----------------------------------|------------------|----------------|--------------------|
| JMT-SLC | 8 | 1 JMT-SLC | 8 |
| Iniciativas Hospedaje/Restaurante | 4 | 4 Iniciativas | 16 |
| Otras Iniciativas | 3 | 11 Iniciativas | 33 |

Tabla 164: Empleos directos generados

Consideramos que por cada empleo directo generado, se beneficia a una familia conformada por cuatro personas, tenemos que los beneficiarios por la puesta en marcha de este proyecto ascienden a doscientas veinte y ocho personas.

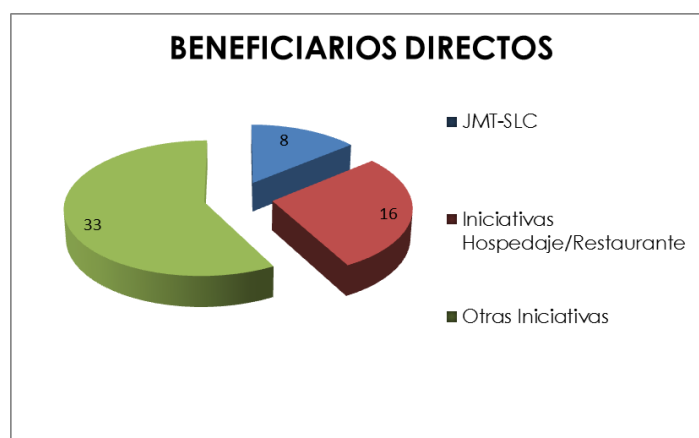
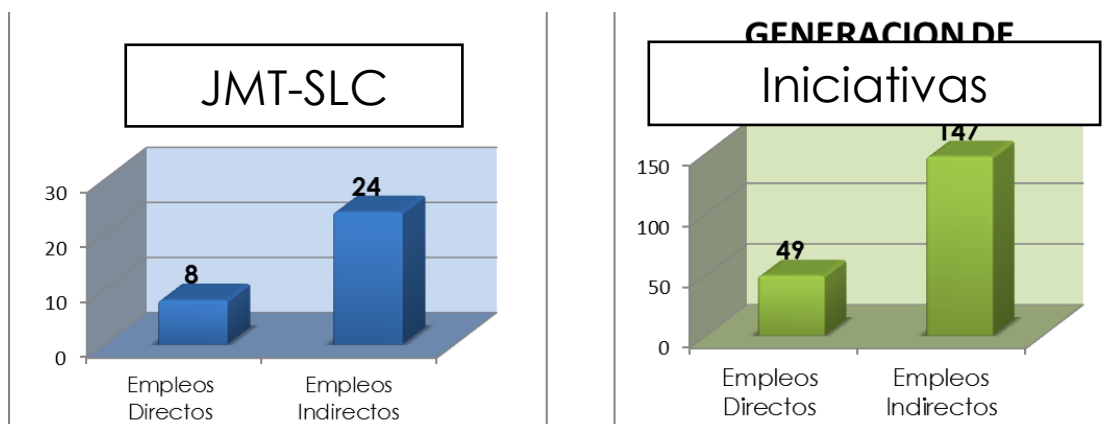


Figura 2: Grafica de beneficiarios directos

7.2.2 EMPLEOS INDIRECTOS

El ministerio de turismo plantea que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan tres empleos indirectos. Esto significa que si al año la Junta Municipal genera ocho empleos directos, se estarán generando a su vez veinte y cuatro empleos indirectos, entre los cuales podrían estar los comerciantes de diferentes productos con los que se abastecen de insumos, las personas del transporte público de la zona, etc. Y si por medio de las iniciativas turísticas con servicio de Hospedaje/Restaurante y otras iniciativas se generan cuarenta y nueve empleos directos, entonces se generarán ciento cuarenta y siete empleos indirectos, entre los que podrían estar empleados de limpieza, lancheros, agricultores, etc.



Es importante resaltar que con el progreso del proyecto la cantidad de empleos a generarse, tanto directos como indirectos, irán aumentando año con año lo que se traduce en una oportunidad de crecimiento económico de la zona.

BENEFICIARIOS INDIRECTOS

Se establece que el plan de desarrollo propuesto está generando, entre la Junta Municipal y las Iniciativas Turísticas, un total de ciento setenta y uno empleos.

| LUGAR | EMPLEOS INDIRECTOS | CANTIDAD | TOTAL DE EMPLEADOS |
|-----------------------------------|--------------------|----------------|--------------------|
| Junta Municipal de Turismo en SLC | 24 | 1 JMT-SLC | 24 |
| Hospedaje/Restaurante | 12 | 4 iniciativas | 48 |
| Otras iniciativas | 9 | 11 iniciativas | 99 |

Tabla 165: Empleos indirectos generados

Si consideramos que por cada empleo indirecto generado, se beneficia a una familia conformada por cuatro personas, tenemos que los beneficiarios por la puesta en marcha de este proyecto asciende a seiscientos ochenta y cuatro personas.

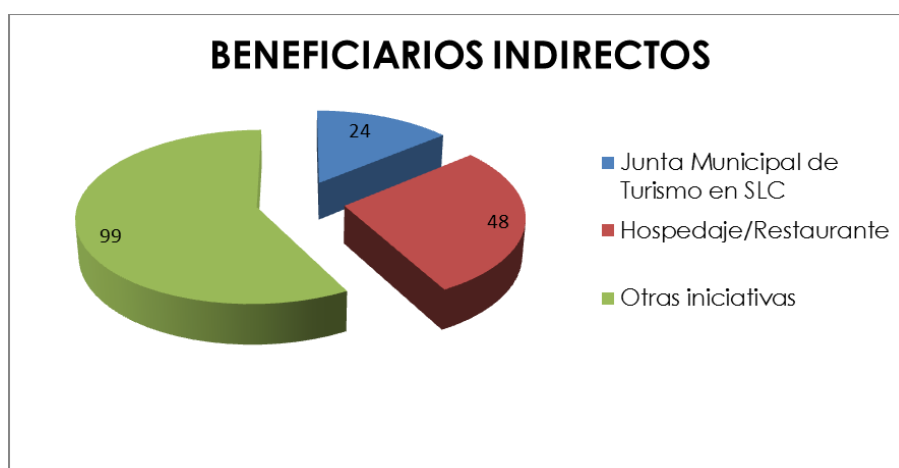


Figura 3: Grafica de beneficiarios indirectos

7.3 CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.3.1 EDUCACIÓN

El proyecto generara educación al capacitar al personal en la preparación de alimentos, atención al cliente e higiene y seguridad. Indirectamente se favorece a este aspecto al contribuir en la generación de ingresos a los empleados los cuales pueden acceder a educación para sí o para los miembros de su familia.

7.3.2 SALUD

Se espera mejorar las condiciones de salud de las personas habitantes de la zona ya que la visita de los turistas motivará a mantener limpio y libre de basura los caminos, además debido a la afluencia cada vez mayor de clientes a las distintas iniciativas, la alcaldía ofrecerá el servicio de recolección de basura hasta el lugar y los pobladores podrán también hacer uso de este servicio.

Otra forma de contribuir a la salud es incorporando a los trabajadores de la Asociación e iniciativas al ISSS esto significa que tendrán un mejor acceso a consultas y mejorar sus condiciones de salud.

7.3.3 CONSERVACIÓN DE PATRIMONIOS CULTURALES Y NATURALES

El enfoque del turismo que se tiene, considera el respeto por los patrimonios que se poseen, tanto culturales como naturales. El mejoramiento de las Iniciativas Turísticas es parte de ésta línea de trabajo, la cual considera en la presente propuesta como parte importante y primordial el respeto a la naturaleza y los recursos existentes en la zona, promoviendo al mismo tiempo el patrimonio cultural del municipio.

7.4. Índice de Bienestar Económico y Social (IBES)

El concepto del IBES proviene en gran parte de la idea del índice de desarrollo humano (IDH) creado por el PNUD para medir la situación de desarrollo de los países. Aunque el IDH es muy completo, tiene el inconveniente de que sólo se aplica a grandes poblaciones, y por tanto no refleja necesariamente la realidad de la población objeto de un proyecto de desarrollo concreto. El índice de bienestar económico-social (IBES) suple esta carencia. Se trata de un índice sencillo, que mide con cierta exactitud el nivel de las condiciones de vida de una población determinada.

Está claro que un único valor es muy reductivo, y no puede reflejar toda la realidad socio-económico-cultural de una persona o grupo de personas. Ahora bien, ese único valor proviene de forma estructurada de otros valores, que, como se verá, están interrelacionados entre sí y permiten comparaciones de gran valor.

El enfoque del IBES puede ser utilizado para la planeación de proyectos sociales. Calculando el IBES antes del proyecto, se pueden reconocer los puntos débiles de la población beneficiaria, y así prever las medidas más apropiadas para subsanarlos. De esta forma se pueden optimizar los siempre escasos recursos a disposición.

7.4.1. VALORACIÓN DEL IBES DE LOS BENEFICIARIOS DE UN PROYECTO

Ciertamente es más interesante poseer una cierta "valoración científica" de la situación socioeconómica en de un cierto grupo, aunque no sea del todo precisa, que sólo tener vagos indicios no estructurados. Además, al tener un punto de referencia claro de la situación de los futuros beneficiarios al inicio del proyecto, se podrá proceder a evaluaciones sucesivas que irán indicando la progresión (o regresión) del grupo objeto.

Algunas advertencias importantes:

- El método del IBES utiliza un sistema de medias ponderadas de los macro-indicadores e indicadores de la matriz del bienestar social. El valor concreto que se atribuya a cada uno de los indicadores debe reflejar la situación de los evaluados en relación con la situación óptima absoluta (la que se daría en el paraíso terrenal del siglo XXI), y no con la mejor situación posible que los evaluados podrían tener dadas sus circunstancias actuales. El valor atribuido a cada indicador hace por tanto referencia a un máximo absoluto.
- El IBES ya ha sido utilizado para medir las condiciones de vida de poblaciones distintas en diversos países, probando que es un método adecuado para medir la situación socioeconómica de estas poblaciones
- Los resultados así obtenidos coinciden generalmente con la conclusión a la que se puede llegar intuitivamente por la observación directa de ciertos indicios externos (habitación, barrio de residencia, nivel cultural, etc.). El uso del IBES no sólo cuantifica con precisión el nivel global, sino discernir su composición en cuatro macro-

indicadores. Se está así en medida de identificar los puntos más débiles, pudiendo desarrollar los proyectos que sean más adecuados para mejorar esos elementos.

- Las tablas de valoración de cada indicador han sido establecidas en consenso con expertos de desarrollo de varios países. Esto no impide una cierta subjetividad al atribuir los valores concretos, sobre todo para los bienes intangibles. Ahora bien, si este sesgo se mantiene durante toda la evaluación, así como en las evaluaciones sucesivas, al aplicar el mismo método y escala de valoración, el aumento o disminución del nivel del IBES sí que es significativo en sí.
- Para poder calcular el beneficio social generado por un proyecto, es indispensable poder determinar el IBES de los beneficiarios antes su puesta en marcha. Las evaluaciones posteriores deben ser realizadas, según el tipo de proyectos, algunos meses o incluso años después de su conclusión.
- También es necesario contar con un grupo de control, que no ha beneficiado del proyecto, y al cual también se le somete simultáneamente a las evaluaciones del IBES.

7.4.2. CRITERIOS / INDICADORES PARA VALORACIÓN DEL IBES

El número de indicadores que podrían ser aplicados para valorar cada uno de los cuatro macro-indicadores de la matriz del bienestar social es muy grande. Pero para que la metodología sea aplicable, es indispensable limitarse a unos pocos, que sean representativos y de valoración sencilla y, en parte, intuitiva, es decir cuya recogida no necesite ni de una gran inversión de tiempo ni de una metodología compleja.

Para el componente tangible-individual, que es el que más peso tiene dentro del IBES, se usarán tres indicadores. Para los otros tres componentes, nos limitamos a dos. Tanto la elección como el peso atribuido a cada uno de los indicadores, es discutible. No obstante, para poder seguir la investigación en este tema, era necesario decantarse por algunas opciones y desechar otras.

El resultado de repartición de los pesos atribuidos a cada uno de los componentes de la matriz de bienestar social y de los indicadores escogidos se resume así:

| BIENES | Individuales (70%) | Colectivos (30%) |
|--------------------------|---|--|
| Tangibles (50%) | <i>Económicos (40%)</i> <i>Ingresos (50%)</i> <i>Patrimonio (30%)</i> <i>Salud (20%)</i> | <i>Públicos (10%)</i> <i>Servicios públicos (50%)</i> <i>Salubridad (50%)</i> |
| Intangibles (50%) | <i>Personales (30%)</i> <i>Estudios generales (40%)</i> <i>Formación profesional (60%)</i> | <i>Comunitarios (20%)</i> <i>Seguridad ciudadana (60%)</i> <i>Derechos civiles/humanos (40%)</i> |

Tabla 166. Criterios para valoración del IBES⁸⁴

JUSTIFICACIÓN Y USO DE LOS INDICADORES ESCOGIDOS PARA VALORACIÓN DEL IBES

Los indicadores del componente tangible-individual (40%)

Los tres indicadores escogidos son: ingresos, propiedades y atención en salud.

Nivel de ingresos (50%)

⁸⁴ Ver Anexo: "Ponderación de los componentes de la matriz del bienestar social"

Este indicador recibe el 50% del valor total del componente tangible-individual, lo que resulta en un 20% del IBES. Este indicador es propio de cada país.

Para poder determinar el valor del indicador ingresos de una persona o familia, hay que:

- ✓ Crear una tabla comparativa de ingresos para el país o la región correspondiente. Las estadísticas actuales permiten determinar con bastante exactitud el nivel de ingresos mínimo de subsistencia de una persona o de una familia en cada país. Estos pueden coincidir o no con los "salarios mínimos oficiales" que existen en algunos países.
- ✓ Atribuir al nivel de ingresos mínimo necesario para la subsistencia el valor 10. Este punto marca el inicio del estrato bajo-bajo. Por debajo de este nivel de ingresos, se considera que la persona (o familia) vive en nivel de indigencia.
- ✓ Determinar el nivel de ingresos que, en función de un cierto número de salarios mínimos, que corresponden en cada país o región a una persona o familia de estrato.

Propiedades / Patrimonio (30%)

Este indicador es un complemento del primero y mide la capacidad de ahorro del núcleo económico. Aunque la regla no es absoluta, en general, sólo personas con altos ingresos tendrán también un alto nivel de patrimonio. Sobre todo para personas de escasos recursos, este indicador es similar al de "propiedades externas", ya que muy pocos poseen cuentas bancarias con haberes importantes. Por eso, para nuestro análisis, nos limitaremos a considerar el nivel del patrimonio y de las propiedades (casas, autos, fincas, terrenos, etc.) que son más fácilmente evaluables. Este indicador recibe el 30% del valor total del componente tangible-individual, lo que supone un 12% del IBES.

Para una primera apreciación, que tiene que ser afinada, y que depende también de cada país, se puede emplear la tabla siguiente:

| | |
|------|---|
| 0 = | ninguna propiedad ni patrimonio |
| 25 = | algún tipo de propiedad / patrimonio: casa pequeña, terreno pequeño, auto de segunda mano, etc. |
| 50 = | propiedad / patrimonio medio: casa nivel medio, pequeña finca, etc. |
| 75 = | propiedades de calidad: varias casas, fincas, autos, etc. |
| 99 = | todo tipo de propiedades de lujo |

Salud (seguridad social) (20%)

Este indicador no se refiere al estado de salud de una persona o familia, sino a la capacidad de hacerse cuidar en caso de enfermedad. La razón de ser de este indicador se encuentra en el hecho de que la salud es un bien de primer grado para el individuo, y que en muchos casos éste tiene acceso a un sistema de salud financiado por un sistema de seguridad social, que recorta sus ingresos. Cuando no se tiene acceso a este sistema, en caso de enfermedad sus ingresos se verán (y en muchos casos sustancialmente) disminuidos. Al indicador salud se atribuye el 20% del valor total del componente tangible-individual, resultando un 8% del IBES.

El cuadro siguiente propone una valoración para el indicador salud:

| | |
|------|--|
| 0 = | ningún tipo de seguridad social |
| 25 = | nivel bajo de seguros y/o difícil acceso a cuidados médicos |
| 50 = | servicio medio de seguridad social, que quizás deber ser completado por seguros privados |
| 75 = | alto nivel de seguros y de medicina |
| 99 = | todos los seguros sociales pagados y excelente servicio |

Los indicadores del componente tangible-colectivo (10%)

Para este componente he escogido dos indicadores, que se complementan entre sí: los servicios públicos y el nivel las condiciones de salubridad.

Servicios públicos (50%)

Este indicador se refiere a todos los servicios públicos que dispone la comunidad en la que vive la persona o la familia. Por una parte, y son los más importantes, se encuentra el alcantarillado, el servicio de agua, gas, electricidad, teléfono y recogida de basuras.

También otros servicios, como el transporte, las escuelas, las salas comunales, el acceso a Internet, etc. Se le atribuye el 50% del total tangible-colectivo, lo que resulta en un 5% del IBES. Aunque este valor puede parecer poco, si se tiene en cuenta que el nivel de ingresos determina en gran parte la comunidad en la que se vive, darle más peso a este indicador sería reforzar más aun la influencia del indicador ingresos en el IBES.

El cuadro siguiente da una pauta para la valoración del indicador servicios públicos:

| | |
|------|--|
| 0 = | ningún tipo de servicios (caso de las barriadas de invasión) |
| 25 = | servicios públicos muy deficientes, pero parcialmente existentes |
| 50 = | servicios públicos incompletos y/o insuficientes |
| 75 = | servicios públicos completos, pero de media calidad o irregular |
| 99 = | todos los servicios públicos y de buenísima calidad |

Los valores para el indicador servicios públicos deben ser establecidos para cada una de las comunidades donde vive la población objeto del estudio. A no ser que haya circunstancias especiales, se aplicará el mismo a todos sus habitantes.

Condiciones sanitarias o de salubridad (50%)

Aunque este indicador está en gran parte condicionado por el anterior, en ciertos casos no es así. Por ejemplo, las condiciones sanitarias de salubridad de una población que vive en terrenos secos son muy distintas de la que vive en zonas muy húmedas. Lo mismo sucede con las que viven en barriadas de invasión y aquellas que viven en zonas rurales o de selva. El indicador condiciones sanitarias se establece también para toda la comunidad, aunque pueda haber diferencias de unas personas a otras por el grado de la puesta en práctica de ciertas medidas de higiene colectiva. Al indicador condiciones sanitarias se le atribuye el 50% del valor total del componente tangible-colectivo, lo que supone el 5% del IBES.

El cuadro siguiente da una pauta para la valoración del indicador condiciones sanitarias:

| |
|---|
| 0 = muy malsanas y que favorecen las enfermedades (caso de las barriadas de invasión en lugares húmedos) |
| 25 = no son suficientes |
| 50 = medianas (dejan que desear) |
| 75 = buenas condiciones |
| 99 = óptimas |

Los indicadores del componente intangible-individual (30%)

Para este componente se han escogido dos indicadores, que se complementan entre sí: el nivel de educación general y el nivel de capacitación (o formación profesional).

Educación general (40%)

Este indicador mide el nivel de educación (estudios) general alcanzado por la(s) persona(s) que genera(n) los ingresos en la unidad económica. El indicador educación general tiene una dimensión de futuro: cuanto mayor sea el nivel de estudios alcanzado por una persona, más fácilmente podrá desarrollar en el futuro las potencialidades que la formación recibida le proporciona. Al indicador educación general recibe el 40% del valor total del componente intangible-individual, lo que supone el 12% del IBES.

El cuadro siguiente da una pauta para la valoración del indicador educación general:

| |
|---|
| 0 = analfabeto |
| 15 = saber leer y escribir |
| 30 = estudios de primaria completos |
| 50 = estudios de secundaria técnica completos |
| 60 = estudios de educación secundaria (bachillerato o equivalente) completos |
| 70 = escuelas técnicas medias (nivel bachelor) |
| 80 = licencia universitaria o equivalente (nivel master) |
| 99 = nivel universitario con doctorado y/o post-grado |

Capacitación (formación) profesional (vocacional) (60%)

Este indicador se refiere al nivel de capacitación para el trabajo, y aunque en parte está en función del indicador anterior, en muchos casos, en especial para gente de escasos recursos, es muy distinto de aquel.

En efecto, con frecuencia sucede que una persona con un cierto nivel de estudios generales (primaria e incluso secundaria) no tiene capacitación vocacional que le permita desarrollar un trabajo remunerado. Esto le impide por una parte alcanzar un nivel de ingresos adecuado, y por otra le imposibilita el desarrollo profesional. El indicador capacitación profesional está también orientado hacia el futuro: cuanto más preparada esté una persona, más fácilmente será capaz de emplearse o de desarrollar actividades productivas que le ayuden a elevar el nivel de vida. Por esta razón, a este indicador se le atribuye el 60% del total del componente intangible-individual, lo que supone el 18% del IBES. Según los casos, refleja también la experiencia adquirida en un oficio o profesión.

El cuadro siguiente da una pauta para la valoración del indicador capacitación profesional:

| |
|---|
| 0 = ningún tipo de capacitación en oficios |
| 15 = conocimiento práctico de algún oficio (nivel bajo no cualificado) |
| 30 = capacitación técnica formal baja |
| 60 = capacitación técnica formal media y experiencia (mandos intermedios) |
| 80 = buena capacitación técnica alta (mandos directivos) |
| 99 = excelente capacitación profesional y experiencia (nivel dirección general) |

Los indicadores del componente intangible-colectivo (20%)

Para este componente se han escogido los dos indicadores siguientes: el nivel de seguridad ciudadana y el de ejercibilidad de los derechos civiles y humanos (estado de derecho).

Posiblemente son los de más difícil evaluación, pues además de ser bienes intangibles, son colectivos. No obstante, son en cierto modo fáciles de evaluar, comparándolos con la situación ideal: ningún tipo de violencia y completa ejercibilidad de los todos los derechos.

Estos dos indicadores tienen que ser valorados para toda una comunidad.

Seguridad ciudadana (60%)

Este indicador refleja el nivel de seguridad (ausencia de todo tipo de violencias) en el ambiente de las personas objeto del estudio. Al indicador seguridad se atribuye el 60% del valor del componente intangible-colectivo, o sea, 12% del IBES. Para determinarlo se pueden utilizar valores objetivos del nivel de violencia en las comunidades donde vive el grupo evaluado, así como una apreciación subjetiva obtenida a través de una encuesta.

El cuadro siguiente da una pauta para la valoración del indicador seguridad:

| |
|--|
| 0 = condiciones de alta criminalidad y violencia |
| 25 = criminalidad media |
| 50 = criminalidad baja |
| 75 = criminalidad muy baja |
| 99 = criminalidad inexistente |

Ejercibilidad de derechos civiles y humanos (40%)

Puesto que no basta vivir en estado de derecho, sino que además es necesario poder ejercerlos en la práctica, el indicador derechos humanos refleja la capacidad de los individuos de ejercer todo tipo de derechos.

Este indicador no puede ser establecido para todos los habitantes de un mismo país, sino que tiene que ser determinado para cada comunidad en concreto, teniendo en cuenta sus circunstancias dentro del marco legal general. Así pues, dentro de un mismo país, el indicador derechos civiles y humanos puede ser muy distinto según pertenezcan a una clase social (o casta) u otra, o según vivan en zonas controladas por una facción u otra. Al indicador derechos civiles y humanos se atribuyó el 40% del valor del componente intangible-colectivo, lo que supone el 8% del IBES.

El cuadro siguiente da una pauta para la valoración del indicador derechos civiles y humanos:

| |
|--|
| 0 = sistema político, o estado represivo (no DH) |
| 25 = estado represivo de hecho (o no ejercibilidad de los DH) |
| 50 = derechos garantizados teóricamente |
| 75 = derechos garantizados y ejercibles |
| 99 = derechos garantizados, ejercibles y protegidos en la práctica |

Ranking de los indicadores del IBES

El cuadro siguiente resume de lo expuesto anteriormente y clasifica los indicadores según su peso dentro del IBES:

| Ranking indicadores | Ponderación | Componente |
|--------------------------|-------------|-----------------------|
| ingresos | 20% | tangible-individual |
| capacitación profesional | 18% | intangible-individual |
| propiedades | 12% | tangible-individual |
| estudios generales | 12% | intangible-individual |
| seguridad ciudadana | 12% | intangible-colectivo |
| salud | 8% | tangible-individual |
| derechos civiles/humanos | 8% | intangible-colectivo |
| servicios públicos | 5% | tangible-colectivo |
| condiciones sanitarias | 5% | tangible-colectivo |
| Total | 100% | |

Como puede apreciarse, el indicador ingresos es el de mayor peso, seguido muy de cerca por capacitación profesional, que se sitúa muy por encima de propiedades y estudios generales.

También se puede constatar que el indicador seguridad tiene la misma ponderación que los dos mencionados precedentemente. Estos cinco indicadores suman el 74% del valor total del IBES, lo que no quiere decir que los otros cuatro sean despreciables, pero, como era de esperar, tienen menor influencia sobre el resultado global del valor del IBES.

7.4.3. BENEFICIO SOCIAL GENERADO POR EL PROYECTO DE DESARROLLO

Se establece el IBES antes de existir el proyecto para obtener un valor comparable que determine el impacto que tendrá el proyecto de desarrollo. Los valores obtenidos se basan en las ponderaciones asignadas a cada criterio y la tabla de calificaciones para cada uno.

Por lo tanto para el municipio de San Luis del Carmen se obtuvo la siguiente IBES antes del proyecto:

| | | | ponderacion | valoracion | puntos | Valor IBES | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-------------|------------|-----------|-------------|------------|
| Tangibles (50%) | <i>individuales (40%)</i> | ingresos | 50% | 30 | 15 | | |
| | | propiedades | 30% | 25 | 7.5 | | |
| | | salud (seguridad social) | 20% | 25 | 5 | | |
| | Total tangibles individuales | | | | | 27.5 | 11 |
| | <i>colectivos (10%)</i> | servicios publicos | 50% | 50 | 25 | | |
| | | condiciones sanitarias | 50% | 50 | 25 | | |
| Total tangibles colectivos | | | | | 50 | 5 | |
| Intangibles (50%) | <i>individuales (30%)</i> | estudios generales | 40% | 30 | 12 | | |
| | | capacitacion profesional | 60% | 15 | 9 | | |
| | Total intangibles individuales | | | | | 21 | 6.3 |
| | <i>colectivos (20%)</i> | seguridad ciudadana | 60% | 75 | 45 | | |
| | | derechos civiles/humanos | 40% | 50 | 20 | | |
| | Total intangibles colectivos | | | | | 65 | 13 |
| TOTAL IBES | | | | | | 35.3 | |

Se observa en la tabla anterior que el índice de bienestar económico social es de 35.3 de un máximo de 100 lo que deja al descubierto las deficiencias que se tienen en aspectos como estudios y formación profesional existente en el municipio, así como los ingresos promedios que obtienen las familias.

El proyecto de desarrollo turístico tendrá un impacto directo en la comuna del municipio mejorando la calidad de vida, brindando oportunidades de crecimiento colectivo.

El resultado proyectado en el municipio es el siguiente:

| | | | ponderacion | valoracion | puntos | Valor IBES | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-------------|------------|-------------|--------------|-------------|
| Tangibles (50%) | <i>individuales (40%)</i> | ingresos | 50% | 40 | 20 | | |
| | | propiedades | 30% | 25 | 7.5 | | |
| | | salud (seguridad social) | 20% | 50 | 10 | | |
| | Total tangibles individuales | | | | | 37.5 | 15 |
| | <i>colectivos (10%)</i> | servicios publicos | 50% | 50 | 25 | | |
| | | condiciones sanitarias | 50% | 75 | 37.5 | | |
| Total tangibles colectivos | | | | | 62.5 | 6.25 | |
| Intangibles (50%) | <i>individuales (30%)</i> | estudios generales | 40% | 50 | 20 | | |
| | | capacitacion profesional | 60% | 60 | 36 | | |
| | Total intangibles individuales | | | | | 56 | 16.8 |
| | <i>colectivos (20%)</i> | seguridad ciudadana | 60% | 75 | 45 | | |
| | | derechos civiles/humanos | 40% | 50 | 20 | | |
| | Total intangibles colectivos | | | | | 65 | 13 |
| TOTAL IBES | | | | | | 51.05 | |

Se observa un crecimiento del 15.75, lo que demuestra que el proyecto beneficiara significativamente a San Luis del Carmen. Se puede observar que los aspectos que se ven afectados son: el ingreso, salud, condiciones sanitarias, el nivel de estudios y la capacitación profesional. Algunas de las variables requieren ser mejoradas para este tipo de proyectos turísticos como la salud, las condiciones sanitarias y la capacitación

profesional, de manera que se pueda brindar un servicio turístico de calidad que pueda ser sostenible en el tiempo. Las otras variantes se ven mejoradas con los resultados y el progreso del proyecto ya que a mayor afluencia turística se perciben mayores ingresos; a mayores ingresos aumenta la oportunidad de estudios para la niñez y la juventud, etc.

PARTE 8. EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO

La evaluación del impacto ambiental tiene como propósito asegurar que el proyecto sea aceptable y viable ambientalmente, mediante una identificación y valoración de los efectos que contraen las operaciones del mismo al medio físico-biológico, social, económico y cultural; mediante la aplicación de medidas ambientales asegurándose que esos costos no sean mayores que los beneficios esperados.

En primer lugar, durante el desarrollo de la evaluación, se identifican los potenciales impactos ambientales significativos con el fin de evitarlos, mitigarlos o compensarlos, y se aprovechan las oportunidades para mantener o mejorar las condiciones ambientales del medio.

La evaluación del impacto ambiental representa un proceso de análisis con el cual se pueden identificar los impactos ambientales posibles (actuales y futuros), ya sean positivos o negativos de todas las acciones, actividades u operaciones en las que puede incurrir con la implementación del proyecto.

Este proyecto, si bien es cierto es reconocido por brindar una serie de “servicios turísticos rurales-comunitarios”, pero se puede caer en que alguna de las actividades que se realizan pueden afectar el entorno de la comunidad por lo cual es necesario evaluar. Por ello se debe determinar un estudio que respalde el funcionamiento de todas las actividades que se involucran en el proyecto, cumpliendo con las leyes establecidas por el Ministerio de Medio Ambiente del país.

La Evaluación Ambiental conforme al artículo 18 de la Ley del Medio Ambiente salvadoreña puede definirse como “Un conjunto de acciones y procedimientos que aseguran que las actividades, obras o proyectos que tengan un impacto ambiental negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de pre inversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del medio ambiente.”

8.1 OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO

- Determinar si el Proyecto cumple con las Leyes Medio Ambientales de El Salvador.
- Conocer el impacto positivo y negativo que la implementación provocaría en el Municipio de San Luis del Carmen.
- Buscar la viabilidad del Proyecto desde el punto de vista Medio Ambiental.

- Identificar acciones o mecanismos del proyecto que permitan la mitigación, prevención o reducción de impactos negativos que pudiese generar durante su implementación y funcionamiento.

8.2 METODOLOGÍA

Mediante el estudio de las características técnicas del proyecto, se determinan las acciones y procesos susceptibles de alterar el medio natural, identificados en la línea base ambiental, y los efectos de los mismos, por lo tanto se hará una evaluación cuantitativa de estos impactos y la forma de mitigarlos.

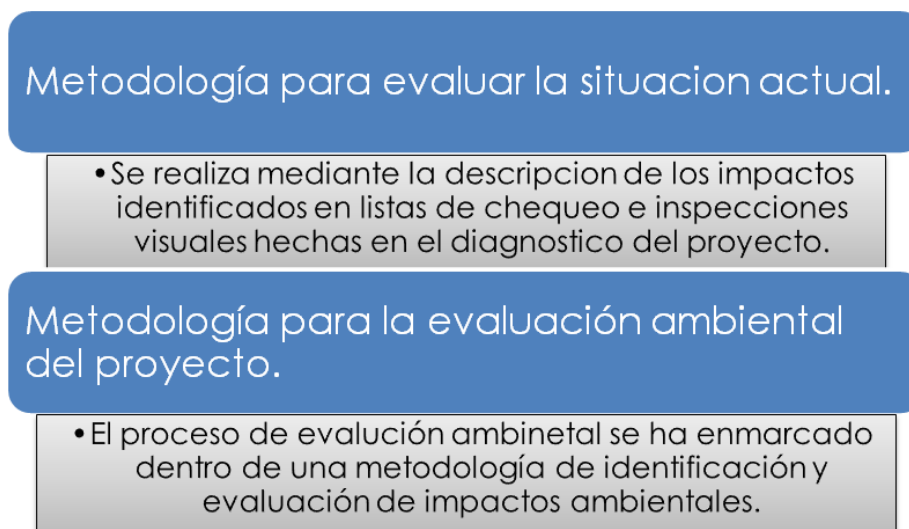


Figura 4: Metodología de Evaluación Ambiental

8.2.1 ETAPA 1. DESAGREGACIÓN DEL PROYECTO EN COMPONENTES

En primer lugar se deberá dividir el proyecto en todas las obras o actividades que se requieren para su construcción. (Para la etapa de operación se hará una vez se definan todos los tramos que conformarán el sistema).

8.2.2 ETAPA 2. IDENTIFICACIÓN DE LOS IMPACTOS

Según los pasos definidos en el punto anterior, se procede a identificar los impactos que se pueden generar en cada uno de ellos, utilizando un método de valoración de impactos por medio del cual se determina la magnitud de la relación proyecto ambiente.

Este método de valoración de impactos está compuesto por tres elementos básicos que permiten elaborar el proceso secuencial que identificará los impactos. Estos elementos son los siguientes:

Acción: Es el conjunto de actividades necesarias para la ejecución del proyecto.

Efecto: Es el proceso físico, biótico, social económico o cultural que puede ser activado, suspendido o modificado por una determinada acción del proyecto y puede producir cambios o alteraciones que gobiernan la dinámica de los ecosistemas.

Impacto: Es el cambio neto o resultado final (benéfico o perjudicial) que se produce en alguno de los elementos ambientales por una determinada acción del proyecto.

8.2.3 ETAPA 3. EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS

En esta etapa se procede a evaluar cada impacto individualmente. Los atributos ambientales o criterios utilizados para la calificación son:

Clase, Presencia o Probabilidad, Duración, Evaluación y Magnitud. Para la calificación ambiental, se utilizó igualmente el método de calificación ambiental que es la expresión de la interacción o acción conjugada de los criterios o factores que caracterizan los impactos ambientales y está definida por la siguiente ecuación:

$$Ca = C (P (aEM + bD))$$

Ca: Calificación Ambiental (varía entre 0.1 y 10)

DONDE:

C: Clase expresado por el signo + ó - de acuerdo al tipo de impacto

P: Presencia (Varía entre 0.0 y 1.0)

E: Evolución (Varía entre 0.0 y 1.0)

M: Magnitud (Varía entre 0.0 y 1.0)

D: Duración (Varía entre 0.0 y 1.0) a y b. Constantes de ponderación cuya suma debe ser igual a 10

El índice denominado Calificación Ambiental (*Ca*), se obtiene a partir de cinco criterios o factores característicos de cada impacto, los cuales se explican de la siguiente manera:

Clase (C). Define el sentido del cambio ambiental producido por una determinada acción del proyecto. Puede ser positiva o negativa dependiendo si se mejora o degrada el ambiente actual o futuro.

Presencia (P). Como no se tiene certeza absoluta de que todos los impactos se presenten, la presencia califica la probabilidad de que el impacto pueda darse, se expresa entonces como un porcentaje de la probabilidad de ocurrencia.

Duración (D). Evalúa el periodo de existencia activa del impacto y sus consecuencias, se expresa en función del tiempo que permanece el impacto (muy larga, larga, corta, etc.).

Evolución (E). Evalúa la velocidad de desarrollo del impacto, desde que aparece hasta que se hace presente plenamente con todas sus consecuencias, se expresa en unidades relacionadas con la velocidad con la que se presenta el impacto.

Magnitud (M). Califica la dimensión o tamaño del cambio ambiental producido por la actividad o proceso constructivo u operativo. Los valores de magnitud absoluta, cuantificados o referidos se transforman en términos de magnitud relativa, que es una expresión mucho más real del nivel de afectación del impacto.

| CLASE DE IMPACTO | | |
|------------------|---|---|
| Positiva | + | El efecto mejora el estado actual del recurso afectado |
| Negativa | - | El efecto deteriora el estado actual del recurso afectado |

| PRESENCIA | | |
|--------------------|-----|---|
| Cierto | 1 | Existe absoluta certeza de que el impacto se presente |
| Probable | 0.8 | Es probable hasta en un 50% que el impacto se dé |
| Incierto | 0.5 | Es poco probable que el impacto se presente |
| Imposible | 0.1 | Es casi imposible que se dé pero podría presentarse |
| MAGNITUD | | |
| Muy severo | 1 | Daño permanente |
| Severo | 0.8 | Daños serios pero temporales al ambiente |
| Mediana | 0.5 | Daños menores pero permanentes al ambiente |
| Ligeramente severo | 0.3 | Daños menores al ambiente |
| Nada severo | 0.1 | Ningún daño al ambiente |
| DURACION | | |
| Muy larga | 1 | Menos de un año |
| Larga | 0.8 | De seis meses a un año |
| Moderada | 0.5 | De un mes a seis meses |
| Corta | 0.3 | De seis meses a un año |
| Muy corta | 0.1 | De un día a un mes |
| EVOLUCIÓN | | |
| Muy rápido | 1 | Menos de un día |
| Rápido | 0.8 | De un día a un mes |
| Medio | 0.5 | De un mes a seis meses |
| Lento | 0.3 | De seis meses a un año |
| Muy lento | 0.1 | Más de un año |

Cuadro 6: Criterios de Evaluación Ambiental

De acuerdo con las calificaciones asignadas individualmente a cada criterio, el valor absoluto "**Ca**" será mayor que cero y menor o igual que diez. Este valor numérico se convierte luego en una expresión que indica la importancia del impacto (muy alta, alta, media, baja y muy baja) asignándole unos rangos. En la siguiente tabla se observan los rangos establecidos para la calificación ambiental de cada impacto.

| Criterio | Rango | Valor |
|------------------------|----------|---------|
| CALIFICACIÓN AMBIENTAL | Muy alta | 8.0-10 |
| | Alta | 6.0-8.0 |
| | Media | 4.0-6.0 |
| | Baja | 2.0-4.0 |
| | Muy baja | 0.0-1.0 |

8.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO

8.3.1 DESAGREGACIÓN DEL PROYECTO EN COMPONENTES

Etapa de construcción.

- ✓ Construcción de obra civil: iniciativas y JMT-SLC.
- ✓ Construcción de Canopy en iniciativas.
- ✓ Terracerías.
- ✓ Almacenamiento de materiales y equipos necesario para la construcción.
- ✓ Colocación de letreros y toda la señalización necesaria en la zona.
- ✓ Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria hacer.

Etapa de operación

- ✓ Visitas guiadas.
- ✓ Actividades aventura: canopy
- ✓ Servicios de alimentación.
- ✓ Servicios de hospedaje y campamentos.
- ✓ Actividades Rurales-turísticas.
- ✓ Actividades Comunitarias. Etc.

8.3.2 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

Luego de identificar las principales actividades que podrían ocasionar deterioro al medio ambiente se realizó la identificación de impactos que estas causarían, los cuales se muestran en el cuadro que se muestra a continuación.

| ACCIÓN | EFFECTOS | IMPACTOS |
|--|---|---|
| CONSTRUCCIÓN | | |
| Construcción de obra civil en iniciativas: cabañas del hostel, restaurante: remodelaciones y otros. Obra civil de la JMT-SLC | Incremento de residuos, ruidos y molestias de trafico de materiales en la zona. | Contaminación por partículas de materiales propios de construcción y molestias a los habitantes de la zona. |
| Construcción de Canopy en iniciativas | Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria hacer. | Deforestación de algunas zonas donde se ubicará las estaciones del Canopy |
| Terracería y excavaciones necesarias. | Modificación del estado actual de algunas áreas dela zona | Modificación de algunas áreas naturales. |
| Almacenamiento de materiales y equipos necesarios para la construcción. | Utilización de espacios de la zona para almacenamiento. | Contaminación de suelo y aire. |
| Colocación de letreros y toda la señalización necesaria en la zona. | Colocación de materiales con efectos en el ambiente natural como pintura y otros elementos que modifican el área natural. | Deterioro por efectos químicos y contaminación. |
| OPERACIÓN | | |
| Visitas guiadas | Incremento de personas que visitan la zona | Contaminación con gases. Contaminación con hidrocarburos líquidos y sólidos. Modificación de estatus de la reserva natural. |
| Actividades aventura: Canopy | Incremento de personas en lugares en hábitat naturales | Alteraciones en el hábitat |
| Servicios de alimentación | Incremento de desperdicios sólidos y gases | Contaminación |
| Servicios de hospedaje y campamentos | Incremento de personas en lugares en hábitat naturales y contaminación | Ruidos Uso de agua potable. Alteraciones del hábitat natural |
| Actividades rurales: como eco turísticas entre otras. | Incremento de tránsito de personas en la zona | Contaminación, ruido y alteración de la hábitat (Deterioro del paisaje) |
| Actividades comunitarias: como agrícolas entre otras. | Incremento de tránsito de personas en la zona. | Contaminación y alteración del hábitat de los animales |

| | | |
|--|--|-------------|
| | | y cultivos. |
|--|--|-------------|

Tabla 167: Efectos e Impactos ambientales de las actividades

8.3.3 EVALUACIÓN DE IMPACTOS

| IMPACTO | C | P | M | D | E | CA | Impacto Ambiental |
|--|---|-----|-----|-----|-----|-------|-------------------|
| Construcción de obra civil propuesta: cabañas Hostal, restaurante: remodelación y JMT-SLC | | | | | | | |
| Contaminación por partículas de materiales propios de construcción y molestias a los habitantes de la zona | - | 0.4 | 0.1 | 0.3 | 0.2 | -0.42 | Muy baja |
| Construcción de Canopy | | | | | | | |
| Deforestación de algunas zonas donde se ubicara las estaciones del Canopy. | - | 1 | 0.3 | 0.1 | 0.6 | -1.56 | Muy baja |
| Terracería y excavaciones necesarias | | | | | | | |
| Modificaciones de algún área natural | + | 0.1 | 0.3 | 0.3 | 0.6 | 0.216 | Muy baja |
| Almacenamiento de materiales y equipos necesarios para la construcción. | | | | | | | |
| Contaminación de suelo y aire. | - | 0.1 | 0.1 | 0.3 | 0.4 | -0.12 | Muy baja |
| Colocación de letreros y toda la señalización necesaria en la zona | | | | | | | |
| Deterioro por efectos químicos y contaminación. | - | 0.4 | 0.3 | 0.1 | 0.2 | -0.29 | Muy baja |
| Visitas guiadas | | | | | | | |
| Ruidos | - | 0.8 | 0.5 | 1 | 0.8 | -4.64 | Media |
| Contaminación con gases | - | 0.4 | 0.5 | 1 | 0.8 | -2.32 | Baja |
| Contaminación con hidrocarburos líquidos y sólidos | - | 0.8 | 0.5 | 1 | 0.4 | -3.52 | Baja |
| Modificación de estatus de la reserva natural. | + | 0.4 | 0.5 | 1 | 0.4 | 1.76 | Muy baja |
| Actividades aventura: Canopy | | | | | | | |
| Alteración del hábitat | + | 0.4 | 0.3 | 1 | 0.4 | 1.536 | Muy baja |
| Servicios de alimentación | | | | | | | |
| Contaminación | - | 0.4 | 0.5 | 1 | 0.4 | -1.76 | Muy baja |
| Servicios de hospedaje y campamentos | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|---|-----|-----|-----|-----|-------|----------|
| Ruido | - | 0.8 | 0.5 | 1 | 0.2 | -2.96 | Baja |
| Uso de agua potable | + | 0.8 | 0.5 | 1 | 0.2 | 2.96 | Baja |
| Alteraciones del hábitat natural | - | 0.4 | 0.5 | 1 | 0.2 | -1.48 | Baja |
| Actividades Rurales | | | | | | | |
| Contaminación | - | 0.4 | 0.3 | 1 | 0.2 | -1.37 | Muy baja |
| Ruido | - | 0.8 | 0.3 | 1 | 0.2 | -2.74 | Baja |
| Alteración de la hábitat (Deterioro del paisaje) | - | 0.4 | 0.3 | 1 | 0.2 | -1.37 | Muy baja |
| Actividades comunitarias | | | | | | | |
| Contaminación | - | 0.4 | 0.3 | 0.8 | 0.2 | -1.13 | Muy baja |
| Alteración del hábitat de los animal | - | 0.6 | 0.3 | 1 | 0.2 | -2.05 | Bajo |

Tabla 168: Evaluación de impactos ambientales

8.3.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Según los resultado obtenido se puede observar que para la etapa de construcción se provee que exista un bajo impacto negativo en el medio ambiente proveniente de las actividades del mismo, donde para ello se deberá tomar en cuenta diferentes aspectos de control y mitigación en estas actividades para que la evaluación realizada mantenga estos resultados tanto al inicio como a la finalización de la construcción del proyecto en la zona, para ello se realizara una serie de recomendaciones y aspectos que deberán tomarse en cuenta para poder realizar estos controles y cuidados del medio ambiente en esta etapa.

En la etapa de operación existen ciertos factores que pueden perjudicar de forma media y baja la parte ambiental de la zona como lo son el ruido por la afluencia de personas al lugar y la contaminación que pueda crearse a efecto de la llegada de visitantes en la zona y su estadía, ya sea por la basura que las personas puedan dejar, actividades que puedan generar contaminación en el aire y la alteración del hábitat de animales y vegetación por la presencia humana en mayores cantidades y frecuencias, para lo cual también se buscan mecanismos de mitigación, ya que el objetivo del proyecto es ser sostenible tanto social económica como ambientalmente. En general la Evaluación Ambiental realizada fue muy buena, ya que no fueron detectadas actividades que puedan causar efectos tan perjudiciales al entorno natural y ser considerados como impactos negativos de gran significado para el medio ambiente.

8.4 PREVENCIÓN O MITIGACIÓN

8.4.1 IMPACTOS Y SUS MEDIDAS DE MITIGACIÓN

| IMPACTOS NEGATIVOS POTENCIALES | MEDIDAS DE ATENUACION |
|---|--|
| DIRECTOS | |
| Destrucción de medio natural: tala de árboles por construcción de miradores, hostel y otros. | <ul style="list-style-type: none"> - Control del encargado de la construcción - Junto a la municipalidad organizar campañas de reforestación. |
| Destrucción de bosques y otros hábitats únicos/frágiles o sitios de importancia natural, cultural o histórica | <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un inventario en cada cantón de las áreas protegidas en su jurisdicción para elaborar planes de protección. |
| Erosión que resulta de la construcción de infraestructura como caminos o senderos. | <ul style="list-style-type: none"> - Evaluar el terreno y realizar campañas de control de erosión, deslaves y sedimentación en zonas vulnerables. |
| Perdida de los servicios ambientales gratuitos que brindan los sistemas naturales y degradación de recursos del aire, agua y tierra. | <ul style="list-style-type: none"> - Definir la capacidad de carga de tal modo que la población objetivo de turistas pueda ser sostenida sin sobrecargar la infraestructura y los recursos existentes, tanto en el hostel/restaurantes como en las iniciativas naturales. |
| Desplazamiento de la población humana y daños en infraestructura vial | <ul style="list-style-type: none"> - Dar seguimiento a los planes de mantenimiento vial, solicitado a las entidades correspondientes, la reparación y apoyo para brindar mantenimiento de carreteras. |
| INDIRECTOS | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Falta de apoyo institucional. - Ausencia/reducción de recursos humanos y financieros para atenuar los impactos. - Capacitación inadecuada en el manejo ambiental. | <ul style="list-style-type: none"> - Presupuestar el apoyo requerido para solicitar el financiamiento mediante la alcaldía o entes relacionados. |
| Efecto multiplicador sobre otras industrias produce cada vez más presión sobre recursos naturales o servicios (mercado artesanal, agricultores. Etc.) | <ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar apoyo apropiado a microempresarios que empiecen a incursionar en el ámbito de turismo, brindando capacitaciones sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental, entre otras. |
| Peligros naturales particulares para el sitio en desarrollo, como tormentas, inundaciones, deslaves, puede poner presión sobre la infraestructura y reducir los beneficios a largo plazo. | <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar las instalaciones de manera que se cumplan medidas de prevención contra este tipo de desastres, estudiar los suelos sobre los que se construirá y evaluar la zona. - Informar a todos los involucrados sobre el |

Tabla 169: Impactos y sus medidas de mitigación**Etapa de Construcción**

- ✓ Las construcciones que se realicen serán hechas en lo posible, con materiales que no perjudiquen el medio ambiente de tal manera que esto nos deja sin mucha descarga de residuos sólidos en el lugar y sin aguas servidas en grandes cantidades en la parte de construcción, lo cual deberá ser acordado con la empresa contratada para la obra civil, y de esta manera se logrará una armonía con el entorno natural.
- ✓ Se realizarán supervisiones diarias durante la construcción de la obra civil, por el administrador del proyecto, de modo que se pueda constatar que no se esté generando contaminante en la zona.
- ✓ Deberá ser supervisada la generación de residuos y escombros, los cuales deberán ser extraídos para su correcto tratamiento o trasladados a lugares destinados para su depósito.
- ✓ Mientras se realicen los trabajos de la construcción de la obra civil deberán ser colocados basureros con libre acceso para los trabajadores, de modo que se mantenga limpio el lugar.
- ✓ Se realizaran campañas de reciclaje durante la construcción del proyecto, de manera que se puedan reutilizar todos los materiales posibles, evitando así producir mayores desperdicios.
- ✓ De ser necesario retirar árboles de alguna de las zonas de construcción, estos deberán ser retirados adecuadamente para su posterior trasplante a otra zona adecuada para su supervivencia.

Etapa de Operación

- ✓ Mantener información sobre hábitos de higiene y de protección ambiental en general, mediante rótulos, de manera que puedan ser libremente observados por los turistas para crear conciencia y acatar las recomendaciones para no dañar el ambiente de la zona.
- ✓ Mediante el uso de Canopy se puede mostrar a los turistas que hay actividades de recreación o diversión en las que se puede crear un contacto más cercano con el medio natural sin causar daños ni contaminación.
- ✓ Mediante los viajes en el transporte: terrestre y acuático que se realicen, el guía deberá brindar información sobre la zona, la vegetación y fauna, y lo importante que es su preservación y evitar la contaminación en el sitio, de manera que se pueda crear conciencia en los turistas de lo importante que es mantener armonía con el medio natural en el que se convive.
- ✓ Alertar a los turistas sobre las zonas protegidas en el medio, así como también de las actividades prohibidas en algunos sitios, como por ejemplo la práctica de pesca o caza en áreas protegidas.
- ✓ Es importante incentivar a los turistas a realizar actividades de mayor contacto con la naturaleza creando conciencia de no contaminar el área y la manera en la que

se puede convivir con la vegetación y fauna sin necesidad de perjudicarla. Durante cada visita se debe practicar la técnica de aprender haciendo, lo que favorece los cambios necesarios de actitud y aptitud en las personas que visiten el área.

- ✓ Los lugareños se integraran dejando de lado viejos conceptos y siendo los primeros en los que se debe de inculcar e informar sobre la protección y preservación medioambiental.
- ✓ Informar a los habitantes de la zona sobre la importancia de la protección y preservación medioambiental, de modo que se mantenga un ambiente natural preservado en toda la zona.
- ✓ Solicitar la cooperación del Ministerio de Medio Ambiente para recibir apoyo mediante programas medio ambientales para llevar a cabo en la zona y capacitaciones para el personal.
- ✓ Incentivar a los turistas a practicar el reciclaje, de modo que se inculque una actitud de preservación y protección por el medio natural.

8.5 SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL⁸⁵

8.5.1 EDUCACIÓN MEDIO AMBIENTAL

La educación ambiental es por sobre todas las cosas una educación para la acción ambiental en beneficio de la misma, facilitando así un mejor conocimiento de los procesos ecológicos, económicos, sociales y culturales.

La educación ambiental debe fomentar el cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y habilidades para asumir una responsabilidad ambiental y el turismo puede contribuir en esto a través de sus iniciativas de concientización e información sobre el cuidado del ambiente y todos los recursos naturales tanto a la población local como a los turistas que visitan el lugar.

El objetivo final de la educación ambiental es lograr que un grupo social, o un individuo partiendo del conocimiento de su realidad inmediata, logre cambios de conciencia, de actitud y de conducta, y, fomente su propia responsabilidad y participación en la solución de los problemas ambientales en cooperación con el resto de la población.

El turista es un individuo capaz de transformar su comportamiento durante el viaje, al desarrollar diferentes respuestas ante las situaciones y ambientes por donde se mueve y a los que percibe de forma diferente a lo habitual. Muchos de estos aspectos en su vida cotidiana pasarían por alto.

El turismo puede convertirse en un disparador de situaciones que se pueden materializar en "buenas prácticas" (no arrojar basuras, cuidar los árboles, etc.)

Por lo tanto la realización de actividades en un turismo con enfoque rural, donde la sostenibilidad ambiental es un eje muy enmarcado en el desarrollo del mismo, se van a propiciar ciertos elementos que harán que la sostenibilidad se refleje cada día para mantener y mejorar el área natural que se posee.

⁸⁵ Ver costos de propuesta ambiental en capítulo costos.

8.5.2 ACTIVIDADES ENCAMINADAS A LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL.

El aprendizaje que los turistas se llevan a casa es un aspecto importante en un tour, ya que muchos comparten la información aprendida al regresar a su lugar de origen. Comunicar datos interesantes es darle un valor agregado al producto turístico pues enriquece la experiencia del visitante.

El turismo puede ser una forma muy efectiva de incrementar la conciencia ambiental. Con la guía adecuada, los turistas pueden aprender a ser viajeros responsables y a disfrutar sin causar daños en el ambiente. Una empresa turística debe impartir conceptos de educación ambiental empleando estrategias que permitan captar y mantener la atención de los turistas, ya que visitan el lugar con el fin de descansar y disfrutar.

Dentro de las actividades que fomentaran y mantendrán una sostenibilidad ambiental en la zona de práctica turística se tienen las siguientes:

- Capacitación de personal en materia ambiental, para que tanto el personal como la localidad en general conozca que además de generar ingresos económicos y mejores oportunidades de vida, también se busca fomentar la protección medioambiental.
- El medio ambiente entrará formando parte, de algún modo, de los productos y servicios concretos. Como utilización de energía alternativa, restaurantes con productos ecológicos, transportes no contaminantes, etc. lo cual deberá ser incorporado poco a poco en las actividades.
- Por otra parte con las actividades de mejoramiento y protección se buscará una sensibilización pública a través de campañas, comunicación, formación, así como el asesoramiento de organismos e instituciones internacionales y colaboración de las ONG"s. para que los visitantes turísticos y la localidad sepa la importancia del cuidado al medio ambiente.
- Cuando se tenga que deshacer de un residuo, hacerlo de la manera más limpia que se le facilita en su lugar de destino, es decir en los basureros más cercanos, si en un momento preciso no se encuentra cerca de uno, guardar la basura momentáneamente y depositarla en el basurero o lugar indicado para ello. (esta información dada a conocer al turista y a todas las personas).
- Fomentar las prácticas del reciclaje entre los habitantes del municipio para poder ser transmitido a los turistas.
- Se trabajará bajo ciertos lemas tales como: En un espacio natural procurar que la única huella que se deje atrás sea la de su calzado.
- Se realizarán actividades de siembra de árboles y todo tipo de plantas que puedan ser cultivadas en la zona a fin de fomentar la forestación y que el turista participe de estas.
- No consumo de tabaco ni cualquier elemento perjudicial para la salud y emisión de contaminantes del aire.
- Colocación rótulos en las instalaciones para pedirles a los turistas y al personal que apaguen las luces, y otros aparatos eléctricos cuando no los necesiten (esto para el caso de instalaciones de oficina y restaurante, en algunos casos alojamientos).
- Realizar arreglos en la arquitectura de las instalaciones de las cabañas del hostel y restaurantes así como instalaciones de oficinas, de manera que haya buena

ventilación, superficies que reflejen el calor e iluminación natural, evitando el uso de aires acondicionados o calentadores.

- Se promoverán actividades turísticas que no empleen automóviles en la propia zona donde se practica turismo, dentro de las actividades que se realizarán para proteger el medio ambiente están: caminatas en senderos, rutas a caballo, recorridos en bicicleta, entre otros.
- Se les facilitará a los turistas fotografías, folletos u otro tipo de material impreso o audiovisual relacionados con los ecosistemas naturales del municipio que están visitando, para que este tenga conciencia de la importancia de protegerlos.
- Se colocarán materiales gráficos u otros medios de difusión con medidas que sirvan para que los turistas sean viajeros más responsables con el ambiente que visitan. y todos los materiales a utilizar tanto para la promoción turística como ambiental de la zona se usará material reciclado para fabricar estos medios en su mayoría.
- Organización de campañas ambientales periódicamente en la comunidad;(esto será responsabilidad directa del encargado de comercialización y promoción) pueden ser de siembra de árboles, recolección de desechos, mantenimiento de los rótulos de los senderos y otros. Instando a los turistas a participar, explicándoles a los participantes los beneficios de esas actividades e invitándolos a dar e ideas para próximas campañas.
- Se tratará de facilitar la capacitación continua del personal en temas como historia natural de organismos silvestres representativos de la región, técnicas de guiado e interpretación ambiental, estrategias para lograr un turismo sostenible, mitos y leyendas de la zona, servicio al cliente y primeros auxilios, entre otros.
- Se le enseñará al personal a brindar un buen servicio al cliente y a velar por la seguridad, la comodidad y la salud de los turistas, así como mostrar respeto por los recursos naturales y la cultura de la comunidad visitada.

8.5.3 BENEFICIOS AMBIENTALES

- Promueven el uso de recurso biótico en forma alternativa y el aprender a ahorrar recursos.
- Favorecen la cultura ecológica.
- Representan una opción de financiamiento para la conservación de los recursos naturales.
- Dan un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

PARTE 9. EVALUACIÓN DE GÉNERO

La equidad de género es la capacidad de ser equitativo, justo y correcto en el trato de mujeres y hombres según sus necesidades respectivas.

La equidad de género representa el respeto a nuestros derechos como seres humanos y la tolerancia de nuestras diferencias como mujeres y hombres, representa la igualdad de oportunidades en todos los sectores importantes y en cualquier ámbito, sea este social, cultural o político.

En el terreno económico, es -vital importancia lograr la equidad de género, ya que si a la mujer se le restringe el acceso al campo productivo, al campo laboral o al campo comercial, se genera pobreza.

La equidad de género se abordara a través de la participación de la mujer en diferentes actividades sin discriminación, ya que todos los trabajos que se realizaran en el sector en la zona podrán ser desempeñados tanto por hombres como por mujeres, dependiendo todos de sus capacidades en cada uno de ellos.

Así como dándole la oportunidad de expresión a todos por igual.

Inserción de las mujeres en la organización de la empresa

Con el proyecto se van a crear fuentes de empleo no solo para hombres sino también para mujeres, esto con el fin de establecer una equidad de género dentro de la JMT-SLC, la estrategia para el proyecto se centra en un proceso de inserción orientado a propiciar la participación de las mujeres y desarrolla sus habilidades, poniendo énfasis en el desarrollo y potenciando la capacidad humana.

La principal vía para implementar esta estrategia es la creación de políticas que conlleven a la participación del sexo femenino dentro del ciclo productivo del proyecto, políticas tanto de contratación, ascensos y capacitación.

CONDICIONES EQUITATIVAS A DESARROLLAR

- Aumentar las oportunidades formativas a las mujeres de la zona y a las mujeres que trabajaran directamente en el proyecto turístico.
- Mejorar las condiciones de empleo de las mujeres, dándole las oportunidades de incorporarse en estas labores.
- Que todas las personas participantes en el proyecto turístico y las mismas personas que se encuentran involucradas indirectamente en este pueden tener oportunidad de dar sus opiniones y sugerencias en relación a la forma de desempeñar el trabajo turístico.
- Involucrando a todos sin discriminación por capacidades o aportaciones, si no brindándoles a estos el apoyo necesario para ser capaces y puedan tener una oportunidad de progresar formativa como económicamente.
- Creando buzones de sugerencias y quejas para poder tener un acercamiento con las inconformidades existentes de parte de todos sin discriminación alguna.
- Trato igual para todos, lo cual debe ser fomentado sin discriminación por desempeño jerárquico en el proyecto.

BENEFICIOS DEL ENFOQUE DE GÉNERO A LA EMPRESA

Al contar con una equidad entre géneros la JMT-SLC puede optar por muchos beneficios que pueden ser de mucha ayuda para la JMT entre estos beneficios se encuentran:

- Financiamiento de entidades que apoyen la participación de las mujeres aspectos laborales, entre otras.

Resultados de la Valoración

De acuerdo a las consideraciones hechas anteriormente se puede concluir que con el proyecto se pretende contribuir a:

- Generar fuentes de empleo a mujeres.
- Elevar su autoestima.
- Que las mujeres tengan acceso a los puestos laborales más importantes, es decir, que ellas tendrán poder de decisión dentro de la empresa y podrán también tener acceso y control de los recursos.
- Crear un ambiente de igualdad entre los géneros, con compañerismo, respeto y sin discriminaciones entre todos los miembros de la JMT-SLC.

CAPITULO V

ADMINISTRACION

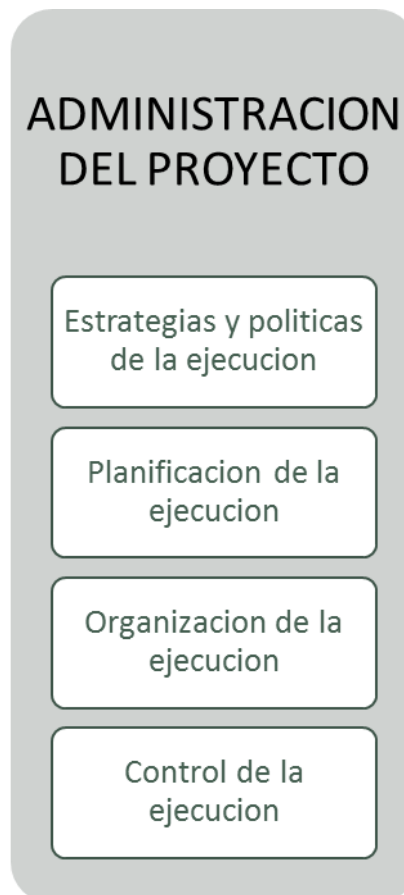
DEL PROYECTO

CAPITULO V ADMINISTRACION DEL PROYECTO

PARTE 1. PLANIFICACION DE LA EJECUCION O IMPLEMENTACION

1.1 METODOLOGIA

Para llevar a cabo la ejecución del proyecto se realizaran una serie de actividades que serán responsabilidad de las personas encargadas de implementar dicho proyecto, para lo cual se contara con gente que conoce sobre el mismo y de las personas representantes de las iniciativas y personas los cuales están desempeñándose en la JMT-SLC.



1.2 ESTRATEGIAS

De manera general las estrategias a seguir para la implementación del proyecto son:

- Informar sobre la implementación del Plan de Desarrollo Turístico en el municipio a todos los involucrados.
- Proceder a realizar la gestión de donaciones y préstamos.
- Una vez se cuente con el monto de la inversión requerido, en forma paralela se debe realizar:
 - La construcción de la obra civil en iniciativas.
 - Equipamiento requerido en iniciativas.
 - Implementación de sistemas y procedimientos.
 - Actividades de promoción y publicidad del proyecto.
- Para la puesta en marcha del proyecto, de forma paralela debe iniciar la ejecución de los cuatro circuitos turísticos, por lo tanto, desde el inicio del funcionamiento del proyecto estarán disponibles para los turistas los cuatro paquetes turísticos.

Integración de iniciativas

- Realizar un contrato por medio de un abogado con las iniciativas involucradas en el proyecto a las cuales se les entregará alguna cantidad monetaria para sus remodelaciones, donde deberá estar especificado el monto entregado y el periodo de reembolso, así como las cantidades a reembolsar.
- Realizar un convenio con las iniciativas y negocios privados en el cual se especifiquen los compromisos a adquirir con la JMT-SLC y reafirmar su compromiso de colaboración al sector turismo en el municipio.
- El plan no está restringido a funcionar únicamente con las iniciativas con las que se da inicio. A medida se va desarrollando dicho plan, se pueden incorporar nuevas iniciativas, respetando los estatutos y normativas establecidas en las políticas de la JMT-SLC.
- Este plan de desarrollo comprende una etapa inicial, para promover el desarrollo del turismo rural y comunitario en el municipio. A medida surjan nuevas iniciativas en cualquiera de sus cantones, se podrán incorporar creando nuevos paquetes y circuitos.
- Impartir capacitaciones para el personal de la JMT-SLC y a los encargados de la administración de las iniciativas involucradas en el proyecto para prepararlos con tal de brindar una atención turística de calidad.
- Las capacitaciones impartidas serán realizadas en las instalaciones de la casa comunal para prepararlos para la prueba piloto que se llevara a cabo con los primeros turistas invitados los cuales conocerán la zona de forma gratuita.

Recursos financieros

- Toda salida de dinero debe ser autorizada por el encargado del proyecto, con la previa aprobación de la Asamblea General. Dichos reembolsos deberán ser solicitados bajo un formato previamente establecido para dicha aprobación, del cual se manejará un original y una copia para archivo.

- Durante la ejecución del proyecto no se entregará dinero en efectivo a las iniciativas, se realizará la inversión requerida en cuanto a infraestructura, equipo y otros. El 50% del monto al que asciendan dichas inversiones será reembolsado según se estipula en la normativa en la Etapa Financiera.

Obra civil y equipamiento

- La remodelación de la plaza principal del municipio y la construcción de la obra civil requerida en las iniciativas, da inicio una vez se cuente con el dinero del crédito adquirido y donaciones recibidas.
- La construcción de la obra civil y equipamiento respectivo a cada iniciativa, es controlado por el equipo encargado de la administración del proyecto. La empresa subcontratada para la construcción de la infraestructura deberá trabajar en forma paralela la obra civil requerida para cada lugar.

Sistemas y procedimientos

- Una vez se cuente con el monto requerido para la inversión especificada, se pueden establecer el diseño e implementación de los sistemas de calidad, sistema de costos y el sistema de información requeridos para la JMT-SLC y las iniciativas.

Promoción y publicidad

- La promoción estará enfocada al concepto de turismo rural comunitario en el municipio, el cual es el concepto que se desea vender a los turistas, dicha publicidad será hecha desde el momento de los preparativos de la propuesta, con tal de dar a conocer a las personas el sitio y sus atractivos.

Puesta en marcha

- Durante la operación inicial se deberá realizar un análisis exhaustivo que identifique las fortalezas y debilidades de todas las actividades que van a realizarse, atractivos con los que se cuentan, así como los servicios que serán prestados.
- Realizar reuniones periódicas previamente programadas, en las cuales participen cada uno de los encargados del proyecto junto al encargado del proyecto con el fin de monitorear el progreso de la actividad asignada, luego se rendirá un informe a la Asamblea General.

Al finalizar el proyecto, el equipo encargado de la administración deberá realizar una reunión para exponer los resultados obtenidos a la Asamblea General de la JMT-SLC

1.3 POLITICAS

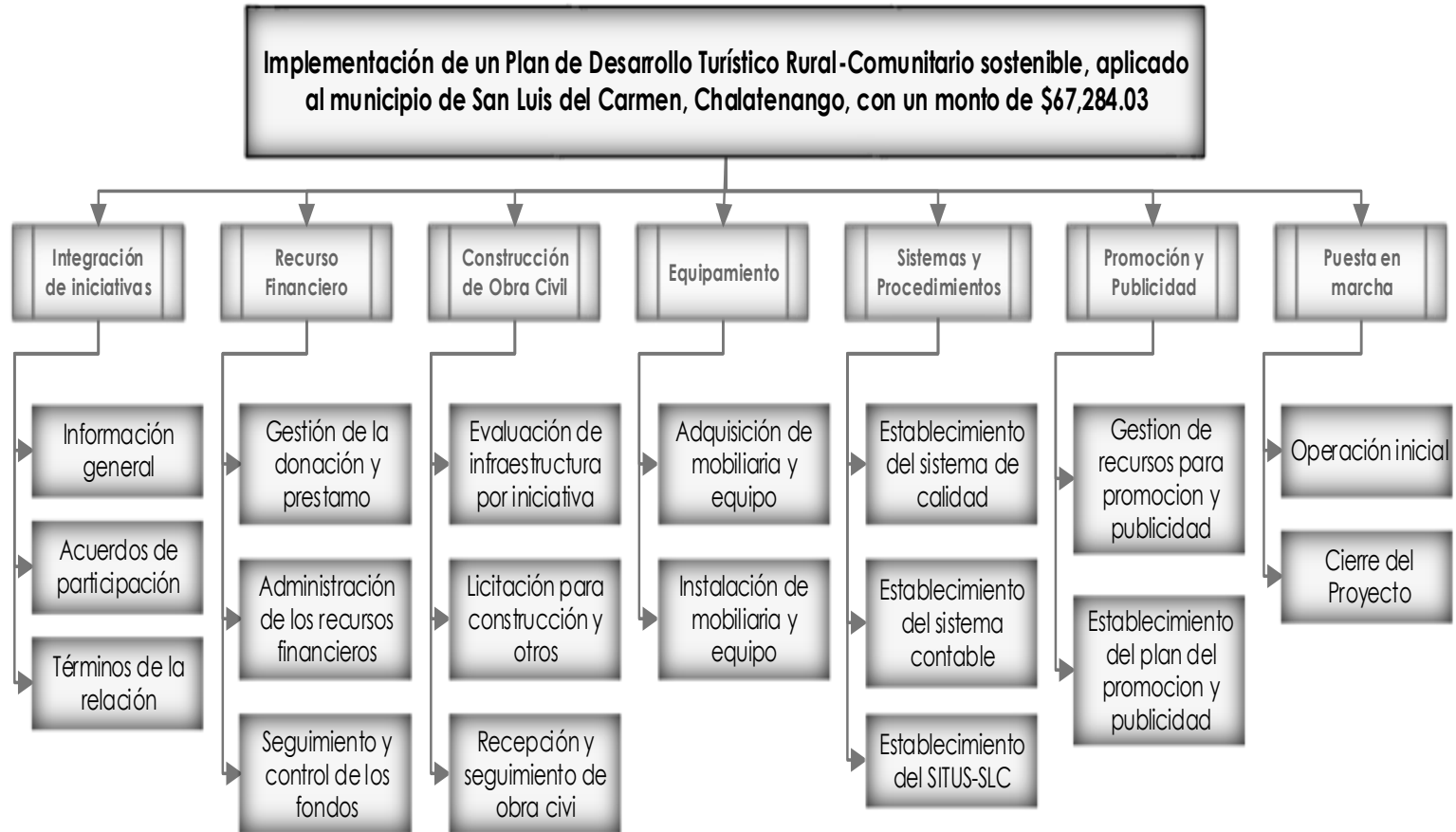
- Todo lo referente a aspectos financieros, tales como la solicitud de fondos correspondientes a la ejecución del proyecto serán gestionados por el Tesorero; así como también lo referente a materia de desembolsos.
- El encargado del proyecto es el que puede autorizar todos los desembolsos, los cuales serán solicitados mediante la utilización de un formato que especifique de forma clara

y precisa el monto y la razón de ser del mismo. Este deberá ser validado mediante la firma del encargado del proyecto quien deberá mantener un registro del mismo. Y previamente a su aprobación pedir la autorización de dicha salida de dinero a la Asamblea General de la JMT-SLC.

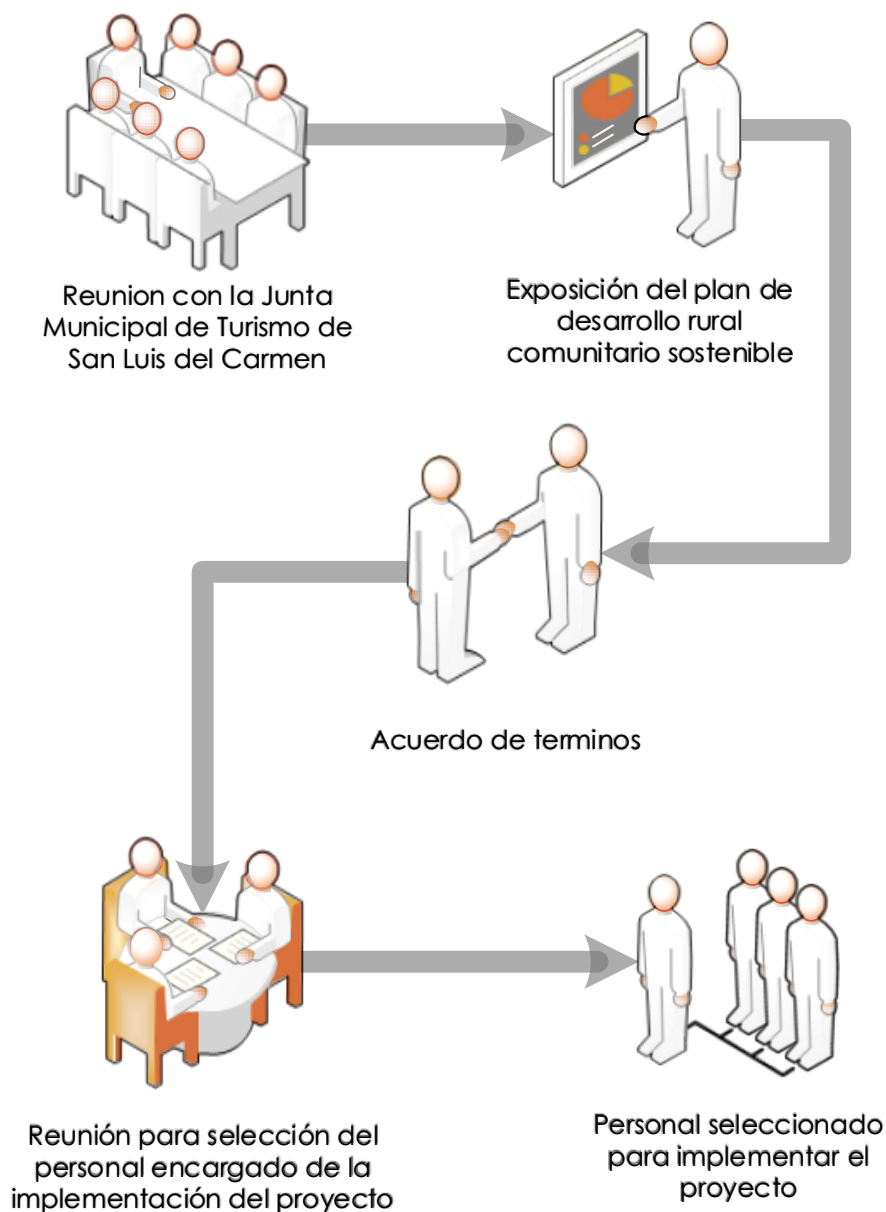
- Para la contratación de personal se toma como prioridad a los habitantes de la zona.
- Registrar todo documento y dejar original, copia física y archivo digital.
- Todo equipo, maquinaria y mobiliario que forme parte de los bienes adquiridos con el monto de la inversión, debe ser debidamente inventariado.
- Para el cierre del proyecto se debe realizar una evaluación que defina los logros alcanzados durante la administración, así como también las deficiencias que servirán como lecciones para prácticas futuras

1.4 DESGLOSE ANALITICO

A continuación se presenta un desglose de las actividades principales de las cuales estará compuesto el proyecto para poder ser funcional, en base a este se realizara la desmembración de estos componentes en tareas más específicas para poder conocer todo lo requerido para la implementación del Plan de desarrollo turístico rural comunitario sostenible.



1.5 PROCEDIMIENTO PREVIO A LA ADMINISTRACION DEL PROYECTO



Como primer lugar el proyecto será entregado a la JMT-SLC, dicha Junta debe convocar a una reunión a los habitantes con disposición y capacidad en materia de recursos de afrontar la administración de las iniciativas para dar a conocer la información del proyecto, buscar la integración de iniciativas y comunidades. La JMT-SLC, será la encargada de contratar o elegir el personal delegado a la administración del proyecto los cuales deberán ejecutar los paquetes de trabajo y todas las actividades que se necesitan en la implementación del proyecto.

1.6 DESCRIPCIÓN DE SUB SISTEMAS Y ACTIVIDADES Y DESGLOSE DE PAQUETES DE TRABAJO PARA CADA ACTIVIDAD

INTEGRACIÓN DE INICIATIVAS

Se establecen los aspectos que se desarrollaran para dar a conocer las iniciativas que integran el proyecto, los beneficios que este traerá en el ámbito económico, social y ambiental; tanto para las iniciativas como para la localidad. Así como también la forma de integración y los aspectos legales que se deben considerar para integrar los circuitos turísticos del proyecto.

INFORMACIÓN GENERAL

En esta actividad se desarrollara una reunión con todos los representantes de los cantones, se hablara con cada habitante que posea un negocio propio apto para la integración en el turismo, en una reunión de forma programada en la que se les explicara en qué consiste el proyecto paso a paso y como se pretende integrar a la comunidad del municipio para formar una empresa que brinde un servicio turístico en la zona, así también se les explicara los beneficios económicos que podrán recibir y los demás beneficios que podrá adquirir la zona a través de esta actividad, y como cada uno puede participar de ello.

ACUERDOS DE PARTICIPACIÓN

Luego de haberles brindado toda la información sobre el proyecto se procederá a escuchar la opinión de los participantes y responder las dudas que estos tengan acerca del tema, así también se determinara quienes están dispuestos a participar y apoyar esta iniciativa para luego listarlos dentro de las actividades que se van a desarrollar

TÉRMINOS DE LA RELACIÓN

Los habitantes podrán incorporarse a la empresa turística a los cuales se les brindara apoyo en cada una de las actividades turísticas que puedan desarrollar ya sea huertos caseros, venta de alimentos, artículos que representen al pueblo, etc. Se establecen los términos de la relación existente entre las iniciativas a existentes, como los requisitos para formar parte. Se expone la normativa para ser participante. Así como se da a conocer las formas de financiamiento establecidos por la Junta para las iniciativas que lo requieran.

| INTEGRACION DE INICIATIVAS |
|---|
| A. Información General |
| 1. Designar encargado para el desarrollo de la reunión (representante de cada cantón, con apoyo de instituciones que formaran parte, como miembros del MITUR, y miembros de la alcaldía municipal) |
| 2. Programación de reunión con habitantes que poseen negocio propio apto para la integración en al turismo |
| 3. Elaboración de presentación de proyecto. |

| |
|---|
| 4. Determinación de lugar de reunión |
| 5. Elaboración de temática |
| 6. Desarrollo de reunión |
| 7. Análisis de situación |
| B. Acuerdo de Participación |
| 8. Determinación de personas de acuerdo a participar en el proyecto |
| 9. Enlistar personas que usaran sus propiedades individuales para participar en turismo |
| 10. Brindar toda la información necesaria para su preparación |
| C. Términos de la Relación |
| 11. Explicación de los términos |
| 12. Solventar dudas a los participantes |

RECURSO FINANCIERO

Se establece todo lo concerniente a la gestión, administración, seguimiento y control del recurso financiero para la óptima utilización del mismo durante la ejecución del proyecto.

GESTIÓN DE LA DONACIÓN

Se procederá a realizar un análisis del presupuesto y la inversión que se necesita lo cual ha sido obtenido en el documento del proyecto y se buscara financiamiento a través de diferentes instituciones de apoyo y otros medios, para lo cual se analizara primero el capital propio que se maneja, conociendo los aportes de cada cantón por parte de sus habitantes, luego se revisara y obtendrá el listado de instituciones de apoyo al municipio entre ellas están: AMANECER RURAL, y el Depto. de responsabilidad social de CEL con los cuales se puede financiar donaciones u otro aporte que se pueda obtener, así también se buscara los mecanismos para obtener financiamiento bancario del dinero restante que haga falta para la inversión, todos estos trámites serán realizados por los encargados del área financiera junto con el encargado del proyecto, así como con la participación de la junta municipal.

ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Se desarrolla la planificación de los desembolsos e ingresos que se obtengan según la secuencia de actividades que se vayan desarrollando, es decir acá se definirá como se llevara el registro de los mismos y el manejo de la información.

El encargado de la administración llevara un registro de todo lo que se ha planificado desembolsar para la implementación del proyecto y por lo tanto un registro de cada desembolso e ingreso de recursos o dinero que se realice, el registro podrá ser elaborado de forma manuscrita o de manera electrónica.

El registro para el caso de los desembolsos debe incluir principalmente la descripción de cada unidad a comprar, la cantidad, el precio por unidad y total, los proveedores de cada elemento, encargado de compra, número de factura o comprobante y otros aspectos que se crean necesarios en su momento. Para el caso de ingresos se debe describir el tipo de ingreso, de donde provienen y el fin último de este. Todo esto deberá ser dado a conocer como informe general a la JMT-SLC y a los representantes de cada cantón de manera que se pueda asegurar la transparencia en el manejo de fondos incrementando la confianza entre sus participantes.

Establecer los parámetros por medio de los cuales se hará el control de gastos de los desembolsos asignados. Dichos parámetros de control de fondos se llevarán a cabo a través de los registros, facturas y a través de formatos de control en los cuales se tendrá las actividades y los gastos de cada actividad así como el avance del cumplimiento de dichos gastos que se irán chequeando en el mismo.

| RECURSO FINANCIERO |
|---|
| D. Gestión de la donación. |
| 13. Determinación de la inversión total y de los fondos de capital propios |
| 14. Identificar instituciones de apoyo financiero y solicitar fondos |
| 15. Obtención de respuesta de las instituciones y envío de requerimientos si fuese solicitado |
| 16. Recibimiento de apoyo financiero |
| 17. Gestión de crédito bancario y apertura de cuenta bancaria para fondos obtenidos por los medios solicitados. |
| 18. Presentación de informe a junta directiva. |
| E. Administración del recurso financiero |
| 19. Desarrollo del plan de desembolsos |
| 20. Elaboración de medio de registro |
| 21. Divulgación del plan de desembolsos |
| 22. Ajuste del plan de desembolsos en caso necesario |
| F. Seguimiento y control |
| 23. Establecimiento de parámetros de control |
| 24. Divulgación de avance según el control que se lleva a cabo |

CONSTRUCCIÓN DE OBRA CIVIL

Se determina y realiza toda la infraestructura arquitectónica concerniente tanto en las iniciativas turísticas que se requiere, como las remodelaciones para las áreas naturales donde se requieren senderos, miradores kioscos y demás instalaciones requeridas para brindar el servicio turístico que se desea ofertar.

EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA POR INICIATIVA

Se realiza una evaluación e inventario de los lugares que requieren la construcción de infraestructura turística y el tipo de infraestructura requerida, según el estudio de diagnóstico y la propuesta de diseño. De igual manera se desarrolla todo lo concerniente a los requerimientos arquitectónicos de las instalaciones turísticas; desde la licitación de las empresas participantes hasta la contratación y aprobación de la misma para el diseño de las instalaciones de los kioscos, la forma de los senderos, alojamiento restaurantes y otro de tal forma que se vea reflejado el enfoque rural que quiere ofrecerse y que a la vez sea confortable para el turista.

CONTRATACIÓN DE EMPRESA CONSTRUCTORA Y OTROS

Se establece todo sobre los requerimientos de obra civil necesarios, este comprenderá desde la licitación de las empresas participantes en la construcción de la obra civil tanto para la construcción de instalaciones para alojamiento y estadía de los turistas, como también la empresa constructora de la estructura para montaje e instalación del Canopy. Comprende hasta la contratación y aprobación de la misma, la contratación de habitantes de la zona para otros trabajos de remodelaciones, pintura, etc.

RECEPCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA OBRA CIVIL

Se establece la verificación de los requerimientos de obra civil por medio de la supervisión durante el desarrollo de los mismos y su debido seguimiento, observar y verificar el avance y el cumplimiento de todos los requerimientos establecidos. Y finalmente recibir la obra civil terminada por parte de la empresa constructora contratada. La recepción de la obra civil está a cargo de la JMT-SLC y del administrador o encargado por iniciativa.

| CONSTRUCCIÓN DE LA OBRA CIVIL |
|--|
| G. Evaluación de la infraestructura por iniciativa. |
| 25. Inventario de requerimientos de infraestructura por iniciativa. |
| 26. Elaborar informe de requerimientos de la obra civil. |
| 27. Elaboración de planos de edificaciones. |
| 28. Aprobación del diseño. |
| H. Contratación de empresa constructora y otros. |
| 29. Establecimiento de bases de licitación para la elaboración de obra civil. |
| 30. Evaluación y selección de la empresa que se encargará de la obra civil |
| 31. Establecimiento de condiciones y especificación de requerimientos previo a contratación de cómo se quiere las instalaciones a construir. |
| 32. Contratación de la empresa seleccionada. |
| 33. Establecimiento de requerimientos para construcción de obra civil para canopy. |
| 34. Contratación de la empresa dedicada a la instalación y construcción de canopy. |
| 35. Aprobación e inicio de ejecución de obra civil |

| |
|---|
| 36. Contratación de personal de la zona para realizar remodelaciones y otros trabajos de terracería, etc. |
| I. Recepción y seguimiento de la obra civil. |
| 37. Verificación de avance de la obra civil. |
| 38. Verificación del cumplimiento de requerimientos de la obra civil. |
| 39. Recepción de obra civil |

EQUIPAMIENTO

Este subsistema se encarga de la adquisición e instalación del mobiliario necesario para el funcionamiento de los circuitos y oficinas de la JMT-SLC, y las iniciativas involucradas, según los requerimientos identificados.

ADQUISICIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO

Identificar, cotizar y evaluar a los proveedores de equipo y mobiliario necesario para la Junta y para el funcionamiento adecuado de las iniciativas.

INSTALACIÓN DE MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO

Se procede a la instalación del mobiliario y equipo adquirido, el cual necesite dicha instalación.

| |
|---|
| EQUIPAMIENTO |
| J. Adquisición de equipo y mobiliario |
| 40. Identificar proveedores de equipo y mobiliario requerido. |
| 41. Cotización de mobiliario y equipo. |
| 42. Evaluar y seleccionar mejor alternativa. |
| 43. Tramitar el aval de la solicitud o autorización de compra |
| 44. Realizar compra |
| 45. Recibir mobiliario y equipo |
| K. Instalación de mobiliario y equipo |
| 46. Entrega de mobiliario o equipo a los encargados de las iniciativas correspondientes |
| 47. Instalación de equipo en los lugares asignados. |
| 48. Comparar lo presupuestado para equipo y mobiliario con lo comprado realmente |
| 49. Reportar informe a encargado de financiamiento. |

SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS

Se establecen los requerimientos necesarios para el funcionamiento de los sistemas y procedimientos a desarrollarse en las funciones de contabilidad y calidad durante la operación del Plan de Desarrollo turístico.

ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE CALIDAD

Se definen los parámetros de calidad a ser controlados así como los procedimientos que se llevarán a cabo; la persona encargada en estas actividades, será debidamente capacitada para el buen desarrollo de los procedimientos en el control de calidad.

ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA CONTABLE

En esta actividad se realiza la tarea de adquisición en la compra de libros contables: Libro Diario y Mayor, Libro de Estados Financieros, Libro de Compras, Libro de Ventas, Libro de Actas, Crédito Fiscal, Libro de Entrada y Salida de Personal. Dicho sistema será manejado por un contador el cual será subcontratado por la JMT-SLC.

ESTABLECIMIENTO DE SITUS

El SITUS es el programa de información donde se maneja la información, de las iniciativas y la Junta, este sistema tiene el fin de mantener datos actualizados, organizados y listos para su posterior uso, generados para cubrir las necesidades de toma de decisiones. Y se propone un formato el cual será administrado por los administradores de las iniciativas y representantes de los cantones donde estén los sitios naturales.

| SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS |
|---|
| L. Establecimiento del sistema de calidad |
| 50. Establecer los parámetros de calidad a ser controlados. |
| 51. Definir los procedimientos para el control de los parámetros, que podrán ser a través de formatos, chequeos de actividades etc. |
| 52. Capacitación del personal que desarrolla el proyecto. |
| M. Establecimiento del sistema contable |
| 53. Cotización de libros y material para contabilidad |
| 54. Adquisición de libros contables |
| 55. Impresión de formatos contables |
| N. Establecimiento de SITUS |
| 56. Cotización de Diseño y Desarrollo de SITUS |
| 57. Cotización de equipo requerido para SITUS |
| 58. Compras de servicios d Desarrollo de SITUS y equipo |
| 59. Capacitación de personal para uso de SITUS |

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Por medio de este sub sistema se pretende realizar todas aquellas actividades para dar a conocer el proyecto turístico a través del desarrollo de publicidad que pueda ser observada por el turista desde el momento de la implementación del proyecto turístico en la zona y a lo largo de su operación.

GESTION DE RECURSOS PARA PROMOCION Y PUBLICIDAD

Se lleva a cabo la identificación, evaluación, selección del equipo necesario para poner en marcha el plan de promoción. También se selecciona el personal que se encargara de dicho plan.

ESTABLECIMIENTO DEL PLAN DE PROMOCIÓN

Se establece el plan promocional del producto en donde se definirán la imagen, contenido, diseño y campaña publicitaria más adecuados para presentar el proyecto.

| PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD |
|---|
| O. Gestión de recursos para promoción y publicidad |
| 60. Identificar los recursos publicitarios necesarios para la señalización. |
| 61. Evaluar de acuerdo a requerimientos de MITUR para señalización turística. |
| 62. Selección elementos y medios publicitarios turísticos para el municipio. |
| 63. Contratación de personal residente en la zona para elaboración de algunas señales y otros |
| P. Establecimiento del plan promocional |
| 64. Asignar encargado de señalización. |
| 65. Envío de especificaciones de señalización que se requiere |
| 66. Recibir todas las propuestas y cotizaciones de diseño. |
| 67. Análisis de propuestas de diseño de señalización de acceso recibida y cotizaciones |
| 68. Análisis de propuestas de señalización dentro de la zona turística y cotizaciones. |
| 69. Selección de propuestas de diseño. |
| 70. Envío de propuesta elegida con observaciones o requerimientos especiales. |
| 71. Recibimiento de elementos de señalización. |
| 72. Proceso de señalización. |
| 73. Control de actividades de señalización. |
| 74. Determinar todo el tipo de promoción que se realizará. |
| 75. Distribución de medios publicitarios escritos (panfletos y volantes). |
| 76. Proceso de colocación de medios visuales. (Vallas publicitarias y paletas). |

PUESTA EN MARCHA

Se realizan las revisiones y preparación de todo lo necesario para llevar a cabo de una forma óptima el servicio turístico.

OPERACIÓN INICIAL

Se determinan las acciones iniciales para poner en marcha el Plan de Desarrollo turístico según las propuestas, y revisar que todo marche bien.

CIERRE DEL PROYECTO

Se determinan todo lo relacionado al cierre del proyecto, desde la terminación y cancelación de cuentas y otros documentos, hasta la elaboración del informe de terminación del proyecto. Se procede a la realización de los informes correspondientes al cierre del proyecto, esto lo realiza por los encargados del proyecto.

| PUESTA EN MARCHA |
|---|
| Q. Operación inicial |
| 77. Planificación de la visitas piloto |
| 78. Programar las primeras visitas |
| 79. Reunión con todos los empleados para ultimar detalles |
| R. Cierre del proyecto |
| 80. Terminación de todos los contratos y aspectos legales |
| 81. Cancelación de cuentas |
| 82. Comunicación del cierre del proyecto a la JMT-SLC |
| 83. Desarrollo de informes contable y financiero |
| 84. Elaboración del informe de terminación del proyecto |
| 85. Entrega del informe de terminación del proyecto |

1.7 LISTADO DE ACTIVIDADES

Para la determinación de la duración de proyecto se hará uso de la técnica de revisión y evaluación de programas comúnmente abreviada como PERT, es un modelo para la administración y gestión de proyectos, PERT es básicamente un método para analizar las tareas involucradas en completar un proyecto dado, especialmente el tiempo para completar cada tarea, e identificar el tiempo mínimo necesario para completar el proyecto total.

Metodología

La metodología aceptada para dibujar una malla PERT, es llamada "Actividad en el Nodo", siendo ésta la más utilizada en la actualidad.

Cada nodo contiene la siguiente información sobre la actividad:

- ✓ Nombre de la actividad.

- ✓ Duración esperada de la actividad (t).
- ✓ Tiempo de inicio más temprano (ES).
- ✓ Tiempo de término más temprano (EF).
- ✓ Tiempo de inicio más tardío (LS).
- ✓ Tiempo de término más tardío (LF).
- ✓ Holgura de la Actividad (H).

Cálculo de los tiempos de inicio y término más tempranos

El tiempo de inicio más temprano y de término más temprano para cada actividad del proyecto, se calculan desde el nodo de inicio hacia el nodo de término del proyecto según la siguiente relación:

$$EF = ES + t$$

Donde (t) es el tiempo esperado de duración de la actividad y donde ES queda definida según la siguiente regla:

- ❖ *Regla del tiempo de inicio más temprano:*

El tiempo de inicio más temprano, ES, de una actividad específica, es igual al mayor de los tiempos EF de todas las actividades que la preceden directamente. El tiempo de inicio más temprano de las actividades que comienzan en el nodo de inicio del proyecto es cero (0).

Cálculo de los tiempos de inicio y término más tardíos

El tiempo de inicio más tardío "LS" y de término más tardío "LF" para cada actividad del proyecto, se calculan desde el nodo de término retrocediendo hacia el nodo de inicio del proyecto según la siguiente relación:

$$LS = LF - t$$

Donde (t) es el tiempo esperado de duración de la actividad y donde LF queda definida según la siguiente regla:

- ❖ *Regla del tiempo de término más tardío:*

El tiempo de término más tardío, LF, de una actividad específica, es igual al menor de los tiempos LS de todas las actividades que comienzan exactamente después de ella. El tiempo de término más tardío de las actividades que terminan en el nodo de término del proyecto es igual a la duración esperada del proyecto (T).

Holguras, actividades críticas y rutas críticas

La Holgura de una actividad, es el tiempo que tiene ésta disponible para, ya sea, atrasarse en su fecha de inicio, o bien alargarse en su tiempo esperado de ejecución, sin que ello provoque retraso alguno en la fecha de término del proyecto. La holgura de una actividad se calcula de la siguiente forma:

$$H = LF - EF$$

o bien

$$H = LS - ES$$

❖ *Actividades críticas.*

Se denomina actividades críticas a aquellas actividades cuya holgura es nula y que por lo tanto, si se retrasan en su fecha de inicio o se alargan en su ejecución más allá de su duración esperada, provocarán un retraso exactamente igual en tiempo en la fecha de término del proyecto.

❖ *Rutas críticas.*

Se denomina rutas críticas a los caminos continuos entre el nodo de inicio y el nodo de término del proyecto, cuyos arcos componentes son todas las actividades críticas.

Las rutas críticas se nombran por la secuencia de actividades críticas que la componen o bien por la secuencia de nodos por los que atraviesa. Nótese que un proyecto puede tener más de una ruta crítica pero a lo menos tendrá siempre una.

A continuación se presenta el listado de actividades por paquete de trabajo, así mismo su duración:

DURACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

Detalle de duración de actividades para la ADP (Duración en días).

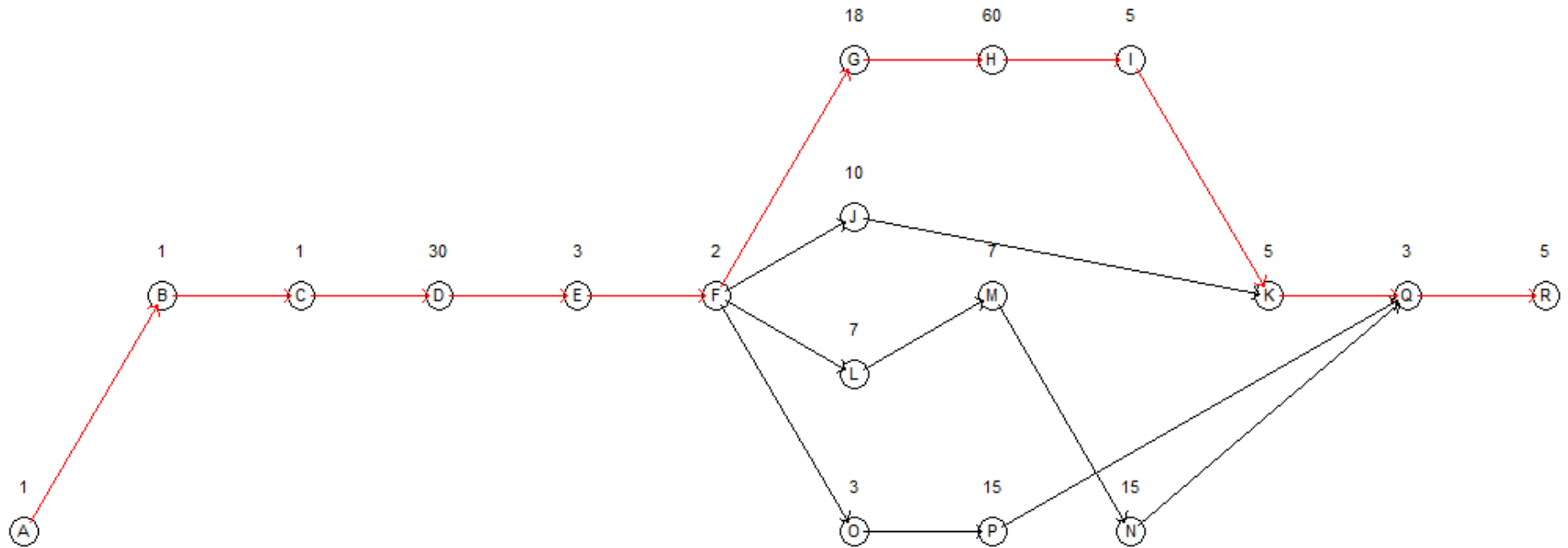
| ID | ACTIVIDAD | SUBSISTEMA | DURACION | PRECEDENCIA |
|----------|---|-------------------------------|----------|-------------|
| A | Información general | Integración de iniciativas | 1 | - |
| B | Acuerdos de participación | Integración de iniciativas | 1 | A |
| C | Terminos de relación | Integración de iniciativas | 1 | B |
| D | Gestión de la donación/crédito | Recurso financiero | 30 | C |
| E | Administración del recurso financiero | Recurso financiero | 3 | D |
| F | Seguimiento y control | Recurso financiero | 2 | E |
| G | Evaluación de infraestructura por iniciativas | Construcción de la obra civil | 18 | F |
| H | Licitación para construcción y otros | Construcción de la obra civil | 60 | G |
| I | Recepción y seguimiento de obra civil | Construcción de la obra civil | 5 | H |
| J | Adquisición de mobiliario y equipo | Equipamiento | 10 | F |
| K | Instalación de mobiliario y equipo | Equipamiento | 5 | J, I |
| L | Establecimiento del sistema de calidad | Sistemas y procedimientos | 7 | F |

| | | | | |
|----------|---------------------------------------|---------------------------|----|---------|
| M | Establecimiento del sistema contable | Sistemas y procedimientos | 7 | L |
| N | Establecimiento del SITUS | Sistemas y procedimientos | 15 | M |
| O | Gestión de recursos para promoción | Promoción y publicidad | 3 | F |
| P | Establecimiento del plan de promoción | Promoción y publicidad | 15 | O |
| Q | Operación inicial | Puesta en marcha | 3 | N, P, K |
| R | Cierre del proyecto | Puesta en marcha | 5 | Q |

DESARROLLO DE LA RED PERT

A continuación se muestra la red PERT donde se ha calculado la duración y secuencia de cada actividad así como el tiempo más tardía y más temprano de inicio y finalización, dicho calculo con el fin de determinar la duración total del proyecto y las rutas críticas que son las actividades que deben de terminarse en el tiempo definido para que el proyecto no se atrase en su desarrollo.

ADP (Plan de Desarrollo Turístico Sostenible)
Precedence Graph



En la gráfica anterior se muestran las actividades a desarrollar para la implementación del proyecto y la precedencia de actividades así como la ruta crítica que muestra las actividades que atrasarían el proyecto total si estas sufrieran un atraso, por lo cual son las actividades que deben de desarrollarse con mayor cuidado.

Luego de desarrollar la técnica PERT se determinó la duración óptima del proyecto lo cual muestra que la duración del proyecto será de 134 días, considerando que se trabajara con una política de lunes a sábado lo cual requerirá de 5.58 meses.

RUTA CRÍTICA DEFINIDA

| Activity | Activity time | Early Start | Early Finish | Late Start | Late Finish | Slack |
|----------|---------------|-------------|--------------|------------|-------------|-------|
| Project | 134 | | | | | |
| A | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| B | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 |
| C | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 0 |
| D | 30 | 3 | 33 | 3 | 33 | 0 |
| E | 3 | 33 | 36 | 33 | 36 | 0 |
| F | 2 | 36 | 38 | 36 | 38 | 0 |
| G | 18 | 38 | 56 | 38 | 56 | 0 |
| H | 60 | 56 | 116 | 56 | 116 | 0 |
| I | 5 | 116 | 121 | 116 | 121 | 0 |
| J | 10 | 38 | 48 | 111 | 121 | 73 |
| K | 5 | 121 | 126 | 121 | 126 | 0 |
| L | 7 | 38 | 45 | 97 | 104 | 59 |
| M | 7 | 45 | 52 | 104 | 111 | 59 |
| N | 15 | 52 | 67 | 111 | 126 | 59 |
| O | 3 | 38 | 41 | 108 | 111 | 70 |
| P | 15 | 41 | 56 | 111 | 126 | 70 |
| Q | 3 | 126 | 129 | 126 | 129 | 0 |
| R | 5 | 129 | 134 | 129 | 134 | 0 |

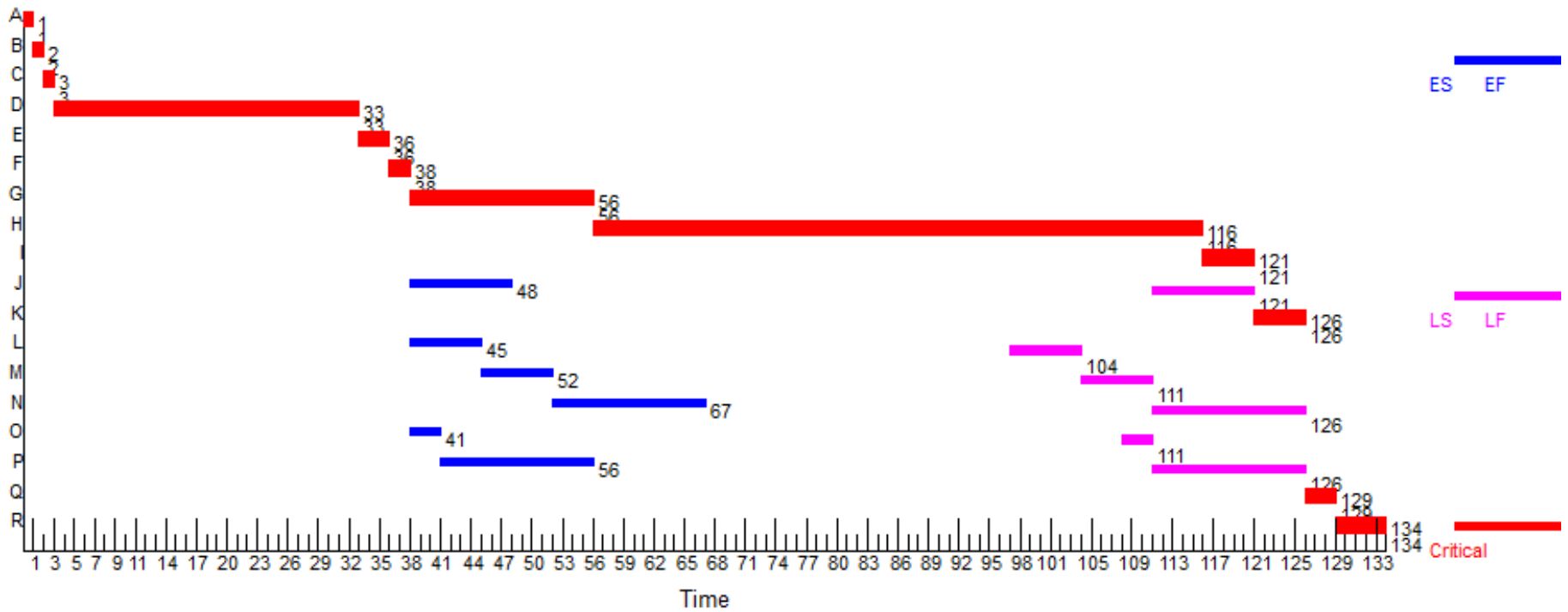
En la tabla anterior se observa que existe solamente una ruta crítica definida, en este caso se compone de las actividades con una holgura de cero. Se requiere respetar la duración de estas actividades para que el proyecto pueda entregarse en el plazo de 134 a partir de su inicio.

Para obtener los resultados se auxilió de la herramienta "POM-QM for Windows", la cual permite administrar proyectos entre otras funciones. Se obtienen resultados como la red PERT y el Diagrama de Gantt, ideal para una comprensión más fácil sobre las duraciones y prioridades de las actividades en el proyecto.

DIAGRAMA DE GANTT

Este diagrama muestra gráficamente el tiempo que se tardara cada actividad para que se lleve un control del cumplimiento estimado del mismo.

ADP (Plan de Desarrollo Turistico Sostenible)
Gantt chart (Early and Late times)



PARTE 2. ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN

2.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Debido a las características que presenta el proyecto, se adoptará una estructura organizativa EXCLUSIVA⁸⁶ en la cual habrá un encargado cuya responsabilidad será de ejecutar cada uno de los subsistemas para alcanzar los objetivos preestablecidos.

| ORGANIZACIÓN EXCLUSIVA |
|--|
| Se desarrolla en un proyecto nuevo, de alta inversión y de tipo corto. Existe un gerente de proyecto quien tiene toda la autoridad, es una organización descentralizada de la unidad dueña del proyecto. Es independiente. |

Cuadro 7: Organización exclusiva

Por lo tanto, para lograr un funcionamiento óptimo y eficaz, con tal de mantener las formalidades pertinentes en los aspectos administrativos, se determina que se contará con dos niveles de jerárquicos de organización.

El organigrama siguiente muestra el tipo de organización exclusiva que será adoptada por el proyecto, la cual estará vigente hasta que la empresa inicie sus operaciones; y los dos niveles de jerárquicos de organización.

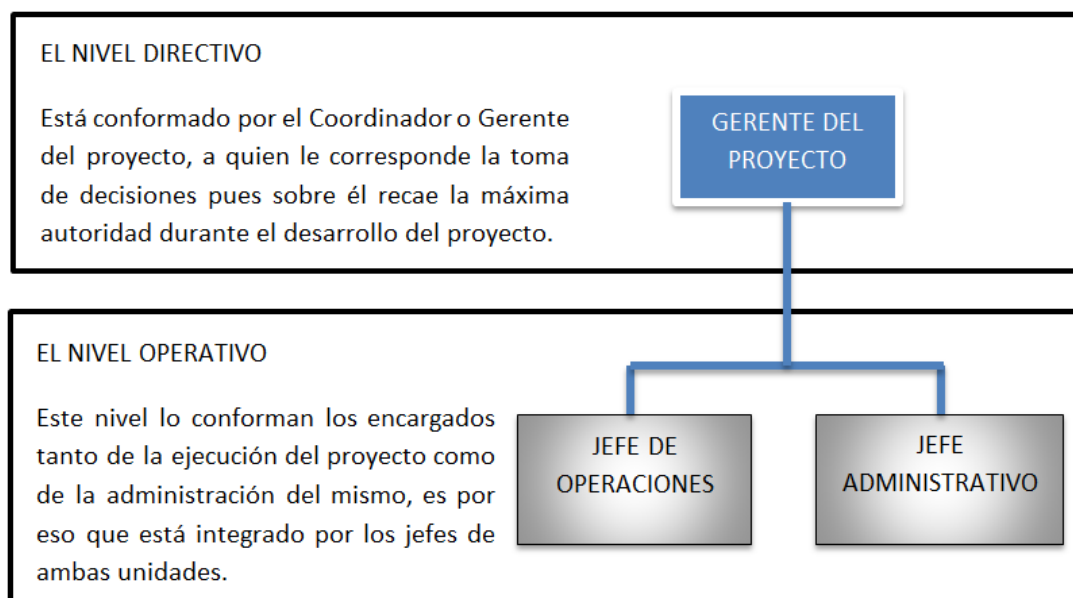


Figura 5: Organigrama de ADP

2.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Con el fin de lograr los objetivos propuestos para la construcción, instalación y puesta en marcha del plan de desarrollo turístico-rural-comunitario sostenible, se debe establecer una estructura organizativa en la cual existan encargados de ejecutar y desarrollar cada una de las actividades de los subsistemas que componen el desglose analítico. P

⁸⁶Ver anexo 30: Evaluación del Tipo de Organización del Proyecto

FUNCIONES CLAVES

Gerente del Proyecto

Constituye la máxima autoridad del proyecto, se encuentra en el nivel directivo. Tiene la obligación de planificar, coordinar, evaluar y dar seguimiento a los paquetes de trabajo predefinidos, y verificar que se cumplan los objetivos establecidos para estos. Asume la responsabilidad de dirigir y evaluar a los jefes del nivel operativo, verificando que todas las actividades se desarrollen de acuerdo a las políticas, estrategias y objetivos definidos para cada uno de los subsistemas.

Jefe Administrativo

Su responsabilidad radica en llevar a cabo todas las funciones del proceso administrativo: planificación, supervisión, coordinación, control de las actividades que están relacionadas con la administración de recursos humanos, financieros, y legales; es decir aquellas actividades administrativas. Además de lograr una óptima combinación de todos los recursos, de manera que sean aprovechados en su totalidad y se cumpla con el objetivo general del proyecto.

Jefe de Operaciones

Tiene como función principal planear, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar aquellas actividades relacionadas con aspectos técnicos, logrando optimizar los recursos que intervienen en estas, y sobre todo que se cumplan los objetivos concernientes que dirigen al logro del objetivo del proyecto. Es el responsable de supervisar la subcontratación y entrega de la obra civil, las actividades que comprende el equipamiento, así como también la instalación y puesta en marcha. Debe verificar todo lo relacionado con la prueba piloto.

2.3 MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

La matriz de responsabilidades se utiliza para definir papeles y atribuir responsabilidades para cada una de las actividades relacionadas con los recursos, de tal modo que se asegure que cada uno de los componentes del alcance esté asignado a un individuo o a un equipo. Su objetivo es analizar y definir las funciones y responsabilidades de los diversos actores y participantes en el proyecto. Consta de una tabla que tiene doble entrada, en la cual el nombre las unidades organizacionales responsables del proyecto se cruzan con el listado de tareas por hacer.

| ACTIVIDADES | GTE.DE PROY. | JEFE ADMVO. | JEFE OPE. |
|--|-----------------|----------------|---------------|
| CONSTRUCCION DE LA OBRA CIVIL | | | |
| Elaborar informe de requerimientos de la obra civil. | C | | P,O,D,E, C |
| Aprobación del diseño. | D,E,C | | E |
| Establecer bases del concurso de licitación | D,E,C | | O,E |
| Publicación de la licitación. | C | D,E,C | |
| Evaluación y selección de la empresa ganadora | D,E,C | E,C | |

| | | | |
|---|-------|---------|---------|
| Adjudicación de la obra | D,E,C | | |
| Construcción de la obra civil | C | | C |
| Recepción de la obra civil | E,C | | E,C |
| PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD | | | |
| Establecer requerimientos de publicidad y promoción. | P,C | O,E | |
| Planificación de actividades de publicidad y promoción. | P,C | O,E | |
| Diseño de material publicitario. | C | P,E | |
| Aprobación de diseños. | D,E,C | | |
| Elaboración del material publicitario. | C | E | |
| Distribución del material publicitario. | C | E | |
| Establecer estrategias y requerimientos de promoción. | C | P,O,E,C | |
| EQUIPAMIENTO. | | | |
| Contactar proveedores de equipo | C | | P,O,D |
| Contactar proveedores de mobiliario | C | | P,O,D |
| Evaluación y selección de proveedores de equipo | C | | E,C |
| Evaluación y selección de proveedores de mobiliario. | C | | E,C |
| Compra de equipo | C | | E |
| Recepción de equipo en las instalaciones. | C | | D,E,C |
| Compra de mobiliario. | C | | E |
| Recepción de mobiliario. | C | | D,E,C |
| INSTALACION DE MAQUINARIA, EQUIPO Y MOBILIARIO | | | |
| Instalación de maquinaria y equipo auxiliar | C | | O,D,C |
| Instalación de muebles y equipo de oficina. | C | | O,D,C |
| Prueba de equipo de oficina | C | | D,E,C |
| Puesta en marcha | | | |
| Contratación del personal. | C | P,O,D,E | |
| Capacitación de personal. | C | P,O,D | E |
| Planificación de las visitas piloto. | P,D | | P,O,D,E |
| Ejecución de las pruebas. | C | | D,E,C |
| Evaluación de los resultados de las visitas piloto. | C | | E,C |

Matriz de Responsabilidades

vii. CONCLUSIONES

- ✓ El Turismo no convencional como turismo-rural y turismo-comunitario son una oportunidad para que el sector del municipio de San Luis del Carmen pueda desarrollarse, la implementación de éste tipo de turismo podría contribuir directamente al desarrollo de áreas rurales a través del aprovechamiento y conservación de los recursos con los que estos cuentan, con el fin de que éste se convierta en un medio sostenible y permita la participación de todos y todas procurando la equidad de género y contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos.
- ✓ El turismo en el país se ha abierto nuevos espacios ya que a nivel nacional se han creado planes de turismo como el Plan Nacional de Turismo 214 y el Plan Nacional de Turismo 2020 los cuales buscan convertir al turismo en el pilar básico, a nivel regional y municipal se han creado planes estratégicos donde se contemplan al turismo como eje de desarrollo.
- ✓ El problema central que actualmente enfrenta el municipio es un deficiente aprovechamiento de los recursos con potencial turístico-rural-comunitario, ya que por años se ha explotado el área pesquera, no ofreciendo servicios diversificados, no se dirige suficiente apoyo financiero ya que no se ha dado el interés debido a las demás zonas del municipio.
- ✓ La delincuencia y la inseguridad es uno de los aspectos que afecta a algunos municipios, mas no es problema para San Luis del Carmene ya que poseen cero índices de delincuencia, en el estudio de mercado consumidor se determinó que uno de los factores determinantes que las personas toman en cuenta para elegir un destino es la seguridad, por lo tanto es un factor primordial, para establecer trabajo en conjunto con las autoridades.
- ✓ De manera general tanto a nivel de municipio e iniciativas turísticas, se determinó que no se cuenta con suficiente inversión financiera para poder adecuar sitios turísticos, esto se debe a la falta de información de créditos en el sector, no se ha tenido una visión de aprovechar los recursos naturales del lugar, y patrones culturales que no permiten dinamizar la economía en el municipio.
- ✓ Mediante la creación de nuevas MYPES turísticas, se pueden crear nuevos circuitos y/o complementar los resultantes de este proyecto; para lograr que más iniciativas y el municipio se puedan integrar en la prestación de servicios turísticos-rurales-comunitarios.

- ✓ Es importante desarrollar una cultura de formación técnico vocacional dirigida hacia las personas que se emprenderán en esta iniciativa turística, ya que además de fomentar el correcto desarrollo del proyecto en la zona desde su administración hasta la atención que se le brindará al visitante, también se genera un aporte a la comunidad ya que se apoya al desenvolvimiento en sus actividades, se abre nuevas oportunidades desarrollo y a la vez se está contribuyendo a mejorar los índices de desarrollo humano de la localidad, contribuyendo al progreso de la misma.
- ✓ Con el rediseño organizativo de la JMT-SLC se genera la oportunidad de integrar y comprometer a los participantes a trabajar en conjunto bajo un mismo fin que es el desarrollo mismo de la comunidad, generando mayores oportunidades de participación ciudadana a través de una cultura de participación comunitaria.
- ✓ La elaboración de mecanismos que ayuden a medir el desempeño turístico es de suma importancia ya que se necesitan indicadores que permitan evaluar el comportamiento de todas las variables turísticas definidas en el estudio con el fin de determinar si se están cumpliendo o no las metas propuestas y de esta forma poder tomar las decisiones correctivas o de mejora para dicho fin.
- ✓ La calidad en la prestación de servicio turístico es la clave del éxito para proyectos de esta naturaleza, es importante tanto en el ámbito de atención al turista, alimentación, desarrollo de procesos, turísticos y administrativos, los cuales en conjunto deben brindar confort y satisfacción en el cliente con el fin de que este se convierta en el mejor instrumento de difusión.

viii. RECOMENDACIONES

- Por medio de la Alcaldía Municipal gestionar con las empresas que brindan los distintos servicios públicos, para ser instalados en las áreas turísticas necesarias, tales como alumbrado eléctrico en calles y vías, servicio de agua potable y de recolección de desechos sólidos.
- Que el Ministerio de Turismo de El Salvador incluya dentro de las Rutas turísticas del inventario nacional disponible en la página web del mismo, el municipio de San Luis del Carmen, que es una vía de importante desarrollo turístico para la zona sur de Chalatenango.
- La alcaldía municipal debe mejorar las vías de acceso los lugares de las iniciativas, con el fin de facilitar el acceso a estos sitios.
- A la cooperativa, asociaciones y empresa privada del municipio contribuir con información sobre sus procesos internos y proyectos realizados en la zona.
- A las iniciativas que forman parte de los circuitos turísticos o quieren formar parte de ellos, informarse sobre los requisitos que deben cumplir.
- Debe de tomarse muy en cuenta los instrumentos de control indicadores y todo lo que se ha planteado para monitorear tanto la implantación como la operación del proyecto, ya que es una forma de controlar y llevar información estadística sobre la respuesta que el proyecto está dando y para detectar las mejoras que son necesarias realizar.
- A la Junta Municipal de San Luis del Carmen, mantener vínculos con la empresa privada del municipio sean o no parte del proyecto que permita la igualdad de desarrollo en pro del beneficio total del municipio. También se recomienda que la JMT-SLC convoque regularmente a reuniones informativas sobre el avance, expansión e inclusión de nuevas iniciativas al proyecto.

ix. BIBLIOGRAFIA

DOCUMENTOS CONSULTADOS

- **“Evaluación de proyectos”**, Quinta Edición Gabriel Baca Urbina
- **Informe Nacional de Desarrollo Humano 2011**, Anexos: El Salvador Anexos: Subdivisiones nacionales por IDH | Departamentos de El Salvador.
- **Atlas socio demográfico**, MINEC-DIGESTYC, diciembre 2010. VI censo de población y V de vivienda 2007.
- **El enfoque del Marco Lógico: 10 Casos Prácticos**, Hugo Camacho/Luis Cámara Fundación CIDEA.
- **"El desarrollo sostenible en el medio rural"** CEFAT, Madrid 1993. Crosby, Arturo.-Coloquio Europeo, St.Peter Ording 1987 PNUMA: Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente.
- **El Desarrollo Rural Sostenible en el Marco de una Nueva Lectura de la Ruralidad** “NUEVA RURALIDAD”, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura Marzo, 2000.
- **Política municipal para la Equidad de Género** San Luis del Carmen Chalatenango, 2011

PAGINAS CONSULTADAS

- Centro Judicial de Chalatenango. (2011)//" Recopilación Anual de las Leyes Normativas para la Región de Chalatenango"// (En línea) // Consultado 13/05/2013. Disponible en:
<http://www.transparencia.oj.gob.sv/Filemaster/InformacionGeneral//c-17/1945/MARCO%20REFERENCIAL%20PAO%20OJ%202012%20DEF.pdf>
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2013)// "Informe Nacional del Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales" // (En Línea) // Consultado 14/05/2013. Disponible en:
<http://www.marn.gob.sv/>
- Meteorología de El Salvador. (2013) // "Informe diario del clima en San Luis del Carmen" // (En Línea) // Consultado 06/06/2013. Disponible en:
<http://www.viewweather.com/>
- Comunica en Línea. (2013) // "San Luis del Carmen presenta aumento de turistas locales" // (En Línea) // Consultado 10/06/2013. Disponible en:
http://www.comunica.edu.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=1317:san-luis-del-carmen-presenta-aumento-de-turistas-locales&catid=49:interior&Itemid
- Ministerio de Turismo. // (2011) // "Informe Anual de Labores Junio 2011-Junio 2012" // (En Línea) // Consultado 15/06/2013. Disponible en:
http://www.marn.gob.sv/phocadownload/InformeLabores_2011_2012.pdf
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. // "Informe de labores 2009 - 2010. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social - El Salvador" // (En Línea) // Consultado 18/06/2013. Disponible en:
<http://www.salud.gob.sv/>
- Ministerio de Obras Públicas. // "Memoria de Labores anual 2010-2011" // (En Línea) // Consultado 18/06/2013. Disponible en:
<http://www.mop.cl/Paginas/default.aspx>
- Gobierno de Chalatenango. //"Planes de Ordenamiento Territorial en Chalatenango"// (En Línea) // Consultado 18/06/2013. Disponible en:
<http://www.umoar.edu.sv/biblio/planificacion%20economica%20y%20social/educacion/zona%20norte/planes%20ordenamiento%20territorial/CHALATENANGO.pdf>.
- Comisión Ejecutiva Hidroeléctrica del Río Lempa. // "Plan de Inversiones en energías renovables, con sus respectivos proyectos de energía verde para El Salvador." //(En Línea) // Consultado 18/06/2013. Disponible en:
<http://www.cel.gob.sv/>

- Súper Selectos. (2013) // "Categorías de Precios Vigentes" // (En línea) // Consultado 02/07/2013. Disponible en:
<http://www.superselectos.com/Tienda/CategoriasProductos>.
- Asociaciones de Construcción. (2013) // "Precios Vigentes" // (En línea) // Consultado 03/07/2013. Disponible en:
<http://www.copaipa.org.ar/menu.php.seccion=costosConstruccion>.
- Hostales de El Salvador. (2013) // "Guía de atención al Cliente" // (En línea) // Consultado 03/07/2013. Disponible en:
<http://www.arecoa.com/hoteles/%E2%80%9Cpueblos-vivos%E2%80%9D-el-nuevo-proyecto-de-el-salvador-para-impulsar-el-turismo-interno/>
-
- Ministerio de Turismo. (2011) // "Buenas Practicas en Turismo" // (En línea) // Consultado 05/07/2013. Disponible en:
<http://www.slideshare.net/MRAUSTIN/manual-de-buenas-practicas-en-turismo>.
- Corporación Salvadoreña de Turismo. (2012) // "Buenas Practicas en Turismo Sostenible" // (En línea) // Consultado 05/07/2013. Disponible en:
<http://www.corsatur.gob.sv/>
- Ministerio de Turismo-Corporación salvadoreña de Turismo. (2012) // "Difusión y Socialización de Normas de Calidad Turística" // (En línea) // Consultado 07/07/2013. Disponible en:
http://www.rainforestalliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf.
- Salvadorean Tour. (2013) // "Listado de Tour Operadores" // (En línea) // Consultado 13/06/2013. Disponible en:
<http://salvadoreanatours.com/el-salvador-tours-el-salvador>.
- El Salvador Impresionante.(2013) // "Listado de Tour Operadores" // (En línea) // Consultado 15/06/2013. Disponible en:
<http://www.elsalvador.travel/category/servicios/tour-operadores>.
- El Salvador Impresionante.(2013) // "Turismo de Aventura" // (En línea) // Consultado 17/06/2013. Disponible en:
<http://www.elsalvador.travel/ruta-al-parque-nacional-el-boqueron>
- Asociación Salvadoreña de Operadores Turísticos (ASOTUR).(2013) // "Listado de Tour Operadores" // (En línea) // Consultado 15/06/2013. Disponible en:
<http://www.asotur.org>.
- Hospedajes de El Salvador. (2013) // "Listado de Hospedajes" // (En línea) // Consultado 18/06/2013. Disponible en:

<http://www.alfatravelguide.com/es/el-salvador/san-salvador/tour-operador/soltours-el-salvador>.

- Directorio de El Salvador. (2013). // "Listado de Tour Operadores" // (En línea) // Consultado 21/06/2013. Disponible en:
http://www.listasal.info/directorio/62/Operadoras_de_Turismo.
- Municipalidad de Chalatenango. (2013) // "Actividades turísticas en Chalatenango" // (En línea) // Consultado 23/06/2013. Disponible en:
<http://www.elsalvador.travel/actividades-turisticas-en-chalatenango>.
- Municipalidad de Chalatenango. (2013) // "Operadores Turísticos" // (En línea) // Consultado 25/06/2013. Disponible en:
<http://www.chalatenangosv.com/operadores-turisticos>
- Municipalidad de Chalatenango. (2013) // "Tour Operadores en Chalatenango Zona Baja" // (En línea) // Consultado 27/06/2013. Disponible en:
<http://www.turismoelsalvador norte.com/index.php/es/tour-operadores-en-chalatenango-zona-baja>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Humano. (2013) // "Informe sobre Desarrollo Humano 2013 deja importantes lecciones para El Salvador" // (En línea) // Consultado 18/06/2013. Disponible en:
<http://www.pnud.org.sv/2007/content/view/1566>
- Dirección General de Estadística y Censos. (2012) // "Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2012". // (En línea) // Consultado 10/07/2013. Disponible en:
<http://www.digestyc.gob.sv/EHPM2012/digestyc/resultado.pdf>
- Ministerio de Economía- Dirección General de Estadística y Censos. (2007). // "VI censo de población y V de vivienda 2007. // (En línea) // Consultado 11/07/2013. Disponible en:
<http://www.censos.gob.sv/util/datos/Resultados%20VI%20Censo%20de%20Poblaci%C3%B3n%20V%20de%20Vivienda%202007.pdf>

X. GLOSARIO TECNICO

- **Actividad turística:** Es aquella actividad económica que se realiza con el fin de generar ingresos, a partir de la venta a los turistas de algún tipo de bien o servicio.
- **Atractivo turístico:** Cualquier punto o elemento del patrimonio natural y cultural de un sitio que sea capaz de motivar la visita por parte de los turistas. Punto o elemento atractivo para el turista.
- **Áreas Protegidas:** Cualquier categoría de terreno que está oficialmente protegida por un gobierno nacional o internacional, estado, organización o agencia. Por definición, un área protegida debería estar segura del uso irrestricto de sus recursos.
- **Circuito turístico:** Además de tener perfectamente definido el itinerario, incluye el alojamiento y la alimentación durante todo el recorrido, todo ello a un precio estipulado que sirve para comprar el conjunto de los servicios.
- **Comercialización Turística:** es el conjunto de técnicas utilizables para vender un servicio de la forma más rentable posible.
- **Competitividad:** Es el eje en torno al cual gravitan las transformaciones en la organización industrial, como la base de los nuevos enfoques de la empresa y de los nuevos modelos de comercio internacional.
- **Comunidades Locales:** Las comunidades que están cerca o adyacentes a las áreas silvestres.
- **Demanda turística:** Cantidad y calidad de bienes y servicios turísticos que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)
- **Desarrollo Local:** Es un complejo proceso de concertación entre los agentes, sectores y fuerzas que interactúan dentro de los límites de un territorio determinado con el propósito de impulsar un proyecto común que combine la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial con el fin de elevar la calidad de vida y el bienestar de cada familia y ciudadano que viven en ese territorio o localidad.
- **Desarrollo sostenible:** Proceso que conduce al desarrollo económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus necesidades.
- **Destino Turístico:** Zona o área geográfica que es visitada por el turista. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.
- **Estudio de Mercado o Investigación de Mercado:** Se entiende la obtención, el registro y el análisis de todos los hechos referentes a problemas relacionados con la comercialización de un bien o servicio.
- **Índice de desarrollo humano:** Índice compuesto que mide el promedio de los avances en las tres dimensiones básicas que componen el desarrollo humano: vida larga y saludable, medida en función de la esperanza de vida al nacer; conocimientos, medidos en función de una combinación de la tasa de alfabetización de adultos; y la

tasa bruta de matriculación combinada primaria, secundaria y terciaria; y nivel de vida digno, medido por el PIB per cápita (PPA en dólares).

- **Guía Turístico:** Es el servicio en el cual una o más personas con conocimientos profesionales del área turística y de dos o más idiomas, realizan funciones de asesoría y apoyo al turista durante su viaje. Estos servicios generalmente son contratados para excursiones, circuitos, visitas, etc., ya sean grupales o individuales.
- **Inventario turístico:** Debe entenderse como una descripción ordenada y calificada de aquellos elementos que constituyen las principales atracciones y objetos de interés para los turistas.
- **Mercado Potencial:** Es el segmento de la demanda total que estaría dispuesto a adquirir el paquete turístico.
- **Mercado turístico:** Lugar donde existe capacidad de gasto, donde se intercambia el producto turístico entre compradores (turistas, empresas) y vendedores (empresas).
- **Oferta turística:** es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado.
- **Operador Turístico:** Operador Turístico Llamado también Tour Operador. Empresa que crea y/o comercializa viajes todos incluido y/o presta servicios turísticos. Integra y opera sus propios servicios turísticos para venderlos a través de otras agencias, además de hacerlo directamente al público.
- **Producto turístico:** Es lo esencial de la actividad turística. Surge de la integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.
- **Promoción Turística:** Dentro del contexto de la comunicación integrada, por promoción turística se entiende al conjunto de las acciones, públicas o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, región o una determinada comarca turística.
- **Publicidad:** Es un conjunto de medios de divulgación para extender una noticia.
- **Recursos y atractivos turísticos:** Análisis del inventario de Atractivos Turísticos de un destino. Los términos atractivo y recurso se diferencian de manera que el término "atractivos" se refiere a un atractivo natural o cultural que ha sido inventariado y puesto en valor, mientras que el término "recurso" hace referencia a los elementos sin registro valorado. Para efectos de optimizar el análisis se ha optado por acuñar el término de "sitio" como una categoría espacial que contiene uno o más "atractivos", lo que permite facilitar el abordaje teórico desde la planificación y es más afín con el concepto "destino" que tiene una relación más acorde con los criterios del mercado turístico.
- **Senderos:** Son caminos que están integrados en paisajes naturales y pueden ser recorridos en bicicleta, caminando o a caballo y pueden ser señalizados o vías verdes.
Segmento de Mercado: Conjunto de consumidores o grupo de personas que poseen características comunes que los diferencian de otros grupos.
- **Turismo:** Es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual (invirtiendo) en sus gastos, recursos que no provienen del lugar visitado.

- **Turismo emisor:** Forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país. Turismo internacional: turismo que proviene del exterior de un país.
- **Turismo interno:** Viajes realizados, con fines turísticos, por los residentes de un país, sean nacionales o extranjeros, dentro del territorio nacional.
- **Turismo regional:** Es aquel turismo que se práctica dentro de la misma región (Ej. Países de Centro América).
- **Turismo sostenible:** Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.
- **Turista:** Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.

xi. ANEXOS

ANEXO 1. ETAPA DE DIAGNOSTICO

1.1 INVENTARIO DEL POTENCIAL TURÍSTICO

METODOLOGÍA EVALUACIÓN MULTICRITERIO DISCRETA

Un proceso de decisión implica, necesariamente, la comparación entre las alternativas, el hecho de comparar elementos se traduce en la necesidad de realizar mediciones que permitan aplicar los criterios de comparación de modo de establecer preferencias entre ellos. Los elementos que participan en un proceso de decisión por lo general se miden en escalas diferentes (peso, distancia o tiempo por ejemplo), por lo que se requiere transformar estas unidades en una unidad abstracta que sea válida para todas las escalas.

La EMC es una metodología que logra combinar las distintas dimensiones, objetivos, actores y escalas que se hallan envueltos en el proceso de toma de decisiones, sin sacrificar la calidad, confiabilidad y consenso en los resultados. Una de las características principales de las metodologías multicriterio es la diversidad de factores que se logran integrar en el proceso de evaluación. La particularidad de cada metodología multicriterio está en la forma de transformar las mediciones y percepciones en una escala única, de modo de poder comparar los elementos y establecer ordenes de prioridad.

De acuerdo con la documentación revisada, la metodología multicriterio ha tenido una mayor difusión cuando se trata de evaluar problemas ambientales y de capacidad de acogida del territorio.

Se entiende por Técnicas de Decisión Multicriterio el conjunto de herramientas y procedimientos utilizados en la resolución de problemas de decisión, en los que intervienen diferentes criterios, generalmente en conflicto⁸⁷

La evaluación Multicriterio (EMC) comprende un conjunto de técnicas que permite evaluar diversas alternativas de elección a la luz de múltiples criterios y prioridades. La evaluación multicriterio discreta se basa en la construcción de una matriz que refleja las características de un conjunto dado de alternativas de elección a partir de una serie de criterios; dicha matriz expresa cualidades de la alternativa o unidad de observación con respecto a los atributos considerados⁸⁸. El conjunto de elección se refiere al conjunto de alternativas o entidades geográficas diferentes, caracterizadas por una serie de atributos que, cuando se les añade un mínimo de información relativa a las preferencias del decisor, se consideran criterios. Una vez construida la matriz de decisión es posible aplicar algún procedimiento de evaluación que permita asignar a cada alternativa un valor que refleje la medida en que dicha alternativa cumplen con el objetivo planteado en la evaluación.

Descripción de los componentes para la valoración de los recursos turísticos

⁸⁷ Evaluación Multicriterio: aplicación para la formulación de proyectos; Sara Arancibia, Eduardo Contreras, Sergio Mella, Pablo Torres, Ignacio Villablanca

⁸⁸ Barba-Romero y Pomerol, 1997

| Componente | Descripción |
|---|---|
| Identificación del conjunto de alternativas posibles | Depende del objetivo, de la escala del problema (alternativas de decisión) y de la escala a la cual operan los tomadores de decisiones. |
| Definición del conjunto de atributos (objetivos y atributos asociados). | Un criterio de evaluación incluye tanto al concepto de atributo como de objetivos. Un objetivo es un enunciado acerca del estado deseado de un sistema geográfico del mundo real e indica la dirección de mejora de uno o más atributos de un elemento del sistema. La cuantificación de un objetivo es la adopción de alguna escala que, directa o indirectamente, miden el nivel de logro (atributo) |
| Obtención de atributos (normalizados) | La construcción de la matriz de decisión implica no solamente que las variables se expresen numéricamente, sino que se encuentran en una misma escala de medida, por ello es preciso aplicar algún procedimiento de normalización. |
| Combinación de los atributos normalizados y ponderados utilizando una regla de decisión para obtener el puntaje total para cada alternativa | <p>Métodos no compensatorios. El valor de un criterio no puede verse afectado por el valor de los demás criterios y las alternativas son evaluadas por el conjunto de criterios sin establecer una interacción entre ellos.</p> <p>Métodos compensatorios asumen que el rendimiento de una alternativa en un criterio determinado puede compensarse por un rendimiento en otro y otros criterios. Uno de los métodos compensatorios más utilizados es el denominado: sumatoria Lineal Ponderada.</p> $r_i = \sum_{j=1}^n w_j \cdot v_{ij}$ <p>Siendo: r_i = el nivel final de cumplimiento del objetivo de la alternativa i w_j = el peso del criterio j v_{ij} = el valor ponderado de la alternativa i en el criterio j</p> |

Procedimiento para la evaluación

- Definición del objetivo e identificación de las alternativas
- Definición del conjunto de atributos
- Obtención de la matriz de decisión

- Valoración de los recursos mediante la aplicación del método de sumatoria lineal ponderada⁸⁹

CRITERIOS PARA EVALUAR CADA ATRIBUTO INTRÍNSECO

| Atributos | Descripción |
|---|---|
| a1) Vegetación | <p>Abundante (A): el recurso presenta vegetación dentro de área comprendida, y no hay zonas sin vegetación excepto las destinadas a actividades turísticas recreativas. Un 80% o más de la superficie del lugar, está cubierta por vegetación.</p> <p>Suficiente (S): el recurso presenta vegetación dentro del área comprendida, existen zonas sin vegetación. Un 50% o más de la superficie del lugar, está cubierta por vegetación.</p> <p>Escasa (E): menos del 50% de la superficie del recurso está cubierta por vegetación.</p> |
| b1) Superficie | <p>Pedregosa (Pe)</p> <p>Terracería (T)</p> <p>Húmeda (H)</p> <p>Pastizal (Pa)</p> |
| b2) Antigüedad | <p>Natural (N): la creación del recurso es de procedencia natural, sin intervención alguna del hombre</p> <p>Por el hombre (H): el recurso se forma por mano del hombre, pero aún se encuentra presente su antigüedad y relación con la historia.</p> <p>Moderna (M): el recurso no cuenta con más de 15 años de creación a manos del hombre</p> |
| c1 y f1) número de atractivos del lugar | <p>Unidades</p> <p>Los atractivos naturales a evaluar se establecen según las principales recursos y actividades que se desarrollan en el turismo rural comunitario:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Senderos 2. caminatas 3. área para camping 4. cabalgatas 5. Deportes acuáticos 6. Eventos folclóricos y/o culturales 7. Observación de aves 8. Paisajismo 9. Observación de procesos agrícolas, pecuarios o industriales 10. Sitios históricos |
| c2 y f2) áreas protegidas | <p>Si (S)</p> <p>No (N)</p> |

⁸⁹ Evaluación Multicriterio de los Recursos Turísticos, Parque Nacional Nevado de Toluca-México 2009; Sergio Franco Maass, Maribel Osorio García, Gabino Nava Bernal UAEM Toluca México

| | |
|--------------------|---|
| d1) Transparencia | <p>Para este análisis se toma una muestra de agua de la corriente de agua o lago.</p> <p>La muestra debe tener una altura mínima de 30 cm.</p> <p>Cristalina (C): se observa si ningún problema el fondo del recurso.</p> <p>Semiturbia (S): se ve de forma borrosa, pero se distingue a ver el fondo del recurso.</p> <p>Turbia (T): no se logra distinguir el fondo del recurso.</p> |
| d2) Cuerpo de agua | <p>Recreación (R): es de uso exclusivo para entretenimiento (prestación de un servicio turístico)</p> <p>Tránsito (T): el recurso se utiliza como vía de tránsito para conectar a los habitantes con las comunidades</p> <p>Pesca (P): su uso es para la pesca por la inundación de fauna acuática</p> |
| e1) Fauna | <p>Si (S)</p> <p>No (N)</p> |

CRITERIOS PARA EVALUAR CADA ATRIBUTO EXTRÍNSECO

| Atributo | Descripción |
|----------------------------|---|
| g) tipo acceso | <p>Calle asfaltada (Ca)</p> <p>Calle de tierra (Ct)</p> <p>Calle empedrada (Ce)</p> <p>Vereda (V)</p> |
| h1) estado de conservación | <p>Excelente (E): la infraestructura del recurso está en buenas condiciones. La limpieza es óptima. Se tiene un plan para proteger los recursos naturales.</p> <p>Bueno (B): la infraestructura del recurso están en condiciones aceptables se observan daños leves. La limpieza es aceptable. Mínima contaminación.</p> <p>Regular (R): la infraestructura necesita reparaciones, no se tienen planes ni acciones para proteger los recursos naturales, no se tienen planes de limpieza y la contaminación es perceptible.</p> <p>Malo (M): La contaminación y daños de la infraestructura no permite poder prestar un servicio turístico.</p> |
| h2) Calidad del entorno | <p>Óptima (O): la ubicación del recurso es ideal para su objetivo y la participación de los habitantes es alta.</p> <p>Buena (B): existen comunidades cerca de la ubicación, las condiciones son aceptables.</p> <p>Regular (R): la ubicación es demasiado aislada se perciben poca participación de los habitantes.</p> <p>Baja (B): su ubicación dificulta la prestación del servicio, requiere del traslado de los visitantes y habitantes.</p> |
| h3) Reconstrucción | <p>Ninguna (N): a pesar de la existencia o no de daños, nunca se han realizado trabajos de reparación. Conserva su estructura e imagen</p> |

| | |
|------------------------------|--|
| | <p>original.</p> <p>Parcial (P): se han realizado trabajos de reforzamiento para conservar su naturaleza</p> <p>Total (T): los trabajos de reconstrucción se han realizado en toda el área para permitir dar un servicio turístico</p> |
| h4) Remodelación | <p>Ninguna (N): conserva su naturaleza y estado desde su creación</p> <p>Básica (B): se han realizado modificaciones para adaptar servicios básicos y/o turísticos.</p> <p>Completa (C): los cambios han degradado su originalidad.</p> |
| i1) Señalización | <p>Suficiente (S): la señalización permite que el turista llegue al recurso sin ningún problema. Existe señalización de planta y zonas de recreación, y con una señalización de evacuación en caso de emergencias.</p> <p>Alguna (A): las señales permiten que el turista se ubique en cuanto a la ubicación del recurso. Algunas zonas de recreación están señaladas.</p> <p>Insuficiente (I): las señales no están en todo el camino, no dan una idea al turista de la ubicación. No hay señales en las instalaciones.</p> <p>Ninguna (N): no hay ningún tipo de señalización.</p> |
| i2) Instalaciones turísticas | <p>Instalaciones necesarias (A):</p> <p>Las instalaciones relacionadas con la prestación del servicio turístico:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Información de las actividades turísticas de la zona/ Oficina de información turística 2. Ranchos y cabañas o bungalos 3. Restaurantes o comedores 4. Área de juegos infantiles 5. Miradores, Muelles 6. Lugares para baño 7. Servicios sanitarios <p>Algunas instalaciones (M):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Miradores, Muelles, plazas de descanso 2. Servicios sanitarios <p>No hay instalaciones (N)</p> |
| i3) tipo de infraestructura | <p>Ecológica (E): la finalidad de la infraestructura es permitir un contacto directo con la naturaleza</p> <p>Rustica (R): la creación de la infraestructura es para la realización de actividades económicas, que por razones de desarrollo ya no se ejecutan pero se conserva su estructura básica.</p> <p>Moderna (M): se encuentra fuera del contexto rural, no hace referencia a la historia o cultura de la zona</p> |
| i4) Servicios básicos | <p>Si (S)</p> <p>No (N)</p> <p>Deficientes (D)</p> |

**1.2 MERCADO CONSUMIDOR
INSTRUMENTO DE ENCUESTAS**

ENCUESTA PARA LA BAJA MONTAÑA ORIENTAL

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



Somos egresados de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de El Salvador y estamos realizando una investigación relacionada a nuestro trabajo de graduación con el objetivo de realizar un plan de desarrollo turístico en el municipio San Luis del Carmen; por lo cual muy atentamente le solicitamos su colaboración con la siguiente encuesta.

.....

¿Considera usted que El Salvador posee una atractiva oferta de lugares turísticos?

SI NO**

** ¿Por qué? _____

¿Con qué frecuencia realiza viajes con fines turísticos?

Cada fin de semana Una vez al mes
Cada quince días Esporádicamente

Otros Especifique: _____

¿Quién influye en su decisión al momento de escoger un destino turístico para visitar?

Su pareja Familiares
Sus hijos Amigos

¿Qué necesidad busca satisfacer cuando realiza un viaje con fines turísticos? (puede seleccionar más de una opción)

Relajarse Conocer nuevos lugares
Diversión y aventura Visitar familiares o amigos
Culturizarse Socializar

Otros Especifique: _____

De los siguientes aspectos a considerar para visitar un sitio turístico, ¿Cuáles considera más importantes?

Muy Importante Poco

| | | | |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | importante | | importante |
| Precios | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Distancia del lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad de lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diversidad de servicios | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SI** NO

*** ¿De cuántos días es su estadía promedio? _____

Al realizar turismo, ¿cuáles de las siguientes actividades ha practicado en al menos una ocasión y son de su preferencia? (Puede marcar más de una opción)

| | | | |
|---------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
| Montañismo | <input type="checkbox"/> | Senderismo | <input type="checkbox"/> |
| Escalada | <input type="checkbox"/> | Actividades acuáticas como Kayak, Veleros, Visitas a pueblos | <input type="checkbox"/> |
| Cabalgata | <input type="checkbox"/> | Clasificados como turísticos | <input type="checkbox"/> |
| Bici montaña | <input type="checkbox"/> | Visitar sitios arqueológicos | <input type="checkbox"/> |
| Acampada | <input type="checkbox"/> | Parapentismo | <input type="checkbox"/> |
| Observación agropecuarias | <input type="checkbox"/> | actividades | <input type="checkbox"/> |

Otros Especifique: _____

¿En forma general ¿Cuánto invierte por visita cuando realiza actividades recreativas en una región donde se practica turismo?

| | | | |
|------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| Menos de \$ 50.00 | <input type="checkbox"/> | De \$51.00 a \$100.00 | <input type="checkbox"/> |
| De \$101.00 a \$150.00 | <input type="checkbox"/> | De \$151.00 a \$200.00 | <input type="checkbox"/> |
| De \$201.00 a \$250.00 | <input type="checkbox"/> | De \$250.00 a \$300.00 | <input type="checkbox"/> |
| Más de \$300.00 | <input type="checkbox"/> | | |

Cuando sale a lugares turísticos en el país. ¿Acostumbra hospedarse en estos lugares?

¿Conoce usted el término de "Turismo rural comunitario"

SI NO***

De los siguientes lugares que ofrecen turismo rural ¿Cuáles ha visitado? (puede marcar más de una opción)

- | | | |
|--|--|--|
| Cerro verde <input type="checkbox"/> | Tamanique <input type="checkbox"/> | Santo domingo de Guzmán <input type="checkbox"/> |
| El picacho <input type="checkbox"/> | Panchimalco <input type="checkbox"/> | Dulce nombre de María <input type="checkbox"/> |
| La palma Chalatenango <input type="checkbox"/> | Nueva concepción de Ataco <input type="checkbox"/> | Cinquera del bosque <input type="checkbox"/> |
| El trifinio <input type="checkbox"/> | Alegría <input type="checkbox"/> | Ilobasco <input type="checkbox"/> |
| Ecoalbergue el Rio Sapo <input type="checkbox"/> | Juayua <input type="checkbox"/> | San Francisco Lempa <input type="checkbox"/> |
| La laguna verde <input type="checkbox"/> | Bajo Lempa <input type="checkbox"/> | Otro <input type="checkbox"/> |
| Otros <input type="checkbox"/> | Especifique: _____ | |

A través de qué medios se enteró de la existencia de este(os) lugar(es)?

¿Ha visitado alguna vez el municipio de San Luis del Carmen?

SI NO Si contesto NO, POR FAVOR PASAR PARTE III. DATOS GENERALES

¿Por qué motivo ha visitado San Luis del Carmen?

- | | |
|--|---|
| Fines turísticos <input type="checkbox"/> | Transito <input type="checkbox"/> |
| Negocios <input type="checkbox"/> | Viajes en el Ferry <input type="checkbox"/> |
| Visita a familiares <input type="checkbox"/> | |
| Otros <input type="checkbox"/> | Especifique: _____ |

¿Qué actividades realizo en su visita a San Luis del Carme?

- | | |
|--|--|
| Visita restaurantes <input type="checkbox"/> | Ver show de jaripeo <input type="checkbox"/> |
| Caminata en el pueblo <input type="checkbox"/> | Viajes en el Ferry <input type="checkbox"/> |
| Visita agromercado <input type="checkbox"/> | Visita a las posas <input type="checkbox"/> |

¿Con que frecuencia visita San Luis del Carmen?

- | | |
|--|--|
| Cada fin de semana <input type="checkbox"/> | Cada quince días <input type="checkbox"/> |
| Una vez al mes <input type="checkbox"/> | Una vez cada tres meses <input type="checkbox"/> |
| Una vez cada seis meses <input type="checkbox"/> | Una vez al año <input type="checkbox"/> |

De las siguientes iniciativas turísticas cuales le interesarían que estuvieran en San Luis del Carmen:

| | Muy interesado | Interesado | Poco interesado |
|--|----------------|------------|-----------------|
| Viaje a San Luis del Carmen, desde Suchitoto en un Conga Ferry | | | |
| Actividades acuáticas (velero, Kayak) | | | |
| Caminatas | | | |
| Fin de semanas gastronómicos | | | |
| Corridas de toros | | | |
| Canopy | | | |
| Bici montaña | | | |
| Miradores | | | |
| Hostal Flotante | | | |
| Hostal convencional | | | |

¿Recomendaría usted a San Luis del Carmen como un destino turístico a sus familiares y amigos?

SI NO

¿Por qué?: _____

- **Género:**
 Masculino Femenino

- **Edad (años)**
 15 hasta 25 26-36 años 37-47 años
 47-57 años 57-67 años Más de 67

- **Ingresos Familiar promedio (mensual)**
 De \$100 hasta \$350 De 351 hasta \$650
 De \$651 hasta \$1000 Más de \$1,000

- **Ocupación:**
 Estudiante Ama de casa
 Empleado Negocio propio

- Otro (especifique) _____

- Domicilio: _____

Encuesta turistas de Suchitoto

.....

¿Considera usted que El Salvador posee una atractiva oferta de lugares turísticos?

SI NO**

** ¿Por qué? _____

¿Con qué frecuencia realiza viajes con fines turísticos?

Cada fin de semana Una vez al mes
 Cada quince días Esporádicamente
 Otros Especifique: _____

¿Quién influye en su decisión al momento de escoger un destino turístico para visitar?

Su pareja Familiares
 Sus hijos Amigos

¿Qué necesidad busca satisfacer cuando realiza un viaje con fines turísticos? (puede seleccionar más de una opción)

Relajarse Conocer nuevos lugares
 Diversión y aventura Visitar familiares o amigos

Culturizarse Socializar

Otros Especifique: _____

De los siguientes aspectos a considerar para visitar un sitio turístico, ¿Cuáles considera más importantes?

| | Muy importante | Importante | Poco importante |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Precios | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Distancia del lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad de lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diversidad de servicios | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Al realizar turismo, ¿cuáles de las siguientes actividades ha practicado en al menos una ocasión y son de su preferencia? (Puede marcar más de una opción)

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|--|--------------------------|
| Montañismo | <input type="checkbox"/> | Senderismo | <input type="checkbox"/> |
| Escalada | <input type="checkbox"/> | Actividades acuáticas como Kayak, Veleros, | <input type="checkbox"/> |
| Cabalgata | <input type="checkbox"/> | Visitas a pueblos | <input type="checkbox"/> |
| Bici montaña | <input type="checkbox"/> | Clasificados como turísticos | <input type="checkbox"/> |
| Acampada | <input type="checkbox"/> | Visitar sitios arqueológicos | <input type="checkbox"/> |
| Observación agropecuarias | <input type="checkbox"/> | Parapentismo | <input type="checkbox"/> |

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| Menos de \$ 50.00 | <input type="checkbox"/> | De \$51.00 a \$100.00 | <input type="checkbox"/> |
| De \$101.00 a \$150.00 | <input type="checkbox"/> | De \$151.00 a \$200.00 | <input type="checkbox"/> |
| De \$201.00 a \$250.00 | <input type="checkbox"/> | De \$250.00 a \$300.00 | <input type="checkbox"/> |
| Más de \$300.00 | <input type="checkbox"/> | | |

¿Conoce usted el término de “Turismo rural comunitario”

- SI NO***

De los siguientes lugares que ofrecen turismo rural ¿Cuáles ha visitado? (puede marcar más de una opción)

Otros Especifique: _____

- | | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Cerro verde | <input type="checkbox"/> | Tamanique | <input type="checkbox"/> | Santo domingo de Guzmán | <input type="checkbox"/> |
| El picacho | <input type="checkbox"/> | Panchimalco | <input type="checkbox"/> | Dulce nombre de María | <input type="checkbox"/> |
| La palma Chalatenango | <input type="checkbox"/> | Nueva concepción de Ataco | <input type="checkbox"/> | Cinquera del bosque | <input type="checkbox"/> |
| El triffinio | <input type="checkbox"/> | Alegria | <input type="checkbox"/> | Ilobasco | <input type="checkbox"/> |
| Ecoalbergue Rio Sapo | <input type="checkbox"/> | Juayua | <input type="checkbox"/> | San Francisco Lempa | <input type="checkbox"/> |

Cuando sale a lugares turísticos en el país. ¿Acostumbra hospedarse en estos lugares?

- SI** NO

*** ¿De cuántos días es su estadía promedio? _____

¿En forma general ¿Cuánto invierte por visita cuando realiza actividades recreativas en una región donde se practica turismo?

La laguna Bajo Lempa Otro

Otros Especifique: _____

A través de qué medios se enteró de la existencia de este(os) lugar(es)?

| | | | |
|--------------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Internet | <input type="checkbox"/> | Radio | <input type="checkbox"/> |
| Vallas publicitarias | <input type="checkbox"/> | T.V | <input type="checkbox"/> |
| Periódicos | <input type="checkbox"/> | Guías turísticas del MITUR | <input type="checkbox"/> |
| Agencias de viaje | <input type="checkbox"/> | Recomendación | <input type="checkbox"/> |
| Operadores turísticos | <input type="checkbox"/> | Redes Sociales | <input type="checkbox"/> |
| Otros <input type="checkbox"/> | Especifique: _____ | | <input type="checkbox"/> |

¿Con qué frecuencia realiza viajes con fines turísticos a la ciudad de Suchitoto?

| | | | |
|-------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Cada fin de semana | <input type="checkbox"/> | Cada quince días | <input type="checkbox"/> |
| Una vez al mes | <input type="checkbox"/> | Una vez cada tres meses | <input type="checkbox"/> |
| Una vez cada seis meses | <input type="checkbox"/> | Una vez al año | <input type="checkbox"/> |

Califique los siguientes aspectos de Suchitoto según el gusto que usted tiene hacia ellos

| | Me gusta mucho | Me gusta | No me gusta |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| El pueblo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Distancia del lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad de lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Comida | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

¿Considera que el lago Suchitlán es uno de los atractivos turísticos más importantes de Suchitoto?

SI NO

¿Por qué? _____

¿Estaría interesado en participar en nuevas iniciativas de rutas turísticas desde Suchitoto al otro lado del embalse en el municipio de San Luis del Carmen?

Muy Interesado Poco interesado

Interesado

De las siguientes iniciativas turísticas cuales le interesarían que estuvieran en San Luis del Carmen:

| | Muy interesado | Interesado | Poco interesado |
|--|----------------|------------|-----------------|
| Viaje a San Luis del Carmen, desde Suchitoto en un Conga Ferry | | | |
| Actividades acuáticas (velero, Kayak) | | | |
| Caminatas | | | |
| Fin de semanas gastronómicos | | | |
| Corridas de toros | | | |
| Canopy | | | |
| Bici montaña | | | |
| Miradores | | | |
| Hostal Flotante | | | |
| Hostal convencional | | | |

• **Edad (años)**

- 15 hasta 25 26-36 años 37-47 años
 47-57 años 57-67 años Más de 67

• **Ingresos Familiar promedio (mensual)**

- De \$100 hasta \$350 De 351 hasta \$650
 De \$651 hasta \$1000 Más de \$1,000

• **Ocupación:**

- Estudiante Ama de casa
 Empleado Negocio propio

Otro (especifique) _____

• Tipo de turista: _____

• Domicilio: _____

• **Género:**

- Masculino Femenino

Encuesta AMSS

.....¿Consider a usted que El Salvador posee una atractiva oferta de lugares turísticos?

SI NO**

** ¿Por qué? _____

¿Con qué frecuencia realiza viajes con fines turísticos?

Cada fin de semana Una vez al mes
 Cada quince días Esporádicamente
 Otros Especifique: _____

¿Quién influye en su decisión al momento de escoger un destino turístico para visitar?

Su pareja Familiares
 Sus hijos Amigos

Otros Especifique: _____

¿Qué necesidad busca satisfacer cuando realiza un viaje con fines turísticos? (puede seleccionar más de una opción)

Relajarse Conocer nuevos lugares

Diversión y aventura Visitar familiares o amigos

Culturizarse Socializar

Otros Especifique: _____

De los siguientes aspectos a considerar para visitar un sitio turístico, ¿Cuáles considera más importantes?

| | Muy importante | Importante | Poco importante |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Precios | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Distancia del lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad de lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diversidad de servicios | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Al realizar turismo, ¿cuáles de las siguientes actividades ha practicado en al menos una ocasión y son de su preferencia? (Puede marcar más de una opción)

Otros Especifique: _____

Cuando sale a lugares turísticos en el país. ¿Acostumbra hospedarse en estos lugares?

SI** NO

*** ¿De cuántos días es su estadía promedio? _____

¿En forma general ¿Cuánto invierte por visita cuando realiza actividades recreativas en una región donde se practica turismo?

- Menos de \$ 50.00 De \$51.00 a \$100.00
- De \$101.00 a \$150.00 De \$151.00 a \$200.00
- De \$201.00 a \$250.00 De \$250.00 a \$300.00
- Más de \$300.00

¿Conoce usted el término de "Turismo rural comunitario"

SI NO***

De los siguientes lugares que ofrecen turismo rural ¿Cuáles ha visitado? (puede marcar más de una opción)

- Cerro verde Tamanique Santo domingo de Guzmán
-
-
-

- El picacho Panchimalco Dulce nombre de María
- La palma Nueva concepción de Ataco Cinquera del bosque
- Chalatenango
- El trifinio Alegría llobasco
- Ecoalbergue el Juayua San Francisco
- Rio Sapo Lempa
- La laguna Bajo Lempa Otro
- verde
- Otros Especifique: _____

A través de qué medios se enteró de la existencia de este(os) lugar(es)?

- Internet Radio
- Vallas publicitarias T.V
- Periódicos Guías turísticas del MITUR
- Agencias de viaje Recomendación
- Operadores turísticos Redes Sociales

¿Ha visitado Suchitoto?

SI NO**

**Sí su respuesta fue NO, continúe en pregunta 21

¿Con qué frecuencia realiza viajes con fines turísticos a la ciudad de Suchitoto?

- Cada fin de semana Cada quince días
 Una vez al mes Una vez cada tres meses
 Una vez cada seis meses Una vez al año

Califique los siguientes aspectos de Suchitoto según el gusto que usted tiene hacia ellos

| | Me gusta mucho | Me gusta | No me gusta |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| El pueblo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Distancia del lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Seguridad de lugar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Comida | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

¿Qué tipo de actividades ha realizado?

- Viajes en lancha Pesca
 Deportes acuáticos Viajes en el Ferry

Otros Especifique: _____

¿Conoce el municipio de San Luis del Carmen?

- Si contesto NO, POR FAVOR PASAR PARTE III. DATOS GENERALES

SI NO

1. ¿Ha visitado alguna vez el municipio de San Luis del Carmen?

- SI NO Si contesto NO, POR FAVOR PASAR PARTE III. DATOS GENERALES

¿Por qué motivo ha visitado San Luis del Carmen?

- Fines turísticos Transito
 Negocios Viajes en el Ferry
 Visita a familiares
 Otros Especifique: _____

¿Qué actividades realizo en su visita a San Luis del Carme?

- Visita restaurantes Ver show de jaripeo
 Caminata en el pueblo Viajes en el Ferry
 Visita agromercado Visita a las posas

¿Con que frecuencia visita San Luis del Carmen?

- Cada fin de semana Cada quince días
 Una vez al mes Una vez cada tres meses
 Una vez cada seis meses Una vez al año

De las siguientes iniciativas turísticas cuales le interesarían que estuvieran en San Luis del Carmen:

| | Muy interesado | Interesado | Poco interesado |
|--|---------------------------|-------------------|----------------------------|
| Viaje a San Luis del Carmen, desde Suchitoto en un Conga Ferry | | | |
| Actividades acuáticas (velero, Kayak) | | | |
| Canopy | | | |
| Bici montaña | | | |
| Miradores | | | |
| Hostal Flotante | | | |
| Hostal convencional | | | |

¿Recomendaría usted a San Luis del Carmen como un destino turístico a sus familiares y amigos?

SI NO

• **Género:**
Masculino Femenino

- **Edad (años)**
 15 hasta 25 26-36 años 37-47 años
 47-57 años 57-67 años Más de 67

- **Ingresos Familiar promedio (mensual)**
 De \$100 hasta \$350 De 351 hasta \$650
 De \$651 hasta \$1000 Más de \$1,000

- **Ocupación:**
 Estudiante Ama de casa
 Empleado Negocio propio

- Otro (especifique) _____

- Domicilio: _____

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

FICHA TECNICA para la muestra de la baja montaña oriental

La investigación se realizó en los 12 municipios que conforman la baja montaña oriental, a 39 personas residentes de ellos.

Las personas fueron abordadas en los lugares más transitados de los municipios, como las plazas centrales de esos lugares.

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA

- 1. REALIZADA POR:** PT06002, RO07008, RR03067
- 2. UNIVERSO:** Familias Residentes en los municipios pertenecientes a la baja montaña oriental, del departamento de Chalatenango, excluyendo a aquel porcentaje de la población categorizada como pobreza extrema.
- 3. UNIDAD DE MUESTREO:** persona individuales
- 4. FECHA:** 10/mayo/2013
- 5. AREA DE COBERTURA:** Arcatao, Azacualpa, Nombre de Jesús, Nueva Trinidad, Potonico, San Antonio los Ranchos, San Francisno Lempa, San Isidro Labrador, San José Cancasque, Las Flores, San Miguel de Mercedes.
- 6. TIPO DE MUESTREO:** Muestreo Simple
- 7. TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS:** Encuesta
- 8. TAMAÑO DE LA MUESTRA:** 39 personas
- 9. OBJETIVO DE LA ENCUESTA:** Recolectar información que permita identificar las características de los clientes potenciales para desarrollar turismo rural comunitario en el municipio, con el fin de conocer sus preferencias relacionadas a la práctica de estas actividades.
- 10. NIVEL DE CONFIANZA:** 1.64
- 11. ERROR:** 7.5%
- 12. N° DE PREGUNTAS FORMULADAS:** 21 Preguntas

FICHA TECNICA para la muestra del área metropolitana de san salvador.

La investigación se realizó en los 5 municipios seleccionados para la muestra, se cuestionó a 106 personas residentes de ellos.

Las personas fueron abordadas en los lugares en lugares previamente determinados para la encuesta.

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA

- 1. REALIZADA POR:** PT06002, RO07008, RR03067
- 2. UNIVERSO:** Familias Residentes en los municipios pertenecientes al área metropolitana de San Salvador
- 3. UNIDAD DE MUESTREO:** persona individuales
- 4. FECHA:** 9-18 mayo/2013
- 5. AREA DE COBERTURA:** Soyapango, San Salvador, Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán, Mejicanos
- 6. TIPO DE MUESTREO:** Muestreo Simple
- 7. TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS:** Encuesta
- 8. TAMAÑO DE LA MUESTRA:** 106 personas
- 9. OBJETIVO DE LA ENCUESTA:** Recolectar información que permita identificar las características de los clientes potenciales para desarrollar turismo rural comunitario en el municipio, con el fin de conocer sus preferencias relacionadas a la práctica de estas actividades.
- 10. NIVEL DE CONFIANZA:** 1.64
- 11. ERROR:** 7.5%
- 12. N° DE PREGUNTAS FORMULADAS:** 27 preguntas

FICHA TECNICA para la muestra de turistas en suchitoto

La investigación se realizó en el municipio de Suchitoto entre los días diez y once de mayo, para la muestra, se cuestionó a 70 personas que visitaban el lugar en los días que se llevó a cabo el levantamiento de información.

Las personas fueron abordadas tanto en la plaza frente a la iglesia como en puerto San Juan.

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA

- 1. REALIZADA POR:** PT06002, RO07008, RR03067
- 2. UNIVERSO:** turistas extranjeros y nacionales que estén visitando Suchitoto
- 3. UNIDAD DE MUESTREO:** persona individuales
- 4. FECHA:** 11/mayo/2013
- 5. AREA DE COBERTURA:** Suchitoto
- 6. TIPO DE MUESTREO:** Muestreo Simple
- 7. TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS:** Encuesta
- 8. TAMAÑO DE LA MUESTRA:** 106 personas
- 9. OBJETIVO DE LA ENCUESTA:** Recolectar información que permita identificar las características de los clientes potenciales para desarrollar turismo rural comunitario en el municipio, con el fin de conocer sus preferencias relacionadas a la práctica de estas actividades.
- 10. NIVEL DE CONFIANZA:** 1.64
- 11. ERROR:** 7.5%
- 12. N° DE PREGUNTAS FORMULADAS:** 22 preguntas

1.3 MERCADO COMPETIDOR**ANEXO 3.2.1** Cuestionario dirigido a otras experiencias turísticas

- ¿Cómo surgió la iniciativa de este proyecto turístico? ¿Cuál es su historia?
- ¿Cómo están organizados, existe un comité o asociación que coordine la actividad turística de la región?
- ¿Cuántas y cuales iniciativas, asociaciones o municipalidades integran este proyecto turístico?
- ¿Bajo qué Leyes se deben regir para prestar un servicio turístico como el que ustedes prestan?
- ¿Cuál ha sido el apoyo municipal que han recibido?
- ¿Cuál ha sido el apoyo que el Ministerio de Turismo les ha brindado hasta la fecha?
- ¿Qué tipo de turista es el que reciben frecuentemente: turista interno (zona metropolitana) o de otra zona del país, o turista extranjero?

- ¿Cuáles han sido las formas en las que se ha promocionado este proyecto o centro turístico?
- ¿Qué tipo de servicios turísticos ofrecen?
- ¿Cuáles son los precios de los diferentes servicios que ofrecen?
- ¿En qué temporadas del año reciben mayores visitas turísticas?
- ¿Qué actividades realizan con más frecuencia las personas durante sus viajes y estancias en el lugar?
- Se utilizan intermediarios como tours operadores?
- Cuales han sido las alianzas que ustedes han establecido con ellos? ¿Cómo funciona?
- ¿La inversión total para la implementación del proyecto provino de Fondos propios, de Donaciones o de Préstamos, o de una combinación de las anteriores?

1.4 MERCADO COMERCIALIZADOR

CUESTIONARIO DIRIGIDO A TOUR OPERADORES

Operadores turísticos

El cuestionario está dirigido a empresas Intermediarias de Turismo con el fin de conocer la función y los procesos relacionados a los operadores turísticos como canales de distribución de los servicios turísticos existentes en el país.

- ¿Cómo operadores turísticos, qué incluye todo el servicio que le brindan a los turistas cuando por medio de ustedes buscan conocer lugares con experiencias en turismo rural comunitario del país?
- ¿Qué actividades o procedimientos tienen que seguir para atraer a turistas a que visiten los lugares que ustedes promocionan, así como las actividades que tienen que realizar para que se lleve a cabo el servicio que ofrecen?
- ¿Qué lugares están promoviendo actualmente?
- ¿Por qué medios además de la Web hacen del conocimiento al turista de sus servicios?
- ¿Cuáles son los costos del servicio por persona según la actividad a realizar?
- ¿Existe alguna regulación de ley hacia su servicio?
- Requieren de algún tipo de permiso gubernamental u otros para efectuar su servicio?
- ¿Cuáles son los requisitos que el o los propietarios de una zona turística tienen que pactar con ustedes para que oferten la zona turística?
- ¿Reglamentaciones o normas internas que ustedes poseen para efectuar el servicio hacia alguna zona turística?
- ¿Brindan capacitaciones a personas que quieren efectuar el trabajo de guías turísticos?
- ¿Qué tipos de guías turísticos que poseen?

- ¿Poseen sus propios medios para funcionar como mayoristas/minoristas o contactan con agencias de viajes para la función del transporte y otros servicios que ofrecen las agencias de viajes?
- ¿Si contactan agencias de viajes, estas son: del país e internacionales? y cuáles son los aspectos que consideran para seleccionar la agencia de viajes?
- ¿En el caso de que ustedes contraten agencias de viajes el beneficio que obtiene dicha agencia de viajes es una comisión incluido en el precio de venta del servicio que da el tour operador al turista, o la agencia de viajes tiene precios establecidos por el servicio que prestan?
- ¿En el país que es lo que ofrecen o la función principal de una agencia de viajes que hace la diferencia con los tours operadores?

DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DEL MUNICIPIO

ENFOQUE DEL MARCO LÓGICO.

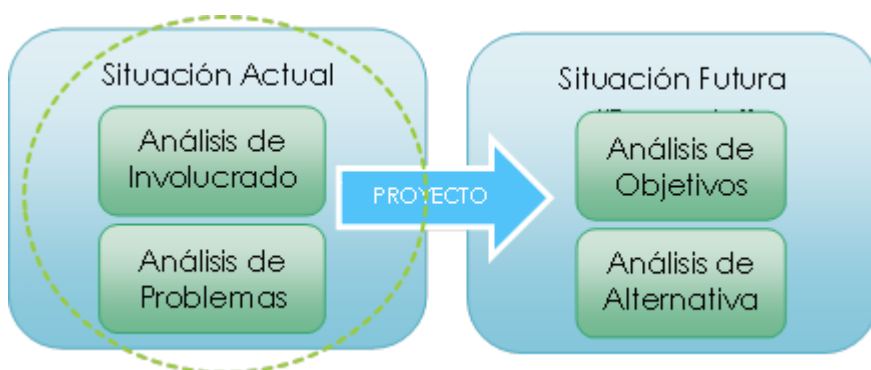
Desde su aparición inicial, el enfoque del marco lógico (EML) ha sido el método más utilizado por la mayor parte de las agencias de cooperación internacional para la planificación y gestión de proyectos de desarrollo. Hoy por hoy, el EML es prácticamente el método universal a la hora de gestionar las intervenciones de desarrollo y la mayor parte de su terminología más característica (objetivo específico, resultados, hipótesis o supuestos, etc.) ha pasado ya al lenguaje común de los cooperantes y de los documentos de proyecto. El Marco Lógico puede ser diseñado por cualquier entidad que pretenda seleccionar objetivos y los medios más idóneos para alcanzarlos. Ello significa que los componentes de la matriz del Marco Lógico pueden situarse a una altura diferente según el eslabón de la cadena donde se encuentren.

Metodología para el desarrollo del Enfoque del Marco Lógico

La práctica ha demostrado que para una buena planificación, la fase de diseño tiene que llevarse a cabo con la participación de los principales implicados en los resultados del proyecto. En esta etapa, el primer trabajo que hay que desempeñar es el relativo al diagnóstico, un diagnóstico que debe reflejar la realidad y extraer de ella como conclusiones los obstáculos y potencialidades, así como las fortalezas y debilidades que afectan a la zona en cuestión. Existen dos herramientas de análisis para diagnosticar la Situación Actual de la manera más "objetiva" posible, estas son: **el Análisis de Involucrados y el Análisis de Problemas**. Además, se utilizan dos herramientas adicionales para especificar la Situación Futura "Deseada", que son: **el Análisis de Objetivos y el Análisis de Alternativas**.

HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO E IDENTIFICACIÓN

Herramientas de Diagnóstico e Identificación



Análisis de involucrados

Como ya se ha mencionado, la primera herramienta en el EML para diagnosticar la Situación Actual es el Análisis de Involucrados. El Análisis de Involucrados se utiliza al diseñar un proyecto para esclarecer cuáles grupos y organizaciones están directa o indirectamente involucrados en un problema específico de desarrollo; así como, para considerar sus intereses, su potencial y sus limitaciones. Esta herramienta se aplica para averiguar cuáles grupos apoyarían una determinada estrategia para abordar el problema de desarrollo, así como los grupos que se opondrían a dicha estrategia.

El diseño incluye medidas para maximizar el apoyo y minimizar la resistencia de parte de los involucrados en la ejecución del proyecto. Se Utiliza el Análisis de involucrados, para esclarecer:

- a) Cuáles grupos están directa o indirectamente involucrados en el problema de desarrollo seleccionado;
- b) Sus intereses respectivos, en relación con el problema de desarrollo;
- c) Sus percepciones de los problemas que causa, o que resultan, del problema de desarrollo; y,
- d) Los mandatos de las organizaciones de involucrados; es decir, la autoridad legal o estatutaria que tiene una organización para utilizar sus recursos para solucionar el problema de desarrollo (u obstaculizar una solución del mismo); y, los recursos con los que cada grupo podría contribuir a una solución (o para obstaculizar una solución determinada) al problema de desarrollo. Para el Análisis de Involucrados se necesita la preparación de un cuadro con tres (3) columnas y una (1) fila para cada grupo específico; teniendo en consideración que NO se consideran individuos en este análisis; únicamente grupos.

| Cuadro de involucrados | | |
|------------------------|---------|----------------------|
| Grupos | Interés | Problemas percibidos |
| | | |
| | | |

a). Primera columna del Cuadro de Involucrados (Grupos): Los Grupos son aquellos que están directa o indirectamente involucrados o afectados por el problema de desarrollo y su(s) posible(s) solución(es). Una manera que se puede utilizar para identificar a los Grupos, es refiriéndose a una tipología. Para este estudio se consideraran los grupos bajo las categorías siguientes:

Sector de la población: se agrupa a la población en base a características pertinentes al problema de desarrollo, tales como localización, nivel de ingreso, etnia, género, edad, etc. Las mujeres, los niños, grupos indígenas, de la tercera edad, son ejemplos de grupos de la población.

Organismos del Sector Público: ejemplos son ministerios de hacienda o finanzas, empresas de agua y saneamiento, ministerios de salud, organismos de seguridad social, organismos judiciales, policía, empresas públicas, municipalidades, etc.

Sector Privado: incluyen principalmente organizaciones no gubernamentales (ONG"s) y otras organizaciones sin fines de lucro. Así como también empresarios/as de la región.

Organismos Internacionales: incluyen otros países, otras "ciudades hermanadas", agencias bilaterales, organismos internacionales, ONG"s internacionales, etc. Se incluyen los nombres de los diferentes grupos de involucrados identificados. Se coloca cada Grupo en una fila diferente.

b) Segunda columna del Cuadro de Involucrados (Intereses): Se colocan los intereses de cada grupo, en relación con el problema de desarrollo. No se refiere a todos los intereses que pueden tener un determinado grupo, sino aquellos que tienen relación directa con el problema de desarrollo seleccionado. Los intereses también pueden reflejar soluciones sugeridas por cada grupo que esté perjudicado por el problema de desarrollo.

c) Tercera columna del Cuadro de Involucrados (Problemas percibidos): Se colocan los problemas específicos o condiciones negativas, de la manera que son percibidos por el grupo de involucrados en relación con el problema de desarrollo, en la fila correspondiente. De manera general se tiene que:

El Análisis de Involucrados es uno de los elementos más dinámicos del EML.

En primer lugar, los involucrados aparecen y desaparecen durante el ciclo del proyecto y cuando un proyecto está en la etapa de diseño, no será posible identificar a todos los involucrados eventuales. Por lo tanto, el Análisis de Involucrados debería mantenerse actualizado a lo largo del ciclo del proyecto.

En segundo lugar, siendo iterativo el proceso de diseño de un proyecto, al revisar las diferentes alternativas o estrategias para el proyecto, es fundamental considerar de qué manera una determinada estrategia afecta a cada grupo de involucrados, hasta qué punto cada alternativa es congruente con sus intereses, así como analizar los posibles conflictos o asociaciones que se pueden generar con otros grupos de involucrados.

Por último, el Análisis de Involucrados también se utiliza como una fuente para los Supuestos en la Matriz de Marco Lógico (MML). Mientras estamos seleccionando una estrategia de proyecto, podemos revisar la lista de involucrados, determinar hasta qué punto la estrategia apoya o es contraria a los intereses de cada grupo y, por consiguiente, qué estamos suponiendo en ese sentido.

Análisis de problemas

Mediante el desarrollo de un diagrama conocido como “Árbol de Problemas”, el Análisis de Problemas es una ayuda importante para entender el problema de desarrollo. Es la segunda herramienta del EML para diagnosticar la Situación Actual.

El Análisis de Problema es una herramienta utilizada para:

- ✓ Analizar la situación actual en el contexto del problema seleccionado;
- ✓ Identificar los problemas principales en torno al problema de desarrollo y sus relaciones de causalidad (causa – efecto).
- ✓ Visualizar las relaciones de causalidad e interrelaciones en un diagrama (Árbol de Problemas).

El Análisis de Problemas fue desarrollado en base al análisis de sistema. Se consideran las condiciones negativas percibidas por los involucrados en relación con el problema de desarrollo seleccionado. Mediante la colocación de los problemas principales de acuerdo con sus relaciones de causa - efecto, así como sus interrelaciones, el Árbol de Problemas ayuda a establecer el “modelo lógico” en el cual estará basado el proyecto. Pasos para la elaboración del Árbol de Problemas:

Paso 1: El primer paso en el Análisis de Problemas consiste en tomar el problema de desarrollo, escribirlo en una tarjeta y pegarlo en la parte superior de una pizarra u otra superficie de trabajo.

Paso 2: Luego, se identifican otros problemas percibidos por los involucrados, que son causas directas del problema de desarrollo (el cuál se convierte en efecto de esas causas) y se los coloca debajo del problema de desarrollo.

Paso 3: Después se siguen colocando otros problemas percibidos, que son causas de los problemas recientemente colocados en la pizarra, hasta que se llegue a las causas que son “raíces”.

Paso 4: Luego, se determina si alguno de los problemas percibidos por los involucrados son efecto del problema de desarrollo y se lo coloca en la parte de la pizarra que está por encima del problema de desarrollo.

Paso 5: Por último, se trazan líneas con flechas que apunten de cada problema que es una causa, al (a los) problema(s) que representa(n) efecto(s), asegurándose que el

diagrama tenga sentido. Es importante señalar que aunque el Análisis de Problemas es una herramienta poderosa y fácil de utilizar, tiene dos limitaciones:

- a) Las causas no tienen ponderaciones de acuerdo con la importancia de su contribución al (a los) efecto(s) producido(s).
- b) Un Árbol de Problemas puede tener interacciones, o círculos (igual que el análisis de sistemas), lo cual podría complicar el análisis. Para identificar la Situación Futura "Deseada", utilizamos dos herramientas adicionales: el Análisis de Objetivos y el Análisis de Alternativas.⁹⁰

⁹⁰ EL MARCO LÓGICO Y LAS ORGANIZACIONES EDUCATIVAS. María Isabel Maldonado Pérez, Universidad Pedagógica, Bogotá Colombia 2012

ANEXO 2. ETAPA DE DISEÑO

2.1 MANUALES DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

MANUAL DE ORGANIZACIÓN



ELABORADO POR:

ANDREA MERCEDES PADILLA TORRES
JONATHAN DAVID RAMÍREZ ORELLANA
LAURA ELIZABETH REPREZA RIVERA

SAN SALVADOR, EL SALVADOR 2013

JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO EN SAN LUIS DEL CARMEN

MANUAL DE ORGANIZACION

PAG. 1 DE 2

INTRODUCCION

Este manual está elaborado con la finalidad de que se cuente con un documento que muestre las unidades que integran la estructura orgánica de la junta, así como también, las líneas de autoridad y dependencia.

Es de gran importancia que las personas trabajen en la junta de turismo conozcan con precisión y exactitud cuáles son las funciones de que deben desempeñar como responsables de las unidades, con el fin de evitar duplicidad de funciones y conocer las línea de comunicación y de mando.

Por lo tanto este manual servirá como una guía para los responsables de las unidades para desempeñar las funciones asignadas, facilitando la toma de decisiones con tal de obtener las soluciones optimas en el momento justo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Servir como un instrumento de apoyo que defina y establezca la estructura organizativa, las líneas de autoridad y responsabilidad, y las funciones que desarrollaran los responsables de las unidades que conforman la estructura orgánica.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir la estructura organiza formal y real de la junta, que establezca los niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad, requeridos para el funcionamiento organizacional.
- Describir las unidades de trabajo y definir las funciones de cada una, con el fin de evitar sobrecargas de trabajo, duplicidad y establecer responsabilidades.
- Facilitar el control interno verificando el cumplimiento de las rutinas de trabajo y además actividades propias de la asociación.
- Ser una guía para la ejecución y desarrollo de las funciones del personal responsable de la junta.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

El manual Organizacional de La Junta Municipal de Turismo en SLC incluye todas las unidades que constituyen a la misma. Brinda al usuario, ya sea personal interno o instituciones externas, un mecanismo de consulta continua para su evolución desde el

de vista estructural.

Por ser un documento de consulta frecuente, este manual deberá ser evaluado cada año, o en su caso cuando exista algún cambio funcional al interior de una unidad, por lo que cada

una de las unidades deberá aportar la información necesaria para este propósito.

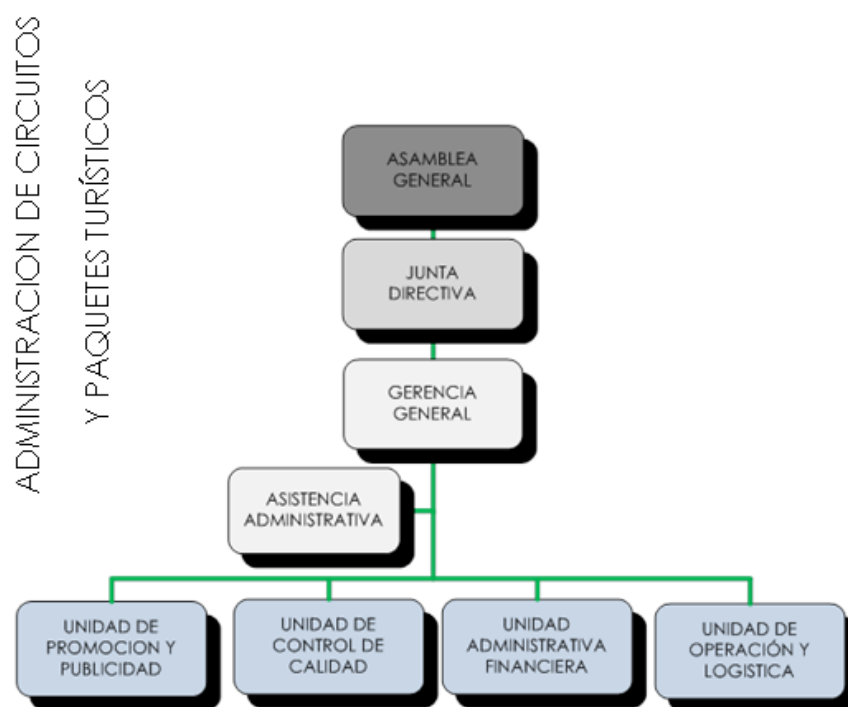
JUNTA MUNICIPAL DE TURISMO EN SAN LUIS DEL CARMEN

MANUAL DE ORGANIZACION

PAG. 2 DE 2

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

A continuación se presenta el organigrama de La junta Municipal de Turismo en SLC, el cual incluye las unidades que serán necesarias para la administración de los circuitos y paquetes turísticos planteados en el proyecto.



MANUAL DE FUNCIONES



ELABORADO POR:

ANDREA MERCEDES PADILLA TORRES

JONATHAN DAVID RAMÍREZ ORELLANA

LAURA ELIZABETH REPREZA RIVERA

SAN SALVADOR, EL SALVADOR 2013

| MANUAL DE FUNCIONES | | | |
|--|--|------------------------|-----------------|
| Nombre de la unidad: ASAMBLEA GENERAL | | | PÁG. 1 DE 8 |
| Dependencia Jerárquica: | | Unidades Subordinadas: | JUNTA DIRECTIVA |
| <p>Descripción General</p> <p>La Asamblea general, es la autoridad máxima de La Junta y estará integrada por la totalidad de los Miembros Activos y Fundadores.</p> | | | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES O TAREAS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Elegir, ratificar, aceptar renuncias y destituir total o parcialmente a los miembros de la Junta Directiva por Mayoría de votos de los asistentes. • Nombrar el Auditor Externo y fijar sus emolumentos. • Aprobar, reformar o derogar los Estatutos y Reglamento Interno de la Junta. • Aprobar o desaprobado la Memoria Anual de Labores de la Junta Municipal de Turismo presentada por la Junta Directiva. • Ratificar las cuotas periódicas y contribuciones eventuales de los miembros. • Decidir sobre la compra, venta o enajenación de los bienes inmuebles pertenecientes a la Junta. • Facultar a la Junta Directiva como directora y administradora de la Junta municipal de Turismo para aplicar las medidas administrativas necesarias y convenientes durante su gestión, todas encaminadas a la consecución de los fines de la Junta de turismo. • Decidir todos aquellos asuntos de interés para la Junta y que no estén contemplados en los Estatutos. | | | |
| Elaborado por: | | Aprobado por: | |

| | | | |
|--|------------------|------------------------|------------------|
| Nombre de la unidad: JUNTA DIRECTIVA | | PÁG. 2 DE 8 | |
| Dependencia Jerárquica: | ASAMBLEA GENERAL | Unidades Subordinadas: | GERENCIA GENERAL |
| Descripción General | | | |
| La dirección y administración de la Junta Municipal de turismo estará confiada a la Junta Directiva electa en la Asamblea General ordinaria de fin de periodo. Estará integrada de la siguiente forma: Un Presidente, Un Vice-Presidente, Un Secretario, Un Tesorero, Cuatro vocales y Un Sindico(a). Serán electos para un periodo de 2 años. | | | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES O TAREAS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar las actividades necesarias para el logro de los fines de la Junta. • Velar por la administración eficiente y eficaz del patrimonio de la junta. • Elaborar y presentar la Memoria Anual de labores de la Junta. • Promover la elaboración de planes, programas, proyectos y presupuestos de la junta e informar a la asamblea general. • Fomentar las buenas relaciones entre los miembros de la comunidad. • Representar a la Junta en todos los actos a que fuere invitada, ya sean religiosos, cívicos, oficiales, sociales, etc. • Autorizar los gastos de la Junta. • Nombrar comisiones especiales para realizar las acciones, estudios o en general cualquier otra actividad que fuese necesaria para la consecución de los fines de la Junta de Turismo. • La junta Directiva tiene facultades amplias para tomar disposiciones, que sin estar previstas en los Estatutos, tiendan a la consecución de sus fines, su sostenibilidad y la resolución de problemas y circunstancias que detengan su desarrollo. • Integrar comisiones de trabajo. • Nombrar y proponer los representantes de la Junta ante los organismos que corresponda. • Resolver y tratar problemas que por su naturaleza económico-social o administrativa, afecten a los miembros de la Junta de turismo. • Presentar una propuesta programática de las asambleas generales ordinarias y extraordinarias. • Aprobar las normas administrativas que estime convenientes • Apoyar y prestar asesoría técnica en el proceso de conformación de comités de desarrollo turismo de los cantones y definir sus alcances. | | | |
| Elaborado por: | | Aprobado por: | |

| MANUAL DE FUNCIONES | | | |
|--|-----------------|------------------------|--|
| Nombre de la unidad: GERENCIA GENERAL | | | PÁG. 3 DE 8 |
| Dependencia Jerárquica: | JUNTA DIRECTIVA | Unidades Subordinadas: | RECEPCIÓN UNIDAD DE: PROMOCION Y PUBLICIDAD CONTROL DE CALIDAD ADMINISTRATIVA-FINANCIERA OPERACIÓN Y LOGISTICA. |
| <p>Descripción General</p> <p>Esta unidad es la encargada de velar por todas las operaciones de las unidades responsables de los circuitos y paquetes turísticos; así como de liderar y coordinar los planes de los mismo; supervisa y dirige el trabajo general.</p> | | | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES O TAREAS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de las diferentes unidades. • Programar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en las unidades respectivas. • Planear y desarrollar metas a corto plazo junto con objetivos anuales. • Coordinar con la unidad administrativo-financiera para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente. • Crear y mantener buenas relaciones con los turistas y unidades para mantener el buen funcionamiento de la Junta de turismo. • Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellos quieren hacer. • Controlar el cumplimiento de las políticas sobre los miembros de los circuitos turísticos. • Crear nuevos incentivos para los turistas. • Identificar, evaluar y proponer alternativas de nuevos negocios en diversas áreas del municipio. | | | |
| Elaborado por: | | Aprobado por: | |

| MANUAL DE FUNCIONES | | | |
|---|------------------|------------------------|-------------|
| Nombre de la unidad: ASISTENCIA ADMINSTRATIVA | | | PÁG. 4 DE 8 |
| Dependencia Jerárquica: | GERENCIA GENERAL | Unidades Subordinadas: | |
| Descripción General | | | |
| Unidad encargada de atender al turista o público en general que llega a la Junta por información y compra de los paquetes turísticos. | | | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES O TAREAS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Recibir la correspondencia y mensajes dirigidos a las unidades. • Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y unidades, así como también los mensajes recibidos. • Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. • Mantiene el control de llamadas • Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida. • Realiza las reservaciones de los paquetes turísticos. • Realizar la venta de los paquetes turísticos. • Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada. | | | |
| Elaborado por: | | Aprobado por: | |
| MANUAL DE FUNCIONES | | | |
| Nombre de la unidad: PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD | | | PÁG. 5 DE 8 |
| Dependencia Jerárquica: | GERENCIA GENERAL | Unidades Subordinadas: | |
| Descripción General | | | |
| Esta unidad está relacionada a la publicidad y promoción de los servicios turísticos de la Junta y las iniciativas de los circuitos turísticos, en base a difusión a través de diferentes mecanismos. | | | |

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES O TAREAS

- Dirigir y coordinar la realización del plan de promoción y publicidad.
- Planear las actividades comerciales.
- Establecer y contactar los servicios de especialistas para elaborar estudios de mercados.
- Coordinar la ejecución del programa de señalización turística.
- Coordinar y supervisar los programas de promoción y publicidad.
- Manejo de propaganda en medios impresos.
- Contratación de nuevos medios publicitarios.
- Mantener la imagen de la marca.

Elaborado por:

Aprobado por:

| MANUAL DE FUNCIONES | | | |
|---|------------------|------------------------|-------------|
| Nombre de la unidad: CONTROL DE CALIDAD | | | PÁG. 6 DE 8 |
| Dependencia Jerárquica: | ASAMBLEA GENERAL | Unidades Subordinadas: | |
| Descripción General | | | |
| <p>Esta unidad se encargara de realizar las evaluaciones necesarias para asegurar que las iniciativas que conforman a los circuitos y la propia Junta cumplan con los estándares de calidad en la prestación de los servicios.</p> | | | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES O TAREAS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Comunicar a los turistas de la buena forma de utilizar los recursos de la zona turística. • Hacer del conocimiento de las formas de seguridad en la práctica de actividades. • Estar pendientes del bienestar y salud del turista. • Comunicar a las iniciativas las normas de calidad turística y buenas prácticas para que todas las pongan en práctica en el área que requieran. • Llevar un control de la calidad que se brinda al turista en el desarrollo de las actividades y el servicio turístico. • Buscar formas de mantener calidad continua y correctas prácticas turísticas tanto por los turistas como de toda la comunidad. • Elaborar planes de emergencia, de atención y atención y otros relacionados a la salud para el turista. • Mantenerse al día con la información pertinente a la calidad turística y buenas prácticas turísticas. • Informar de la respuesta que el turista da hacia el lugar, y todos los datos estadísticos de llegadas, actividades realizadas etc. • Coordinar y controlar la ejecución del mantenimiento de la infraestructura y señales turísticas. • Recibir, documentar y dar respuesta a las quejas que el consumidor da. • Ejecutar el programa de seguimiento y control, evaluando los indicadores de calidad y de operatividad. | | | |
| Elaborado por: | | Aprobado por: | |

| MANUAL DE FUNCIONES | | | |
|---|------------------|------------------------|-------------|
| Nombre de la unidad: ADMINISTRATIVA-FINANCIERA | | | PÁG. 7 DE 8 |
| Dependencia Jerárquica: | GERENCIA GENERAL | Unidades Subordinadas: | |
| Descripción General | | | |
| <p>Esta unidad es responsable de manejar y coordinar la parte económica y financiera del servicio de ventas de paquetes turísticos. Es también la encargada de todo lo relacionado al personal y a coordinar esto con las otras unidades.</p> | | | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES O TAREAS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Contratar al personal para los puestos requeridos. • Proveer de los recursos y servicios necesarios para el buen funcionamiento de la venta de los paquetes turísticos. • Buscar opciones de inversión • Análisis de datos financieros. • Manejar el sistema contable. • Asignación de fondos. • Dirigir el manejo óptimo y eficaz de los recursos financieros buscando los mejores rendimientos y su correcta utilización. • Planificar, administrar y controlar eficientemente, la calidad presupuestaria y financiera, con el propósito de brindar información oportuna y confiable para la toma de decisiones de la administración superior. • Elaborar informes económico-financieros. (trimestrales). • Llevar el control de pagos a personal. • Llevar el registro estadístico de los beneficios económicos que se están obteniendo por la venta de los paquetes turísticos. • Llevar el registro de los miembros que ingresan a los circuitos y las aportaciones de cada uno de ellos. • Manejar el sistema de información SITUS. | | | |
| Elaborado por: | | Aprobado por: | |

| MANUAL DE FUNCIONES | | | |
|---|------------------|------------------------|-------------|
| Nombre de la unidad: OPERACIÓN Y LOGISTICA | | | PÁG. 8 DE 8 |
| Dependencia Jerárquica: | GERENCIA GENERAL | Unidades Subordinadas: | |
| <p>Descripción General</p> <p>Será la encargada de realizar los trámites necesarios para la contratación de los servicios de transporte, guías turísticos y seguridad. Además se encargará de coordinar las capacitaciones que se brindarán.</p> | | | |
| DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES O TAREAS | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar con empresas dedicadas al transporte, la prestación de este servicio al turista que adquieran los paquetes turísticos. • Coordinar con los comités turísticos en servicio de guías turísticos que será brindado a los turistas que adquieran los paquetes turísticos. • Coordinar las capacitaciones y formación técnica de los miembros de la Junta y de los circuitos turísticos. • Gestionar la seguridad que se brindará al turista. | | | |
| Elaborado por: | | Aprobado por: | |

2.2 CUENTAS CONTABLES

| | |
|-----------------------------|---|
| 1 ACTIVO | |
| 11 ACTIVO CIRCULANTE | |
| | 1101 Caja y Bancos |
| | 110101 Caja General |
| | 110102 Caja Chica |
| | 110103 Bancos |
| | 1102 Cuentas y Documentos por Cobrar |
| | 10201 Clientes |
| | 10202 Documentos por Cobrar |
| | 10203 Cuentas Incobrables |
| | 10204 Deudores Varios |
| | 1103 Crédito Fiscal |
| | 110301 IVA |
| 12 ACTIVO FIJO | |
| | 1201 Mobiliario y Equipo |
| | 120101 Mobiliario y Equipo de Oficina de La Junta Municipal de Turismo. |
| | 120102 Mobiliario y Equipo para la Prestación del Servicio Turístico |
| | 1202 Bienes Inmuebles |
| | 120201 Terrenos |
| | 120202 Edificios |
| | 1203 Depreciaciones Acumuladas |
| | 120301 Mobiliario y Equipo de Oficina de La Junta Municipal de Turismo. |
| | 120302 Mobiliario y Equipo para la Prestación del Servicio Turístico |
| | 120403 Edificios |
| | 1204 Amortizaciones Acumuladas |
| | 120401 Mobiliario y Equipo de Oficina de La Junta Municipal de Turismo. |
| | 120402 Mobiliario y Equipo para la Prestación del Servicio Turístico |
| | 120403 Edificios |
| 13 OTROS ACTIVOS | |
| | 1301 Gastos de Constitución, Organización e Instalación |
| | 1302 Papelería y Útiles |
| | 1303 Otros Gastos Anticipados |
| | 1304 Asuntos Pendientes |
| 2 PASIVO | |
| 22 CIRCULANTE | |
| | 2201 Cuentas y Documentos por Pagar |
| | 220101 Proveedores |
| | 220102 Documentos por Pagar |
| | 220103 Acreedores Varios |
| | 220104 Intereses por Pagar |
| | 220105 Impuestos por Pagar |
| | 220106 Retenciones Diversas |
| | 2202 Debito Fiscal |
| | 220201 IVA |
| 23 FIJO | |
| | 2301 Obligaciones a Largo Plazo |

| | |
|--------|---------------------------------------|
| 230101 | Proveedores a Largo Plazo |
| 230102 | Préstamos Bancarios a Largo Plazo |
| 230103 | Acreedores Diversos a Largo Plazo |
| 24 | OTROS PASIVOS |
| 2401 | Provisión para Prestaciones Laborales |
| 3 | CAPITAL |
| 31 | CAPITAL CONTABLE |
| 3101 | Capital |
| 3102 | Reserva Legal Laboral |
| 3103 | Utilidades Acumuladas |
| 310301 | Utilidad Carga Inicial |
| 310302 | Utilidad Período Anterior |
| 3104 | Utilidad o Pérdida del Período |
| 4 | CUENTAS DE RESULTADOS DEUDORAS |
| 41 | COSTOS Y GASTOS |
| 4101 | Costos del Servicio |
| 410101 | Transporte |
| 410102 | Guías |
| 410103 | Seguridad |
| 410104 | Señalización |
| 410105 | Otras Construcciones |
| 410106 | Alimentación |
| 410107 | Alojamiento |
| 4102 | Gastos de Administración |
| 4103 | Gastos de Comercialización |
| 5 | CUENTAS DE RESULTADOS ACREEDORAS |
| 51 | VENTAS |
| 5101 | Ventas |
| 510101 | Contado |
| 6 | CUENTAS LIQUIDADORAS |
| 61 | COSTO DE VENTAS |
| 62 | PÉRDIDAS Y GANANCIAS |

MANUAL DE APLICACIONES

Es la guía que explica cómo se puede utilizar el catálogo. Nos indica cuales son las cuentas deudoras y acreedoras. A continuación se presenta el manual de aplicaciones en donde se explica cada cuenta del catálogo para utilizarlo bien al momento del ejercicio:

| | |
|---|-------------------|
| 1 | ACTIVO |
| 11 | ACTIVO CIRCULANTE |
| 1101 | Caja y Bancos |
| SE CARGA: Con todos los ingresos que la empresa obtenga en sus operaciones normales y corrientes. | |
| SE ABONA: Con todos los egresos en que incurre la empresa en sus operaciones. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor. | |
| 110101 Caja General | |
| SE CARGA: Con los ingresos provenientes de las ventas al contado, abono de clientes, comisiones o cualquier otra operación. | |

| | |
|--|---|
| | SE ABONA: Con las remesas que se envían al banco o por pagos hechos en efectivos. |
| | SU SALDO: Siempre será deudor. |
| | 110102 Caja Chica |
| | SE CARGA: Con el valor inicial que se le asigna a dicho fondo o cuando se acuerde aumentar su saldo. |
| | SE ABONA: Cuando disminuye o se liquida. |
| | SU SALDO: Siempre será deudor. |
| | 110103 Bancos |
| | SE CARGA: Con el valor de las remesas, notas de abono o cualquier ajuste. |
| | SE ABONA: Cuando disminuye o se liquida |
| | SU SALDO: Siempre será deudor |
| | 1102 Cuentas y Documentos por Cobrar |
| | SE CARGA: Con el valor de los importes que la empresa tenga que cobrar posteriormente de haber efectuado la operación. |
| | SE ABONA: Con las cancelaciones o pagos parciales de dicho importe. |
| | SU SALDO: Siempre será deudor |
| | 110201 Clientes |
| | SE ABONA: Con las cancelaciones totales o parciales, con devoluciones, rebajas, y los saldos que consideran incobrables. |
| | SU SALDO: Siempre será deudor. |
| | 110202 Documentos por Cobrar |
| | SE CARGA: Con el valor nominal del documento que recibe la empresa proveniente de cualquier operación |
| | SE ABONA: Con la cancelación, abonos o descuentos a instituciones bancarias o personas en general |
| | SU SALDO: Siempre será deudor |
| | 110204 Deudores Varios |
| | SE CARGA: Con las cantidades que le adeuden a la empresa en concepto diferente a las operaciones normales. |
| | SE ABONA: Con las cancelaciones o abonos que se reciben de dichas deudas. |
| | SU SALDO: Siempre será deudor |
| | 1103 Crédito Fiscal |
| | SE CARGA: Con el valor del 13% del I.V.A., que nos extiendan en los comprobantes de crédito fiscal al comprar mercaderías o servicios |
| | SE ABONA: Al final del ejercicio con la cuenta de Debito Fiscal |
| | SU SALDO: Siempre será deudor |
| | 12 ACTIVO FIJO |
| | 1201 Mobiliario y Equipo |
| | SE CARGA: Con el valor de adquisición de los bienes para uso de la empresa. |
| | SE ABONA: Cuando se venden, porque están completamente depreciados, obsoletos o por destrucción |
| | SU SALDO: Siempre será deudor |
| | 120101 Mobiliario y Equipo de Oficina de La Junta Municipal de Turismo. |
| | SE CARGA: Con el valor de adquisición del mobiliario y equipo relacionado exclusivamente con la junta de turismo |
| | SE ABONA: Cuando se venden o se dan de baja por su estado inservible. |

| | |
|---|---------------------------------------|
| SU SALDO: Siempre será deudor | |
| 120102 Mobiliario y Equipo para la Prestación del Servicio Turístico | |
| SE CARGA: Con el valor de adquisición del mobiliario y equipo relacionado exclusivamente con el desarrollo de actividades. | |
| SE ABONA: Cuando se venden o se dan de baja por su estado inservible. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor | |
| 1 | 1202 Bienes Inmuebles |
| SE CARGA: Con el valor de compra de los inmuebles, representan la inversión en terrenos y edificios. | |
| SE ABONA: Cuando se venden o demuelen los edificios, si éstos aún tienen valor residual. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor | |
| 120201 Terrenos | |
| SE CARGA: Con el precio de los terrenos según escrituras notariales de compra-venta más el importe de gastos incurridos en relación a la adquisición según comprobantes debidamente justificados. | |
| SE ABONA: Con el costo de adquisición de los terrenos vendidos. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor. | |
| 120202 Edificios | |
| SE CARGA: Con el valor de adquisición, con el traspaso de la cuenta de construcciones en proceso cuando estas hayan sido totalmente terminadas. | |
| SE ABONA: Con el costo de los edificios que se venden o demuelen por su estado inservible. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor. | |
| 1 | 1203 Depreciaciones Acumuladas |
| SE CARGA: Cuando se liquida un activo depreciable que se vende o su estado es inservible | |
| SE ABONA: Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta conceda a todo bien. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| 120301 Mobiliario y Equipo de Oficina de La Junta Municipal de Turismo. | |
| SE CARGA: Cuando se liquida el activo depreciable por venta, destrucción o su estado es inservible. | |
| SE ABONA: Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta concede a todo bien. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| 120302 Mobiliario y Equipo para la Prestación del Servicio Turístico | |
| SE CARGA: Cuando se liquida el activo depreciable por venta, o por su estado inservible | |
| SE ABONA: Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta conceda a todo bien. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| 120403 Edificios | |
| SE CARGA: Cuando se venden o demuelen. | |
| SE ABONA: Con el valor de los porcentajes de depreciación que de | |

| | |
|--|--|
| acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta concede. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor | |
| 13 OTROS ACTIVOS | |
| SE CARGA: Con el valor de los pagos efectuados, que desde el punto de vista contable no se consideran aplicables a las cuentas anteriormente descritas. | |
| SE ABONA: A medidas que estas aplicaciones se liquiden a sus cuentas respectivas. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor | |
| 1301 Gastos de Constitución, Organización e Instalación | |
| SE CARGA: Con las erogaciones que se hagan para la constitución, organización e instalación de la empresa. | |
| SE ABONA: Con el porcentaje que nos permita la ley del impuesto sobre la renta para su amortización. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor. | |
| 1302 Papelería y Útiles | |
| SE CARGA: Con la compra de papelería y útiles de oficina. | |
| SE ABONA: Con las requisiciones de papelería y útiles. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor. | |
| 1303 Otros Gastos Anticipados | |
| SE CARGA: Con el valor pagado, que no puede clasificarse en los rubros anteriores. | |
| SE ABONA: Al momento de liquidar con la cuenta correspondiente. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor. | |
| 1304 Asuntos Pendientes | |
| SE CARGA: Con los pagos que no tengan explicación o documento justificativo | |
| SE ABONA: Cuando se obtiene la información o documentos necesarios para su aplicación a la cuenta respectiva. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor. | |
| 2 PASIVO | |
| 22 CIRCULANTE | |
| 2201 Cuentas y Documentos por Pagar | |
| SE CARGA: Con los abonos o cancelaciones que se efectúen | |
| SE ABONA: Con el valor de los compromisos que la empresa adquiera en sus operaciones normales menores de un año. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| 220101 Proveedores | |
| SE CARGA: Con los abonos o cancelaciones, con las devoluciones y rebajas sobre compras o cualquier otra operación en la cual disminuya el compromiso con nuestros proveedores. | |
| SE ABONA: Con el valor de las compras a crédito. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| 220102 Documentos por Pagar | |
| SE CARGA: Con los pagos parciales o totales, cancelaciones por renovación o cualquier otra causa | |
| SE ABONA: Con el importe nominal de los documentos que la empresa firma en sus operaciones. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| 220103 Acreedores Varios | |

| | |
|--|--|
| | SE CARGA: Con los pagos parciales o totales de dichos compromisos |
| | SE ABONA: Con el valor de las compras o servicios que no son corrientes en el negocio. |
| | SU SALDO: Siempre será acreedor. |
| | 220104 Intereses por Pagar |
| | SE CARGA: Con los pagos que se hagan por los intereses sobre préstamos. |
| | SE ABONA: Con las provisiones de intereses efectuados por préstamos. |
| | SU SALDO: Siempre será acreedor. |
| | 220106 Impuestos por Pagar |
| | SE CARGA: Con los pagos que se hagan por los distintos impuestos. |
| | SE ABONA: Con las provisiones de impuestos efectuados tales como impuestos sobre la renta, patrimonio, municipales. |
| | SU SALDO: Siempre será acreedor. |
| | 220106 Retenciones Diversas |
| | SE CARGA: Con los pagos que se hagan por las distintas retenciones al personal o empresa. |
| | SE ABONA: Con las provisiones de retenciones efectuadas tales como: ISSS, AFP y Renta. |
| | SU SALDO: Siempre será acreedor. |
| | 2202 Debito Fiscal |
| | SE CARGA: Al final de cada ejercicio con la cuenta de Crédito Fiscal |
| | SE ABONA: Con el valor del 23% sobre las ventas que corresponden al IVA. |
| | SU SALDO: Siempre será acreedor. |
| | 220201 IVA |
| | 23 FIJO |
| | SE CARGA: Con los pagos y abonos que haga la empresa sobre esta clase de deudas. |
| | SE ABONA: Con el valor de los documentos de préstamo de cualquier institución o persona con plazo mayor de un año. |
| | SU SALDO: Siempre será acreedor. |
| | 2301 Obligaciones a Largo Plazo |
| | SE CARGA: Con los pagos y abonos que haga la empresa sobre esta clase de deudas. |
| | SE ABONA: Con el valor de los documentos de préstamo de cualquier institución o persona con plazo mayor de un año. |
| | SU SALDO: Siempre será acreedor. |
| | 24 OTROS PASIVOS |
| | SE CARGA: Con el valor que la empresa pague a los empleados en concepto laborales a que tenga derecho por su tiempo de trabajo. |
| | SE ABONA: Cuando se constituya esta previsión de acuerdo a las necesidades de la empresa y de acuerdo a la cantidad establecida en el Código de Trabajo. |
| | SU SALDO: Siempre será acreedor. |
| | 2401 Provisión para Prestaciones Laborales |
| | SE CARGA: Con el valor que la empresa pague a los empleados en concepto laborales a que tenga derecho por su tiempo de trabajo. |
| | SE ABONA: Cuando se constituya esta previsión de acuerdo a las necesidades de la empresa y de acuerdo a la cantidad |

| | |
|---|--------------------------------------|
| establecida en el Código de Trabajo. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| 3 CAPITAL | |
| 31 CAPITAL CONTABLE | |
| | 3101 Capital |
| SE CARGA: Con los retiros que la asociación haga, así como con las pérdidas del ejercicio | |
| SE ABONA: Con el aporte inicial de la asociación, así como por aumento a capital por las utilidades del ejercicio. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| | 3103 Utilidades Acumuladas |
| SE CARGA: Se abonará cada fin de ejercicio con las utilidades netas | |
| SE ABONA: Se cargará cuando las utilidades seas distribuidas. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| 4 CUENTAS DE RESULTADOS DEUDORAS | |
| 41 COSTOS Y GASTOS | |
| | 4101 Costos del Servicio |
| SE CARGA: Con el importe de las actividades realizadas en el servicio turístico. | |
| SE ABONA: Con el costo de venta | |
| SU SALDO: Siempre será deudor | |
| | 4102 Gastos de Administración |
| SE CARGA: Con todos los pagos, provisiones y ajustes incurridos en la administración del negocio. | |
| SE ABONA: Al final del ejercicio con la cuenta de pérdidas y ganancias. | |
| SU SALDO: Siempre será deudor. | |
| 5 CUENTAS DE RESULTADOS ACREEDORAS | |
| 51 VENTAS | |
| | 5101 Ventas |
| SE CARGA: Al final del ejercicio con el traspaso a la cuenta de pérdidas y ganancias. | |
| SE ABONA: Con el valor de las ventas al contado y crédito. | |
| SU SALDO: Siempre será acreedor. | |
| 6 CUENTAS LIQUIDADORAS | |
| | 61 COSTO DE VENTAS |
| SE CARGA: Con el inventario inicial de productos a ofrecer y con el costo de restar el servicio | |
| SE ABONA: Al final del ejercicio con el inventario de productos a ofrecer y el saldo de pérdidas y ganancias. | |
| SU SALDO: No tiene, por ser una cuenta transitoria. | |
| | 62 PÉRDIDAS Y GANANCIAS |
| SE CARGA: Con el costo de ventas, gastos de ventas, gastos de administración, gastos financieros y cualquier otra deuda de resultado deudor. | |
| SE ABONA: Con las ventas netas, otros productos y cualquier otra cuenta de resultado acreedor. | |
| SU SALDO: Puede ser: | |
| <p style="margin-left: 40px;">Acreedor: Cuando nos refleja utilidad en el ejercicio y se carga contra capital</p> <p style="margin-left: 40px;">Deudor: Cuando refleja pérdida en el ejercicio y se abona contra capital.</p> | |

ANEXO3. EVALUACIONES DEL PROYECTO

COTIZACIONES GUANATOUR

Cotización para la construcción de Canopy, con sus requerimientos mínimos



| Precios de equipo para canopy | | | |
|--------------------------------------|---------------|------------------|---------------|
| Articulo | Precio | Articulo | Precio |
| Arnés (piernas y cintura) | \$68 | Guantes | \$5 par |
| Mosquetón | \$12 | Casco de montaña | \$30 |
| Radios de comunicación de 2 vías | | \$ 54.99 | |

| MOBILIARIO PARA SERVICIO DE CANOPY | |
|--|------------------|
| DESCRIPCION | COSTO |
| Instalación de circuito de canopy | \$3,250 |
| 800 metros de cable de acero | \$ 2946.00 |
| Tensor para canopy con cadena de seguridad | \$992.00 |
| Freno pasivo para canopy | \$880.00 |
| SUB TOTAL | \$8068.00 |

3.1 ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

Para la adecuada organización del proyecto se debe tomar en cuenta algunos factores tales como: Naturaleza del proyecto, Duración, Tamaño, Monto de la inversión.

Los cuales son de vital importancia para poder determinar el tipo de organización. Tales factores son básicamente tomados en cuenta a continuación, para determinar el tipo de organización del proyecto en cuestión.

Tipo de Organización

Los modelos de organización entre los cuales se pretende definir alguno para el proyecto, se encuentran: las de tipo funcional, matricial y exclusiva.

| ORGANIZACIÓN FUNCIONAL | | |
|---|--|--|
| FUNCIONAL PURA | FUNCIONAL COORDINADA | FUNCIONAL CON JEFE DE PROYECTO |
| Jefe por unidad | Coordinador subalterno | Jefe nombrado por Junta Directiva |
| Existen varios responsables según el área funcional correspondiente, existen muchas dependencias. | Existe un responsable del proyecto quien funge únicamente como asesor, mas no tiene poder de decisión. | La Junta Directiva nombra a un representante de buena parte o del proyecto en su totalidad, tiene autoridad. |

| ORGANIZACIÓN MATRICIAL |
|---|
| En este tipo de organización ya existe la empresa con las funciones básicas que desarrolla, se nombra un encargado del proyecto a quien obedecen en aspectos técnicos, la organización administrativa los recursos. La desventaja radica en la dualidad de mando que se genera. Las características esenciales de los proyectos que adoptan este tipo de organización es que poseen una alta inversión, tiempo prolongado y el proyecto es bastante complejo. |

| ORGANIZACIÓN EXCLUSIVA |
|---|
| Se desarrolla en un proyecto nuevo, de alta inversión y de tipo corto. Existe un gerente de proyecto quien tiene la autoridad, es una organización descentralizada de la unidad dueña del proyecto. Es independiente. |

Se realizará una evaluación detallada de criterios, con el fin de encontrar y seleccionar el modelo de organización que más se adecue al proyecto en estudio, cumpliendo los aspectos necesarios de la mejor manera y cumpliendo con una óptima ejecución.

Criterios de Selección

La evaluación de criterios se hace con tal de realizar la selección adecuada del tipo de organización que se debe implementar en el proyecto. Por lo tanto se hace uso de una

matriz, la cual contiene los criterios que se han tomado en cuenta para la evaluación, los criterios son los siguientes:

| | |
|---------------|----------------------------------|
| Duración | Cliente |
| Dimensión | Diferenciación |
| Complejidad | Interdependencia (dentro) |
| Incertidumbre | Interdependencia (entre) |
| Tecnología | Carácter crítico del tiempo |
| Importancia | Carácter crítico de los recursos |

En la matriz se da una ponderación cualitativa a cada criterio, según corresponda a cada estructura funcional presentada.

PARÁMETROS DE EVALUACIÓN

| CRITERIO | ESTRUCTURA FUNCIONAL | ESTRUCTURA MATRICIAL | ESTRUCTURA EXCLUSIVA |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Duración | Breve | Mediana | Prolongada |
| Dimensión | Pequeña | Mediana | Amplia |
| Complejidad | Baja | Mediana | Alta |
| Incertidumbre | Baja | Alta | Alta |
| Tecnología | Común | Compleja | Nueva |
| Importancia | Poca | Mediana | Alta |
| Cliente | Diverso | Mediano | Amplio |
| Diferenciación | Poca | Mediana | Amplia |
| Interdependencia (dentro) | Baja | Mediana | Alta |
| Interdependencia (entre) | Alta | Mediana | Alta |
| Carácter crítico del tiempo | Bajo | Mediano | Alto |
| Carácter crítico de los recursos | Bajo | Mediano | Alto |

EVALUACIÓN DE CRITERIOS

| CRITERIO | ESTRUCTURA FUNCIONAL | ESTRUCTURA MATRICIAL | ESTRUCTURA EXCLUSIVA |
|---------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Incertidumbre | X | | |

| | | | |
|----------------------------------|----------|----------|----------|
| Tecnología | | | X |
| Complejidad | | | X |
| Duración | | X | |
| Dimensión | | | X |
| Importancia | | | X |
| Cliente | | | X |
| Interdependencia (dentro) | | | X |
| Interdependencia (entre) | | X | |
| Carácter crítico del tiempo | | X | |
| Carácter crítico de los recursos | X | | |
| Diferenciación | | | X |
| TOTAL | 2 | 3 | 7 |

Conclusión de los Resultados de la Evaluación

Según los resultados de la evaluación antes descrita obtenemos que los mayores puntajes según los criterios preestablecidos, se ven reflejados en la ORGANIZACIÓN EXCLUSIVA, ya que esta es la que más se ajusta a las necesidades que presenta el proyecto en estudio.

Este tipo de organización posee ventajas y características que son ideales para este proyecto, tales como que se nombra a un administrador del proyecto quien tiene la total responsabilidad y autoridad sobre el proyecto, existe mayor compromiso y motivación para la ejecución del proyecto, además los recursos que se necesitan para el desarrollo de los objetivos específicos están separados de cualquier estructura funcional.

En este caso el director del proyecto tiene bajo su control directo todos los recursos necesarios, recursos que son únicos y exclusivos para ejecución del proyecto.

Cabe mencionar que este tipo de organización puede disolverse al final del proyecto.

PONDERACIÓN DE LOS COMPONENTES DE LA MATRIZ DEL BIENESTAR SOCIAL

El máximo valor que puede alcanzar el IBES es 100. Para ello hay que repartir estos puntos entre los cuatro componentes. Una primera solución sería la de atribuir a cada uno de ellos el mismo peso, es decir un 25%. Esto daría la matriz de base siguiente:

| | | |
|--------------------------|---|---------------------------------------|
| IBES (100%) | Individuales (50%) | Colectivos (50%) |
| Tangibles (50%) | Individuales tangibles 25% | Colectivos tangibles 25% |
| Intangibles (50%) | Individuales intangibles 25% | Colectivos intangibles 25% |

Ahora bien, por motivos tanto de orden ontológico, antropológico como sociológico, esta repartición paritaria no parece la más adecuada. Se comienza con el análisis por el binomio tangible-intangible, para concluir con el individual-colectivo.

La experiencia humana (a parte de otras consideraciones de tipo filosófico) demuestra que la interrelación espíritu-cuerpo es mutua y en cierto modo total: el ser humano es la unión perfecta de estos dos elementos, que se influyen y complementan mutuamente. De hecho no se puede decir que el uno es mayor o más importante que el otro. La conclusión es que el peso de los bienes tangibles e intangibles dentro del IBES debe ser la misma, y que por tanto, a cada uno debe atribuírsele un 50%.

La realidad socio-antropológica del ser humano muestra claramente que éste es antes individuo que comunidad: de hecho ésta sólo existe en tanto que agrupación o asociación de individuos. Además, en la escala de valores del ser humano, las necesidades personales pasan generalmente antes que las necesidades de colectivas. Hay por supuesto excepciones, sobre todo en el seno de "comunidades especiales", como la familia, las agrupaciones de carácter religioso, etc. También en ciertas culturas el aspecto colectivo o comunitario juega un papel muy significativo y preponderante. Ahora bien, incluso en estos casos, son los bienes colectivos los que se derivan en gran parte de los bienes personales, y no al contrario. Por supuesto, como en el caso del binomio espíritu-cuerpo, hay también una gran interrelación en el binomio individual-colectivo.

Esto no impide que se pueda afirmar que el ser humano es antes que la comunidad, no sólo desde un punto de vista ontológico y temporal, sino también desde un punto de vista socio antropológico.

Por lo tanto, el peso de los bienes individuales dentro del IBES debe ser esencialmente mayor que el de los bienes colectivos. ¿Cuál sería una repartición adecuada? Una primera aproximación nos llevaría a un 2/3 – 1/3. No obstante, por razones prácticas de cálculo, se ha optado por otra bastante cercana: 70% para los bienes individuales y 30% para los colectivos.

Este análisis nos lleva la matriz ponderada del bienestar social siguiente:

| | | |
|--------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| IBES (100%) | Individuales (70%) | Colectivos (30%) |
| Tangibles (50%) | tangibles individuales | tangibles colectivos |
| Intangibles (50%) | intangibles individuales | intangibles colectivos |

La presentación de los componentes del IBES en forma de matriz puede dar la falsa impresión de ser como compartimentos estancos. Nada más lejos de la realidad. Todos los componentes tienen una influencia e interactúan entre sí constantemente.

Todavía nos queda por determinar la repartición de las ponderaciones entre los cuatro componentes, lo que dará origen a cuatro macro-indicadores:

- Económico, para los bienes tangibles individuales
- Personal, para los bienes intangibles individuales
- Público, para los bienes tangibles colectivos
- Comunitario, para los bienes intangibles colectivos

Dado que la ponderación total de los individuales debe ser 70, una primera repartición posible sería 35 para cada uno. No obstante, parece razonable que los bienes tangibles sean sobrevalorados, según el conocido principio de "primero vivir, y después filosofar", es decir, si las necesidades básicas materiales no están satisfechas, es muy difícil cultivar el espíritu o la mente. Por esta razón parece más aceptable una repartición de los 70 puntos en 40 para los bienes económicos y 30 para los personales.

Entre los bienes públicos y comunitarios hay que repartir 30 puntos. Dado que hay que mantener la igualdad entre los tangibles e intangibles, la única repartición posible es de 20 para los comunitarios y 10 para los públicos. Aunque pueda parecer que estos últimos están infravalorados, al estudiar con detalles los indicadores que permiten valorar los cuatro macro indicadores, se verá que los bienes públicos son en gran parte consecuencia de los bienes económicos, y que por tanto su importancia ya se tiene en consideración por el mayor peso que este último macro-indicador tiene en el IBES.

Según lo expuesto hasta este momento, la matriz de ponderación de los cuatro macro indicadores del IBES sería la siguiente:

| | | |
|--------------------------|---------------------------|---------------------------|
| IBES (100%) | Individuales (70%) | Colectivos (30%) |
| Tangibles (50%) | Económicos (40%) | Públicos (10%) |
| Intangibles (50%) | Personales (30%) | Comunitarios (20%) |