

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA



**ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

**“PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO  
PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ,  
LA UNIÓN.”**

PRESENTADO POR:

**CÉSAR GERARDO BORJA PACHECO**

**MANUEL ALEJANDRO PARADA BONILLA**

PARA OPTAR AL TITULO DE:

**INGENIERO INDUSTRIAL**

CIUDAD UNIVERSITARIA, JUNIO 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 :**

**MSc. 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 INDUSTRIAL**

Título :

**“PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO  
PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE  
INTIPUCÁ, LA UNIÓN.”**

Presentado por :

**CÉSAR GERARDO BORJA PACHECO  
MANUEL ALEJANDRO PARADA BONILLA**

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Director :

**ING. SAÚL ALFONSO GRANADOS**

San Salvador, Junio 2014

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Director :

**ING. SAÚL ALFONSO GRANADOS**

## AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradecer a mi Diosito que me ha dado la oportunidad de terminar mi carrera, siempre ha estado a mi lado en los momentos más difíciles y a la vez nunca dudé de él, seguido de la virgencita por haberme bendecido siempre.

A mi familia, mi mamá Lic. Gloria Elizabeth Bonilla Castillo que a pesar que nos educó sola nos sacó adelante. Sueño cumplido mamá, la admiro muchísimo por ser tan valiente, a mi abuela Sra. Matilde del Carmen Castillo Sibrián por habernos educado al igual que mi mamá, a mis dos hermanas MSc. Lic. Karen Helena Parada Bonilla por la admiración que le tengo de trabajar duro por superarse y Lic. Irma Gloria Parada Bonilla por haberme apoyado también en todo.

A mis amigos y vecinos que siempre estuvieron pendientes de mi carrera preguntándome cuando iba a terminarla. Por el apoyo moral que me dieron para pasarla con ellos y sentirme bien.

A los maestros por aportar en cada uno de los alumnos su conocimiento, experiencia y por motivarnos a seguir adelante.

A mi asesor de tesis Ing. Saúl Granados, por haberme tenido tanta paciencia, guiarnos y aconsejarnos en el proceso de tesis. También al ingeniero Georgeth Rodríguez por apoyarnos cuando tuvimos problemas, nos aconsejó y nos apoyó para solucionarlos, además al Ing. Manuel Montejo por su confianza. Y por sus proyectos hacia la mejora de la calidad de la Escuela de Ingeniería Industrial. Gracias a los dos por ser mis amigos.

Finalmente a los compañeros de trabajo y ex jefes que he tenido cuando me dieron la oportunidad de trabajar y aprender de ellos.

Mil gracias.

Agradezco a Dios por permitirme finalizar mis estudios de Ingeniería, por darme salud y sabiduría para afrontar cada prueba durante éste proceso de aprendizaje.

A mi familia: Gracias Papá por tus consejos y apoyo, gracias Mamá por preocuparte por mí, por preguntarme si había comido o si no lo había hecho, por decirme que me estaba desvelando demasiado, que estudiara y que tuviera confianza en Dios. A mis hermanas por perdonar mis ausencias al estar estudiando. A mis abuelitos que a pesar que no los tengo presentes físicamente me han inspirado a seguir adelante con las historias que se cuentan de ellos y a partir de ahora les dedico todos mis triunfos. A mis abuelitas que siempre me han dado cariño y consejos cuando más los he necesitado. A mis tías y tíos que me apoyaron, Agradezco a mis padrinos que siempre han estado para mí incondicionalmente y también a mis primo/as por estar presentes en este proceso.

A mi primera hija por darme esa motivación extra que necesitaba para terminar de escalar la montaña de pruebas que representa la carrera de Ingeniería Industrial.

A mi asesor de TG por su tiempo, dedicación, paciencia, conocimientos y orientación para la elaboración y culminación exitosa de nuestro trabajo de graduación. Por hacer un esfuerzo extra para ayudarnos en cada momento, por ser más que un asesor; un amigo, que me brindó su mano para salir mejor cada día, infinitas gracias.

Gracias a mis profesores Ingeniero/as, Licenciado/as por sus instrucciones, correcciones y su gran misión: Formarme como un profesional.

Gracias Facultad de Ingeniería por enseñarme a ser un buen Ingeniero Industrial, a dictarme las directrices para ser productivo en el futuro y poder retribuirle a la sociedad lo que he aprendido.

Gracias a mi alma mater: Universidad de El Salvador, quien ahora me ve nacer como Ingeniero Industrial.

También a mis compañeros de la facultad tanto de San Miguel como de San Salvador que me apoyaron y los que no lo hicieron en el proceso de aprendizaje. A los primeros (a los que me apoyaron), por aceptarme y brindarme su amistad cosa que no es fácil de hacer y a los segundos por brindarme obstáculos que me ayudaron a ser mejor profesional al encontrar la manera de superar dichos obstáculos.

Y finalmente pero no menos importantes, todas las personas que de una u otra manera hicieron más fácil éste proceso, Simplemente porque les importo y me tienen cariño. Gracias Totales.

Borja

## **CONTENIDO**

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>i</b>
<b>OBJETIVOS DEL ESTUDIO</b> .....	<b>iv</b>
<b>OBJETIVOS GENERAL</b> .....	<b>iv</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ALCANCES Y LIMITACIONES</b> .....	<b>v</b>
<b>ALCANCES</b> .....	<b>v</b>
<b>LIMITACIONES</b> .....	<b>vi</b>
<b>IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>vii</b>
<b>IMPORTANCIA</b> .....	<b>vii</b>
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>x</b>
<b>CAPITULO I. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>1</b>
<b>I.1. DISEÑO</b> .....	<b>1</b>
I.1.1. Definición .....	1
I.1.2. El Ciclo De Diseño .....	1
I.1.2.1. Descripción De Las Etapas Del Ciclo De Diseño .....	2
I.1.2. El Proceso De Diseño .....	2
<b>I.2. Plan De Desarrollo</b> .....	<b>4</b>
I.2.1. Plan .....	4
I.2.1. 1. Definición De Planificación .....	4
I.2.1. 2. Corrientes Teóricas En La Planificación .....	4
I.2.1.3. Conceptos De Planeación Basados En La Teoría Clásica De La Administración .....	7
I.2.1.3. Clasificación De Planificación .....	13
I.2.1.4. Selección Del Tipo De Planificación .....	15
I.2.1.5. Planificación Estratégica .....	17
I.2.1.6. Fases De La Planificación Estratégica Con Aplicación Turística .....	28
I.2.2. Plan De Desarrollo .....	29
I.2.2.1. Definiciones De Plan De Desarrollo .....	29
I.2.2.2. Contenido Del Plan De Desarrollo .....	29
<b>I.3. TURISMO</b> .....	<b>30</b>

I.3.1. Definición De Turismo .....	30
I.3.2. Definición De Turista.....	30
I.3.3. Industria Del Turismo (Tipos De Turismo) .....	30
I.3.3.1. Los principales tipos de turismo son: .....	30
I.3.3.2. Patrimonio y Recursos Turístico .....	32
I.3.3.3. Servicios Turismo.....	33
I.3.4. Sistema Turístico.....	33
I.3.4.1. Definición De Sistema Turístico .....	33
I.3.4.2. Componentes Del Sistema Turístico.....	34
I.3.4.3. Interacciones Del Sistema Turístico.....	36
I.3.4.4. Resumen de los Modelos del Sistema Turístico .....	37
<b>I.4. Tipo De Desarrollo A Proponer: Desarrollo Sustentable .....</b>	<b>39</b>
<b>I.5. Desarrollo Sustentable De Turismo .....</b>	<b>40</b>
I.5.1. ¿Pero qué significa ser Sustentable? .....	40
<b>I.5.2. Definición del Turismo Sustentable .....</b>	<b>40</b>
<b>I.5.3. Principios Del Desarrollo Sustentable.....</b>	<b>41</b>
<b>I.5.4. Conceptos Relacionados Al Turismo Sustentable .....</b>	<b>42</b>
I.5.4. 1. La Capacidad De Carga Turística .....	42
I.5.4.2. La Calidad Del Espacio Turístico.....	43
I.5.4.3. Impactos Esperados .....	44
<b>I.6. Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo.....</b>	<b>46</b>
I.6.1. Definición de Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo .....	47
<b><i>CAPITULO II. MARCO LEGAL .....</i></b>	<b><i>48</i></b>
<b>II.1. INSTRUMENTOS REGULATORIOS AL TURISMO .....</b>	<b>48</b>
II.1.1. Ámbito Interno .....	48
II.1.1.1. Ley De Turismo .....	48
II.1.1.2. Ley Nacional De Medio Ambiente .....	51
II.1.1.3. Reglamento General de la Ley del Medio Ambiente .....	51
II.1.1.4. Ley De Áreas Naturales Protegidas .....	52
II.1.1.5. Política De Áreas Naturales Protegidas .....	53
II.1.1.6. Ley De Protección Especial Al Patrimonio Cultural .....	53
II.1.1.7. Reglamento de la Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador .....	54
II.1.1.8. Código Municipal.....	54



II.1.2. Ámbito Externo .....	55
II.1.2.1. Ley De Servicios Internacionales .....	55
II.1.2.2. Manual Único De Procedimientos Aduaneros .....	55
II.1.2.3. Requisitos De Visitantes Extranjeros Al País .....	56
<b>II.2. INSTRUMENTOS DE DESARROLLO .....</b>	<b>58</b>
II.2.1. Ley De CORSATUR .....	58
II.2.2. Política Nacional De Turismo .....	58
<b>II.3. INSTRUMENTOS DE FOMENTO .....</b>	<b>60</b>
II.3.1. Ley De Inversión.....	60
<b>II.4. INSTITUCIONES REGULADORAS DEL SECTOR TURÍSTICO .....</b>	<b>61</b>
II.4.1. Ministerio De Turismo .....	61
II.4.1.1. Estructura Organizativa .....	62
II.4.2. Corporación Salvadoreña De Turismo .....	62
II.4.3. Secretaria De La Cultura .....	64
II.4.4. Ministerio De Economía.....	64
II.4.5. Fondo De Fomento A Las Exportaciones .....	65
II.4.6. Oficina Nacional De Inversiones .....	65
II.4.7. Ministerio De Medio Ambiente Y Recursos Naturales.....	66
II.4.8. Ministerio De Obras Públicas .....	66
II.4.9. Ministerio De Hacienda .....	66
II.4.10. Ministerio De Salud Pública Y Asistencia Social .....	67
II.4.11. Policía Nacional Civil.....	68
II.4.12. Ministerio De Trabajo .....	69
II.4.13. Alcaldía Municipal.....	69
<b>CAPITULO III. ANTECEDENTES .....</b>	<b>70</b>
<b>III.1. HISTORIA DEL TURISMO DE EL SALVADOR.....</b>	<b>70</b>
III.1.1. Situación Actual Del Turismo En El Salvador .....	71
<b>III.2. PLAN DE TURISMO DE EL SALVADOR 2020 .....</b>	<b>71</b>
III.2.1. Contenido Del Plan Nacional De Turismo 2020 .....	72
III.2.1.1. Visión .....	72
III.2.1.2. Misión .....	72
III.2.1.3. Principios Y Criterios Generales De Planificación .....	73
III.2.1.4. Objetivos Del Plan .....	76
<b>III.3. GREMIALES QUE VINCULAN EL TURISMO EN EL SALVADOR .....</b>	<b>80</b>

III.3.1. Cámara Salvadoreña De Turismo.....	80
III.3.1.1. Visión.....	80
III.3.1.2. Misión.....	80
III.3.1.3. Objetivo General .....	80
III.3.1.4. Objetivos específicos.....	81
<b>III.4. COOPERANTES INTERNACIONALES DE APOYO AL SECTOR TURISTICO .....</b>	<b>82</b>
<b>III.5. ALGUNOS ESTUDIOS TURÍSTICOS DE EL SALVADOR .....</b>	<b>86</b>
<b><i>CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</i></b>	<b><i>92</i></b>
<b>IV.1. ESQUEMA DE LA METODOLOGÍA DEL DIAGNOSTICO .....</b>	<b>92</b>
<b>IV.2. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO .....</b>	<b>93</b>
IV.1.1. Objetivo General .....	93
IV.1.2. Objetivos Específicos .....	93
<b>IV.3. MATRIZ DE CONGRUENCIA.....</b>	<b>94</b>
<b>IV.4. SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>100</b>
IV.4.1. Exploratoria .....	100
IV.4.2. Descriptiva.....	100
<b>IV.5. FUENTES DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>101</b>
IV.5.1. Fuentes Primarias .....	101
IV.5.2. Fuentes Secundarias.....	102
<b>IV.6. METODOLOGIA PARA LA INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.....</b>	<b>103</b>
IV.6.1. Esquema para la investigación de la oferta .....	103
IV.6.2. Determinación del Universo.....	103
IV.6.3. Determinación de la Muestra.....	104
IV.6.4. Metodología del Levantamiento de la Información .....	104
IV.6.5. Diseño de los Instrumentos para la Recolección de la Información.....	105
IV.6.5.1. Entrevista .....	105
IV.6.5.2. Fichas De Recolección De Datos.....	106
<b>IV.7. METODOLOGIA PARA LA INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA TURISTICA .....</b>	<b>107</b>
IV.7.1. Esquema para la Investigación del Mercado Consumidor.....	107
IV.7.2. Determinación del Universo del Mercado Objetivo .....	108
IV.7.2.1. Determinación Del Universo Y Sus Características Demográficas.....	110
IV.7.3. Determinación De La Muestra.....	113
IV.7.4. Diseño Del Instrumento Para La Recolección De Información .....	114

IV.7.5. Metodología Para Pasar Las Encuestas A Los Turistas.....	115
<b>IV.8. METODOLOGÍA INVESTIGACIÓN ESPACIO GEOGRÁFICO .....</b>	<b>116</b>
IV.8.1. Esquema De Investigación Del Espacio Geográfico .....	116
IV.8.2. Esquema De La Investigación De Infraestructura Vial Y Acceso A La Zona De Estudio .....	117
IV.8.3. Esquema De La Investigación De la Infraestructura y Servicios Municipales .....	118
IV.8.4. Diseño De Los Instrumentos Para La Recolección De Información .....	118
IV.8.4.1. Entrevista .....	119
IV.8.4.2. Fichas .....	120
<b>IV.9. METODOLOGIA INVESTIGACIÓN DE LOS ENTES INTERESADOS .....</b>	<b>121</b>
IV.9.1. Esquema Para La Investigación De Los Entes Interesados .....	121
IV.9.2. Metodología Para El Levantamiento De Información .....	121
IV.9.3. Diseño De Los Instrumentos Para La Recolección De La Información .....	122
IV.9.3.1. Entrevista .....	122
<b>CAPITULO V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>124</b>
<b>V.1. INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ.....</b>	<b>124</b>
V.1.1. Ubicación .....	124
V.1.2 Historia De La Ciudad .....	125
V.1.2.1 Sucesos Posteriores.....	126
V.1.3. Aspecto Físico .....	127
V.1.3. 1. Extensión Territorial .....	127
V.1.3. 2. Altitud.....	127
V.1.3. 3. Clima.....	127
V.1.3.4. Hidrografía .....	127
V.1.3.5. Orografía .....	127
V.1.4. Playa El Icalal Y El Esterón .....	128
V.1. 4.1. Historia .....	128
V.1. 4.2. Ubicación.....	128
V.1. 4.3. Orografía .....	129
V.1. 4.4. Fauna.....	130
V.1. 4.5. Usos De Suelos .....	130
V.1. 4.6. Temperaturas Promedio Mensuales .....	131
V.1. 4.7. Humedad Y Precipitaciones.....	132
V.1.5. Infraestructura Vial.....	132
V.1.5. 1. Vías De Comunicación .....	132
V.1.5. 2. Medios De Transporte.....	132

V.1.6. Servicios Básicos .....	132
V.1.6.1. Educación .....	132
V.1.6.2. Salud Pública .....	133
V.1.6.3. Fuentes De Agua .....	133
V.1.6. 4. Generación Eléctrica .....	133
V.1.6.5. Sistema de Telecomunicaciones .....	133
V.1.6.6. Actividades Económicas .....	133
V.1.7. Tasa de Desempleo.....	135
V.1.8. Demografía .....	136
V.1.8.1. Población.....	136
V.1.8. 3. División Territorial.....	136
V.1.8. 4. Distribución Demográfica Por Grupos Etéreos.....	136
V.1.8. 5. Distribución Urbana Y Rural .....	136
V.1.9. Patrimonio Cultural .....	137
V.1.10. Entes Interesados .....	137
<b>V.2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA .....</b>	<b>138</b>
V.2.1. Inventario de Recursos y Atractivos Turísticos .....	138
V.2.2. Inventario de los Servicios Turísticos de la Zona Costera de Intipucá .....	140
<b>V.3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA .....</b>	<b>143</b>
V.3.1. Resultados De La Investigación De La Demanda De Fuentes Primarias .....	143
V.2.2. Resultados De La Investigación De La Demanda De Fuente Secundaria .....	151
<b>V.4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO.....</b>	<b>156</b>
V.4.1. Resultados De Los Cuestionarios Entes De Interés (Espacio Geográfico).....	156
V.4.1.1. Resultados Del Cuestionario Ente De Interés (Alcaldía Municipal De Intipucá).....	156
V.4.1.2. Resultados Del Cuestionario Dirigido A La ADESTI.....	158
V.4.2. Resultados De Las Fichas de Recolección de Información (Espacio Geográfico).....	159
V.4.2.1. Resultados De La Ficha De Acceso Al Municipio .....	159
V.4.2.2. Resultados De La Ficha De Infraestructura Del Municipio Y Zona Costera De Intipucá .....	160
<b>V.5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE ENTES DE INTERÉS .....</b>	<b>163</b>
V.5.1. Resultados Del Cuestionario Para La Asociación De Desarrollo Turístico De Intipucá (ADESTI) Y Cooperativa De Turismo De Intipucá .....	163
V.5.2. Resultados De La Encuesta Dirigida A Los Empresarios De Intipucá .....	167
V.5.3. Resultados De La Investigación De Los Tour Operadores.....	171
V.5.3.1.Resultados Del Cuestionario Pasado A Los Tour Operadores .....	175
V.5.4. Resultados De La Investigación De La Competencia .....	178

<b><i>CAPITULO VI. ANÁLISIS, SÍNTESIS Y DIAGNOSTICO DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</i></b>	<b><i>181</i></b>
<b><i>VI.1. ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.....</i></b>	<b><i>181</i></b>
<b><i>VI.2. ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA.....</i></b>	<b><i>188</i></b>
VI.2.1. Proyección De La Demanda.....	189
<b><i>VI.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO .....</i></b>	<b><i>193</i></b>
VI.3.1. Evaluación Del Espacio Geográfico.....	199
VI.3.1.1. Metodología de levantamiento de información para la evaluación del espacio geográfico .....	199
VI.3.2. Síntesis Del Análisis Del Espacio Geográfico.....	201
<b><i>VI.4. ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LOS ENTES DE INTERÉS .....</i></b>	<b><i>203</i></b>
<b><i>VI.5. DIAGNOSTICO DEL TURISMO DE LA ZONA COSTERA DE INTIPUCÁ .....</i></b>	<b><i>204</i></b>
<b><i>CAPITULO VII. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</i></b>	<b><i>207</i></b>
<b><i>VII.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</i></b>	<b><i>207</i></b>
<b><i>VII.2. CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO .....</i></b>	<b><i>208</i></b>
VII.2.1. Identificación De Los Programas Del Plan De Desarrollo .....	208
VII.2.2. Esquema De La Conceptualización Del Diseño .....	213
VII.2.3. Selección De Los Programas A Diseñar .....	214
VII.2.4. Descripción De Los Programas Del Plan De Desarrollo .....	219
<b><i>CAPÍTULO VIII. DISEÑO DE LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN .....</i></b>	<b><i>220</i></b>
<b><i>VIII.1. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DISEÑO DE LOS PROGRAMAS.....</i></b>	<b><i>220</i></b>
<b><i>VIII.2. VISIÓN .....</i></b>	<b><i>221</i></b>
<b><i>V.III.3. MISIÓN .....</i></b>	<b><i>221</i></b>
<b><i>VIII.4. OBJETIVOS DEL DISEÑO .....</i></b>	<b><i>221</i></b>
<b><i>VIII.4.1. Objetivo General .....</i></b>	<b><i>221</i></b>
<b><i>VIII.4.2. Objetivos Específicos .....</i></b>	<b><i>221</i></b>
<b><i>VIII.5. POLÍTICAS DE DISEÑO.....</i></b>	<b><i>222</i></b>

<b>VIII.6. DISEÑO DEL PROGRAMA DE MEJORA DE LA OFERTA TURÍSTICA .....</b>	<b>223</b>
VIII.6.2. Metodología Del Programa De Mejora De La Oferta Turística .....	223
VIII.6.3. Objetivos De Diseño Del Programa De Mejora De La Oferta .....	225
VIII.6.3.1. Objetivo general.....	225
VIII.6.3.2. Objetivos específicos.....	225
VIII.6.4. Contenido de las fases del Programa de Mejora de la Oferta Turística .....	226
VIII.6.4.1. Descripción de cada una de las fases del Programa de Mejora de la Oferta Turística .....	227
VIII.6.5. Especificaciones Técnicas De Diseño .....	228
VIII.6.5.1. Especificaciones Técnicas Sugeridas En La Oferta De Servicios En Intipucá De Acuerdo A Las Normas De Calidad Turísticas Salvadoreñas .....	229
VIII.6.5.2. Restaurantes Y Establecimientos Gastronómicos Similares .....	233
VIII.6.5.3. Turismo De Aventura: Canotaje .....	237
VIII.6.5.4. Requisitos para la prestación del servicio de hospedaje.....	241
VIII.6.6. Documentación Y Estandarización De Los Procesos De La Cooperativa .....	255
VIII.6.7. Documentación Y Estandarización de Paquetes Turísticos .....	261
VIII.6.7.1. Paquete #1: Tour De Kayak Al Manglar.....	261
VIII.6.7.2. Paquete #2 tour de kayak a manglar .....	263
VIII.6.7.3. Paquete #3 tour de kayak a manglar .....	264
VIII.6.7.4. Paquete tour a Río Guarrapuca.....	265
VIII.6.7.5. Paquete tour a Cerro Panela.....	266
VIII.6.7.6. Paquete tour hotelero.....	267
VIII.6.8. Documentación y Estandarización de Rutas Turísticas .....	268
VIII.6.8. 1. Ruta Los Manglares .....	268
VIII.6.8. 2 .Ruta Montaña .....	270
VIII.6.8. 3. Ruta Río .....	272
VIII.6.9. Elaboración De Manuales De Calidad De Servicios Turísticos .....	274
VIII.6.9.1. Manual de Buenas Prácticas de Guías de Turismo.....	275
VIII.6.9.2. Manual De Buenas Prácticas De Desarrollo De Habilidades Y Destrezas Para La Atención De Clientes En Restaurantes.....	280
VIII.6.9.3. Manual de Buenas Prácticas de Manipulación de alimentos para Restaurantes y Servicios afines. ....	290
VIII.6.10. Programación De Los Proyectos A Ejecutar De La Mejora De La Oferta .....	295
VIII.6.10.1. Establecimiento de objetivos y metas de los proyectos .....	295
VIII.6.10.2. Definición De Las Actividades De Los Proyectos .....	297
VIII.6.10.3. Procedimientos De Las Actividades Del Programa De Mejora De La Oferta Turística ....	301
VIII.6.10.4. Asignación De Recursos.....	315
VIII.6.10.5. Detalle De Costos .....	316

<b>VIII.7. DISEÑO DEL PROGRAMA DE SUSTENTABILIDAD .....</b>	<b>321</b>
VIII.7.1. Metodología De Diseño Del Programa De Sustentabilidad .....	321
VIII.7.2. Objetivos Del Programa De Sustentabilidad .....	322
Objetivo General .....	322
Objetivos Específicos .....	322
VIII.7.3. Descripción De Los Proyectos Del Programa .....	323
VIII.7.4. Establecimiento De Objetivos Y Metas De Los Proyectos .....	324
VIII.7.5. Definición De Las Actividades De Los Objetivos De Los Proyectos .....	326
VIII.7.6. Procedimientos Para El Desarrollo De Las Actividades De Los Proyectos Del Programa De Sustentabilidad .....	333
VIII.7.6.1. Procedimiento de la actividad 1.1.1.: Seminario sobre capacidad de carga .....	333
VIII.7.6.2. Procedimiento de la actividad 1.1.2.: determinación de las capacidades de carga de los negocios y los atractivos turísticos.....	334
VIII.7.6.3. Procedimiento para la actividad 2.2.1 y 2: Seminario de animación socio cultural y taller sobre cultura y tradiciones.....	335
VIII.7.6.4. Procedimiento para la actividad 2.1.3.: presentación de las tradiciones.....	336
VIII.7.6.5. Procedimiento para la actividad 2.2.1.: Festival Gastronómico.....	337
VIII.7.6.6. Procedimiento para la actividad 2.2.2.: Rescate de las tradiciones de Intipucá .....	338
VIII.7.6.7. Procedimiento para la actividad 2.2.3.: Presentación de la historia de Intipucá a través de puntos artísticos .....	339
VIII.7.6.8. Procediendo de la actividad 3.2y3.3.3., 3.2y3.3.5., 3.2y3.3.6. Y 3.4.1.: Presentación del proyecto de desechos sólidos, ordenanza municipal y construcción de relleno sanitario y centro de acopio:.....	340
VIII.7.6.9. Procedimiento para la actividad 3.1.1. y 3.2y3.3.1.: charlas de concientización para la prevención de la generación de desechos sólidos e implementar el compost y el reciclaje .....	341
VIII.7.6.10. Procedimiento de las actividades 4.1.1. y 4.2.2.: charlas sobre la importancia y como apoyar el turismo .....	343
VIII.7.7. Recursos Del Programa De Sustentabilidad .....	344
VIII.7.7.1. Resumen De Los Costos Del Programa De Sustentabilidad .....	344
VIII.7.7.2. Detalle de los Costos .....	345
<b>VIII.8. DISEÑO DEL PROGRAMA DE MARKETING.....</b>	<b>349</b>
VIII.8.1. Metodología Del Programa De Marketing.....	349
VIII.8.2. Objetivos Del Programa De Marketing.....	350
Objetivos General.....	350
Objetivos Específicos .....	350
VIII.8.3. Segmentos De Mercado Identificados.....	351

A. Turistas nacionales .....	351
B. Turistas internacionales .....	351
C. Salvadoreños no residentes .....	351
VIII.8.4. Descripción De Los Proyectos Del Programa De Marketing .....	352
VIII.8.5. Establecimientos De Objetivos/Estrategias Del Programa De Marketing .....	353
VIII.8.6. Definición De Las Actividades De Los Proyectos .....	355
VIII.8.7. Procedimientos Para El Desarrollo De Las Actividades De Los Proyectos Del Programa Marketing .....	369
VIII.8.7.1. Procedimiento para realizar las actividades del objetivo C1.1. Señalización en las carreteras de acceso al municipio .....	369
VIII.8.7.2. Procedimiento para realizar las actividades del objetivo C1.2. : Señalización turística del municipio.....	370
VIII.8.7.3. Procedimiento para realizar las actividades del objetivo C2.1.: Relanzamiento en redes sociales .....	371
VIII.8.7.4. Procedimiento para realizar las actividades C.2.2.1 y 2: Viajes de familiarización .....	372
VIII.8.7.5. Procedimiento para realizar la actividad C2.2.3. : Publicidad en medios de radios .....	373
VIII.8.7.6. Procedimiento para realizar la actividad C2.3.2.: Publicidad en mupis y medios de transporte.....	374
VIII.8.8. Recursos Del Programa De Marketing.....	376
VIII.8.8.1. Resumen De Los Costos Del Programa De Marketing.....	376
VIII.8.8.2. Detalle de los Costos .....	376
<b>VIII.9. PROGRAMAS COMPLEMENTARIOS .....</b>	<b>379</b>
VIII.9.1. Contenido de los Programas Complementarios .....	379
VIII.9.2. Programa de Alianzas estratégicas .....	380
VIII.9.3. Programa de Emprendedurismo .....	380
<b>VIII.10. PROGRAMA DE MONITOREO Y CONTROL.....</b>	<b>381</b>
VIII.10.1. Metodología Del Programa De Monitoreo Y Control .....	381
VIII.10.2. Objetivos De Monitoreo Y Control .....	382
Objetivo General .....	382
Objetivos específicos.....	382
VIII.10.3.Contenido De Las Fases Del Programa De Monitoreo Y Control.....	383
VIII.10.4.Ciclo De Monitoreo Y Control .....	384
VIII.10.5. Procedimientos De Monitoreo Y Control .....	385
VIII.10.6. Indicadores De Desempeño De Los Servicios Turísticos En La Zona Costera Del Municipio De Intipucá, La Unión.....	386



VIII.10.7. Formato General De Integración Del Desarrollo Del Turismo Zona Costera Del Municipio De Intipucá .....	393
VIII.10.8. Cuadro De Mando Integral Zona Costera Intipucá .....	396
VIII.10.9. Matriz de Acciones a realizar según los resultados del Monitoreo y Control .....	399
VIII.10.10. Involucrados En La Concientización De La Conservación Del Patrimonio Turístico En La Zona Costera Del Municipio De Intipucá .....	404
VIII.10.11. Formatos Específicos De Monitoreo Y Control Del Desarrollo Del Turismo En La Zona Costera Del Municipio De Intipucá .....	405
VIII.10.12. Establecimiento De Objetivos Y Metas De Los Proyectos .....	408
VIII.10.13. Definición De Las Actividades De Los Proyectos .....	408
VIII.10.14. Procedimientos De Las Actividades Del Programa De Monitoreo Y Control.....	409
VIII.10.14.1. Procedimiento de la actividad 1.1.1. Capacitación sobre manejo de indicadores de desempeño turísticos .....	409
VIII.10.15. Asignación De Recursos .....	410
VIII.10.16. Detalle De Costos .....	410
<b>VIII.11. SÍNTESIS DE LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO.....</b>	<b>411</b>
VIII.11.1. Proyección de la oferta.....	411
VIII.11.2. Ordenamiento de los planes de acuerdo a su implementación .....	414
VIII.11.3. Síntesis de las Actividades, Recursos y Periodicidad de los Programas .....	416
VIII.11.3.1. . Programa de Mejora de la Oferta .....	416
VIII.11.3.2. Programa de Marketing .....	419
VIII.11.3.3. Programa de Sustentabilidad .....	425
<b><i>CAPITULO IX. EVALUACIONES DEL PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO</i></b>	<b><i>430</i></b>
<b>IX.1. OBJETIVOS .....</b>	<b>430</b>
Objetivo General.....	430
Objetivos Específicos .....	430
<b>IX.2. METODOLOGÍA DE LAS EVALUACIONES .....</b>	<b>431</b>
IX.2. 1. Metodología del Estudio Económico .....	431
IX.2.2. Metodología de la Evaluación Económica- Financiera .....	432
<b>IX.3. ESTUDIO ECONOMICO.....</b>	<b>433</b>
IX.3.1. Costos De Inversión De Los Paquetes Turísticos.....	433
IX.3.1. 1. Inversiones Tangibles .....	433
IX.3.1. 2. Inversiones Intangibles .....	434
IX.3.1. 3. Total Inversión Fija Tangible E Intangible .....	434
IX.3.1. 4. Capital De Trabajo .....	435

IX.3.1.5. Total de la Inversión .....	436
IX.3.2. Depreciación Y Amortizaciones De La Inversión .....	437
IX.3.2.1. Depreciación De La Inversión Tangible .....	437
IX.3.2.2. Amortización De La Inversión Intangible.....	437
IX.3.3. Costeo De Los Paquetes Turísticos .....	438
IX.3.3.1. Costos Fijos.....	438
IX.3.3.2. Costos Variables .....	439
IX.3.4. Determinación Del Costo Total Unitario Por Paquete .....	441
IX.3.4. 1. Costo Fijo Unitario .....	441
IX.3.5. Determinación Del Precio De Ventas.....	445
IX.3.5.1. Precios De Venta De Los Tour Propuestos .....	447
IX.3.6. Presupuesto De Ingresos Y Egresos .....	449
IX.3.6.1. Presupuesto De Ingresos.....	449
IX.3.6.2. Presupuesto De Egresos.....	453
IX.3.6.3. Presupuesto De Ingresos Y Egresos.....	454
IX.3.7. Estados Financieros Pro-Forma .....	455
IX.3.7.1. Estado De Resultados Pro-Forma .....	455
IX.3.7.2. Balance Pro-forma.....	455
<b>IX.4. EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA .....</b>	<b>457</b>
IX.4. 1. Indicadores Económicos- Financieros.....	457
IX.4. 1.1.Tasa Mínima Atractiva De Rendimiento.....	457
IX.4. 1.2. Valor Actual Neto .....	458
IX.4. 1.4. Relación Beneficio / Costo.....	459
IX.4. 1.5. Tiempo De Recuperación De La Inversión .....	460
IX.4.1.6. Razones Financieras .....	462
IX.4. 2. Análisis de Sensibilidad.....	464
IX.4.2.1. Escenario 1: reducción en el flujo de turistas, hasta identificar el punto donde el proyecto deja de ser rentable: .....	464
IX.4.2.2. Escenario 2: Niegan la donación a la iniciativa de desarrollo turístico y la cooperativa opta por realizar un préstamo.....	466
IX.4.2.3. Escenario 3: reducción en el flujo de turistas y financiamiento a través de un préstamo para la inversión del proyecto; determinar el punto donde el proyecto deja de ser rentable: .....	467
<b>IX.5. EVALUACIÓN SOCIAL.....</b>	<b>469</b>
IX.5.1. Definición de los Objetivos de Impacto social del Plan, de acuerdo a los Proyectos Propuestos .....	470
<i>IX.5.2. Definición de los Indicadores de Medición del Impacto Social del Plan. ....</i>	<i>471</i>

IX.4.5. Identificación de la línea base y estimación del impacto del proyecto por cada uno de los Indicadores definidos. ....	472
IX.4.3.1. Generación de Fuentes de Empleo Directos e Indirectos. ....	472
IX.5.3.2 Desarrollo de las Iniciativas de Desarrollo Local. ....	474
IX.5.3.3 Aumento de Turismo Interno.....	475
IX.5.3.4. Concientización de la Población con respecto a la Importancia del Turismo. ....	476
<b>IX.6. EVALUACIÓN DE GÉNERO .....</b>	<b>477</b>
IX.6.1. Análisis Situacional de Género.....	477
a. Perfil de Actividades .....	477
b. Perfil de Acceso y Control.....	478
c. Perfil de Actividades Reproductivas .....	480
d. Perfil de Actividades comunitarias .....	486
e. Perfil de acceso y control de los recursos .....	487
IX.6.2. Análisis de problemas .....	496
IX.6.3. Acciones a realizar para fomentar la equidad de género en el plan de desarrollo sustentable de turismo en Intipucá. ....	498
IX.6.4. Asignación equitativa de mujeres y hombres en los proyectos del plan de desarrollo sustentable de turismo para la zona costera del municipio de Intipucá, la unión: .....	499
<b>IX.7. EVALUACIÓN AMBIENTAL.....</b>	<b>500</b>
IX.7.1. Metodología y desarrollo de la evaluación ambiental del plan:.....	501
IX.7.1.1 Etapa I.: Identificación y Clasificación ambiental. ....	502
IX.7.1.2. Actividades que se realizan en los atractivos turísticos .....	503
IX.7.1.3. Etapa II: Preparación y análisis. ....	504
IX.7.2. Metodología de evaluación de los impactos .....	505
IX.7.2.1. Lista de chequeo para identificar impactos ambientales. ....	509
IX.7.2.2. Etapa III: Calificación y decisión. ....	510
IX.7.3. Matriz de evaluación de impacto ambiental .....	511
IX.7.4. Análisis .....	513
IX.7.5. Mitigación .....	513
<b>X. IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.....</b>	<b>514</b>
<b>X.1. ETAPAS DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS .....</b>	<b>516</b>
<b>X.2. METODOLOGÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN.....</b>	<b>517</b>
<b>X.3. OBJETIVOS .....</b>	<b>518</b>

<i>X.3.1. Objetivo general</i> .....	518
<i>X.3.2. Objetivos específicos</i> .....	518
<b>X.4. POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LA EJECUCIÓN</b> .....	<b>518</b>
<i>X.4.1. Políticas</i> .....	518
<b>X.5. DESGLOSE ANALÍTICO</b> .....	<b>520</b>
<i>X.5.1. Descripción De Paquetes De Trabajo Y Sus Respectivas Actividades</i> .....	521
X.5.1.1. Paquete De Trabajo: Capacitación Sobre Contenido Y Desarrollo Del Plan .....	521
X.5.1.2. Paquete De Trabajo: Legalización De Construcción De Centro De Acopio Y Relleno Sanitario Manual .....	522
X.5.1.3. Paquete De Trabajo Gestión De Infraestructura Y Recursos.....	522
X.5.1.4. Paquete De Trabajo Puesta En Marcha .....	524
X.5.2. Matriz De Actividades Y Secuencia Del Paquete De Capacitación Del Personal.....	528
X.5.3. Matriz De Actividades Y Secuencia Del Paquete De Legalización De Construcción De Centro De Acopio Y Relleno Sanitario Manual.....	528
X.5.4. Matriz De Actividades Y Secuencia Del Paquete De Gestión De Infraestructura Y Recursos .....	529
X.5.5. Matriz De Actividades Y Secuencia Del Paquete De Puesta En Marcha .....	529
X.5.6. Matriz De Actividades Y Secuencia De Todo El Proyecto .....	533
<b>X.6. PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES</b> .....	<b>538</b>
<i>X.6.1. Metodología De Programación De Actividades</i> .....	538
<b>X.7. RED DE PROYECTO</b> .....	<b>541</b>
<i>X.7.1. Red De Capacitación Del Personal</i> .....	541
<i>X.7.2. Red De Legalización De Construcción De Centro De Acopio Y Relleno Sanitario Manual</i> .....	541
<i>X.7.3. Red De Gestión De Infraestructura Y Recursos</i> .....	541
<i>X.7.4. Red De Puesta En Marcha</i> .....	542
<i>X.7.5. Red Integrada Del Proyecto: Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo Para La Zona Costera Del Municipio De Intipucá, La Unión</i> .....	543
<b>X.8. IMPLEMENTACIÓN INTEGRADA</b> .....	<b>544</b>
<b>X.9. ORGANIZACIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.</b> .....	<b>546</b>
X.9.1. Estructura Organizativa .....	546
X.9.2. Funciones. ....	548
<b>X.10. ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO</b> .....	<b>561</b>
<i>X.10.1. Mitigación del riesgo</i> .....	561

X.10.2. Acciones A Tomar Para El Control Y Supervisión De Las Actividades De La Administración Del Proyecto.....	563
<b>X.10.3. Indicadores Para La Evaluación Expost Del Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo Para La Zona Costera Del Municipio De Intipucá, La Unión</b> .....	<b>563</b>
<b>X.11. PRESUPUESTO PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO</b> .....	<b>567</b>
<b>X.12. PRESUPUESTO TOTAL Y DELEGACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DEL PLAN</b> .....	<b>569</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>570</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>570</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>571</b>
<b>GLOSARIO TÉCNICO</b> .....	<b>572</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>574</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>575</b>
<b>ANEXO 1: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA</b> .	<b>575</b>
A. Cuestionario para las Entrevistas .....	575
B. Fichas De Recolección De Datos .....	577
<b>Anexo 3: Cuestionario Para La Investigación De Los Turistas</b> .....	<b>581</b>
Cuestionario Depurado para Investigar a los Turistas .....	582
<b>Ver Anexo 3: Instrumentos De Recolección De Información Para El Espacio Geográfico</b> .....	<b>584</b>
<b>Anexo 4: Instrumentos De Recolección De Información Para Entes De Interés</b> .....	<b>588</b>
<b>ANEXOS5: ANIMACIÓN SOCIO CULTURAL</b> .....	<b>595</b>
<b>ANEXO 6: COSTOS DE ESPACIO AL AIRE DE GRUPO RADIAL SAMIX</b> .....	<b>597</b>
<b>Anexo 7: Precios, cobertura y características de los medios publicitarios</b> .....	<b>598</b>
<b>VER ANEXO 9, EXPLICACIÓN Y FORMULAS PARA LA DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS Y EGRESOS</b> .....	<b>603</b>

## Índice De Esquemas

Esquema 1: Ciclo del proceso de diseño de Krick .....	1
Esquema 2: Componentes Del Sistema Turístico .....	35
Esquema 3: Estructura de la Oferta y la Demanda.....	35
Esquema 4: Estructura Organizativa del Ministerio de Turismo de El Salvador .....	62
Esquema 5: Relación entre instituciones que forman MITUR.....	63
Esquema 6: Relación Interinstitucional de la Secretaria de la Cultura.....	64
Esquema 7: Esquema general de la metodología del diagnostico.....	92
Esquema 8: Conceptualización de Diseño .....	213
Esquema 9: Metodología del Programa de Mejora de la Oferta Turística .....	223
Esquema 10: Contenido de Programa de Mejora de la Oferta Turística .....	226
Esquema 11: Proceso de Prestación de Servicio de Tour Operador.....	256
Esquema 12: Procedimientos de navegación Tour de Kayak .....	257
Esquema 13: Procedimientos de protocolo de recepción y reuniones informativas.....	259
Esquema 14: Procedimientos de prevención y manejo de emergencias en Tour de Kayak .....	260
Esquema 15: Procedimientos para establecer un Programa de Calidad .....	277
Esquema 16: Proceso general de Servicio de Restaurante para la Zona Costera de Intipucá.....	282
Esquema 17: Metodología del Programa de Sustentabilidad .....	321
Esquema 18: Metodología del Programa de Marketing.....	349
Esquema 19: Metodología del Programa de Monitoreo y Control.....	381
Esquema 20: Contenido de las fases del Programa de Monitoreo y Control.....	383
Esquema 21: Formato General de Integración del Plan de Desarrollo.....	394
Esquema 22: Involucrados en la Concientización del Patrimonio Turístico.....	404
Esquema 23: Orden de implementación de los programas .....	415
Esquema 24: Desglose analítico de programas del Plan. ....	515
Esquema 25: Metodología de implantación del Plan.....	517
Esquema 26: Descomposición de trabajo .....	520
Esquema 27: Desglose analítico de implantación del Plan. ....	521
Esquema 28: Estructura de puestos Comité de Turismo de Intipucá. ....	546
Esquema 29: Estructura de funciones Comité de Desarrollo Turístico de Intipucá. ....	547
Esquema 30: Diagrama de flujo del cuestionario de la investigación de la demanda.....	581

## Índice De Gráficos

Gráfico 1: Clasificación por genero de las redes sociales .....	109
Gráfico 2: Usuarios de Facebook en C.A.....	110
Gráfico 3: clasificación por edades de los usuarios de las redes sociales .....	111
Gráfico 4: clasificación por nivel educativo de los usuarios de las redes sociales .....	111
Gráfico 5: clasificación por ocupación de los usuarios de las redes sociales .....	112
Gráfico 6: segmentos de publicidad recordad por usuarios de redes sociales.....	112
Gráfico 7: porcentaje de personas por departamento que contestaron el cuestionario de la investigación de la demanda .....	143
Gráfico 8: porcentaje de personas por edad que contestaron el cuestionario de la investigación de la demanda .....	143
Gráfico 9: porcentaje de personas por sexo que contestaron el cuestionario de la investigación de la demanda .....	144
Gráfico 10: porcentaje de personas que les gusta el turismo sol y playa.....	144
Gráfico 11: Porcentaje de personas que han visitado las playas del Oriente de El Salvador .....	144
Gráfico 12: Porcentaje de personas que han visitado las playas del Intipucá .....	145
Gráfico 13: principales motivos por lo que no han visitado las playas de Intipucá .....	145
Gráfico 14: Conocimiento de la población del tour a los manglares .....	145
Gráfico 15: porcentaje de personas que les gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida turística .....	146
Gráfico 16: porcentaje de personas que les gustaría realizar un tour a los manglares de Intipucá en kayak o lancha.....	146
Gráfico 17: servicios adicionales al tour que las personas esperan en la visita a Intipucá.....	146
Gráfico 18: preferencia de las personas por el tour en kayak o lancha .....	147
Gráfico 19: Motivos por los que no han visitado las playas del oriente de El Salvador .....	147
Gráfico 20: Conocimiento de las personas que no han visitado las playas de oriente si saben que Intipucá tiene playas .....	148
Gráfico 21: Gráfico 22: Conocimiento de las personas que no han visitado las playas de oriente si saben que Intipucá ofrece un tour en kayak o lancha a los manglares .....	148
Gráfico 23: porcentaje de personas que no han visitado las playas de oriente que les gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida turística .....	148
Gráfico 24: principales motivos (de las personas que si han visitado las playas de oriente) por lo que no les gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida turística.....	149
Gráfico 25: Tipo de turismo que le gustaría realizar en Intipucá.....	149
Gráfico 26: Atractivos turísticos que le gustaría visitar en Intipucá.....	150
Gráfico 27: preferencia por edades entre el tour de kayak o lancha .....	188
Gráfico 28: Pronostico mensual de la oferta.....	412

## Índice De Imágenes

Imagen 1: Perfil de facebook para encuestar a los turistas.....	115
Imagen 2: Exposición de dulces y vinos de “Las chichipateñas” Artesanas de Intipucá .....	134
Imagen 3: Feria empresarial CDMYPE ADEL LA UNIÓN .....	135
Imagen 4: publicidad realizada por los establecimientos hoteleros de Intipucá .....	184
Imagen 5: Carreteras al municipio .....	193
Imagen 6: Carreteras a la playa .....	193
Imagen 7: Señalización .....	194
Imagen 8: Fauna .....	194
Imagen 9: Flora .....	194
Imagen 10: Transporte.....	195
Imagen 11: Restaurantes.....	195
Imagen 12: Hoteles .....	196
Imagen 13: Playas.....	197
Imagen 14: Montañas.....	197
Imagen 15: Parque .....	198
Imagen 16: Monumento al hermano lejano .....	198
Imagen 17: Zona urbana municipio – calle central.....	198

## Índice De Tablas

Tabla 1: Corrientes Teóricas de la Planeación.....	5
Tabla 2: Síntesis de los Conceptos de Planeación en base a las diferentes Corrientes de Planificación ....	13
Tabla 3: Criterios de Selección del Modelo de planificación .....	15
Tabla 4: Ponderación de Criterios .....	16
Tabla 5: Pertinencia de Variable con Criterio de Selección del Modelo .....	16
Tabla 6: Evaluación de Enfoque .....	16
Tabla 7: Características de Planificación Estratégica y Operativa .....	17
Tabla 8: Resumen de los Enfoques y Etapas del Proceso de Planificación.....	24
Tabla 9: Recopilación y Síntesis de las etapas del Proceso de Planificación.....	25
Tabla 10: Fases de la Planeación Estratégica con aplicación turística.....	28
Tabla 11: Contenido del Plan de Desarrollo .....	29
Tabla 12: Conceptos, elementos de las definición de de Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo ....	47
Tabla 13: Requisitos generales y específicos de inscripción para Registro Nacional de Turismo .....	50
Tabla 14: Información Requerida y Metodología de Levantamiento de Información De Fuentes Primarias .....	101



Tabla 15: Información Requerida y Metodología de Levantamiento de Información de Fuentes Secundarias .....	102
Tabla 16: Universo de Servicios y Atractivos Turísticos .....	104
Tabla 17: Resultados del encuestaje piloto para la determinar la distribución de respuestas de la investigación primaria.....	113
Tabla 18: Entrevistas para Investigación de Servicios y Atractivos Turísticos .....	119
Tabla 19: Tipos de Fichas para el levantamiento de información .....	120
Tabla 20: Entrevistas para Investigación de Servicios y Atractivos Turísticos .....	123
Tabla 21: Distribución territorial del Municipio.....	136
Tabla 22: Inventario de Recursos y Atractivos Turísticos.....	138
Tabla 23: Servicios Turísticos Identificados en la Zona Costera: Hoteles .....	140
Tabla 24: Servicios Turísticos Identificados en la Zona Costera: Restaurantes .....	140
Tabla 25: Servicios Turísticos Identificados en la Zona Costera: Tour Operador.....	141
Tabla 26: Servicios Turísticos Identificados en la Zona Costera: Potenciales prestadores de servicio .	142
Tabla 27: Resultados de la investigación de la demanda de fuente secundaria .....	151
Tabla 28: <i>ficha de acceso al municipio</i> .....	160
Tabla 29: Ficha de infraestructura del municipio y zona costera de Intipucá.....	161
Tabla 30: Servicio de transporte Buses .....	162
Tabla 31: Registro De Tour Operadores De El Salvador.....	171
Tabla 32: Operadores De Turismo Interesados En Un Tour A La Zona Costera De Intipucá .....	174
Tabla 33: Resultados cuestionario a tour operadores .....	175
Tabla 34: Resultados cuestionario de investigación de la competencia de tour de kayak .....	180
Tabla 35: capacidad de acogida de los hoteles y de los restaurantes.....	182
Tabla 36: demanda que presentan los servicios turísticos en promedio el presente año 2013 .....	183
Tabla 37: Demanda real playas de la zona costera de Intipucá .....	189
Tabla 38. Proyecciones de demanda zona costera de Intipucá.....	190
Tabla 39: Demanda proyectada por cada tipo de turismo .....	192
Tabla 40: análisis de los elementos del espacio geográfico .....	193
Tabla 41: Evaluación Del Espacio Geográfico .....	200
Tabla 42: Diagnostico de la situación actual del turismo de la zona costera de Intipucá.....	204
Tabla 43: Identificación De Los Programas Del Plan De Desarrollo .....	208
Tabla 44: Evaluación de alternativas de solución .....	217
Tabla 45: Descripción De Los Programas Del Plan De Desarrollo .....	219
Tabla 46: Descripción de cada una de las fases del Programa de Mejora Turística.....	227
Tabla 47: Paquete #1 de Tour de kayak al manglar:.....	262
Tabla 48: Paquete tour de kayak manglar #2 .....	263
Tabla 49: Paquete de tour de kayak manglar #3 .....	264
Tabla 50: Paquete de tour a Río Guarrapuca.....	265

Tabla 51: Paquete de tour de Montaña .....	266
Tabla 52: Paquete tour hotelero .....	267
Tabla 53: Toma de temperatura de los alimentos .....	293
Tabla 54: Requisitos para cocción para alimentos específicos .....	293
Tabla 55: Programa de limpieza y desinfección de utensilios de cocina .....	294
Tabla 56: Descripción de los proyectos de sustentabilidad.....	323
Tabla 57: Objetivos y Resultados Esperados de los Proyectos.....	324
Tabla 58 Actividades de los objetivos de los proyectos de sustentabilidad.....	326
Tabla 59: Resumen de los costos de los proyectos del programa de sustentabilidad .....	344
Tabla 60: Detalle de los costos de los proyectos del programa de sustentabilidad.....	345
Tabla 61: Estimación de los Recursos del Proyecto de Conservación de los Recursos Turísticos .....	346
Tabla 62: Descripción de los Proyectos del Programa de Marketing.....	352
Tabla 63: objetivos y resultados esperados de los proyectos del programa de marketing .....	353
Tabla 64: Resumen de los costos de los proyectos programa de marketing .....	376
Tabla 65: detalle de los costos de las actividades de los proyectos del programa de marketing .....	376
Tabla 66 Indicadores de desempeño de los servicios turísticos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.....	391
Tabla 67: Indicadores de desempeño para el Programa de Monitoreo y Control .....	392
Tabla 68: Cuadro de Mando Integral Zona Costera de Intipucá.....	398
Tabla 69: Modelo de Encuesta de Satisfacción al Cliente.....	405
Tabla 70: Capacidad de Carga para Establecimientos de Turismo.....	406
Tabla 71: Modelo de Encuesta para evaluar la Conservación ambiental.....	406
Tabla 72: Modelo de encuesta general para Monitoreo y Control .....	407
Tabla 73: Niveles de ocupación de la capacidad turística.....	412
Tabla 74: Salarios de la planilla fija de la cooperativa .....	435
Tabla 75: pago de suministros y servicios.....	436
Tabla 76: costos de administración de los paquetes turísticos.....	438
Tabla 77: costos de comercialización de los paquetes turísticos.....	438
Tabla 78: Costos de los guías turísticos .....	439
Tabla 79: Costo de servicios sub – contratados .....	439
Tabla 80: Costos de comisión por paquete.....	440
Tabla 81: determinación del costo unitario en base a 2 personas.....	441
Tabla 82: determinación del costo unitario en base a 2 personas – sin comida y estadía.....	442
Tabla 83: El precio unitario en base de 4 a 6 personas .....	443
Tabla 84: Costo unitario en base a 4 a 6 personas, sin comida y estadía.....	443
Tabla 85: costo unitario en base a un grupo de 12 a 15 personas.....	444
Tabla 86 Tour sin incluir comida, en base a 12 a 15 personas:.....	444

Tabla 87: Comparación de precios de la competencia (tour en Jiquilisco) vrs. Costos de la cooperativa .....	445
Tabla 88: Comparación de precios de la competencia (tour en Costa del Sol ) vrs. Costos de la cooperativa.....	446
Tabla 89: precios/persona de tour con comida y estadía incluida para parejas.....	447
Tabla 90: precios/persona de tour con comida y estadía incluida para familias .....	447
Tabla 91: precios/persona de tour con comida y estadía incluida para grupo de amigos .....	448
Tabla 92: Precios/persona sin estadía y sin comida.....	448
Tabla 93: Ingresos de venta de paquetes sin comida y sin servicio de transporte .....	450
Tabla 94: Ingreso de ventas de paquetes con comida y transporte incluido .....	451
Tabla 95: Presupuesto de ingresos totales de la cooperativa.....	452
Tabla 96: razones financieras para la evaluación de los paquetes.....	462
Tabla 97: resultado y análisis de las razones financieras aplicadas a los paquetes turísticos.....	463
Tabla 98: proyección de ventas reducida 50%.....	464
Tabla 99: indicadores económicos con ventas reducidas al 50% .....	464
Tabla 100: proyección de ventas reducida 40%.....	465
Tabla 101: indicadores económicos con ventas reducidas al 40% .....	465
Tabla 102: proyección de ventas reducida 42.65% .....	465
Tabla 103: indicadores económicos con las ventas reducidas al 42.65% .....	465
Tabla 104: indicadores económicos con TMAR de 5.37% y costos financieros de \$538.69.....	466
Tabla 105: reducción del flujo de turistas al 50%.....	467
Tabla 106: indicadores económicos reducción del flujo de turistas al 50%, con costos financieros de \$538.69 y TMAR de 5.39% .....	467
Tabla 107: Reducción en el flujo de turistas al 60% .....	467
Tabla 108: indicadores económicos reducción del flujo de turistas al 27%, con costos financieros de \$538.69 y TMAR de 5.39%. .....	468
Tabla 109: Entorno ambiental de la Zona Costera de Intipucá.....	502
Tabla 110: Actividades que se realizan en los atractivos turísticos de la Zona Costera de Intipucá.....	503
Tabla 111: Metodología de evaluación de los impactos. ....	506
Tabla 112: Lista de chequeo para identificar impactos ambientales. ....	509
Tabla 113: Etapas de la administración de proyectos.....	516
Tabla 114: Indicadores para la evaluación expost. Del Plan. ....	566
Tabla 115: Costos administrativos de ADP. ....	567
Tabla 116: Presupuesto para la administración del Proyecto.....	567
Tabla 117: Costo total de administración de Proyecto. ....	568
Tabla 118: Tasa de Inflación 1997-2013.....	602
Tabla 119: Índice de Precios al consumidor (IPC) Base dic. 2009 e Inflación.....	602
Tabla 120: clasificación del flujo de turistas según medio de transporte .....	603

Tabla 121: Clasificación del flujo de turistas que utilizan vehículo propio por tipo de tour y cantidad de personas con quienes hacen tour .....	603
Tabla 122: clasificación de flujo de turistas por tipo de tour, preferencia de estadía y cantidad de personas a tomar el tour.....	604

## INTRODUCCIÓN

La cantidad de recursos turísticos con que cuenta El Salvador, específicamente la Zona Costera del Municipio de Intipucá, unido con el impulso al turismo en los últimos años en El Salvador y la preocupación por la preservación de los recursos naturales, se convierte en elemento clave para la realización del Plan de Desarrollo Sustentable de turismo.

Éste estudio, pretende contribuir con el Desarrollo Sustentable del Turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión. A través de la Cooperativa de Turismo de Intipucá: “El Gran Arco de la Boca de R. L.”. Impulsando el turismo para obtener beneficios económicos que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.

Como herramienta clave, la ingeniería industrial se ajusta a este estudio, debido a que permite emplear técnicas para el desarrollo de un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo sobre una base científica.

El desarrollo del Plan, comienza por estudiar el ambiente que rodea a un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo; Para ello se comienza por establecer el marco teórico de la investigación.

El marco teórico sobre el diseño de un sistema de turismo, marca la pauta de los aspectos a investigar para poder elaborar los instrumentos de recolección de información, que permiten conocer más a fondo la situación actual en que se encuentra el turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.

A partir de los elementos que componen el sistema turístico, se desarrolla la metodología para la elaboración del diagnóstico. Para ello, se ha utilizado la matriz de congruencia con el propósito de llevar una mejor comprensión de la lógica de las preguntas que se hacen y cómo se le da respuesta a cada una de ellas con la recolección de la información. Para el caso de la demanda, se investigan los gustos y preferencias de los turistas, así como datos relacionados de la intención de los turistas de realizar turismo en la Zona Costera de Intipucá, La Unión.

En el caso de la oferta, realizar un inventario de oferta turística con que cuenta el municipio y las oportunidades de mejora y deficiencias encontradas. Para el espacio geográfico que es el lugar donde converge la oferta y demanda, recopilando información sobre elementos del

espacio geográfico y realizando una evaluación del estado actual para tenerlos en cuenta al momento de realizar el diseño. El último elemento a considerar, los entes de interés, con el propósito de conocer el apoyo que se puede obtener, así como, posibles alianzas que se puedan llevar a cabo para el desarrollo del turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.

Luego de conocer las áreas deficientes y las áreas de mejora se usa la técnica de la caja negra para elaborar el planteamiento del problema desde el punto de vista de sistema turístico.

Posteriormente, se realiza la conceptualización del diseño que será la base para la realización de la siguiente etapa: El Diseño del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

Se revisan las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas detectadas en la etapa de diagnóstico, con el propósito que el diseño ataque directamente estos puntos claves para el logro del Desarrollo en la Zona Costera. Posteriormente, se busca información sobre diseños turísticos que se han realizado para tenerlos de modelo. Luego, se revisa la Normativa de Calidad Turística Salvadoreña.

Con la información del FODA, normas técnicas y proyectos similares, se desarrollan los Programas que contiene el Plan de Desarrollo. Primero, se detalla de manera sistemática el contenido de cada uno de los programas, a partir de ello se proporcionan elementos estratégicos generales para todos los programas. Posteriormente, se desglosa cada uno de los programas: Mejora de la Oferta Turística, Marketing, Sustentabilidad, Monitoreo y Control y Programas Complementarios. En cada uno de ellos, se detalla la metodología general seguido de estrategias generales contenidas en cada plan. Además, en cada programa se detalla su contenido general y a continuación el desarrollo general de cada programa en particular.

Se pretende lograr cubrir los objetivos planteados para lograr realizar la mejor propuesta de diseño que contribuya al progreso y desarrollo del Turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

En el programa de Oferta, se abarca la mejora para Tour Operadores, procedimientos de mejora al tour de kayak, documentación de diseño de rutas turísticas, especificaciones técnicas turísticas, manuales de calidad.

En el programa de Mercadeo, abarca las herramientas mercadológicas de promoción de los servicios turísticos de la Zona Costera de Intipucá.

En el programa de Sustentabilidad, se abordan aspectos técnicos requeridos para un desarrollo que permita la conservación de los recursos turísticos para las generaciones futuras.

El programa de Monitoreo y Control contiene una serie de indicadores que junto con el Cuadro de Mando integral le permitan a los usuarios del documento controlar y medir el avance del turismo y el cumplimiento de los objetivos proyectados.

Posteriormente, se plantea el Programa Complementario solamente a manera de estrategias que permite fortalecer los puntos débiles que se encontraron en el diagnóstico.

Una vez diseñado el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo se procede a evaluarlo desde varios puntos de vista.

El primer punto es la Evaluación económico financiero, en este apartado, se determinan los costos en que incurrirá el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo. Además las inversiones que se requieren para el desarrollo del Plan. Se detalla el balance general del Plan así como la proveniencia de los fondos, hacia donde van y como serán recuperados. Finalmente se utilizan las razones financieras con el propósito de tomar las mejores decisiones para hacer el Plan más rentable.

Luego se determinan los beneficios sociales que generará el Plan a partir de la evaluación social destacando la contribución en el desarrollo del Municipio como resultado de la puesta en marcha del Plan. Además, se realiza la evaluación de género para incluir equitativamente a hombres y mujeres en el Plan sabiendo que el resultado será de gran contribución en la lucha de la igualdad de condiciones para hombres y mujeres en el Municipio de Intipucá.

Como apartado especial, se destaca la evaluación ambiental del Plan debido a que se busca un desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá. Con el propósito de disminuir el impacto negativo al medio ambiente e incorporando los principios de turismo sustentable para conseguir impactos positivos en el Plan.

Finalmente, se presenta la administración del proyecto donde se desglosan los paquetes de trabajo que contempla el Plan con sus respectivas actividades, con el propósito de programar las actividades a través de la red del proyecto, determinando la duración del proyecto y su respectivo costo. Además, se propone la organización para la implementación del Plan de Desarrollo Sustentable de turismo donde se asignan los responsables de la ejecución del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

## OBJETIVOS DEL ESTUDIO

### OBJETIVOS GENERAL

Diseñar un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo que posicione al municipio de Intipucá como un destino turístico atractivo para visitantes nacionales, que promueva el aprovechamiento de los recursos endógenos de la comunidad y así contribuir con el desarrollo social mejorando la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Intipucá.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un Marco Teórico, Legal y de Antecedentes que permitan contar con el conocimiento para diseñar el plan de desarrollo sustentable de turismo;
- Establecer una metodología de investigación para la recolección de información de manera ordenada para hacer un análisis FODA de la situación actual turística del Municipio;
- Recopilar información de la situación general y turística del municipio de Intipucá a partir de fuentes de información primarias y secundarias para realizar un diagnóstico de la situación actual del turismo, considerando factores internos como: inventario de recursos, infraestructura, servicios, situación socioeconómica, cultural, entre otros, y externos como: la demanda, entes de interés, leyes, políticas, programas de apoyo, entre otros;
- Realizar un análisis FODA de los resultados de la investigación de la situación actual de turismo para determinar las debilidades que se tienen que mejorar, las oportunidades de mejora, las amenazas y las fortalezas del municipio;
- Diseñar programas para el fortalecimiento de las debilidades, afrontar las amenazas, aprovechamiento de las oportunidades y fortalezas, estos programas siguiendo el esquema de Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo;
- Realizar una evaluación económica y financiera de la implementación del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo, determinando las entradas y salidas de fondos que se tendrán para la realización del mismo;
- Determinar el impacto social, ambiental y de género que las medidas propuestas por el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo que tendrán en el municipio de Intipucá;
- Desarrollar las estrategias, políticas, actividades y evaluar si la organización actual de desarrollo turístico es capaz de la implementación del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.



## ALCANCES Y LIMITACIONES

### ALCANCES

Las alternativas irán acorde a las capacidades y realidades que el municipio de Intipucá atraviesa y en función del alcance de las expectativas de la Cooperativa de turismo INTIPUCÁ TOUR.

La Investigación a desarrollar se enfocara geográficamente en la zona costera municipio de Intipucá, Departamento de La unión;

El estudio abarcará desde el diagnóstico de la situación actual del municipio; la identificación, evaluación, análisis y selección de las alternativas Turísticas de mayor potencial económico, hasta la definición y selección estrategias de desarrollo sustentables;

La investigación se orientara en encontrar las exigencias de los consumidores, entes de interés y los potenciales turísticos y servicios anexos con los que cuenta el municipio para poder explotarlos a nivel nacional, estos potenciales incluirán a los proyectos que brinden un desarrollo sustentables a mediano y largo plazo al municipio;

## LIMITACIONES

La implementación del plan será ejecutada por la cooperativa de turismo INTIPUCÁ TOUR, dando un espacio a que se puedan modificar aspectos importantes que repercutan en los resultados;

Los registros sobre indicadores de turismo que se tengan, no se cuentan delimitados por municipios si no solo de manera general a nivel nacional;

Falta de colaboración por algunos habitantes de ciertas partes del municipio, debido al olvido que han sufrido por parte de los gobiernos y que les ha generado una actitud negativa hacia estas iniciativas de estudios.

## IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

### IMPORTANCIA

El Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la zona costera del Municipio de INTIPUCÁ es importante desde diferentes perspectivas, y basado en datos estadísticos, se tiene que el turismo en El Salvador tiene un potencial enorme ya que, su participación en el PIB ha pasado de 0.4% en el año 1995 a 2.9% del PIB en el 2011<sup>1</sup>, con un pico de 4.5% en el 2006.

Por una parte se busca generar fuentes de empleo, potenciar el conocimiento para la creación de negocios fomentado la asociatividad entre los habitantes, éste es uno de los aspectos de debilidad que se ha detectado en el municipio; que los habitantes tienen poco conocimiento sobre las ventajas de la asociatividad, formalización y desarrollo pleno de negocios.

El Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, servirá como modelo para otros municipios de la zona costera de Oriente, para que aprovechen el gran potencial que posee la zona en materia turística y como lo muestran los datos más adelante, es un rubro que está en crecimiento.

Se pretende generar turismo sustentable como un importante factor para la conservación ecológica, buscando la participación comunitaria y la participación activa del visitante, tratando de responder a los requerimientos de un creciente número de turistas nacionales e internacionales que buscan un contacto más cercano y activo con los ecosistemas y las culturas locales, al tiempo que se interesan en la preservación de ambos.

Generar herramientas a los habitantes circundantes (playa el Esterón) del municipio de Intipucá del proyecto turístico Playa el Icacal (Construcción de un Hotel Ecológico) para atraer turistas a partir del flujo que se generara en dicho proyecto<sup>2</sup>.

Mayor aprovechamiento del proyecto Equipamiento y Capacitación para la implementación de un Tour a los Manglares en Kayak, Señalización Turística y Capacitación Artesanal donado por JICA con un monto que asciende a 14 mil dólares<sup>3</sup>.

---

1 Fuente: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA ZONA SUR-ESTE DE AHUACHAPÁN Y OESTE DE SONSONATE, HERMES ANTONIO LEONEL AQUINO HENRÍQUEZ - JOSÉ RIGOBERTO FLORES ABREGO - ALICIA DEL CARMEN VILLANUEVA GUILLÉN, Escuela de Ingeniería Industrial 2011.

2 Fuente: Portafolio de proyectos de inversión turística, El Salvador, Edición No. 1 - 2011.

3 Fuente: <http://intipucator.com/un-mejor-Intipucá/>

Como soporte a lo expresado anteriormente, se presentan datos estadísticos que le dan vida a la importancia que tiene el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable al Municipio de Intipucá:

El Ministerio de Turismo destacó que en 2011 el porcentaje de ingresos generado por el rubro de turismo en El Salvador incrementó 18,3% en comparación al 2010.

De acuerdo a la cifras, lo anterior representa ingresos de \$615.1 millones. En 2009 se obtuvo un ingreso de \$516.9 millones y en 2010, \$518 millones de dólares.

En el período de vacaciones de diciembre se reportó un aumento de 13.3% representado por 78,055 visitantes que llegaron al país, de los cuales 22,801 se transportaron mediante las diferentes aerolíneas que brindan sus servicios en El Salvador.

Se señala también que los 615.1 millones de ingresos que generó el rubro de turismo en el 2011 representa un 2.9% del Producto Interno Bruto (PIB) y se destaca que esos ingresos representan un impacto positivo en la economía nacional. A la vez, se subraya que el gasto diario promedio de un turista extranjero para 2011 fue un aproximado de \$103 lo que contribuye para mejorar las ganancias de la economía nacional.

En cuanto al turismo interno, las estadísticas registran aproximadamente cinco millones de personas que visitaron los diferentes parques del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) que generan fondos por 114 millones de dólares. En total, el turismo para 2011 generó de 729 millones de dólares<sup>4</sup>.

Turismo “Importante generador de empleos”: Para el análisis de la medición del empleo influenciado por el sector turismo, es importante señalar que debe de referirse al “número de ocupaciones remuneradas necesarias para producir un bien o prestar un servicio al turista residente y no residente”.

Según datos oficiales, otras áreas de informes de crecimiento de las actividades incluyen restaurantes, con 54,0%; alojamientos, el 35,5%, los operadores turísticos, el 7,4%, el transporte, el 2,0%, y las agencias de viajes, un 1,1%. El sector Hotelero abrió 103 nuevos Hoteles, llegando así a 318 y 7.282 habitaciones, el 47,9%<sup>5</sup>.

Durante los primeros meses de 2012, El Salvador ha conseguido llegar a los 852.600 turistas, que es una cifra muy importante que supone un incremento del 7,6% con respecto a los

---

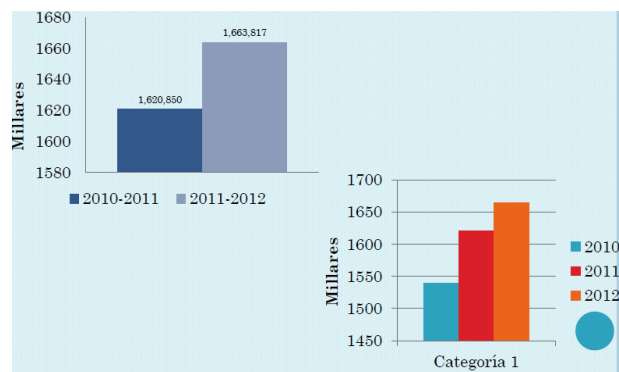
<sup>4</sup> Fuente: DiarioColatino.com

<sup>5</sup> Fuente: Bye TN | jun. 09, 2008 Por ETN | 09 de junio 2008

primeros meses del año pasado y esto es por tanto una noticia muy interesante para el sector turístico del país.

De seguir así El Salvador se consolidaría como uno de los grandes destinos turísticos de Centroamérica y como un lugar muy atractivo para turistas del continente americano. La promoción que se está realizando desde hace algunos meses está surtiendo los efectos deseados y es una muy buena noticia para que El Salvador siga cosechando muchos éxitos en lo que resta de año 2012, que está siendo uno de los mejores años de los últimos tiempos para diferentes destinos de interés de El Salvador<sup>6</sup>.

Además según el Ministerio de Turismo hubo un incremento de 2.65% respecto al año pasado, es decir que se recibieron 1,663,817.00 visitantes durante el año y un crecimiento acumulado en los últimos 3 años del 8.1%.



Fuente: Boletín Institucional Ministerio de Turismo

El Salvador se está convirtiendo en un destino turístico no sólo para el turismo nacional, sino también para el turismo internacional, es por ello que el Ministerio de turismo con el deseo de ampliar los atractivos turísticos, así como con cumplir con su Visión y Misión<sup>7</sup>, ha decidido impulsar la zona oriental y para realizar un óptimo desarrollo turístico en esta zona es necesario planificar dicho desarrollo, conocer las potencialidades del lugar, y al mismo tiempo trazar estrategias que a su vez busquen la sustentabilidad de los recursos turísticos, de allí la importancia de contar con un plan de desarrollo sustentable de turismo para el municipio de Intipucá.

---

<sup>6</sup> Fuente: [elsalvador.pordescubrir.com](http://elsalvador.pordescubrir.com)

<sup>7</sup> VISIÓN MITUR: “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.”, MISIÓN MITUR: “Posicionar a El Salvador como marca y destino turístico de primer orden en la Región Centroamericana, mediante la ordenación turística del territorio, la mejora cuantitativa y cualitativa de la oferta, así como la puesta en valor y sostenibilidad de los recursos turísticos, haciendo partícipe, mediante la sensibilización, formación e información, a la comunidad salvadoreña, donde quiera que ésta resida.”

## JUSTIFICACIÓN

El Plan Nacional de Turismo 2014 fue presentado a principios de 2006 como primer gran documento estratégico de referencia para el desarrollo y promoción del turismo en El Salvador.

Posteriormente se revisa y realiza un acuerdo de proyectar el Plan para el año 2020. Con la firma del acuerdo, El Salvador va a ser un foco de atracción para los inversionistas. Si paralelamente el país está promoviendo una legislación para estimular la inversión, eso vendrá a potenciar el interés del turismo en el país.

El Ministerio de Turismo y Corsatur han considerado necesario que dicha revisión sirva para llevarlo al horizonte temporal del año 2020, para así contar con una visión de largo plazo sobre el desarrollo turístico de El Salvador que permita contemplar aquellas inversiones y actuaciones (nuevas infraestructuras de comunicaciones, cambios en el sistema de capacitación y cualificación turística, promoción en algunos mercados emisores, por ejemplo) cuyos efectos serán más visibles a medio y largo plazo. Todo ello, en consonancia, con los procedimientos y sistemas de planificación existentes en el ámbito de otras organizaciones turísticas mundiales, regionales, así como por parte de numerosos países de la escena turística internacional.

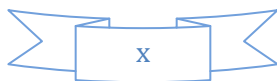
Según la Visión del Plan Nacional de Turismo de El Salvador 2020 se tiene que<sup>8</sup>:

En el año 2020, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un eje prioritario del desarrollo económico del país e instrumento indispensable para el bienestar social de toda la población salvadoreña, de la puesta en valor y conservación de los recursos, así como para la competitividad de la economía y el empleo, considerando especialmente las necesidades de las personas más desfavorecidas.

El Salvador será un destino turístico sustentable y competitivo referente en Centroamérica, en cuyo mercado se posicionará como líder en aquellos segmentos en que, por su singularidad, puede potenciar una ventaja diferencial significativa.

---

<sup>8</sup> Fuente: Plan Nacional Turismo El Salvador 2020



Un país que se suma a la senda de una proyección turística mayor para toda Centroamérica y que, apoyado por una imagen de marca-país reconocida, se presenta como destino integrador de turismo temáticos especializados en el marco de una reconocida estabilidad política, social y económica, de la capacidad emprendedora del país así como de la responsabilidad y compromiso del sector privado con su desarrollo turístico”.

Considerando el enorme apoyo y seguimiento, que se le está dando al turismo en El Salvador, y considerando el factor socioeconómico<sup>9</sup>; se pretende articular al municipio de Intipucá a los programas de gobierno a través de un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo y así combatir la situación de pobreza del Municipio. Además es oportuno realizar el estudio en el presente periodo para organizar que el desarrollo turístico del municipio se lleve a cabo de manera ordenada y de la mano con el medio ambiente.

Finalmente es necesario destacar la pertinencia de la Ingeniería Industrial en la resolución de la iniciativa propuesta, en primer lugar es necesario destacar la relación de la planeación en la Ingeniería Industrial, mediante la Planificación, el Diseño y Mantenimiento de Sistema Integrados (RRHH, tiempo, \$, materiales, métodos, procesos). Lo anterior implica la capacidad de adaptación a nuevas tecnologías y realizar la planificación con un enfoque integrado de recursos, atractivos y potencialidades turísticas.

Otro elemento importante es su contribución mediante una amplia gama de herramientas que facilitan mejoras en cuanto a productividad y competitividad. Para la iniciativa propuesta la Ingeniería Industrial promueve la aplicación de una diversidad de técnicas en lo que respecta a la asignación, organización y optimización de recursos-atractivos turísticos.

Además el establecimiento de estrategias y programas turísticos mediante parámetros técnicos, así como la medición del desempeño, mediante indicadores y evaluaciones técnicas, económicas y ambientales.

Por lo tanto, se puede concluir que considerando el desarrollo de iniciativas de apoyo por parte de JICA<sup>10</sup> a la propuesta planteada, el principio establecido por el MITUR en su Plan Nacional de Turismo relacionado al establecimiento de planes de desarrollo turístico y finalmente la pertinencia de la carrera de Ingeniería Industrial en la iniciativa propuesta, es que un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo en el municipio de Intipucá resulta conveniente.

---

9 Situación De Pobreza - Municipio De Intipucá: Intipucá es un municipio del departamento de La Unión y está ubicado dentro del Mapa Nacional de Pobreza (FLACSO-FISDL 2005), en la posición 45 de Pobreza Extrema Moderada.

10 Proyecto Equipamiento y Capacitación para la implementación de un Tour a los Manglares en Kayak, Señalización Turística y Capacitación Artesanal donado por JICA con un monto que asciende a 14 mil dólares.

# CAPITULO I. MARCO TEÓRICO

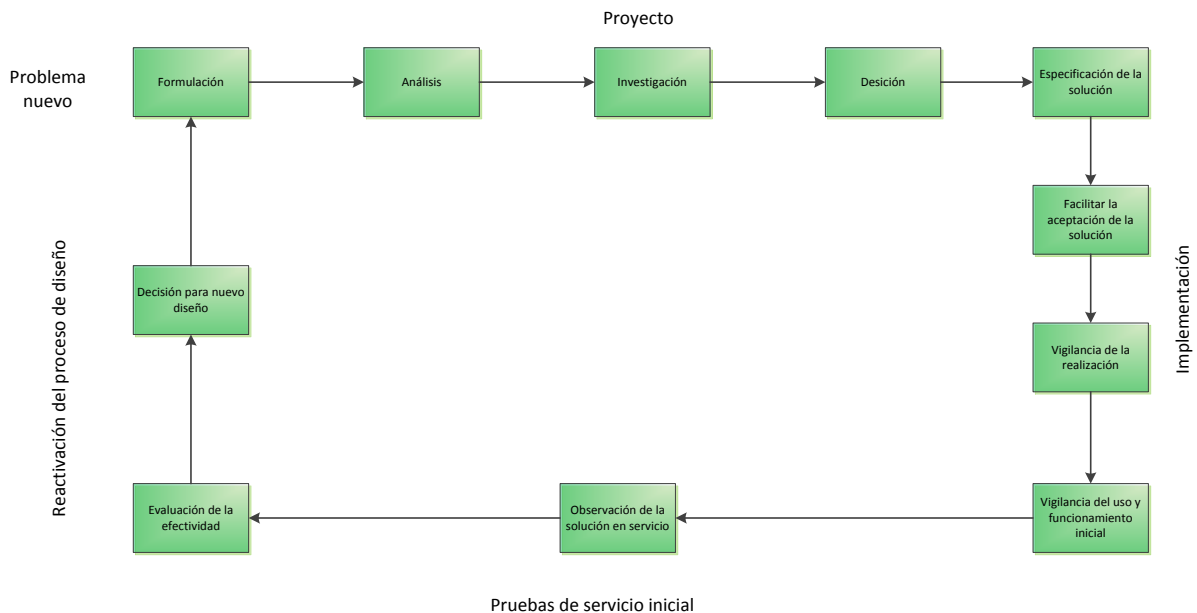
## I.1. DISEÑO

### I.1.1. Definición

Boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo.

### I.1.2. El Ciclo De Diseño<sup>11</sup>

“El trabajo de un ingeniero rara vez termina al especificar una solución; su responsabilidad se extiende ordinariamente hasta la obtención de la aceptación de su diseño, la vigilancia de su instalación o construcción y su uso inicial, la observación y evaluación del mismo durante su funcionamiento y la decisión (o bien, la ayuda para tal decisión) de cuándo sea aconsejable un nuevo diseño. Estas funciones completan el ciclo esquematizado en el esquema 1.”



Esquema 1: Ciclo del proceso de diseño de Krick

<sup>11</sup> Fuente: Krick, Proceso de diseño Capítulo 3, 175-178



### ***I.1.2.1. Descripción De Las Etapas Del Ciclo De Diseño***

A. Formulación: En esta etapa comienza con un enunciado vago de lo que se quiere, luego se realizan las indagaciones para definir el problema;

B. Análisis: Se identifican los criterios de diseño.

C. Investigación: Consiste en buscar activamente soluciones posibles a un problema de ingeniería.

D. Decisión: Siguiendo un proceso de toma de decisión, las alternativas se evalúan, se comparan y se descartan hasta obtener la solución óptima.

- Especificación de la solución: Descripción con suficiente nivel de detalles los atributos y las características de la solución propuesta.
- Facilitar la aceptación de la solución: Una vez descrita la especificación se facilita la aceptación de la solución.
- Vigilancia de la realización: significa estar atento al desarrollo de la solución
- Vigilancia del uso y funcionamiento inicial: significa estar atento al funcionamiento inicial según el diseño.
- Observación de la solución en servicio: Búsqueda de posibles anomalías en el desarrollo de la solución
- Evaluación de la efectividad: Evaluación de los resultados en comparación con los objetivos planteados
- Decisión para nuevo diseño: Una vez evaluada la solución es posible decidir si se realizará un nuevo diseño.

### ***I.1.2. El Proceso De Diseño<sup>12</sup>***

El proceso de diseño tiene 6 etapas que se describe cada una de las etapas a continuación:

1 - Identificar el problema:

El objetivo en esta etapa es encontrar con la mayor precisión posible las causas del problema.

Es importante identificar adecuadamente el problema ya que esto condicionará el desarrollo de las soluciones.

En esta etapa se hacen preguntas sobre la situación que se plantea, se trata de conocer a fondo el problema, de identificarlo correctamente, de buscar las causas y profundizar en los detalles del caso.

---

<sup>12</sup> FUENTE: Las etapas del proceso de diseño. ORT Escuelas Técnicas

## 2 - Investigar y especificar el diseño

Ante el problema es necesario contar con la suficiente información para resolverlo, es por ello que se proponen las siguientes maneras de investigación:

- Preguntar a un especialista;
- Averiguar sobre cómo se resolvió en otras ocasiones ese mismo problema;
- Revisar libros que ofrezcan información sobre puntos que puedan ayudar en el camino de la solución;
- Especificación del diseño: ésta comprende una descripción detallada de las características que debe tener la solución.

## 3 - Encontrar posibles soluciones

En esta etapa se puede utilizar la técnica de lluvia de ideas que resuelvan el problema cumpliendo con las especificaciones.

## 4 - Elegir la mejor solución

Es la etapa en que se toma la decisión acerca de cuál de las alternativas se va a desarrollar. Lo ideal es que la solución elegida sea la que mejor cumpla con todas las especificaciones del diseño.

## 5 - Planificar y construir un prototipo

En esta etapa se hacen planos detallados del diseño que serán importantes para la construcción del modelo.

La construcción de una maqueta o prototipo puede dar lugar a gran cantidad de actividades que denoten la idea del diseño a una aproximación a la realidad.

## 6 - Probar y evaluar el diseño

Una vez concluida la etapa de construcción, se realiza la prueba final del prototipo para ver si cumple con el objetivo para el que fue diseñado.

***“Según los 2 planteamientos anteriores, el más completo que se retomará para este trabajo de investigación será el del planteamiento de Krick”.***

## I.2. Plan De Desarrollo

### I.2.1. Plan

Para entender lo que es un plan, se debe considerar primero cómo surge, lo que conlleva a determinar el proceso de Planificación.

Planificar significa que los ejecutivos estudian anticipadamente sus objetivos y acciones, y sustentan sus actos no en corazonadas sino con algún método, plan o lógica. Los planes son el resultado de la planificación, y establecen los objetivos de la organización y definen los procedimientos adecuados para alcanzarlos.

#### *I.2.1. 1. Definición De Planificación<sup>13</sup>*

La planificación es un proceso sistemático en el que primero se establece una necesidad, y acto seguido, se desarrolla la mejor manera de enfrentarse a ella, dentro de un marco estratégico que permite identificar las prioridades y determina los principios funcionales.

Planificar significa pensar en el futuro, de tal manera que se pueda actuar de inmediato<sup>14</sup>.

Existen varias fuerzas que pueden afectar a la planificación: los eventos inesperados, la resistencia psicológica al cambio ya que ésta acelera el cambio y la inquietud, la existencia de insuficiente información, la falta de habilidad en la utilización de los métodos de planificación, los elevados gastos que implica, entre otros.

#### *I.2.1. 2. Corrientes Teóricas En La Planificación*

En la historia de la planeación moderna es posible identificar por lo menos cuatro corrientes teóricas principales, en relación con la definición de conceptos básico y la descripción del proceso general de planeación, que pueden denominarse como: corriente administrativa, corriente de sistemas, corriente del cambio o desarrollo y corriente prospectiva o de innovación. Esta clasificación tiene un carácter exploratorio más que teórico analítico; pero contribuye a comprender mejor los diferentes matices y las diferentes formas de describir el proceso de planeación, en la tabla 1, se presentan las Corrientes Teóricas de la Planeación:

---

<sup>13</sup> Planificación, Armas Ronald, Ciudad Bolívar, abril 2006

<sup>14</sup> Herramienta de Descripción General de la Planificación. Por: Shapiro, Jane

**Tabla 1: Corrientes Teóricas de la Planeación**

<b>Corriente Administrativa</b>	<b>Corriente De Sistemas</b>	<b>Corriente Del Cambio O Del Desarrollo</b>	<b>Corriente De Innovación</b>
FAYOL H. Y NEWMAN J.	BANGHART F., CHADWICK G., E. SCHIEEL BEING	AHUMADA J., FRIEDMAN J.	ACKOF R., ZIEGLER W
Conceptos Básicos	Conceptos Básicos	Conceptos Básicos	Conceptos Básicos
Preparar provisiones para el futuro	Previsión y Acción	Selección de Alternativas y definición de prioridades	Generación del futuro que se desea
Definición de metas y selección de medios	Solución de problemas complejos	Forma de Orientación del Cambio	Invención del futuro
	Definición de metas; selección de medios y ejecución	Definición de Objetivos y Metas	Definición de Objetivos y Metas
Proceso	Proceso	Proceso	Proceso
Diagnóstico del Problema	Definición del Problema	Diagnóstico	Imagen Objetivo o Futuro Deseable
Definición de Soluciones Optativas	Análisis del Problema	Programación	Elementos de Resistencia

Pronóstico de Resultados	Conceptualización del problema y diseño de planes	Discusión/ Decisión	Elementos de Apoyo
Elección del Cambio a Seguir	Evaluación de Planes	Formulación de Alternativas	Cursos de Acción a Seguir y estrategias
	Especificación del Plan Escogido	Ejecución	Decisiones sobre Recursos
	Implementación del Plan	Evaluación	Articulación de Compromisos
	Realimentación		
Carácter General	Carácter General	Carácter General	Carácter General
Separa la elaboración de planes de su ejecución	Integra la elaboración y ejecución de planes	Integra la elaboración y ejecución de planes	Integra la elaboración y ejecución de planes
Actividad Interdisciplinaria	Actividad Interdisciplinaria	Actividad Interdisciplinaria	Actividad Interdisciplinaria
Responsabilidad del género o ejecutivo	Responsabilidad de un equipo técnico	Responsabilidad compartida	Responsabilidad compartida

Fuente: Planificación y Desarrollo de Proyectos Sociales y Educativos. Isaías Álvarez

### *1.2.1.3. Conceptos De Planeación Basados En La Teoría Clásica De La Administración*

Existe un conjunto de autores que consideran a la planeación como una etapa del proceso administrativo, tomando como base la teoría clásica sobre este proceso que estableciera Henry Fayol, quien definió a la planeación como el proceso de estimar el futuro y de preparar provisiones para él.

Un concepto similar proponen James H. Donnelly y colaboradores, cuando comentan que la planeación es la actividad fundamental y primaria que incluye todas las áreas de la administración o gerencia y que se dirige hacia la definición de metas y la determinación de los medios necesarios para alcanzarla Roger A. Kaufman, después de analizar los elementos que integran un plan concluye: Así pues, "la planeación se ocupa solamente de determinar qué debe hacerse con el fin de que posteriormente puedan tomarse las decisiones prácticas para su implementación. La planificación es un proceso para determinar "a dónde ir" y establecer los requisitos para llegar a ese punto de la manera más eficiente y eficaz".

William H. Newnan, por su parte, considera que los sectores más importantes de la teoría administrativa son: organización, relaciones humanas, planeación, dirección, evaluación y control. El propio autor define al proceso de planeación en los siguientes términos: "Entenderemos mejor el proceso de planeación si primeramente estudiamos las etapas básicas de una decisión específica que se tome. Estas etapas son el diagnóstico del problema, la determinación de soluciones optativas, el pronóstico de resultados en cada acción y, finalmente, la elección M camino a seguir.

Los criterios de racionalización y optimización se introducen con esta corriente, así como se acercan a la teoría de sistemas que se percibe en las formas más avanzadas de describir el proceso de planeación. Como podrá notarse, las definiciones anteriores tienden a identificar a la planeación como una etapa del proceso administrativo, como una actividad unidisciplinaria y como una responsabilidad del gerente o ejecutivo, a quien corresponde establecer la vinculación entre el contenido de los planes, programas y proyectos y su instrumentación. Supone, de hecho, una separación entre la elaboración de planes y su realización.

Esta forma de entender la planeación suele ser muy frecuente en las empresas o corporaciones cuyos gerentes proceden de alguna carrera administrativa; aunque en sus expresiones más avanzadas sobre el proceso de planeación se aproximan bastante a la corriente orientada por la teoría de sistemas, como se comentó anteriormente.

#### **A. Conceptos de planeación basados en la Teoría de Sistemas**

A partir de los principios y conceptos propuestos por Ludwig von Bertalanffy (1951) y Kenneth Boulding (1956), sobre la teoría general de sistemas como elemento integrador y unificador de la ciencia, así corrió de los planteamientos de John Delvey, sobre la estructura del cerebro humano y la descripción de cómo pensamos, y de Clay Tlionias Whitelcad, sobre los sistemas de planeación estratégica, surgió una forma peculiar de entender a la planeación como un proceso que nos permite plantear y resolver problemas complejos mediante la instrumentación de estrategias apropiadas, dentro del ámbito de sistema y sus relaciones con su propio contexto.

George Chadwick definió a la planeación como: "Un proceso de previsión humana y de acción basada en esa previsión". El proceso de planeación deben considerarse como momentos lógicos, más que cronológicos. Quizá una de las descripciones más claras y completas del proceso de planeación, de acuerdo con la corriente de sistemas, es la que propone Frank Banghart, en su obra Education Planning, que incluye las siguientes fases: definición del problema, análisis del problema, conceptualización del problema y diseño de planes o alternativas, evaluación de planes o de alternativas de solución, selección de planes o de alternativas, instrumentación del plan o de la alternativa y retroalimentación.

Las definiciones del proceso de planeación, basadas en la teoría de estrategia se caracterizan por integrar la elaboración o formulación de planes y por introducir la idea de la retroalimentación.

En la corriente de sistemas, la planeación ya no se entiende como una actividad unidisciplinaria y, como responsabilidad exclusiva del gerente o administrador, sino como responsabilidad compartida por un equipo técnico, de carácter interdisciplinario, en el que participan administradores, economistas, sociólogos, ingenieros, matemáticos, arquitectos, políticos, programadores, antropólogos, psicólogos, educadores y ciudadanos en general. Íntimamente relacionado con la corriente de sistemas, ha surgido en el mundo empresarial el concepto de "planeación estratégica", aunque en realidad la estrategia constituye uno de los elementos fundamentales y, sin lugar a dudas, el de mayor peso cualitativo en un proceso de planeación bien entendido.

(Gerard Arguin, en su obra La Planeación Estratégica, 1988), define este tipo de planeación como "un proceso continuo y participativo, articulado más bien a la calidad de las intenciones que a la calidad de los datos. La planeación estratégica podría definirse como un proceso de gestión que permite visualizar, de manera integrada, el futuro de las decisiones

institucionales que se derivan de la filosofía de la institución, de su misión, orientaciones, metas, objetivos, programas, así como estrategias a utilizar para asegurar su implantación. El propósito de la planeación estratégica es el de concebir a la institución, no como un ente cerrado, aislado, como sucedía anteriormente, sino en relación estrecha con su medio ambiente.

### **B. Conceptos De Planeación Basados En La Teoría Del Desarrollo O Del Cambio Planificado**

En esta tercera corriente teórica, los especialistas suelen orientar los procesos de planeación hacia la promoción del desarrollo en sus diferentes Sectores o bien considerar a la planeación como un instrumento necesario para el desarrollo de un país o sector.

George M. Raymond comenta: "Mientras el pueblo no decida que el desarrollo de acuerdo con ciertos planes debe preferirse al desarrollo controlado por las solas fuerzas del mercado, cualquier discusión sobre el proceso de planeación y sus detalles no pasaría de ser un mero ejercicio académico"

Las definiciones dentro de esta corriente constituyen un rango tan amplio que pueden relacionarse con las dos anteriores (administrativa o de sistemas), o bien, pueden llegar hasta regiones de frontera en esta disciplina, peculiares de la corriente innovadora y prospectiva.

Debe también advertirse que no hay un concepto unificado de desarrollo.

### **C. Conceptos alternativos sobre Desarrollo**

El desarrollo de los pueblos y de los grupos humanos o instituciones puede entenderse de acuerdo con los siguientes conceptos:

- Concepto de Crecimiento: El desarrollo se entiende como el crecimiento equilibrado y sostenido de la producción de bienes y servicios, que garantiza la distribución justa y equitativa de estos, sin alterar el equilibrio ecológico. Constituye una definición ideal y utópica que, en la práctica, no ha sido lograda por ningún país.
- Concepto de Autosuficiencia: El desarrollo se define como la capacidad de los grupos humanos para resolver sus problemas con sus propios recursos; sin embargo, históricamente, no hay pueblos ni grupos humanos que puedan considerarse como autosuficientes.
- Concepto de Interdependencia: Dado que no hay grupos humanos autosuficientes se plantea la necesidad de que los pueblos y los grupos humanos tienen que relacionarse



con otros para lograr resolver sus problemas, sin derivar en fenómenos de explotación, dominación y colonialismo. Esto supone que los pueblos y los grupos humanos logran consolidar la confianza en sí mismos y tomar conciencia de que no son autosuficientes.

- Este concepto resulta viable y útil, por lo que algunos países e instituciones han orientado su desarrollo en esta línea que, sin embargo, no garantiza que eliminara los nuevos fenómenos de dominación, colonialismo e injusticia social.
- Concepto de Autosuficiencia: El desarrollo se entiende como la capacidad de los grupos humanos para tomar decisiones por sí mismos. Esto requiere un conjunto de condiciones sociales, económicas y políticas que muy pocos países logran alcanzar.
- Estrategia de Transformación productiva con equidad y sustentable: Este planteamiento está relacionado con los conceptos de crecimiento, interdependencia y autodeterminación. En él se consideran aspectos como la necesidad de preservar el equilibrio ecológico y el apoyo solidario de la sociedad.
- Para que esta estrategia resulte viable, se requiere una estrecha vinculación y articulación entre las políticas económica y social dentro de un contexto participativo y democrático.
- Jorge Ahumada, pionero de la teoría sobre Planificación de Desarrollo en América Latina y, maestro de los primeros planificadores de esa región, en su obra Planificación del Desarrollo, dice: "La planificación es una metodología para escoger alternativas, que se caracteriza porque permite verificar la prioridad, factibilidad y compatibilidad de los objetivos y seleccionar los instrumentos más eficientes... La planificación no es el proceso de elaborar un documento que se denomina plan o programa, esto es sólo una parte del proceso".
- John Friedman define a la planeación como "el proceso por medio del cual el conocimiento científico y técnico se une a la acción organizada. La planeación constituye un subproceso crítico del proceso de orientación social".
- Deben distinguirse dos formas de Planeación: la de Asignación o Racionalización y la de Innovación. La planeación de Racionalización, "se refiere a las acciones que determinan la distribución de recursos limitados entre usuarios que compiten entre sí por el uso de esos mismos recursos". La planeación innovadora, en cambio, "se relaciona con aquellas acciones que producen cambios estructurales en la orientación de la sociedad. La planeación innovadora es esencial para el crecimiento estructural y sostenido del sistema social para el desarrollo"

- Jorge Ahumada propuso una descripción del proceso de planeación, que se ha hecho clásica en América Latina, el cual comprende las siguientes "etapas": diagnóstico, programación, discusión decisión, selección de alternativas, ejecución y evaluación.
- John Friedman, en cambio, plantea el proceso de planeación dentro de un modelo interactivo de transacciones e intercambio de criterios y puntos de vista entre el planificador profesional y el usuario o cliente.
- Concluyendo, la corriente del Desarrollo o de los cambios planificados integra la elaboración de planes, programas y proyectos con su instrumentación. Además, la función de la planeación se entiende como una responsabilidad compartida entre un equipo técnico interdisciplinario y los sectores interesados o afectados por el proceso de planeación.

#### **D. Conceptos de Planeación Prospectiva o de Innovación**

En esta cuarta corriente teórica, la planeación se utiliza como un recurso estratégico para la construcción del futuro que se desea, para diseñar e inventar nuevos futuros.

Warren Ziegler considera que "la planeación, busca la preparación para el futuro y puede también servir como instrumento para cambiar ese futuro".

De acuerdo con esto, pueden observarse tres posiciones frente a la previsión del futuro:

- Posición Adaptativa. En esta posición el futuro se considera como un dato, una consecuencia inevitable de las tendencias históricas, un campo del conocimiento, predecible mediante métodos determinísticos o probabilísticos. Por este motivo, ante la previsión de un futuro inevitable, se toman medidas en el presente para adaptarse a él.
- Posición Preventiva. En esta posición el futuro se considera no sólo como campo del conocimiento, sino también como campo de la acción y decisión humanas. Si el futuro previsto se considera indeseable, se toman medidas en el presente para que el futuro previsto no suceda.
- Posición Inventiva. Esta posición se caracteriza por considerar al futuro como campo de la acción y de la libertad, más que como campo del conocimiento. Las cosas que ocurren no suceden necesariamente porque así venían sucediendo o porque tenían inevitablemente que suceder, sino porque grupos organizados, utilizando su poder decidieron hacerlas suceder.

Los objetivos principales de la planeación prospectiva consisten en lograr acuerdos para plantear o diseñar un futuro deseable y articular compromisos de acción y de implementación de estrategias apropiadas para construirlo.

La descripción del proceso de planeación, en la corriente prospectiva e innovadora, comprende los siguientes pasos:

1. Definición o diseño de un futuro deseable, preferentemente mediante el logro de consensos o acuerdos y el establecimiento de compromisos de acción para hacerlo realidad.
2. Análisis de elementos de apoyo y de resistencia frente al compromiso de lograr el futuro deseable.
3. Selección de cursos de acción y de estrategias eficaces para construir el futuro que se desea.
4. Asignación de recursos financieros, humanos y de infraestructura, así como, invención de nuevos recursos y estrategias.
5. Implementación estratégica de programas y proyectos articulada a un proceso continuo de seguimiento y evaluación.
6. Retroalimentación y consolidación de alianzas y compromisos para la consecución oportuna de un futuro deseable.

Esta corriente no solamente supone la integración entre la formulación de planes, programas y proyectos y su instrumentación, sino que además requiere de la participación de todos los sectores interesados en el proceso de planeación, sea porque éste puede eventualmente perjudicarlos o porque les resulte deseable y beneficioso.

De hecho en los procesos de planeación participativa y prospectiva, la definición del futuro deseable se realiza mediante el establecimiento de acuerdos y consensos de los sectores interesados y la identificación, selección y compromiso de implementación de estrategias apropiadas para lograrlo.

Integrando las corrientes anteriormente planteadas, se considera que la planeación es un proceso técnico-económico, socio-político y cultural que permite resolver problemas complejos y orientar procesos de cambio, mediante la instrumentación de estrategias apropiadas, dentro de un horizonte de tiempo dado y en un espacio físico-geográfico definido.

El concepto anterior puede aplicarse tanto al desarrollo de planes y programas como al de desarrollo de proyectos.

**Tabla 2: Síntesis de los Conceptos de Planeación en base a las diferentes Corrientes de Planificación**

<b>Tipo de Corriente</b>	<b>Conceptualización de Planeación</b>
Teoría Clásica Administrativa	Es la actividad fundamental y primaria que incluye todas las áreas de la administración o gerencia y que se dirige hacia la definición de metas y la determinación de los medios necesarios para alcanzarla
Teoría Básica de Sistemas	Un proceso que nos permite plantear y resolver problemas complejos mediante la instrumentación de estrategias apropiadas, dentro del ámbito de sistema y sus relaciones con su propio contexto. Un proceso de gestión que permite visualizar, de manera integrada, el futuro de las decisiones institucionales
Teoría del Desarrollo o del Cambio Planificado	El proceso por medio del cual el conocimiento científico y técnico se une a la acción organizada. La planeación constituye un subproceso crítico del proceso de orientación social
Teoría de Planeación Prospectiva de Innovación	Un recurso estratégico para la construcción del futuro que se desea, para diseñar e inventar nuevos futuros.

Fuente: Planificación y Desarrollo de Proyectos Sociales y Educativos. Isaías Álvarez

**Conclusión:** La planeación es un proceso técnico-económico, socio-político y cultural que permite resolver problemas complejos y orientar procesos de cambio, mediante la instrumentación de estrategias apropiadas, dentro de un horizonte de tiempo dado y en un espacio físico-geográfico definido.

### ***1.2.1.3. Clasificación De Planificación***

La clasificación de la planificación hace referencia al carácter y a la tipología del proceso de planificación, y a la relación que el sistema de planificación establece con la estructura general de la sociedad. Ahora bien, para cada situación particular dentro de una organización se requieren diferentes tipos de planes, ya que cada organización necesita planificar sus operaciones, inversiones, estrategias, cursos de acción para expandirse y crecer, servicios y productos, etc. Estos planes podrán variar de acuerdo al enfoque, espacio temporal en que se aplican, alcance de aplicación, grado de formalización, entre otros.

La planificación se puede clasificar de acuerdo a diferentes enfoques, los cuales se consideran a continuación:

- Actividades Contempladas: Funcional o Corporativa
- Corporativa o Global: Determina a largo plazo los objetivos de la organización en su conjunto, genera planes para alcanzar estos objetivos, orientados al futuro, integral.
- Funcional: Programación de las sub-funciones dentro de cada función principal, se deriva de la planificación corporativa, segmentada.
- Período: Largo Plazo, Mediano o Corto Plazo
- Dependiendo del tipo de negocio o estructura de la organización, la planificación puede ser a largo plazo o a corto plazo.
- Largo Plazo: De carácter estratégico, implica una planificación de 3 a 5 años y abarca análisis de factores ambientales.
- Mediano Plazo: De carácter táctico, implica una planificación de 1 año a 3 años.
- Corto Plazo: De carácter operacional, implica una planificación de 6 meses a 1 año
- Importancia del Contenido: Estratégica y Operacional
- Estratégica: Establece la Orientación a largo plazo que la organización quiere seguir en un futuro, abarca todas las áreas funcionales de la organización, implica el análisis de los factores del ambiente, el período es un problema.
- Operacional: Abarca la planificación táctica y a corto plazo, encaminadas a mantener la organización en sus actividades operativas generalmente tanto la Planificación de acuerdo a una dimensión temporal como la Estratégica, táctica y operacional están íntimamente relacionadas, siendo mutuamente complementarias.
- Enfoque Proactiva o Reactiva
- Proactiva: Diseña el curso de acción adecuado anticipándose a posibles cambios relevantes al entorno. Toma decisiones de antemano.
- Reactiva: Dirige el curso de acción de las organizaciones en respuesta a los cambios del entorno una vez que se han llevado a cabo, es útil en un entorno estable para períodos de tiempo prolongados.
- Grado de Formalización: Formal o Informal
- Planificación Formal: Adoptada por las grandes organizaciones, bien estructuradas y procesos sistemáticos, abarca diferentes pasos, es racional, se realiza de forma regular y es bien documentada.
- Planificación Informal: Adoptada por pequeñas organizaciones, utilizada como parte de la administración de sus actividades regulares.

#### ***1.2.1.4. Selección Del Tipo De Planificación***

##### **A. Definición de los Criterios de Selección del Modelo**

A continuación se presenta la selección del tipo de planificación que se utilizará para el estudio. La metodología utilizada para la selección es la evaluación por puntos. En primer lugar se definen los criterios a utilizar para la selección del modelo. Los criterios de selección son:

1.PERTINENCIA	2. TIEMPO DE EJECUCIÓN
3.ALCANCE EN LAS ÁREAS DEL OBJETO DE ESTUDIO	4. INCLUSIÓN DEL CONTROL Y MONITOREO
5.FLEXIBILIDAD	6. FACILIDAD Y CLARIDAD DE APLICACIÓN DEL PROCESOPROCESO DE PLANIFICACIÓN

**Tabla 3: Criterios de Selección del Modelo de planificación**

Descripción de los Criterios de Selección para el Enfoque:

- 1. Pertinencia;** Debe ser acorde a la planificación de un territorio.
- 2. Tiempo de Ejecución;** El tiempo que se considere para la planeación debe ser acorde a las líneas de acción Gubernamentales.
- 3. Alcance en las áreas del Objeto de Estudio;** Debe considerar a todas las áreas del objeto de estudio de manera que genere propuestas integrales de solución.
- 4. Inclusión del Control y Monitoreo;** El seguimiento y monitoreo en el tiempo debe ser parte de los resultados de la planificación.
- 5. Flexibilidad;** Deber ser flexible y dinámica, de manera que permita adaptarse los cambios que puedan suscitarse en el tiempo.
- 6. Facilidad de Aplicación del Proceso;** La claridad y facilidad de las fases de aplicación durante el proceso de planificación.

### **B. Valoración de los Criterios**

CRITERIOS	VALOR
PERTINENTE	20
TIEMPO DE EJECUCIÓN	20
ALCANCE	20
INCLUSIÓN DE CONTROL	15
FLEXIBILIDAD	15
FACILIDAD DE APLICACIÓN	10

Tabla 4: Ponderación de Criterios

### **C. Pertinencia de la Variable con el Criterio de Evaluación**

Evaluación Pertinencia De La Variable Con El Criterio De Evaluación	
1	BAJA
3	MEDIA
5	ALTA

Tabla 5: Pertinencia de Variable con Criterio de Selección del Modelo

### **D. Evaluación de los Enfoques en Estudio**

Considerando la importancia que los criterios de pertinencia, plazo de ejecución y alcance del objeto de estudio tienen en el tipo de planificación a utilizar se han considerado las planificaciones estratégicas, tácticas y operativas ya que ellas contemplan como parte de sus características los criterios mencionados.

Tabla 6: Evaluación de Enfoque

RESULTADOS							
TIPOS DE PLANIFICACIÓN	CRITERIOS						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
Estratégica	5	5	5	5	5	5	5
Táctica	3	3	3	5	3	3	3.3
Operativa	3	3	3	5	3	3	3.3

De los tipos de planificación considerados para el estudio se considerará como planificación de base la “**Planificación Estratégica**” debido a su pertinencia con la planificación territorial, su enfoque a largo plazo, así como su enfoque global (para todas las áreas del objeto en estudio) generando propuestas de solución a través de estrategias, sin embargo

también se considerará la aplicación de la planificación operativa en algunas áreas, con el fin de generar un plan que establezca acciones con un nivel mayor de detalle.

#### ***1.2.1.5. Planificación Estratégica<sup>15</sup>***

La Planificación Estratégica está diseñada para satisfacer las metas generales de la organización así como la adopción de los cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para su cumplimiento, mientras la Planificación Operativa muestra cómo se pueden aplicar los planes estratégicos en el quehacer diario, representados a través de metas, procedimientos, asignación de tareas, pasos a seguir, reglas, etc. Los planes estratégicos y los planes operativos están vinculados a la definición de la misión de una organización, la cual representa la meta general que justifica su existencia. En conclusión los planes estratégicos difieren de los planes operativos en cuanto a su horizonte de tiempo, alcance y grado de detalle, esto último es la razón por la cual son complementarios.

A continuación se muestra una tabla que detalla los elementos característicos de la planificación tanto estratégica como operativa.

Concepto	Estratégica	Operativa
Horizonte de tiempo	Más de 5 años	Diario/ semanal
Objetivo	Largo plazo	Rutinarios
Nivel de dirección	Alta	Media/baja
Complejidad	Alta	Baja
Actividad a controlar	Resultados globales	Realizado vs estándar
Punto de partida	Análisis del entorno y organización	Estándares técnicos
Contenido	Amplio, general y Cualitativo	Específico y cuantitativo En unidades físicas
Naturaleza de la información	Externa e intuitiva	Interna y técnica
Grado de predicción	Bajo	Alto
Estructura de decisiones	No programadas e imprevisibles	Muy programadas

**Tabla 7: Características de Planificación Estratégica y Operativa**

Fuente: Presentación Presupuestos. Cátedra de Contabilidad Especializada, Universidad de los Andes, Prof. Zayda E. Méndez

<sup>15</sup> Fernández Eduardo, Planeación, Abril 2010



### **A. Características de la Planeación Estratégica**

La planificación debe tener las siguientes características:<sup>16</sup>

- Está Orientada hacia el futuro;
- Establece el rumbo, la dirección; anticipar y percibir los cambios;
- Establece un Marco de Referencia General para una planeación más detallada (del día a día) ;
- Incluye al objeto de estudio en su totalidad y abarca todos sus recursos para obtener el efecto sinérgico de toda su capacidad y potencialidad;
- Orienta los recursos hacia los requerimientos de alta prioridad;
- Proporciona elementos fundamentales que permiten el seguimiento, control y la evaluación del proceso, resultados e impacto;
- Es iterativa, es decir, es un proceso unitario y continuo que no termina con la formulación de un plan determinado, sino que implica ajustes y retroalimentación cuando ello sea necesario;
- Está dirigida al logro de una visión, de una finalidad, de un objetivo, de una meta. Está orientada a conseguir resultados y cambios, facilitando y apoyando la gestión.

### **B. Ventajas de la Planificación Estratégica**

- La planeación estratégica ofrece puntos importantes para las actividades del objeto de estudio;
- Al servirse de ella los dirigentes de la planeación establecen objetivos definidos con claridad y métodos para lograrlo;
- El proceso de planeación prevé los problemas antes que surjan y permite afrontarlos en una fase inicial, por otra parte permite reconocer las oportunidades seguras así como los riesgos futuros así como una selección más certera entre ellas.

### **C. Principios de la Planificación Estratégica**

Otro aspecto importante a considerar dentro del tema de la planificación son los principios por los cuales se rige:

- Racionalidad: La planificación introduce lógica, raciocinio y orden a la acción; además, permite optimizar la utilización de los recursos, buscando eficacia y eficiencia.

---

<sup>16</sup> Planificación del Desarrollo. Ruth Saavedra Guzmán. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2001

- **Previsión:** Planificando se prevé el futuro. Un plan, un programa, un proyecto y en general una acción planificada reduce la incertidumbre y el azar, entendiendo que el futuro es múltiple y que esta pluralidad lo hace incierto.
- **Universalidad:** Hace referencia al conjunto de partes que conforman una acción o un sistema, en el tiempo y en el espacio. Planificar una acción tiene en cuenta cada una de las partes que conforman el conjunto, el sistema en su totalidad. Así al generar un plan de desarrollo debe tenerse en cuenta cada uno de los componentes o subprocesos que lo conforman, esto es, lo social, económico, cultural, ambiental y su relación con el proceso de desarrollo en general.
- **Unidad:** Se refiere a la congruencia, coordinación y estrecha relación que debe existir entre las partes que conforman el conjunto de la actividad, acción, sistema y realidad sujetos de planificación. En la planificación del desarrollo debe existir unidad entre los planes, programas y proyectos entre sí, como también entre los diversos niveles: municipal, local y sectorial, guardando estrecha relación con el contexto internacional.
- **Continuidad:** La planificación es un proceso continuo que no puede interrumpirse. Esto implica la existencia de una serie de planes a corto, mediano y largo plazo que aseguren dicha continuidad. Por lo tanto los cambios de gobierno no deben llevar a cambios en los planes sino a ajustes en los mismos.

#### **D. Proceso de Planificación Estratégica<sup>17</sup>**

El proceso de planificación es racional y está sujeto al análisis científico de los problemas; se puede dividir en una serie de etapas lógicas y ordenadas (Eckles et al, 1982). Como todo comportamiento o acción humana, ocurre en un marco cambiante de conocimientos y normas que hace parte de la cultura y que determina la eficiencia del proceso. Según la amplitud o estrechez de dicho marco, se encontrarán mayores o menores posibilidades de planificación.

Al describir el proceso de planificación también se pueden identificar diversos enfoques consecuentes a la cantidad de autores que han escrito de ello. A continuación se hará una breve descripción de etapas o pasos propuestos por algunos autores para llevar a cabo dicho proceso y finalmente se presenta un cuadro resumen de las fases presentadas por estos autores.

---

<sup>17</sup> Planificación del Desarrollo. Ruth Saavedra Guzmán. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2001

a) Según Eckles et al (1982)<sup>18</sup> la planificación se realiza de manera más efectiva siguiendo una sucesión lógica:

- 1) Definir el objetivo;
- 2) Establecer premisas y restricciones;
- 3) Analizar la información;
- 4) Desarrollar planes alternativos;
- 5) Elegir el mejor plan;
- 6) Desarrollar planes derivados y 7) Atender a la ejecución.

Por lo regular, el proceso de planificación se debe hacer formalmente y por escrito; pero la planificación diaria encomendada al supervisor es instintiva, e integra subconscientemente las etapas formales.

b) Stoner (1995) plantea un total de 9 pasos necesarios para desarrollar el proceso de planificación.

- 1) Formulación de metas: La formulación de las metas implica comprender la misión de la organización y después establecer metas que la traduzcan a términos concretos.
- 2) Identificación de los actuales objetivos y estrategias. Este paso consiste en identificar los objetivos actuales de la organización y su estrategia.
- 3) Análisis ambiental. La finalidad del análisis ambiental consiste en descubrir las formas en que los cambios de los ambientes económicos, tecnológicos, socioculturales y político/legal de una organización la afectaran indirectamente y las formas en que influirán en ella los competidores, proveedores, clientes, organismos gubernamentales y otros factores.
- 4) Análisis de los recursos. Las metas y estrategias actuales de la organización también proporcionarán un marco de referencia para analizar sus recursos. Este análisis es necesario para determinar sus ventajas y desventajas competitivas. Unas y otras se refieren a las fortalezas y debilidades de la organización frente a sus competidores actuales y futuros.

---

<sup>18</sup> Planeación Estratégica. Portal de Investigadores y Profesionales El Prisma. Investig. Amador Posadas Fátima

5) Identificación de oportunidades estratégicas y riesgos. La identificación de la estrategia, el análisis del ambiente y el análisis de los recursos de la organización (Pasos 2, 3 y 4) se combinan en el quinto paso: descubrir las oportunidades disponibles para la organización y las amenazas que enfrenta.

6) Determinación del grado de cambio estratégico requerido. Después de analizar los recursos y el ambiente, los resultados de la estrategia actual pueden ser proyectados. Cuanto más tiempo tenga la estrategia de haber sido establecida y cuanto más estable sea el ambiente, más fácil será efectuar la proyección. A continuación los administradores pueden decidir si modifican o no la estrategia o su realización.

7) Toma de decisiones estratégicas. Si un cambio de estrategia parece necesario para cerrar la brecha del desempeño, el siguiente paso requiere identificar, evaluar y seleccionar enfoques estratégicos opcionales.

a- Identificación de alternativas estratégicas: En un caso dado probablemente existan varias opciones para cerrar una brecha del desempeño. Puede entrarse a nuevos mercados, los productos claves pueden ser rediseñados para mejorar la calidad o reducir el costo, se pueden emprender inversiones, o se pueden terminar las existentes.

b- Evaluación de opciones estratégicas: Richard P. Rumelt ha descrito cuatro criterios para evaluar las opciones estratégicas.

1. La estrategia y sus partes componentes deben tener metas, políticas y objetivos congruentes.

2. Debe centrar los recursos y esfuerzos en los aspectos críticos descubiertos durante el proceso de formulación de estrategias y debe distinguirlos de los aspectos sin importancia.

3. Debe ocuparse de sus problemas susceptibles de solución; teniendo en cuenta los recursos y capacidades de la organización.

4. La estrategia debe ser capaz de producir los resultados que se esperan.

c- Selección de alternativas de estrategias: Al elegir entre las posibilidades disponibles, los administradores deberán seleccionar la que mejor responda a las capacidades de su organización.

8) Puesta en práctica de las estrategias. Una vez determinada la estrategia, es preciso incorporarla a las operaciones diarias de la organización. Sin importar si la estrategia se registra en un plan estratégico formal y detallado, debe ser traducida a planes operativos apropiados.

9) Medición y control del progreso. A medida que va realizándose la introducción del plan, los administradores deberán comparar el progreso con el plan estratégico en etapas periódicas o decisivas.

c) Por su parte Gorostegui (1989)<sup>19</sup> plantea que en la planificación ha de seguirse un enfoque lógico y bien desarrollado con las siguientes fases:

1) Reconocimiento de las oportunidades existentes: Los grandes éxitos se consiguen aprovechando las grandes oportunidades, pero, para ello, como es obvio, previamente es preciso advertir su existencia.

2) Selección de los objetivos del plan: El plan ha de tener algún propósito. El objetivo debe ser claro y cuantificable. Un objetivo preciso ofrece una dirección y un sentido a las demás fases de la planificación.

3) Identificación y creación de alternativas: Se han de identificar las diversas alternativas existentes para alcanzar los objetivos.

4) Evaluación de las alternativas: cada alternativa ha de ser evaluada con precisión a la vista de los objetivos. El éxito precisa un estudio cuidadoso de las ventajas e inconvenientes de cada una de las alternativas existentes.

5) Selección de una alternativa: En base a los resultados del paso anterior se escoge la alternativa que se presente como la más adecuada. Si se ha seguido las fases anteriores cuidadosamente, se puede tener confianza en que la selección es la adecuada.

6) Seguimiento del plan: Ha de efectuarse un seguimiento continuo del plan que puede poner de manifiesto la conveniencia de alterar alguna o varias de las fases.

d) En el caso de Harold Koontz & Taylor O'Donnell (1967)<sup>20</sup>, proponen 7 etapas necesarias para llevar a cabo la planificación, las cuales se analizan a continuación.

---

<sup>19</sup> Eduardo Pérez Gorostegui. Introducción Economía de la Empresa

- 1) Conocimiento de la oportunidad: Aunque precede a la planificación como tal y en consecuencia no es estrictamente una parte del proceso, tener conocimiento de una oportunidad es el punto real para comenzar a planificar.
- 2) Establecimiento de objetivos: La primera etapa de la planificación misma es el establecimiento de objetivos. Los objetivos indican básicamente que es lo que se va a hacer, donde se va a poner el primer énfasis y que es lo que se va a obtener mediante la red de políticas, procedimientos, reglas, presupuestos, programas y estrategias.
- 3) Establecimiento de premisas: Una segunda etapa lógica de la planificación es establecer, obtener acuerdo para utilizar y difundir las premisas críticas de la planificación. Estas son: pronóstico de datos relativos a los hechos, políticas básicas aplicables, y los planes existentes en la empresa.
- 4) Determinación de líneas alternativas: La tercera etapa en el proceso de planificación consiste en la búsqueda y examen de líneas alternativas de acción, especialmente de aquellas que no son aparentes en forma inmediata.
- 5) Evaluación de líneas alternativas: Una vez determinadas las líneas alternativas y examinados los puntos débiles y fuertes, la siguiente etapa es su evaluación sopesando los diversos factores y teniendo presente las premisas y metas.
- 6) Selección de una alternativa de acción: La quinta etapa del proceso de planificación, es el punto en el que el plan es adoptado, el verdadero punto en el cual se adopta la decisión.
- 7) Formulación de planes derivados: En el momento que se adopta la decisión, la planificación aún no está completa, y requiere una última etapa. Existen casi invariablemente planes derivados, que deben llevarse a cabo para apoyar el plan básico.

A continuación se presenta una tabla 8, resumen con enfoques y etapas del proceso de planificación:

**Tabla 8: Resumen de los Enfoques y Etapas del Proceso de Planificación**

Enfoque	Etapas del Proceso de Planificación
Eckles et al (1982)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir el objetivo;</li> <li>2. Establecer premisas y restricciones;</li> <li>3. Analizar la información;</li> <li>4. Desarrollar planes alternativos;</li> <li>5. Elegir el mejor plan;</li> <li>6. Desarrollar planes derivados;</li> <li>7. Atender a la ejecución.</li> </ol>
Stoner (1995)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formulación de metas;</li> <li>2. Identificación de los actuales objetivos y estrategias;</li> <li>3. Análisis ambiental;</li> <li>4. Análisis de los recursos;</li> <li>5. Identificación de oportunidades estratégicas y riesgos;</li> <li>6. Determinación del grado de cambio Estratégico requerido;</li> <li>7. Toma de decisiones estratégicas;</li> <li>8. Puesta en práctica de las estrategias;</li> <li>9. Medición y control del progreso.</li> </ol>
Gorostegui (1989)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconocimiento de las oportunidades existentes;</li> <li>2. Selección de los objetivos del plan;</li> <li>3. Identificación y creación de alternativas;</li> <li>4. Evaluación de las alternativas;</li> <li>5. Selección de las alternativas;</li> <li>6. Seguimiento del plan.</li> </ol>
Harold Koontz & Taylor O'Donnell (1967)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimiento de la oportunidad;</li> <li>2. Establecimiento de objetivos;</li> <li>3. Establecimiento de premisas;</li> <li>4. Determinación de líneas alternativas;</li> <li>5. Evaluación de líneas alternativas;</li> <li>6. Selección de una línea de acción</li> <li>7. Formulación de planes derivados.</li> </ol>
Cortés (1998)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición de los objetivos organizacionales;</li> <li>2. Determinar donde se está en relación a los objetivos;</li> <li>3. Desarrollar premisas considerando situaciones futuras;</li> <li>4. Identificar y escoger entre cursos alternativos de acción;</li> <li>5. Puesta en marcha de los planes y evaluar los resultados.</li> </ol>

Fuente: Planeación Estratégica. Portal El Prisma

De los enfoques anteriores se puede observar 7 pasos similares para el proceso de planificación:

1	Reconocimiento de la Necesidad u Oportunidad
2	Establecimiento de Objetivos/ Metas
3	Análisis de la Situación Actual
4	Identificación y Determinación de Alternativas
5	Evaluación y Selección de las Alternativas
6	Formulación y Desarrollo de Planes
7	Evaluación y Control (Seguimiento) de los Planes

**Tabla 9: Recopilación y Síntesis de las etapas del Proceso de Planificación**

Fuente: Elaboración Propia

Considerando la información de la tabla 9, se pueden identificar 4 fases para la planificación que a su vez servirán de base para la presente investigación:

1. Fase Analítica
2. Fase Estratégica
3. Fase Táctica- Operativa
4. Fase De Revisión Y Control

### **E. Herramienta de análisis para la Planificación Estratégica**

#### 1. Herramienta de Análisis Estratégico FODA

Propósito: Identificar los puntos fuertes y débiles internos de una organización o proyecto al igual que las oportunidades y amenazas externas a las que se enfrenta.

Las siglas FADO (SWOT en sus siglas en inglés) corresponden a:

F = Fuerzas (S= Strengths)

A = Amenazas (T= Threats)

D = Debilidades (W= weaknesses)

O = Oportunidades (O= opportunities)



## 2. Metodología

Matriz FODA: Es una estructura conceptual para un análisis sistemático que facilita la Adecuación de las amenazas y oportunidades externas con las fortalezas y debilidades internas de una organización.

Esta matriz es ideal para enfrentar los factores internos y externos, con el objetivo de generar diferentes opciones de estrategias.

El enfrentamiento entre las oportunidades de la organización, con el propósito de formular las estrategias más convenientes, implica un proceso reflexivo con un alto componente de juicio subjetivo, pero fundamentado en una información objetiva. Se pueden utilizar las fortalezas internas para aprovechar las oportunidades externas y para atenuar las amenazas externas. Igualmente una organización podría desarrollar estrategias defensivas orientadas a contrarrestar debilidades y esquivar amenazas del entorno.

Las amenazas externas unidas a las debilidades internas pueden acarrear resultados desastrosos para cualquier organización. Una forma de disminuir las debilidades internas, es aprovechando las oportunidades externas.

La matriz FODA: Conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias:

- La estrategia FO. Es basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechas las oportunidades externas. Este tipo de estrategia es el más recomendado. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios.
- La estrategia FA. Trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la institución.
- La estrategia DA. Tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo. Generalmente este tipo de estrategia se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas debilidades, aquí la estrategia va dirigida a la sobrevivencia. En este caso, se puede llegar incluso al cierre de la institución o a un cambio estructural y de misión.

- La estrategia DO. Tiene la finalidad mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas, una organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades, podría decir invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad.

#### **F. Resultados de la Planeación Estratégica**

- Analiza la situación o contexto en el que funciona (social, político y económico), de modo que se entienda el contexto y se pueda formular una visión;
- Identifica el problema o problemas, dentro de una situación en la que la organización cree que está bien ubicada para tratarlo;
- Crea parámetros (un marco) o Indicadores que permiten monitorear sus actividades;
- Establece metas por sí misma;
- Formula una declaración sobre la visión y la misión, basada en un análisis e identificación de sus problemas;
- Analiza sus puntos fuertes y débiles a la hora de enfrentarse a los problemas identificados;
- Identifica oportunidades y amenazas del entorno que pudieran afectar a su trabajo;
- Prioriza en base al análisis las necesidades sujetas a acción;
- Propone alternativas de solución a través del establecimiento de estrategias para alcanzar sus metas y seleccionar las más apropiadas.

### *1.2.1.6. Fases De La Planificación Estratégica Con Aplicación Turística*

No	Tema	Descripción
1	<b>Análisis de la Situación Actual: Externa e Interna: El análisis de la situación constituye un elemento clave en la planificación, dado que el plan se realiza para un destino concreto, es necesario aplicar dicho análisis al destino en cuestión. Una forma habitual de presentar el análisis es mediante la técnica FODA</b>	
	Externo	<b>Incluye un análisis del mercado, de la competencia del sector y del entorno. A partir de este se pueden definir las Oportunidades y Amenazas.</b>
	Interno	<b>Hace Referencia al análisis de los recursos del destino así como de los agentes implicados en el destino (sector público, privado). A partir de este se pueden definir los puntos fuertes y débiles del destino.</b>
2	<b>Diagnóstico de la Situación Actual</b>	
	<b>Es importante diagnosticar la situación de los productos que integran el destino</b>	
3	<b>Fase Estratégica</b>	
	<b>Se plantea la misión del plan y los objetivos (¿a dónde se quiere llegar?)</b>	
4	<b>Fase Táctica /Operativa</b>	
	<b>Se refiere a la elaboración de planes turísticos de actuación a corto y mediano plazo, con un calendario temporal y un presupuesto que permitirán el logro de los objetivos</b>	
5	<b>Fase de Medición, Control y Evaluación</b>	
	<b>Para la consecución de los objetivos y metas establecidas, los planes y programas se deberán evaluar y controlar con el fin de detectar las posibles desviaciones y el establecimiento, de acciones y medidas correctoras.</b>	

**Tabla 10: Fases de la Planeación Estratégica con aplicación turística**

Fuente: Serra (1998), Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> Marketing de Destinos Turísticos, Editorial SIEC, Madrid, pàg 71

## I.2.2. Plan De Desarrollo

### I.2.2.1. Definiciones De Plan De Desarrollo

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

El plan de desarrollo local se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o ciudad.

Se consideran potencialidades endógenas de cada territorio a factores económicos y no económicos, entre estos últimos cabe recordar: los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, paisajísticos, etc. Todos factores también decisivos en el proceso de desarrollo económico local.

2. “Un plan de desarrollo es un ejercicio prospectivo en el cual se sueña con un territorio mejor, pero a la vez es un ejercicio práctico donde se diseñan instrumentos que permitan convertir el territorio deseado en un territorio posible. Así pues, un Plan de Desarrollo es la búsqueda de un adecuado balance entre objetivos y limitaciones, con la mira siempre puesta en tratar de incrementar el bienestar de la población guardando armonía y coherencia con los planteamientos del Plan Nacional de Desarrollo”.

### I.2.2.2. Contenido Del Plan De Desarrollo

PARTE ESTRATÉGICA		PLAN DE INVERSIONES
Visión	Estrategias	Proyección de recursos financieros
Objetivos	Programas	Evaluación financiera
Políticas	Metas	

**Tabla 11: Contenido del Plan de Desarrollo**

*Fuente:* Extracto del documento El Proceso de Planificación en las Entidades Territoriales: El Plan de Desarrollo y sus Instrumentos para la Gestión 2008-2011. DNP, 2007, pág. 21 y 22.

## **I.3. TURISMO**

### **I.3.1. Definición De Turismo**

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

La definición otorgada al término turismo por la Organización Mundial del Turismo (OMT) es la siguiente: “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

### **I.3.2. Definición De Turista**

Se considera turista a “toda persona que viaja a un sitio distinto de su residencia habitual por un periodo mínimo de una noche y no superior a un año, y cuyo principal motivo de visita no sea ejercer una actividad remunerada en el país visitado. El termino incluye personas que viajan por ocio, recreo o vacaciones para visitar amigos, familiares o motivos profesionales, por tratamiento de salud, por religión, peregrinación o por otros motivos. No se consideran turistas a aquellas personas que se encuentran de paso, desplazados, diplomáticos, viajes de rutina, personal de fuerzas armadas y viajeros temporales” (OMT, 1994).

### **I.3.3. Industria Del Turismo (Tipos De Turismo)**

La industria del turismo es el “Conjunto de industrias y actividades comerciales que producen bienes y servicios total o principalmente para el consumo turístico como alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, agencias de viaje, operadores de turismo, atracciones comerciales, artesanías y recuerdos que suceden en el origen y en el destino” (Weaver y Opperman).

#### ***I.3.3.1. Los principales tipos de turismo son:***

##### **a) Turismo de descanso**

Conocido también como turismo de Sol y Playa. Se realiza en zonas con playas y soleadas; con temperaturas promedio de 25 y 30 C. Es practicado en gran número por personas que viven en zonas lluviosas, frías o nubladas; o que no tienen playas cercanas en su lugar de residencia;

b) Ecoturismo

Es aquella actividad dirigida y controlada que respeta el patrimonio natural y cultural y que se lleva a cabo dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. Busca la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar y su desarrollo debe generar recursos para su preservación y para la comunidad aledaña;

c) Turismo Cultural

Es aquella forma de turismo que apunta, entre otros fines, al conocimiento de sitios Históricos y arqueológicos. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de bienes del patrimonio cultural, lo cual sirve de disfrute y medio de comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Por turismo cultural es aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos. Para el turista cultural, el patrimonio cultural y ecológico es el elemento de identidad de los sitios y el atributo diferenciador para su selección. Las principales actividades en torno al patrimonio cultural se relacionan con el patrimonio tangible y destaca la visita a las zonas arqueológicas y monumentos arquitectónicos;

d) Turismo Arqueológico

Es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal. Es una forma alternativa de turismo cultural, basado en promocionar la pasión por la arqueología y las iniciativas de conservación de los yacimientos y lugares históricos;

e) Turismo Rural

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los Valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos;

f) Turismo Gastronómico

Se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas;

g) Turismo Religioso

Desplazamiento de Viajeros a un destino; motivados por su devoción religiosa o por cumplir alguna manda, dar gracias por algún beneficio, alguna petición; viajan a Santuarios o lugares que tienen significado importante en sus creencias;

h) Turismo de negocios

Ya sea Individuos o Grupos, que se desplazan a un Destino con el objetivo de llevar a cabo actividades laborales o profesionales. Se desplaza el Viajero (os) ya sea por realizar negocios o la asistencia a Congresos, Convenciones, Ferias, Exposiciones, Viajes de Incentivos u otros;

i) Turismo de salud

Los Viajeros viajan a los destinos con el objetivo de curar o tratar dolencias, relajarse, tomar tratamientos para rejuvenecer y adelgazar y otros, y a su vez lograr una mejora en el estado espiritual.

### ***1.3.3.2. Patrimonio y Recursos Turístico***

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) existen 2 conceptos muy importantes y claramente diferenciados en materia de turismo.

Estos son:

- Patrimonio Turístico (de un país, región o zona): es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas; El patrimonio turístico constituye el elemento fundamental que el hombre podrá transformar en recursos turísticos utilizando los medios técnicos, económicos y financieros propios a su entorno cultural, político y social;
- Recursos Turísticos: Son todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

### ***1.3.3.3. Servicios Turismo***

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- Servicio de alojamiento: cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios;
- Servicio de alimentación: cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas;
- Servicio de intermediación: en la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos;
- Servicio de información: cuando se facilite la información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios;
- Servicio de guía: servicios prestados por guías profesionales, para interpretar el patrimonio natural y cultural;
- Servicio de acogida: son los eventos congresuales, convenciones o similares.

### ***1.3.4. Sistema Turístico***

Para permitir la utilización de la Ingeniería Industrial en la realización de un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo, debe enfocarse el objeto del estudio, la actividad turística, de la forma adecuada para la aplicabilidad de las herramientas de Ingeniería Industrial. Como se ha mencionado, la Ingeniería Industrial permite entre otras cosas el análisis y diseño de Sistemas, siendo un sistema un conjunto de elementos trabajando por un fin común. *Haciendo un paralelismo, la actividad turística puede ser analizada también como un sistema, un sistema donde los elementos trabajan para lograr el desarrollo del turismo. Para una mejor comprensión del Sistema Turístico se hará un análisis deductivo que parta de la de la definición de Sistema Turístico.*

#### ***1.3.4.1. Definición De Sistema Turístico***

"... es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones [y] su localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango." Como todo sistema conceptual, proviene de un sistema real y es paralelo ajustándose metodológica y simbólicamente, facilitando el análisis y la comprensión de dicho sistema real y es en este sentido en que radica su importancia como herramienta de investigación.



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

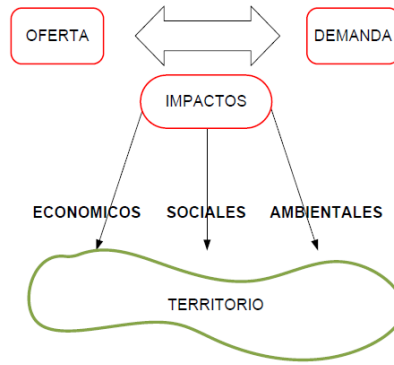
#### ***1.3.4.2. Componentes Del Sistema Turístico***

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el sistema turístico se compone de 4 elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado.

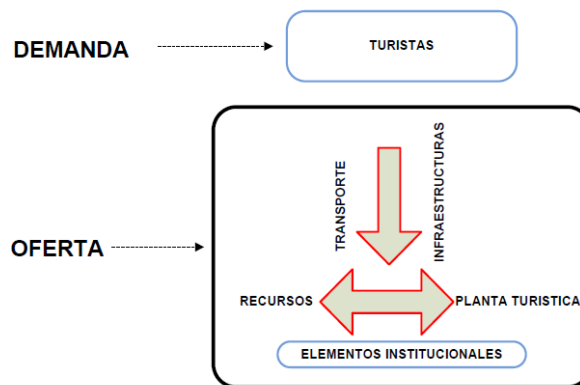
1. Demanda: Conjunto de Consumidores- o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos;
2. Oferta: Conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística.
3. Espacio Geográfico: Base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente (la cual no es en sí misma un elemento turístico pero se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística).
4. Operadores de Mercado: Empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda: agencias de viajes, compañías de transporte regular y organismos públicos y privados que intervienen en la ordenación y/o promoción del turismo.

Básicamente los componentes principales del Sistema Turístico son: la *Oferta y la Demanda* Turística, cuya compleja red de relaciones tanto físicas como intangibles, se desarrollan sobre un territorio determinado (origen, destino y espacio recorrido entre ambos), y causan una serie de impactos tanto positivos como negativos en aspectos ambientales, socioculturales, y económicos en todo el territorio sobre el que se asienta y desarrolla el Sistema Turístico (Esquema 2).



**Esquema 2: Componentes Del Sistema Turístico**

**La demanda:** Es el elemento más dinámico del sistema, la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas). Se ve afectada por: *factores internos*, como las motivaciones que animan a viajar; *factores externos*, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, culturales, ecológicos, seguridad, entre otros; y finalmente *factores propios del mercado* (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc. (Esquema 3).



**Esquema 3: Estructura de la Oferta y la Demanda**

**La oferta:** Es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. Así se distinguen los siguientes componentes: los recursos y atractivos turísticos, la planta turística (las empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y los elementos institucionales (las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo turístico).

Los recursos y atractivos turísticos: son aquellos elementos que motivan el desplazamiento de los turistas. Pueden ser de origen natural, cultural, etc. Cabe

diferenciar entre recursos y atractivos siendo los primeros atractivos potenciales mientras que los segundos son aquellos recursos ya puestos en valor;

La planta turística: son todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el destino proporcionando servicios de alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc;

La infraestructura: son todos aquellos elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos y que en primer lugar buscan la satisfacción de la población local pero sin los cuales sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos resultaría imposible;

Los elementos institucionales: son la legislación turística en general, los entes de turismo públicos, privados o mixtos, las acciones de promoción, la facilitación a empresas privadas, es decir, todo aquella actividad que realiza el sector público en materia de turismo. Es denominado como superestructura y es el encargado velar por el buen funcionamiento en general de todo el sistema. De esto se deduce que cuanto más importante sea la actividad turística para la región, más fuerte y eficiente debería ser la superestructura que gestione dichos territorio.

#### *1.3.4.3. Interacciones Del Sistema Turístico*

Tal como se mencionó, el sistema turístico es un sistema dinámico y flexible y esto no sólo se debe a la naturaleza de sus componentes sino que dichas características se deducen de la interacción entre dichos componentes. Así, esta interacción se da de manera natural aunque dependiendo del destino analizado, dicho dinamismo se presentará en mayor o menor medida. Esto último depende de muchos factores, tanto internos como externos:

- La fase de desarrollo del destino: si el destino se encuentra en una fase inicial puede presentar cierta rigidez a nivel estructural o social. En cambio si es un destino consolidado puede presentar un sistema turístico muy dinámico. En contrapartida si se encuentra en decadencia puede evolucionar degenerativamente hacia la rigidez. En este factor influye de manera importante como se haya diseñado el plan de desarrollo del destino;
- El entorno: este factor puede influir tanto de forma positiva como negativa en la fluidez del sistema turístico. El comportamiento de los mercados mundiales, conflictos globales, manifestaciones climáticas, son todos elementos que afectan a la interacción de los elementos que conforman el sistema turístico y si bien su naturaleza

(la del sistema) es la adaptabilidad a estos fenómenos, resulta claro el impacto de éstos en la actividad turística;

- La Superestructura: la superestructura es el componente que funciona como lubricante de todo el sistema; es el que vela por la dinámica correcta y el equilibrio dentro del sistema turístico. En este sentido, una mala gestión por parte del sector público influiría en el sistema turístico y podría generar cierta rigidez a nivel estructural, social, económico, etc;

#### *1.3.4.4. Resumen de los Modelos del Sistema Turístico<sup>22</sup>*

<b>MODELOS</b>	<b>ELEMENTOS</b>	<b>DESCRIPCION</b>
<b>OMT</b>	Demanda, Oferta, Espacio Geográfico, Operadores de mercado.	Está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo.
<b>MARIOT</b>	Ruta de Acceso, Origen, Ruta Recreativa, Destino, Ruta de Retorno	El autor agrega entre esos dos elementos las rutas que pueden ser utilizadas por los turistas para desplazarse. (origen-destino)
<b>PELHARES</b>	Origen, Destino primario, Destino Secundario	El autor destaca la posibilidad de que los turistas visiten más de un destino durante un viaje, estableciendo un destino primario y uno o más destinos secundarios.
<b>LUNDGREN</b>	Destinos metropolitanos, Destinos urbanos periféricos, Destinos de ambiente natural	Parte de la jerarquización de las localidades según su papel dentro del contexto regional.
<b>LEIPER</b>	Turistas, Elementos geográficos y la Industria turística	Se plantea al Turista como el elemento fundamental en función a la concepción del Turismo como una actividad humana, social.
<b>BOULLON</b>	Demanda, Demanda potencial, Producto y planta turística	Este concibe el sistema turístico desde los conceptos económicos, denominándose el modelo “Oferta-Demanda”, asociado a un turismo de carácter comercial, como el bien plantea.
<b>INSKEEP</b>	Ambiente natural, cultural y socioeconómico, industria turística, producto turístico	El fenómeno turístico es extremadamente complejo y la tarea de definir los elementos constitutivos de su sistema es considerablemente difícil.
<b>MOSCARDO</b>	Información externa,	Entiende que el turista elige el destino de su viaje a partir

<sup>22</sup> Fuente: HERMES AQUINO, JOSÉ FLORES, ALICIA VILLANUEVA, “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA ZONA SUR-ESTE DE AHUACHAPÁN Y OESTE DE SONSONATE”, Universidad De El Salvador, OCTUBRE 2011.

	Variables de viaje, imágenes del destino, selección del destino, destino.	de las características particulares y de la imagen de ese destino.
<b>HALL</b>	Cultura, Industria turística, Impactos, gobierno	El centro de atención está entre oferta y demanda. Según el modelo, de la esta interacción resulta el elemento denominado experiencia turística. Este a la vez, retroalimenta al sistema por medio de sus impactos.
<b>BENI</b>	Conjunto de organización estructural, conjunto de relaciones ambientales y conjunto de relaciones operacionales.	Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural, y de las Relaciones Operacionales.

Para la llevar a cabo la investigación para la realización del diagnóstico, los elementos del sistema de turismo que se consideraran son aquellos elementos comunes de todos los modelos propuestos y de esta manera se determina utilizar 4 elementos básicos, siendo estos:

- La demanda: representada por todo el flujo de turistas actuales y potencial, ya sean nacionales o extranjeros que prefieren visitar el país;
- La Oferta: la constituye todo aquel recurso y/o atractivo que se encuentre en nuestra zona en estudio;
- Espacio Geográfico: elemento principal del sistema turístico, ya que aquí converge la oferta y la demanda, demostrando que se puede suplir las necesidades de los turistas;
- Entes de interés: Está integrado por todas aquellas organizaciones tanto nacionales como privadas e incluso internacionales u cualquier otro tipo de apoyo al sector turismo en el país, incluyendo leyes y políticas.

#### **I.4. Tipo De Desarrollo A Proponer: Desarrollo Sustentable**

Para llevar a cabo la elección del tipo de desarrollo que se va proponer en el presente estudio se tomara como base el desarrollo que está llevando a cabo el MITUR en el Plan Nacional de Turismo 2014, dicho desarrollo se expresa en el primer OBJETIVO del plan, el cual dice: Para el año 2014 El Salvador alcanzara 2 MILLONES de Turistas; Dicho objetivo se ha establecido teniendo en cuenta los criterios de planificación citados en dicho plan y, de forma especial, incidiendo en la necesidad de garantizar la sostenibilidad del desarrollo turístico de El Salvador; **UN DESARROLLO SUSTENTABLE** que, por la propia definición y conceptualización del término, ha de estar intrínsecamente unido al de **capacidad de acogida de visitantes - o capacidad de carga - del destino**.

De ésta forma, la prioridad se ha establecido, como se puede observar también en los objetivos siguientes, no tanto en términos de un aumento exponencial del número de visitantes recibidos, sino en **la capacidad que se ha de desarrollar para gestionar razonablemente dicho volumen**; una gestión del destino con la debida **garantía de calidad en la prestación de los servicios turísticos**, que incida en el rendimiento social y económico generado por la actividad y, por tanto, en su aportación al aumento de la riqueza nacional, del empleo y de la equitativa distribución de dicha riqueza entre la población salvadoreña.

Partiendo de lo expresado por el MITUR en el primer objetivo expresado anteriormente se establece que el tipo de desarrollo a planificar en el presente documento será un **DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO**.

## **I.5. Desarrollo Sustentable De Turismo<sup>23</sup>**

El significado del Turismo Sustentable viene del concepto “Desarrollo Sustentable”, pues ser sustentable se considera, hoy en día, básico e indispensable para cualquier tipo de desarrollo económico.

### **I.5.1. ¿Pero qué significa ser Sustentable?**

Sustentable significa, compatibilizar la búsqueda del desarrollo con la necesidad de conservar el patrimonio y los atractivos disponibles para el turismo. Es decir, que es preciso trabajar con el patrimonio turístico sin degradarlo, con el propósito de mantenerlo durante muchos años para el disfrute de las generaciones presente y futuras.

El turismo representa una alternativa a esa búsqueda legítima de progreso y bienestar económico, siempre que su manejo esté apoyado en condiciones de respeto a su soporte natural y cultural.

### **I.5.2. Definición del Turismo Sustentable**

Un proceso de desarrollo económico y de progreso social y cultural, que se produce en armonía con su ambiente o entorno (áreas urbanas o rurales), ajustándose a las necesidades presentes pero conservando los mismos recursos turísticos para el futuro.

Por correspondiente los objetivos básicos del Turismo Sustentable son los siguientes:

1. Una distribución más justa de los beneficios de la actividad turística, sobre todo respecto a la comunidad local;
2. La mejora sustancial en la calidad de vida de los residentes;
3. El reforzamiento de los valores culturales y de identidad social;
4. La conservación de los atractivos del lugar para las generaciones futuras;
5. Una experiencia gratificante, de calidad e interés para el visitante;
6. El equilibrio entre turismo, negocio y conservación.

El turismo sustentable no es una elección, es un compromiso que debe asumirse si un municipio decide ser turístico.

---

<sup>23</sup> Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal, Secretaría de Turismo de México.

### I.5.3. Principios Del Desarrollo Sustentable

Un nuevo modelo de turismo procura reequilibrar el conjunto de fuerzas económicas, sociales, ambientales y culturales, que intervienen en su desarrollo; esta filosofía de desarrollo, requiere como punto de partida la reflexión y aceptación de las teorías fundamentales de la sustentabilidad del turismo.

Principios:

#### 1) La conservación del entorno natural

Garantía de que el desarrollo turístico sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales y con la diversidad biológica.

- Conservación de los recursos naturales;
- Mantenimiento del patrimonio arquitectónico;
- Supervisar la capacidad de carga de los sitios;
- Evaluar periódicamente los impactos ambientales.

#### 2) Integración social y cultural:

Los principales beneficiarios del turismo serán los propios residentes, gracias a las oportunidades de bienestar que brinda, pero siempre de forma compatible a su cultura y tradiciones.

- Participación de la población local;
- Promoción y rescate de la identidad nacional;
- Generación y fomento de una cultura turística.

#### 3) Rentabilidad económica:

Equilibrio entre las inversiones y los ingresos por turismo, asegurando la conservación de los atractivos que generan los beneficios.

- Empleo;
- Rentabilidad;
- Inversión;
- Oportunidades de negocio.

El equilibrio los principios mencionados son la clave del éxito de una política turística bien llevada, la clave es el equilibrio entre la autoridad municipal como responsable principal de su aplicación y la comunidad.



## **I.5.4. Conceptos Relacionados Al Turismo Sustentable**

Para impulsar un desarrollo turístico basado en los principios de sustentabilidad, es decir, de permanencia y estabilidad a lo largo del tiempo, es preciso aclarar los conceptos que ayudan a su aplicación real. Estos conceptos son:

1. La capacidad de carga turística;
2. La calidad turística y;
3. Los impactos esperados o generados.

Explicaremos a continuación el significado de cada uno:

### ***I.5.4. 1. La Capacidad De Carga Turística***

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

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

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

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

Físico, un claro límite de riesgo es cuando se empieza a producir un proceso acelerado de deterioro de las instalaciones o del lugar, a un ritmo superior a su normal mantenimiento, por ejemplo: Un edificio histórico que progresivamente pierde parte de su valor arquitectónico o artístico, por efecto de la concentración de gente (graffiti, humedad, vandalismo, etc.)

Biológico, corresponde a una sobreexplotación del recurso natural, por encima de los límites que impiden su regeneración, por ejemplo: La fragilidad de la capa de suelo de un bosque sometido a las pisadas continuas de los visitantes o la recolección de especies de flora de manera descontrolada.

Socio - cultural, el riesgo se produce cuando la presión turística es capaz de alterar los valores culturales y hábitos tradicionales de la población local, por ejemplo:

Cuando los alimentos típicos o la dieta normal es sustituida por costumbres importadas, como la comida rápida.

Psicológico, un nivel indeseable se alcanza cuando los visitantes se sienten incómodos insatisfechos por una excesiva concentración de público, o por un espacio mal dimensionado, por ejemplo:

Un museo de escasas dimensiones o con visitantes en exceso, donde es imposible apreciar y disfrutar de las obras expuestas. En definitiva, la capacidad de carga intenta establecer un equilibrio entre los turistas que queremos y los que realmente estamos en capacidad de recibir.

#### *1.5.4.2. La Calidad Del Espacio Turístico*

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

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

Respecto al ambiente que rodea al turista por ejemplo, la calidad es la medida en que una zona se mantiene libre de contaminación (acuática, visual, atmosférica o acústica) y atractiva a la vista, es decir, ordenada, limpia, acogedora y segura. Un significado más vinculado a la calidad de los servicios y a la actitud de quienes están al frente de la actividad turística, es hacer las cosas lo mejor posible, esto quiere decir, dar al visitante lo que espera.

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

Los estándares de calidad se establecen normalmente a nivel nacional o incluso internacional, y es usual aplicarlos por ejemplo en el caso de los hoteles, diferenciando sus categorías en una escala de una a cinco estrellas o estrellas y diamantes.

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

#### *1.5.4.3. Impactos Esperados*

- Distribución más equitativa de los beneficios económicos, por eso la participación de la población local (micro - empresas, capacitación laboral, etc.), son condiciones básicas para lograr la justicia social que predica;
- Es garantía para la protección de los recursos naturales y para su conservación a largo plazo;
- Se basa en la calidad del destino turístico, que asegura un mayor nivel educativo y un mayor poder adquisitivo de los visitantes;
- Contribuye a diversificar la economía turística, puesto que destaca los atractivos culturales y sociales, ampliando la oferta turística de un lugar (cultura, deportes, aventura, arqueología, etc.);
- Integra a la población local, como parte activa y creativa de dicha economía turística, a través de sus iniciativas particulares (hoteles, fondas, transportes, visitas y excursiones guiadas, artesanía);
- Genera divisas porque atrae a más turistas, lo cual incide igualmente en la inyección de capital y fondos a la economía local;
- Constituye el futuro del turismo, pues cada vez más la gente busca el contacto con la naturaleza, el patrimonio bien conservado, el retorno a las tradiciones y la vida sana;
- Disminuye el consumo energético e impulsa el uso de tecnologías no contaminantes;
- Aprovecha espacio tradicionalmente marginado o de escaso interés turístico, como zonas rurales o agrícolas, y grandes extensiones naturales de bosques, entre otros;
- Desarrolla oportunidades de progreso para levantar o dar impulso a la economía de lugares deprimidos, con graves problemas de actividades económicas;

- Impulsa el acondicionamiento de las infraestructuras y equipamiento básico, como carreteras, alcantarillado, tratamiento de basuras, centros de capacitación, etc., en beneficio de la población local;
- Revalora el talento local de la comunidad, que ve apreciada y valorada su herencia cultural y su patrimonio histórico;
- Eleva los niveles de capacitación de la población local, como condición indispensable para el soporte de la actividad;
- Estrecha los lazos interinstitucionales, es un componente fundamental del éxito, es la capacidad de coordinación entre las diferentes instancias públicas, y de éstas respecto al sector privado.

## I.6. Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo

Partiendo que no se encontró una definición de plan de desarrollo sustentable de turismo, se partirá de las definiciones de los conceptos: planificación, planeación estratégica, plan de desarrollo, turismo y turismo sustentable. Para construir la definición que se manejara para el desarrollo del presente estudio.

### A. Planificación:

1. Planificar: es un proceso sistemático en el que primero se establece una necesidad, y acto seguido, se desarrolla la mejor manera de enfrentarse a ella, dentro de un marco estratégico que permite identificar las prioridades y determina los principios funcionales.

B. La Planificación Estratégica: está diseñada para satisfacer las metas generales de la organización así como la adopción de los cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para su cumplimiento.

### C. Plan de desarrollo:

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

2. "Un plan de desarrollo es un ejercicio prospectivo en el cual se sueña con un territorio mejor, pero a la vez es un ejercicio práctico donde se diseñan instrumentos que permitan convertir el territorio deseado en un territorio posible. Así pues, un Plan de Desarrollo es la búsqueda de un adecuado balance entre objetivos y limitaciones, con la mira siempre puesta en tratar de incrementar el bienestar de la población guardando armonía y coherencia con los planteamientos del Plan Nacional de Desarrollo".

D. Turismo: La definición otorgada al término turismo por la Organización Mundial del Turismo (OMT) es la siguiente: "Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos".

E. Turismo Sustentable: Un proceso de desarrollo económico y de progreso social y cultural, que se produce en armonía con su ambiente o entorno (áreas urbanas o

rurales), ajustándose a las necesidades presentes pero conservando los mismos recursos turísticos para el futuro.

Para construir la definición de Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo se elaborara la tabla 12, con los conceptos característicos de cada elemento:

**Tabla 12: Conceptos, elementos de las definición de de Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo**

<b>Concepto</b>	<b>Conceptos, características elementos de cada definición</b>
<b>Planificación</b>	Proceso sistemático, establece una necesidad, pensar en el futuro, desarrolla la mejor manera de enfrentarse a las necesidades.
<b>Planificación Estratégica</b>	Diseñada para satisfacer metas generales, largo plazo, adopción de los cursos de acción, asignación de los recursos.
<b>Plan de desarrollo</b>	Herramienta de gestión, promover el desarrollo social en una determinada región, identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o ciudad, bienestar de la población guardando armonía y coherencia con los planteamientos del Plan Nacional de Desarrollo.
<b>Turismo</b>	Actividades que realizan las personas durante sus viajes, consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.
<b>Turismo Sustentable</b>	Proceso de desarrollo económico y de progreso social y cultural, armonía con su ambiente o entorno, ajustándose a las necesidades presentes pero conservando los mismos recursos turísticos para el futuro.

### **I.6.1. Definición de Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo<sup>24</sup>**

Proceso sistemático en el que se establecen metas generales de desarrollo económico, progreso social y cultural, para la búsqueda del aprovechamiento de los recursos turísticos de una comunidad así como la asignación de los mismos para promover el bienestar de la población, guardando coherencia con los planteamientos del Plan Nacional de Desarrollo Turístico, desarrollando la mejor manera de enfrentarse a las necesidades presentes pero conservando los mismos recursos turísticos para el futuro.

---

<sup>24</sup> Fuente: Elaboración propia a partir de de las definición de los conceptos: Planificación, Planificación Estratégica Plan de desarrollo, Turismo y Turismo Sustentable.

## CAPITULO II. MARCO LEGAL

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.

### II.1. INSTRUMENTOS REGULATORIOS AL TURISMO

#### II.1.1. **Ámbito Interno**

##### *II.1.1.1. Ley De Turismo<sup>25</sup>*

En primer lugar, tenemos la Ley de Turismo creada bajo el decreto legislativo N. 899 el 10 de Diciembre de 2005. Dicha Ley consta de 10 Capítulos y 41 artículos en los que se plasma el interés y apoyo del 116 Gobierno en promover el desarrollo económico y social del país a través del sector turismo y de sus diferentes elementos que apuestan/aportan a este mismo objetivo.

La Ley de Turismo se basa en el Art. 101, inciso del I al IV de la Constitución de la República de El Salvador, los cuales reflejan el interés Nacional por estimular el desarrollo turístico a través de los recursos con los que cuenta el país considerando su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, que tienen gran potencial de desarrollo turístico. Como lo enuncia el Art. 1 de la Ley de Turismo en El Salvador.

La presente Ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

La Ley obliga el apoyo a los distintos proyectos turísticos de interés nacionales a través de sus distintas instituciones de gobierno, como lo son la Secretaria de Estado, Ministerio de Hacienda, entre otros, los cuales otorgan incentivos fiscales a todas aquellas empresas

---

25 Fuente:<http://www.csj.gob.sv/leyes.nsf/ef438004d40bd5dd8625645200731ab5/9728bca913aeef70625712d005eedea?OpenDocument>

turísticas que contribuyan a fortalecer el desarrollo del país. Entre otros aspectos que la Ley considera están:

Toda empresa turística tendrá la obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo, el cual tendrá jurisdicción nacional y dependerá de CORSATUR, quien ejercerá su administración y control además las empresas presentaran toda la documentación legal necesaria.

Asignar infracciones y sanciones para aquellas empresas turísticas que suministren datos falsos a entidades u organismos de gobierno y obtener de esta manera beneficios fiscales para otros fines ajenos a la actividad incentivada.

Fomentar la industria turística promoviendo el desarrollo turístico del país, el incremento de inversiones nacionales y extranjeras para ese fin, y la descentralización y aumento de oportunidades de empleo en zonas turísticas del país prestado por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

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. Art. 4 al 8 Competencias del Ministerio de Turismo

Art. 9 Registro Nacional de Turismo;

Art 10 al 15: Obligaciones de las personas inscritas al Registro Nacional de Turismo;

Art. 16 al 19: Ingresos para la Promoción Turística;

Art. 20 al 21: Fomento a la Industria: Beneficios e Incentivos;

Art. 22 al 24: Fomento a la Industria: Condiciones y Regulaciones para el Otorgamiento de Incentivos;

Art. 25 al 28: Infracciones y Sanciones;

Art. 29 al 35: Procedimiento Sancionador;

Art. 36 al 41: Disposiciones Transitorias y Finales

En concordancia con el art. 9 de la Ley de Turismo que establece la Creación del Registro Nacional de Turismo, a continuación se presentan los requisitos que las empresas deben cumplir para formar parte de esta:



## Registro Nacional de Turismo

REQUISITOS GENERALES	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicitud por parte del propietario, representante legal o apoderado.(VERIFICAR MODELO);</li> <li>2. Matrícula de Empresa y Establecimiento en el Registro de Comercio, relacionada con el servicio turístico que desea inscribir;</li> <li>3. DUI y NIT del propietario, Representante Legal o apoderado, en su caso;</li> <li>4. Escritura de Poder (en su caso);</li> <li>5. Escritura Pública de Constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro de Comercio (si es persona jurídica);</li> <li>6. Credencial del Representante Legal (en caso de ser persona jurídica);</li> <li>7. Tarjeta de IVA y NIT de la empresa.</li> </ol>	
REQUISITOS ESPECÍFICOS	
<b>Transporte Turístico Terrestre:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Declaración jurada.(VERIFICAR MODELO);</li> <li>2. Tarjetas de Circulación vigentes;</li> <li>3. Organigrama de la Empresa, firmado por propietario o Representante Legal;</li> <li>4. Cartas de los operadores de turismo, hoteles o empresas turísticas a quienes les brindan sus servicios (3 mínimas), o carta de recomendación de las gremiales de Turismo;</li> <li>5. Póliza de seguro de responsabilidad civil y daños a terceros, vigentes a la fecha;</li> <li>6. Carta taller sobre el estado de los vehículos (con vigencia de un mes);</li> <li>7. Licencia de conducir del (los) conductor (es) vigente;</li> <li>8. Solvencia de la Policía Nacional del (los) conductor (es) vigencia de un mes);</li> <li>9. Constancia de Multas de SERTRACEN (vigencia de un mes).</li> </ol>	<b>Operador de Turismo:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Declaración jurada (VERIFICAR MODELO);</li> <li>2) Cartas hoteles o empresas turísticas a quienes les brindan sus servicios (3 mínimas), o carta de recomendación de las gremiales de turismo;</li> <li>3) Organigrama de la Empresa, firmado por propietario o Representante Legal;</li> <li>4) Guías certificados (si lo tienen);</li> <li>5) Si la empresa ofrece servicio de transporte turístico, la empresa, los vehículos y los conductores deben cumplir con los mismos requisitos para el transporte turístico.</li> </ol>
<b>Transporte Aéreo o Acuático:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Declaración Jurada ( VERIFICAR MODELO);</li> <li>2) Documentos de titularidad de los vehículos de la empresa que presta el servicio;</li> <li>3) Permisos necesarios para operar por las autoridades correspondientes (Aeronáutica Civil, Autoridad Marítima Portuaria, Cendepesca, etc.);</li> <li>4) Contrato de sitio de base así como de los lugares propios para operar (hangares, muelles);</li> </ol>	<b>Turismo de Aventura:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Presentar póliza de seguro de responsabilidad civil y daños a terceros;</li> <li>2) Organigrama de empresa, firmado por propietario o Representante Legal;</li> <li>3) Permisos correspondientes de funcionamiento.</li> </ol>
<b>Empresas de gastronomías y de alojamiento:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Permiso o licencia correspondiente para operar, por parte de Ministerio de Salud, Alcaldía Municipal, (ruidos, luces, venta de licores);</li> <li>2) Contrato de empresas para control de plagas, insectos y roedores, carga de extintores, limpiezas de trampa de grasas, limpieza de extractores de humo;</li> <li>3) Examen médicas del personal.</li> </ol>	
<p>La solicitud junto con la documentación y el pago debe ser presentado completo en la oficina del RNT, presentar original y copia para ser confrontada.</p>	

Tabla 13: Requisitos generales y específicos de inscripción para Registro Nacional de Turismo

Fuente: CORSATUR, MITUR

### ***II.1.1.2. Ley Nacional De Medio Ambiente***

Art. 1: 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; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia.

Art. 12 al 15: Incorporación de la dimensión ambiental en los Planes de Desarrollo y Ordenamiento del Territorio;

Art. 16 al 29: Sistema de Evaluación Ambiental;

Art. 32 al Art. 38: Incentivos Ambientales;

Art. 46 al Art. 52: Prevención y Control de la Contaminación;

Art. 62: Permisos de Aprovechamiento de Recursos Naturales;

Art. 65: Uso y Aprovechamiento de los Recursos Naturales Renovables;

Art. 70 al 77: Gestión y Aprovechamiento de los Ecosistemas;

Art. 78: Sistema de Áreas Naturales Protegidas;

Art. 82: Recursos Naturales No Renovables;

Art. 85: Infracciones, Sanciones, Delitos y Responsabilidad Ambiental.

### ***II.1.1.3. 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.

#### **A. Evaluación Ambiental**

Art. 15: Obligaciones del Titular con relación a la Evaluación Ambiental;

Art. 16: Contenido del Informe de la Evaluación Ambiental Estratégica;

Art. 17: Presentación y Aprobación de los Informes de Evaluación Ambiental Estratégica;

Art. 18: Etapas del Proceso de la Evaluación del Impacto Ambiental;

Art. 20 y 21: Presentación y Contenido del Impacto Ambiental;

Art 22: Categorización de actividad, obra o proyecto de acuerdo al impacto ambiental que pueda generar;

Art. 23: Contenido de Estudio de Impacto Ambiental;

Art. 28: Estudio de Riesgo;

Art. 29 y 30: Recepción y Análisis del Estudio de Impacto Ambiental;

Art. 34: Emisión de Permiso Ambiental;

Art. 36 y 37: Auditorías de Impacto Ambiental y su procedimiento.

#### B. Incentivos o Desincentivos Ambientales

Art. 55: Tipos de Instrumentos para el programa de Incentivos o Desincentivos Ambientales;

Art. 56: Premio Nacional de Medio Ambiente;

Art 57 y 58: Sellos Verdes y Eco etiquetas;

Art 62: Educación y formación Ambientales.

#### C. Prevención y Control de la Contaminación

Art. 65 y 66: Fuentes fijas y móviles de contaminación atmosférica

Art. 69: Criterio de Uso para protección de Recursos Hídricos. b) Uso del agua con fines turísticos.

#### D. Ecosistemas

Art. 85 al 95: Sistema de Áreas Naturales Protegidas y responsabilidades;

Art 96 al 101: Aguas y Ecosistemas Acuáticos. Derecho y Permiso Ambiental para el aprovechamiento de Aguas;

Art. 102 al 105: Ordenamiento Costero Marítimo, Infraestructura Física y Medidas de Protección.

Art. 106-108: Manejo de Suelos y Ecosistemas Terrestres;

Art. 109: Gestión y Aprovechamiento Sostenibles de los Bosques.

#### *II.1.1.4. 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, con el fin de conservar la diversidad biológica, asegurar el funcionamiento de los procesos ecológicos esenciales y garantizar la perpetuidad de los sistemas naturales, a través de un manejo sostenible para beneficio de los habitantes del país.

La Ley es aplicable en todo el territorio nacional, especialmente en las Áreas Naturales Protegidas, declaradas y establecidas como tales con anterioridad a la vigencia de esta Ley y las que posteriormente se establezcan.

Art. 9, 14, 16: Sistema y Manejo de Áreas Naturales Protegidos;

Art. 30: Uso Público en Áreas Naturales Protegidas;

Art. 33: Autorizaciones para realizar actividades, obras o proyectos en Áreas Naturales Protegidas;

Art. 37: Autorizaciones en Bosques Salados;

Art. 39: Mercado de Servicios Ambientales;

Art. 42, 43, 44, 45: Infracciones Leves, Graves y muy Graves.

#### ***II.1.1.5. Política De Áreas Naturales Protegidas***

La Política de Áreas Naturales Protegidas se fundamenta en tres macro-principios establecidos en la Política Nacional de Medio Ambiente:

**Equilibrio Dinámico:** Es la búsqueda permanente del equilibrio, que es la condición deseada entre los pilares del desarrollo sostenible: económico, ecológico y social;

**Responsabilidad Compartida:** La conservación de los recursos naturales y el medio ambiente es responsabilidad de la sociedad salvadoreña, lo cual implica que todos tenemos obligación y derecho a velar por que se haga un uso sostenible de los recursos naturales, en tal sentido se propiciará la gestión privada de las áreas naturales protegidas;

**Interés Social:** El establecimiento de las áreas naturales protegidas, los recursos contenidos en ellas y los beneficios que provienen de los servicios ambientales que prestan deben ser compartidos por los diferentes sectores de la sociedad, prevaleciendo el interés general sobre el particular.

**Objetivo de la Política:** Lograr el manejo sostenible de las áreas naturales protegidas, haciendo que los beneficios que de ellas se deriven, trasciendan a los diferentes sectores de la sociedad y se compartan equitativamente.

#### ***II.1.1.6. Ley De Protección Especial Al Patrimonio Cultural***

La Ley tiene por finalidad regular el rescate, investigación, conservación, protección, promoción, fomento, desarrollo, difusión y valoración del Patrimonio o Tesoro Cultural Salvadoreño, a través del Ministerio de Educación o de la Secretaría de Estado que tenga a su cargo la Administración del Patrimonio Cultural del País, quien en el transcurso de la presente ley se denominará el Ministerio.

Art. 2 al 8: Definición de Patrimonio Cultural y Campo de Aplicación de la Ley;

Art. 9 al 14: Propiedad, Posesión y Tenencia de los Bienes Culturales;

Art. 15 al 32: Registro de Bienes Culturales;

Art. 33 al 39 Goce de los Bienes Culturales;

Art. 40 al 43 Conservación y Salvaguardia de los Bienes Culturales;

Art. 44 al 52 Prohibiciones, Autorizaciones y Sanciones;

Art.53 Incentivos Fiscales.

#### ***II.1.1.7. Reglamento de la Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador***

El Reglamento tiene por objeto facilitar y asegurar la aplicación de la Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador, en adelante denominada “La Ley Especial”.

Para los efectos indicados, el Ministerio de Educación, que en adelante se denominará “El Ministerio”, dictará todos los acuerdos, disposiciones y resoluciones que fueran necesarios para el mejor cumplimiento de la Ley Especial y del presente Reglamento.

Art. 1 al 2: Organismos de Aplicación;

Art 3 al 7: Reconocimiento y Declaración de los Bienes Culturales;

Art 8 al 10: Concepto de Bienes Culturales;

Art 19 al Art 22: Relación con los Municipios;

Art. 23 al 27: Medidas de Protección;

Art. 61 al 65: Establecimientos Comerciales;

Art. 69 al 73: Áreas, Zonas y Sitios;

Art. 74 al 90: Medidas de Conservación y Salvaguarda;

Art. 92 al 100: Goce de Bienes Culturales;

Art. 101 al 104: Sanciones y Responsabilidad Penal;

Art. 105: Patrimonio Lingüístico, Nombres Autóctonos, Históricos y Culturales;

Art. 109: Incentivos Fiscales.

#### ***II.1.1.8. Código Municipal***

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

CODIGO MUNICIPAL: TITULO II: CONCEPTOS GENERALES: CAPITULO UNICO

Art. 4.- Compete a los Municipios:

5. La promoción y desarrollo de programas de salud, como saneamiento ambiental, prevención y combate de enfermedades;

7. El impulso del turismo interno y externo y la regulación del uso y explotación turística y deportiva de lagos, ríos, islas, bahías, playas y demás sitios propios del municipio;

11. La regulación del transporte local y del funcionamiento de terminales de transporte de pasajeros y de carga;

18. La promoción y organización de ferias y festividades populares;

## **II.1.2. Ámbito Externo**

### ***II.1.2.1. Ley De Servicios Internacionales***

La presente Ley tiene por objeto regular 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. La ley se divide en las siguientes partes:

Art. 5 al 12: Las Actividades Beneficiadas;

Art. 13 al 14: Los que Desarrollen Parques de Servicios;

Art. 15 al 19: Los que Administren Parques de Servicios;

Art. 20 al 23: Usuarios Directos del Parque de Servicio;

Art 24 al 25: Centros de Servicios;

Art. 26: Régimen Aduanero;

Art. 27 al 45: Operaciones de Distribución y Logística Internacional;

Art. 46 al 55 Obligaciones y Sanciones;

Art. 56 al 62 Procedimientos y Recursos.

### ***II.1.2.2. Manual Único De Procedimientos Aduaneros***

El manual tiene por objeto establecer procedimientos estandarizados en las operaciones aduaneras de comercio exterior para su aplicación uniforme en cada uno de los Servicios Aduaneros de los países de la región centroamericana, de conformidad con la Resolución No. 2232,008 (COMIECOXLIX).

El ámbito de aplicación de este manual, será el territorio de los Estados Parte, y será aplicado por los funcionarios del servicio aduanero a toda persona, mercancía o medio de transporte que cruce los límites del territorio aduanero de dichos Estados Parte.

**Del Equipaje de Viajero.** Artículos 112 al 114 del CAUCA y Artículos 578 al 583 del RECAUCA. Importación Temporal de Vehículo Automotor de Turistas: **Ingreso de Vehículo Automotor de Turista en Aduana de Entrada.** Artículos 440 al 447: del RECAUCA.

Cancelación de Declaración de Ingreso de vehículo Automotor por Turista en Aduana de Salida. Artículo 447: del RECAUCA.

### *II.1.2.3. Requisitos De Visitantes Extranjeros Al País*

#### **A. Requerimientos Migratorios Para Turistas**<sup>26</sup>

Requisitos migratorios de Entrada

La Dirección de Migración requiere que los visitantes que ingresan a El Salvador posean con su pasaporte uno de dos documentos: visa o tarjeta de turista. Las visas son emitidas por los consulados de El Salvador acreditados en los países donde existen este tipo de misiones diplomáticas; y la tarjeta de turista que usualmente es extendida por 90 días, puede comprarse por US\$10 en los puntos de entrada en El Salvador. En los pasaportes de ciertos países puede ser necesaria la obtención de una visa para ingresar a El Salvador. Los ciudadanos de los Estados Unidos pueden obtener la visa gratis. Algunos países sí pagan una tarifa por la emisión de la visa.

---

<sup>26</sup> [www.rree.gov.sv/sitio/sitioweb/rree.nsf/pages/sservicios\\_visasextranjeros](http://www.rree.gov.sv/sitio/sitioweb/rree.nsf/pages/sservicios_visasextranjeros)

### **B. Impuesto de Salida**

Los pasajeros que abandonan el país viajando en transporte aéreo deben pagar US\$27.00 de impuesto. Aquellos viajando por agua o por tierra varían de acuerdo con el área. En cualquier agencia de viajes se puede revisar los valores actuales.

### **C. Impuestos**

A la mayoría de los bienes y servicios se les aplica 13% del Impuesto al Valor Agregado (IVA). En los hoteles se agrega un 10% a la cuenta.

### **D. Tipos de visas**

Las visas que extiende la república de El Salvador depende de las actividades que el visitante extranjero pretende realizar en el país, es por ello que se enlistan a continuación los diferentes tipos de Visas que se extiende el Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador<sup>27</sup>:

Exento de visa (es decir que NO necesita visa para ingresar al país), personas pertenecientes a Centroamérica;

Exento de visa con pago de tarjeta de turista. (La cual se adquiere en los puntos fronterizos de ingresos establecidos o en el Aeropuerto Internacional de El Salvador);

Solicitar una visa consular, las cuales son otorgadas en las Representaciones Diplomáticas o Consulares de El Salvador;

Solicitar una visa consultada, las cuales son otorgadas previa autorización de la Dirección General de Migración y Extranjería.

### **E. Precios de la visa Salvadoreña**

Visa consular o consultada de una entrada: \$30.00 (USD);

Visa consular o consultada múltiple: \$60.00. (USD);

Tarjeta de turismo: \$10.00. (USD);

Visa de tránsito de una entrada: \$30.00. (USD).

---

<sup>27</sup> Clasificación del Listado Homologado CA-4 en Guatemala 03-09-valido para El Salvador, Ministerio de Relaciones Exteriores, de El Salvador.



## II.2. INSTRUMENTOS DE DESARROLLO

### II.2.1. Ley De CORSATUR<sup>28</sup>

Ley Nacional de CORSATUR tiene como finalidad el desarrollo del sector turismo, siendo ejecutor de la Política y el Plan Nacional de Turismo. Dentro de las actividades que realiza y que forman parte del marco de referencia para la iniciativa del presente estudio, dentro de sus funciones se encuentran:

Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional;

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

Además según el Art. 3 de La Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo cita lo siguiente;

La Corporación es una institución autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio, con plenas facultades para ejercer derechos y contraer obligaciones; realizará su gestión administrativa con absoluta independencia, ateniéndose a las decisiones de su Junta Directiva, que deberá tomarlas de acuerdo a las Leyes de la República y será responsable de su gestión en forma total.

La corporación funcionara bajo la dirección de un junta directiva, la cual estará conformada por ocho directores; un Director Presidente, Directores representantes de la secretaria de Estado en materia de gobernación y en materia Medio Ambiente y Recursos Naturales, Directos representante de CONCULTURA y cuatro Directores nombrados por presidencia de El Salvador relacionadas a turismo por parte del sector privada.

### II.2.2. Política Nacional De Turismo

Hacer del turismo un eje fundamental hacia el desarrollo 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.

---

<sup>28</sup> <sup>1</sup>[http://www.corsatur.gob.sv/secciones.php?id\\_seccion=10&lang=sp&portal=2](http://www.corsatur.gob.sv/secciones.php?id_seccion=10&lang=sp&portal=2)

**OBJETIVO:** Convertir a El Salvador en un destino turístico regional e internacional y estimular el turismo interno, apoyando el encadenamiento del sector con el resto de la economía.

La iniciativa que se contempla en el presente estudio se encuentra amparada dentro del Plan de Gobierno 2009-2014, como parte de sus lineamientos estratégicos, como se muestra a continuación:

- a) Turismo un eje de Desarrollo Sostenible: Impulsar la participación de las comunidades, etnias y pequeñas, empresas en proyectos turísticos. Estimular la articulación de los diferentes factores que potencien el turismo: artesanías, riqueza cultural, naturaleza, agricultura, gastronomía.
- b) Incentivar la Inversión Turística Local: Hacer de El Salvador un destino de inversiones turísticas nacionales e internacionales, atractivas, seguras y rentables, que se articulen al desarrollo local, ampliando las oportunidades para las micro, pequeña y medianas empresas.
- c) Promover la creación de polos y regiones de desarrollo turístico: Fortalecer regiones y micro regiones con potencial turístico y su vinculación al desarrollo del país, creando los incentivos necesarios que promuevan la inversión.
- d) Impulso al turismo interno apoyando al sector en la diversificación de la oferta turística a fin de que la misma sea accesible a toda la población.
- e) Iniciativas Regionales de Turismo: Complementar y diversificar la oferta regional de turismo, articulando planes y paquetes turísticos con las entidades públicas y privadas encargadas del sector, en los demás países del área centroamericana.
- f) Facilitar el acceso del sector al sistema financiero nacional y al Sistema Financiero para el Desarrollo (SFD).
- g) Avanzar en el desarrollo del turismo sostenible, investigando, inventariando, mapeando y clasificando las potencialidades turísticas de nuestro país, y orientado a la protección y reservación de las áreas naturales, haciendo un uso apropiado, y evitando el deterioro de las mismas.

## II.3. INSTRUMENTOS DE FOMENTO

En el país existe leyes que regulan y garantizan toda tipo de inversión que se realice en el país, independientemente hacia donde esté dirigida la inversión. A continuación se menciona las leyes existentes y algunos de los elementos que la conforman:

### II.3.1. Ley De Inversión<sup>29</sup>

La ley tiene por objeto fomentar las inversiones en general y las inversiones extranjeras en particular, para contribuir al desarrollo económico y social del país, incrementando la productividad, la generación de empleo, la exportación de bienes y servicios y la diversificación de la producción.

La Ley se divide en:

Art. 4 al 8: Tratamiento de las Inversiones

Art. 9 al 13: Garantías y Derechos a la Inversión Extranjera

Art. 14: Obligaciones

Art. 15: Controversias

Art. 16 al 24: Registro de Inversiones

Art. 25 al 30: Disposiciones Generales.

---

<sup>29</sup> <http://www.csj.gob.sv/leyes.nsf/0/688a303ec0e2b27c0625644f006a4d99?OpenDocument>

## II.4. INSTITUCIONES REGULADORAS DEL SECTOR TURÍSTICO

### II.4.1. Ministerio De Turismo

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. MITUR, es creada por medio del Decreto Ejecutivo Numero 1 de fecha, el 1 de junio de 2004, publicado en el Diario Oficial Número 100, Tomo No. 363, de fecha 1 de Junio de 2004.

Esta institución es la que se encarga de financiar los proyectos turísticos, los cuales son gestionados por el CORSATUR y quiénes son los que deciden qué proyectos tienen potencial a largo plazo.

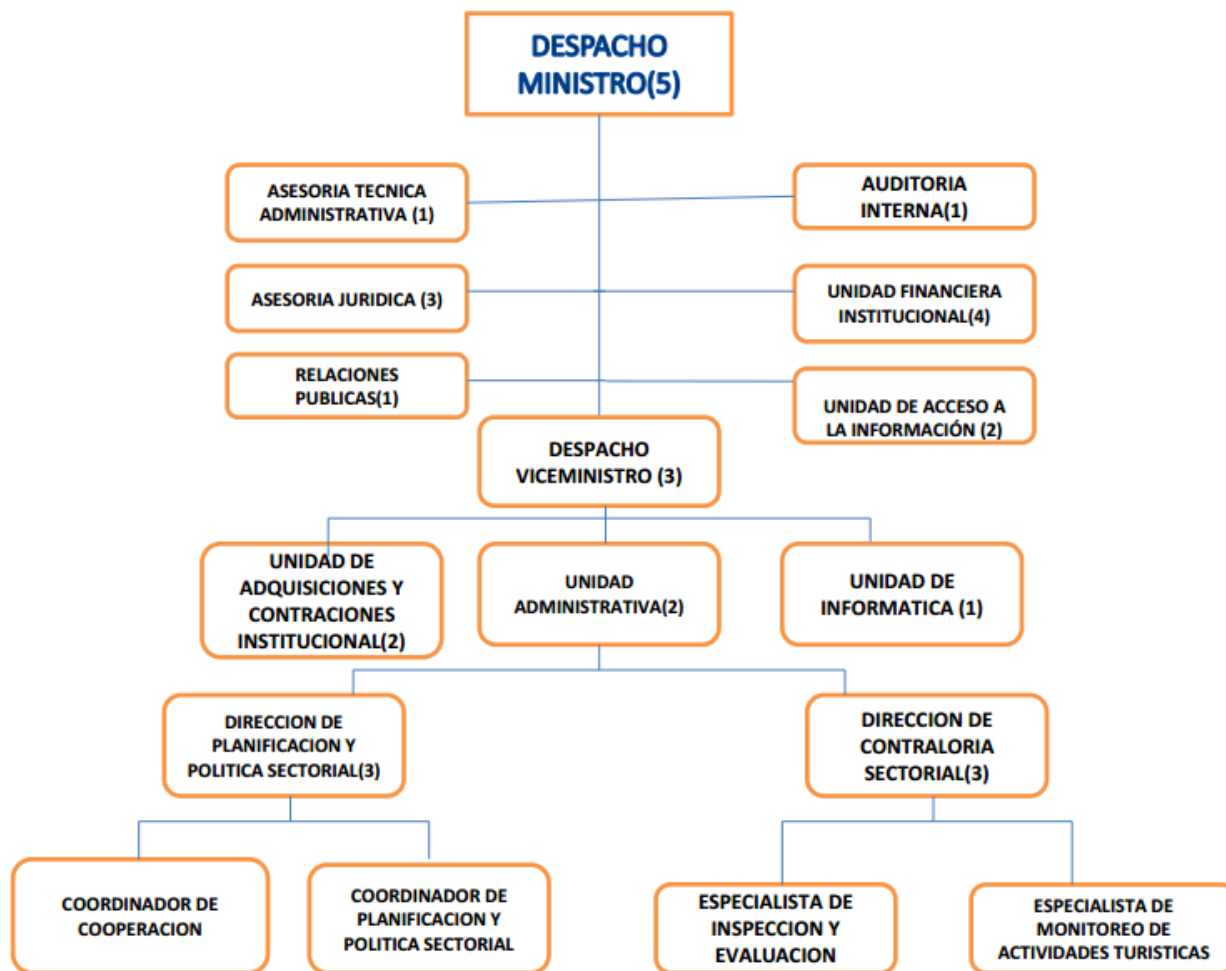
Como componente de su visión para este período se encuentra: el eje de desarrollo sostenible y el establecimiento de polos de desarrollo, y como elementos integradores de la misión se encuentran: Fomentar y estimular la oferta y productos turísticos locales, el desarrollo local juega el papel central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

Como todo plan de desarrollo turístico este debe de considerar el papel de las instituciones nacionales y su apoyo dentro del proyecto. Algunas de las funciones que al MITUR le compete y que son de vital importancia para el plan de desarrollo turístico son:

- Elaborar, formular, planificar y ejecutar la política y el plan nacional de turismo, así como formular los proyectos normativos;
- Fomentar las industrias del turismo
- Fomentar el turismo interno y hacia el país;
- Gestionar en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores la cooperación internacional relativa al mantenimiento de la Infraestructura y las zonas turísticas;
- Coordinar con otros ministerios, entes autónomos e instituciones, lo pertinente a la atracción, creación y supervisión de inversiones y proyectos turísticos;
- Participar en esfuerzos de seguridad pública, programas de inversión, de infraestructura y capacitación de habilidades en servicios orientados al fomento de la industria del turismo;

A continuación se presenta la estructura Organizativa que integra el Ministerio de Turismo:

#### II.4.1.1. Estructura Organizativa



Esquema 4: Estructura Organizativa del Ministerio de Turismo de El Salvador

Fuente: <http://www.mitur.gob.sv/marco-normativo/estructura-organica.html>

#### II.4.2. Corporación Salvadoreña De Turismo

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) es la institución gestora del desarrollo turístico del país. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población, en forma sostenible.

Esto último refleja el aporte que CORSATUR brinda a iniciativas, como el plan de desarrollo turístico, ya que uno de sus compromisos es mejorar la calidad de vida de las personas que se

benefician de estos proyectos, a través de la gestión de recursos y coordinación intersectorial para la iniciativa.

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. Uno de los objetivos estratégicos de la organización, es gestionar el establecimiento de un marco regulatorio básico que permita el desarrollo de las actividades turísticas dentro de un ámbito ordenado, seguro y confiable.

Relación entre Instituciones que forman parte de MITUR:



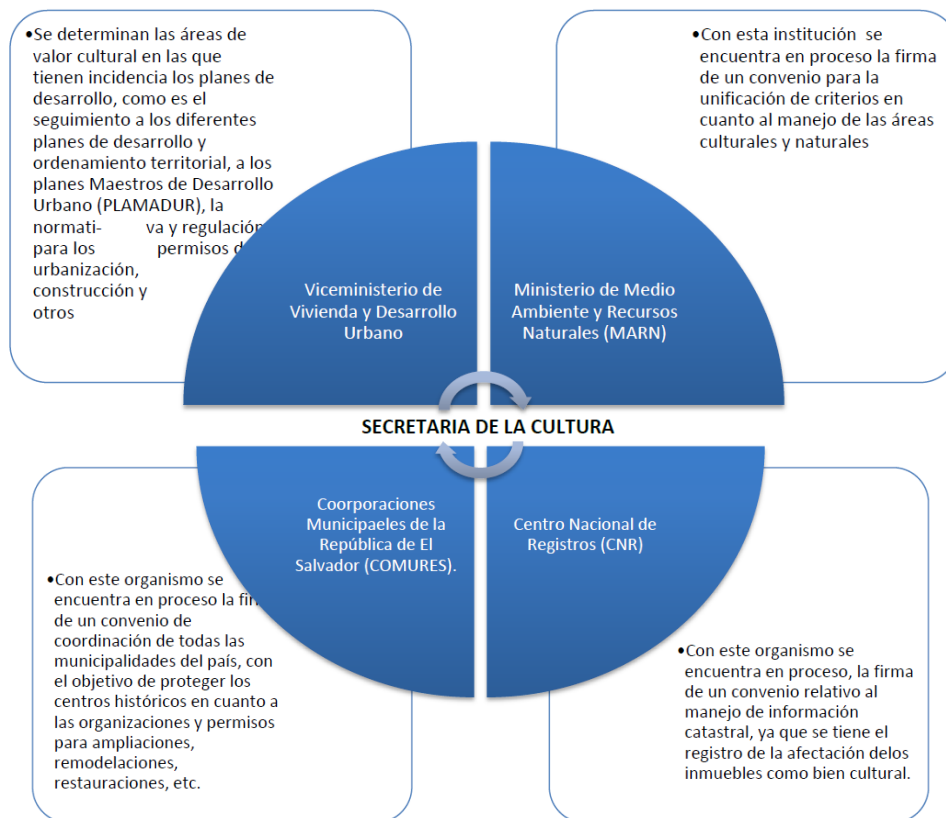
**Esquema 5: Relación entre instituciones que forman MITUR**

Fuente: Presentación Gestión MITUR 2009-2014

### II.4.3. Secretaría De La Cultura

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.

Para conseguir sus objetivos la Secretaría de la Cultura se coordina con otras instituciones del Gobierno Central, caso de:



**Esquema 6: Relación Interinstitucional de la Secretaría de la Cultura**

Fuente: Plan Nacional de Ordenamiento Territorial. Patrimonio Cultural (I).Centros Históricos

### II.4.4. Ministerio De Economía

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

Contribuir al desarrollo de la competencia y competitividad de actividades productivas tanto para el mercado interno como para el externo a través de la promoción de las inversiones y del crecimiento de las exportaciones mediante un esquema claro y transparente de acción que impida la existencia de barreras discrecionales a los agentes económicos.

Definir la política comercial del país, el seguimiento e impulso a la integración económica centroamericana, fortalecer los flujos de comercio e inversión y el desarrollo de las negociaciones comerciales con terceros países y organismos multilaterales.

Los enunciados anteriores muestran la Visión y Misión del Ministerio de Economía.

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.

#### **II.4.5. Fondo De Fomento A Las Exportaciones<sup>30</sup>**

Iniciativa de Fomento a las Exportaciones, Calidad, Asociatividad, Productividad e Innovación siempre y cuando apoye el fortalecimiento competitivo de las MIPYMES, a través de Co-financiamiento No Reembolsable. El Fomento a las Exportaciones se hace a través del Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO).

Dentro de sus líneas de Apoyo se encuentra el sector Turismo, el cual consiste en el cofinanciamiento no reembolsable de actividades elegibles para promocionar al país como destino turístico. El aporte máximo del fondo para las iniciativas apoyadas bajo la línea de turismo, será de un cofinanciamiento de 50%. Dentro de las actividades apoyadas se encuentran: Participación en ferias y misiones comerciales del sector, diseño y producción de material promocional, Asesorías y consultorías especializadas para el sector.

#### **II.4.6. Oficina Nacional De Inversiones<sup>31</sup>**

Dentro del Fomento Productivo y Capacidad empresarial se encuentra la Dirección de Comercio e Inversiones, de la cual se desprende la Oficina Nacional de Inversiones (ONI) esta es la dependencia encargada de facilitar, centralizar y coordinar los procedimientos gubernamentales que deben cumplir los inversionistas nacionales y extranjeros para la ejecución de sus diversas obligaciones económicas, mercantiles, fiscales, migratorias y de cualquier otra índole; así como para generar estadísticas sobre dichas inversiones. LA ONI cuenta con el departamento de Transferencias de Capital, entidad relacionada con las Empresas de la Rama Hotelería en el caso de que el Capital fuese Extranjero para lo cual es necesario contar con el Registro del Capital Extranjero en este Departamento.

---

<sup>30</sup> [http://www.foex.gob.sv/index.php?option=com\\_content&task=view&id=12&Itemid=27](http://www.foex.gob.sv/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=27)

<sup>31</sup> Información proporcionada por Sra. Cinthia Eguizabal/Asesora de Inversiones/Departamento de Transferencia de Capital /ONI/MINEC



#### **II.4.7. Ministerio De Medio Ambiente Y Recursos Naturales**

La relación de El Ministerio de Medio Ambiente y Empresas del Sector Turístico sólo se puede dar en dos casos:

Proyectos Nuevos:

- Llenar y presentar Formulario Ambiental (de acuerdo al tipo de proyecto, obra o actividad): El Formulario Ambiental, deberá ser presentado por el titular o el representante legal debidamente acreditado, de toda nueva actividad, obra o proyecto o que pretenda realizar ampliación, rehabilitación o conversión del desarrollo que requiera Permiso Ambiental. El Formulario Ambiental, será presentado al Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, con una nota de remisión.
- Elaborar un Estudio de Impacto Ambiental: El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales emitirá, en un plazo máximo de veinte días hábiles a partir de la recepción del formulario ambiental, la resolución sobre la procedencia de presentación de un estudio de impacto ambiental de la actividad, obra o proyecto, la cual será acompañada de los lineamientos de términos de referencia para elaborar el Estudio de Impacto Ambiental
- Aprobación del Estudio de Impacto Ambiental: La Dirección de Gestión Ambiental del MARN emitirá según sea el caso el dictamen técnico respectivo, el cual es la base para que la Dirección de Asesoría Legal notifique el monto y plazo de la fianza. El plazo para la emisión del permiso ambiental posterior a la presentación de la fianza es de 10 días hábiles. El titular debe conocer que el permiso ambiental no constituye una autorización para el inicio de la ejecución del proyecto, ni excluye de obtener las autorizaciones necesarias de otras instituciones competentes.

#### **II.4.8. Ministerio De Obras Públicas**

A través de la ejecución del Plan Nacional de Ordenamiento Territorial en materia turística propone una serie de actividades que se deben impulsar; las cuales son coincidentes con muchas de las líneas de acción que se contemplan en el presente estudio. Dentro del PNODT, se contemplan cuatro modalidades de turismo: Turismo Interior, litoral nacional, litoral internacional y turismo de congresos y negocios.

#### **II.4.9. Ministerio De Hacienda**

El Ministerio de Hacienda se encarga de registrar a todas las empresas que formalizan su posición en la economía salvadoreña, a través de una serie de procedimientos en los cuales los representantes legales entregan una serie de documentos que permiten al Estado

mantener un control adecuado de las aportaciones de los empresarios registrados a través del Impuesto sobre la Renta, el IVA. Entre otros.

Dado que las empresas del sector turístico pequeñas y medianas pueden haber sido iniciativas emprendedoras que al paso del tiempo y de cambios en sus operaciones han logrado transformarse en negocios prósperos es necesario que respondan al Estado mediante impuestos.

#### **II.4.10. Ministerio De Salud Pública Y Asistencia Social**

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social es el Organismo encargado de determinar, planificar y ejecutar la política nacional en materia de Salud; dictar las normas pertinentes, organizar, coordinar y evaluar la ejecución de las actividades relacionadas con la Salud. Parte del esfuerzo del Ministerio se enfoca en garantizar la calidad del agua para consumo humano, el tratamiento adecuado de los desechos resultados de cualquier actividad, La eliminación y control de insectos vectores, roedores y otros animales dañinos, higiene de los alimentos para consumo de las personas, el saneamiento y buena calidad de las construcciones en general, saneamiento de lugares públicos y de recreación, higiene y seguridad en el trabajo, entre otras actividades.

Los negocios en los cuales se interactúa mucho con los clientes, tales como hoteles y restaurantes, están considerados en el Código de Salud, en los aspectos de higiene, calidad del agua y alimentación. Según el artículo 101 del Código de Salud los edificios destinados a al servicio público como los Hoteles no podrán abrirse, habitarse ni funcionar o ponerse en explotación, sin el permiso escrito de la autoridad de salud correspondiente.

Así también según el Código de Salud en el artículo 105 se recalca el hecho que los hoteles y algunos negocios análogos no podrán abrirse siquiera sin la autorización de la oficina de Salud Pública correspondiente; que la dará mediante el pago de los respectivos derechos y la comprobación de que están satisfechas todas las prescripciones que establece el Código, además si los empresarios desean renovar la patente de los negocios no podrán hacerlo si no presentan el permiso o licencia extendida por la autoridad de salud respectiva. Para que los hoteles logren obtener el permiso sanitario es necesario que se presenten a la unidad de salud más cercana para iniciar los trámites, en la cual se recibe una memoria donde se explican las condiciones del servicio a ofrecer por el negocio, datos básicos como la cantidad de habitaciones, extras como salones especiales, piscinas, etc. Propias para cada hotel. Se realiza una inspección donde se debe evaluar todos los aspectos sanitarios posibles del hotel como el manejo de desechos sólidos, higiene de las locaciones, manejo de

las materias primas para la cocina, condiciones de almacenamiento, manejo de alimentos cocidos, emisiones de la cocina, ventilación e iluminación general, condiciones de las paredes y pisos, entre otros.

Los encargados de realizar estas verificaciones son los inspectores designados por cada unidad de salud, los cuales deben identificar si existen o no desconformidades con lo establecido en las normas técnicas que pueden aplicarse al establecimiento. Si existieran desconformidades con las normas entonces se deben establecer plazos negociados con el dueño del negocio para que se corrijan para luego someterse a evaluación nuevamente.

El director de la unidad de salud extiende el permiso sanitario cuando las desconformidades desaparecen, indistintamente si es un hotel o no, los permisos tienen una validez de un año, cuando el plazo termina debe solicitarse una renovación que implica realizar nuevamente la inspección y evaluación; salvo los permisos para servicios de restaurante, donde la cocina debe ser inspeccionada cada 6 meses, que es el periodo que el permiso tiene de validez.

Según el Ministerio de Salud, para los hoteles a nivel nacional no se tienen normas específicas que deban cumplir, pero aquellas normas técnicas que pueden ser aplicadas en la evaluación efectivamente se toman en cuenta, tales como las normas técnicas de calidad del agua, la de cuartos fríos y transporte de materia prima para cocina.

Es decir, que en ocasiones las normas técnicas a cumplir por los hoteles y que son oficiales del Ministerio de Salud, son las que se orientan a los alimentos, por lo tanto únicamente aplica para los hoteles cuyos servicios se extienden a las de un restaurante, recibiendo inspecciones periódicas al área de restaurante, aproximadamente cada 4 meses, es decir tres visitas al año.

Para ello se utilizan una serie de formatos o instrumentos de evaluación para las áreas críticas de verificación en las cocinas, tales como manipulación de alimentos, almacenamiento, e incluso si es posible se investiga las condiciones de los vehículos utilizados.

#### **II.4.11. Policía Nacional Civil**

La Policía Nacional Civil a través de la División de la Policía de Turismo, integrada por más de 400 miembros abarcando alrededor de 16 circuitos turísticos a nivel nacional, es

la encargada de brindar asistencia, orientación y seguridad a los turistas nacionales y extranjeros.<sup>32</sup>

#### **II.4.12. Ministerio De Trabajo**

El Ministerio de Trabajo es el encargado de velar por los derechos y obligaciones de los trabajadores en las empresas en general, toda la normativa aplica, tanto a patronos como a trabajadores, puesto que se cuenta con:

- De las obligaciones y prohibiciones de los patronos
- De las obligaciones y prohibiciones de los trabajadores

El Ministerio de Trabajo tiene como objetivo armonizar las relaciones laborales entre patronos y trabajadores.

Este tratamiento a las normativas es aplicable iniciativas empresariales al sector turístico, es importante considerar su importancia y pertinencia ya que para ciertos trámites importantes los empresarios deben tener registrada su planilla en el Ministerio de Trabajo.

#### **II.4.13. Alcaldía Municipal<sup>33</sup>**

Cada municipio está subordinado a una alcaldía o municipalidad que ordena y organiza la vida civil y política de este territorio a su vez está regido por un alcalde y su consejo, desde este se realizan reuniones que terminan en decisiones políticas, que se les llama ordenanzas, que norman o disponen del uso del suelo y de otras actividades comerciales, habitacionales, turísticas, limpieza, etc. De ahí la importancia de conocer y contactar con las autoridades legalmente elegidas por la población.

---

<sup>32</sup> <http://www.politursv.com/conocenos.asp>

<sup>33</sup> Fuente: Código Municipal

## CAPITULO III. ANTECEDENTES

### III.1. HISTORIA DEL TURISMO DE EL SALVADOR

Según los datos recopilados, se encontró que desde 1924 durante la administración del Dr. Alfonso Quiñónez Molina, el Gobierno hizo conciencia de la importancia del turismo en El Salvador, no sólo por el hecho de adquirir divisas, sino para que la sociedad internacional conociera el país en todos sus valores culturales e históricos y establecer además nuevas relaciones que beneficiaran al comercio; es así como se dio la creación de la primera Junta de Fomento Turístico y Propaganda Agrícola e Industrial, la cual tuvo como primer presidente al Dr. José Leiva.

Hasta 1959 en el país se habían realizado esfuerzos por crear infraestructura que permitiera el desarrollo del turismo en el país llegando a obtener un aumento del Turismo en el país<sup>34</sup>.

Es en la década de los 1960's en donde no sólo se comenzó a pensar más sistemáticamente en el turismo, sino que también se crearon las instancias oficiales para su promoción. Son varios los factores que incidieron en El Salvador para la mayor consideración del turismo a partir de los 60's: la modernización del transporte, la infraestructura de caminos se amplió, y los vuelos a El Salvador aumentaron. Por otro lado, fue el nacimiento del llamado "Turismo Masivo" que en proporción mínima alcanzó también a Centroamérica.<sup>35</sup>

Para los siguientes años El Salvador creció en materia turística con la creación de políticas, leyes. Sin embargo entrando a los años 80's el país dejó de ser un atractivo por los turistas debido al conflicto que se estaba desarrollando en la época.

En 1989, aunque prevalecía un clima de inseguridad y violencia, se comenzó a vislumbrar una leve recuperación del número de visitantes a El Salvador. Un componente que benefició al sector fue el turismo étnico, salvadoreños residentes en el exterior que visitaban regularmente al país.

---

<sup>34</sup>Ventajas y Limitaciones del Turismo en El Salvador, Documento No. 33, FUSADES, Departamento de Estudios Económicos y Sociales. Melhado, Oscar. , Noviembre de 1992.

<sup>35</sup> El Turismo Salvadoreño; Recinos, Eleazar Arnulfo; 1997; Colegio Héroes del Brasil; San Salvador.

### **III.1.1. Situación Actual Del Turismo En El Salvador<sup>36</sup>**

En Enero de 1992 se firmaron los Acuerdos de Paz entre el Gobierno de El Salvador y las fuerzas de oposición. El clima de potencialidades para la paz y la estabilidad política le ha dado un giro a la situación del turismo. Se abren de nuevo las posibilidades para comercializar los productos que El Salvador puede ofrecer.

Se crea CORSATUR el cual promociona la creación y realización de proyectos turísticos, mientras que la Empresa Privada aporta el capital de inversión necesario.

Aparece el concepto de Clúster de turismo en el año 2000. Dicho Clúster de Turismo concluyó y presentó al BMI un proyecto de orientación financiera dirigido a la micro y pequeña empresa, identificándose líneas de crédito para el sector turismo que faciliten la realización de diversos proyectos de inversión.

Con el desarrollo del sector Turismo, los indicadores socioeconómicos se ven afectados positivamente en forma significativa y a corto plazo por su alta capacidad de generación de empleos permanentes directos e indirectos, solucionando así la problemática actual del subempleo y la migración laboral hacia las ciudades principales.

### **III.2. PLAN DE TURISMO DE EL SALVADOR 2020**

El Plan Nacional de Turismo 2014 fue presentado a principios de 2006 como primer gran documento estratégico de referencia para el desarrollo y promoción del turismo en El Salvador.

Transcurridos dos años desde su puesta en marcha, el Ministerio de Turismo/ Corsatur ha procedido a realizar una revisión en profundidad de dicho documento, además de la revisión que se ha efectuado al vigente Plan Nacional de Turismo 2014, el Ministerio de Turismo y Corsatur han considerado necesario que dicha revisión sirva, no sólo al propósito de actualizar dicho documento, sino también al de llevarlo al horizonte temporal del año 2020, para así contar con una visión de largo plazo sobre el desarrollo turístico de El Salvador que permita contemplar aquellas inversiones y actuaciones (nuevas infraestructuras de comunicaciones, cambios en el sistema de capacitación y cualificación turística, promoción en algunos mercados emisores, por ejemplo) cuyos efectos serán más visibles a medio y largo plazo.

---

36 Cluster de Turismo; Folleto proporcionado por el Programa Nacional de Competitividad, 2000.

Todo ello, en consonancia, con los procedimientos y sistemas de planificación existentes en el ámbito de otras organizaciones turísticas mundiales, regionales, así como por parte de numerosos países de la escena turística internacional.

### **III.2.1. Contenido Del Plan Nacional De Turismo 2020**

#### **III.2.1.1. Visión**

En el caso de El Salvador, la Visión definida es la siguiente: “En el año 2020, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un eje prioritario del desarrollo económico del país e instrumento indispensable para el bienestar social de toda la población salvadoreña, de la puesta en valor y conservación de los recursos, así como para la competitividad de la economía y el empleo, considerando especialmente las necesidades de las personas más desfavorecidas.

El Salvador será un destino turístico sostenible y competitivo referente en Centroamérica, en cuyo mercado se posicionará como líder en aquellos segmentos en que, por su singularidad, puede potenciar una ventaja diferencial significativa.

Un país que se suma a la senda de una proyección turística mayor para toda Centroamérica y que, apoyado por una imagen de marca-país reconocida, se presenta como destino integrador de turismo temáticos especializados en el marco de una reconocida estabilidad política, social y económica, de la capacidad emprendedora del país así como de la responsabilidad y compromiso del sector privado con su desarrollo turístico”.

Aspectos sintetizadores de la Visión:

- Eje prioritario de la economía e instrumento indispensable para la mejora del empleo, bienestar e integración social de la población;
- Sostenibilidad y responsabilidad social y ambiental en la acción para su desarrollo;
- Posicionamiento de El Salvador respecto al conjunto de destinos centroamericanos;
- Imagen de marca-destino del país reconocida
- Destino diferenciado y de reconocida estabilidad que integra diversos productos temáticos impulsados por un sector privado comprometido

#### **III.2.1.2. Misión**

“Las entidades turísticas de El Salvador, tanto públicas, como privadas, adoptan la Misión de posicionar a El Salvador como marca y destino turístico de primer orden en la Región Centroamericana, mediante la ordenación turística del territorio, la mejora cuantitativa y

cualitativa de la oferta, así como la puesta en valor y sostenibilidad integral de los recursos turísticos, haciendo partícipe, mediante la sensibilización, formación e información, a toda la comunidad salvadoreña, donde quiera que ésta resida, realizando un especial esfuerzo por integrar en este proceso a la población con limitaciones socioeconómicas y por fortalecer el compromiso por una acción socialmente responsable de la capacidad emprendedora del país.”

Pilares en los que se fundamenta la Misión del Sector Turístico:

- Ordenación turística del territorio;
- Coordinación y cooperación de los agentes públicos y privados;
- Fomento de la calidad turística como factor diferencial y competitivo;
- Firme compromiso con la conservación y puesta en valor de los recursos;
- Vocación de integrar y hacer partícipes a toda la comunidad salvadoreña;
- Capacitación e información para una cultura turística a nivel de país;
- Vocación de marca y destino de referencia en toda Centroamérica;
- Acción socialmente responsable de la capacidad emprendedora del país.

### ***III.2.1.3. Principios Y Criterios Generales De Planificación***

Los principios constituyen el conjunto de valores, paradigmas y experiencias que orientan la acción de planificación, así como el modelo de desarrollo y promoción del destino; un conjunto de principios formulados al amparo de las reflexiones y aportaciones a lo largo del proceso de construcción de este documento y, por consiguiente, del consenso y acuerdo entre los agentes turísticos salvadoreños, tanto públicos, como privados.

Así pues, en este Plan Nacional de Turismo de El Salvador, conforme a la Visión definida para el escenario 2020, las acciones que se proponen se fundamentan y definen en base al sistema de valores y principios que a continuación se expone:

- Sostenibilidad turística integral: paradigma de plena aceptación mundial y base sin la cual no es posible definir un escenario y modelo razonable de competitividad turística para El Salvador. Un principio general que integra la perspectiva social, ambiental y económica que se erige como punto de partida y referencia permanente del desarrollo turístico del país;
- El turismo como instrumento para la mejora del nivel, calidad de vida y bienestar de la población salvadoreña: En el marco de un país que debe caminar de manera firme por la mejora sustancial de las condiciones de vida de su población, acercándola a los niveles de desarrollo de los países turísticos más avanzados;



- Promoción del bienestar y la satisfacción del turista: de manera que se favorezca el óptimo cumplimiento de sus expectativas y de su percepción de la calidad acerca del destino desde un punto de vista global;
- Rentabilidad: enmarcada en la necesidad de optimizar el rendimiento producido por la actividad turística en el país y de generar el máximo valor añadido posible de forma asociada a la oferta turística del país;
- Proactividad y emprendedurismo del sector: innovación y compromiso inversor de todos/as. El reconocimiento a la capacidad emprendedora del país, como parte de su idiosincrasia, se une en este caso a la necesidad de que los agentes turísticos del sector adopten en esta nueva etapa del desarrollo turístico un rol mucho más proactivo; la proactividad debe ir asociada, al mismo tiempo, a la búsqueda de soluciones innovadoras unidas a un mayor y progresivo compromiso inversor de cuantos intervienen en la actividad;
- Compromiso, liderazgo y cooperación del sector privado: Si el emprendedurismo es una de las características de la idiosincrasia del país, el sector turístico privado debe tener la capacidad, en esta etapa turística, de afrontar, con la fortaleza necesaria, el rol de motor del desarrollo que le corresponde. Junto al Ministerio de Turismo, el sector privado debe liderar cuantas iniciativas le correspondan para un efectivo avance en los objetivos de país planteados;
- Defensa de la identidad y la cultura salvadoreña: El Plan se convierte en un instrumento útil que expresa y define el compromiso en la defensa, puesta en valor y promoción de la riqueza cultural y étnica del país.
- Cooperación continuada de los agentes públicos y privados: El valor de la cooperación se pone de manifiesto a lo largo de las numerosas iniciativas planteadas, que encuentran en esta fórmula la vía más idónea para garantizar la implantación, adecuados resultados e impacto sostenible deseado con la estrategia planteada;
- Educación y cualificación del capital humano: como factor estratégico y clave del modelo de competitividad y sostenibilidad turística que se desprende de este Plan Nacional;
- Responsabilidad social en el turismo: entendida como acercamiento a las necesidades, demandas y expectativas de los diversos grupos de interés que existen en torno a la actividad de cara a lograr mayores niveles de excelencia en su gestión a través de la introducción de criterios, instrumentos y decisiones para la mejora continua de empresas, instituciones y territorios, en coherencia con los objetivos globales de sostenibilidad planteados en el PNT 2020;

- Aportación y estímulo de la competitividad nacional: favoreciendo así la integración de la actividad turística en el conjunto de la economía nacional.

A partir del conjunto de principios definido, la formulación y ejecución de las acciones contenidas en este Plan Nacional debe tener en cuenta, como elementos orientadores de la acción, el siguiente conjunto de criterios:

- **Desarrollo ordenado:** para favorecer la explotación perdurable de los recursos medioambientales, culturales y turísticos, en su conjunto, de modo acorde con las actuales necesidades y bienestar de la población, así como de las generaciones futuras;
- **Singularidad:** Fomento y puesta en valor de recursos y atractivos singulares;
- **Mayor participación local:** A través de una mayor promoción de procesos que favorezcan un mayor compromiso, capacidad y participación en el turismo de los agentes públicos y privados en los municipios y espacios turísticos locales; todo ello, al objeto de favorecer un desarrollo y gestión basada en un mejor conocimiento y proximidad a las necesidades turísticas, potencialidad y capacidad específica de cada entorno;
- **Rendimiento:** Optimización sostenible del rendimiento socioeconómico de la actividad turística;
- **Aportación de conocimientos y know how de agentes exteriores:** La industria turística salvadoreña ha de mostrarse dinámica y receptiva respecto a la aportación de inversión, conocimiento y know how de agentes externos que contribuyan con su financiación, experiencia, tecnología, capacidad comercial o productiva al desarrollo del sector;
- **Innovación y profesionalización:** de la industria turística como medio para favorecer el posicionamiento competitivo de El Salvador en el contexto turístico internacional;
- **Mejora continua:** Aplicación de objetivos, estrategias y procedimientos que permitan la mejora continua en la producción y prestación de los servicios turísticos en una búsqueda continua de la excelencia desde un ejercicio responsable de la actividad;
- **Participación e inclusión social:** Como vía para favorecer el acercamiento de la actividad a toda la población salvadoreña sin exclusiones, al mismo tiempo, para incentivar su participación en el proceso de construcción y desarrollo turístico que se desea;
- **Planificación sistemática y periódica:** La planificación general de la actividad turística en el país debe convertirse en una práctica habitual desarrollada por todas las administraciones públicas vinculadas al sector.

### III.2.1.4. Objetivos Del Plan

Los objetivos del Plan Nacional conforman el conjunto de aspiraciones y metas claramente identificables, objetivas y medibles, en su caso, que han de guiar y orientar al sector en la ejecución de las acciones. Se identifican a continuación los objetivos propuestos en función de su aportación y relación con la Visión turística de la actividad para el conjunto de El Salvador (Objetivos Generales), distinguiendo, a su vez, entre objetivos Cuantitativos y Cualitativos.

#### A. Objetivos Cuantitativos

<b>Objetivos 2020:</b>	<b>Objetivos 2014:</b>
<b>-3.000.000 turistas;</b> <b>-Promedio de crecimiento anual superior al 8% anual en el periodo 2015-2020;</b> <b>-Alcanzar el umbral de contribución del turismo del 10% sobre el PIB nominal de la Nación;</b> <b>-Alcanzar en 2020 una estadía promedio/ turista superior a 7 días;</b> <b>-Alcanzar en 2020 un gasto promedio diario superior a 160 \$ / Día;</b> <b>Relativo a la captación de turistas según áreas del ámbito internacional:</b> <b>Nº Turistas del área de América del Norte igual o superior al 45%</b> <b>Nº Turistas del área de Centroamérica, no superior al 40%</b> <b>Nº Turistas de Europa superior al 7.5%</b> <b>Nº Turistas de Sudamérica, 5 %</b> <b>Nº Turistas de El Caribe, Asia y Oceanía igual o superior al 2.5%</b> <b>-Lograr en 2020 una distribución según el perfil de motivación principal siguiente:</b>	2 MILLONES de Turistas Promedio de crecimiento anual superior al 8% anual en el periodo 2007-2014 Alcanzar el umbral de contribución del turismo con un 6% del PIB de la Nación Alcanzar en 2014 una estadía promedio/ turista superior a 7 días Alcanzar en 2014 un gasto promedio diario superior a 140 \$ / Día Relativo a la captación de turistas según áreas del ámbito internacional: Nº Turistas del área de América del Norte igual o superior al 45% Nº Turistas del área de Centroamérica, no superior al 40% Nº Turistas de Europa superior al 10% Nº Turistas de Sudamérica, El Caribe, Asia y Oceanía igual o superior al 5% Lograr en 2014 una distribución según el perfil de motivación principal

<table border="0"> <tr> <td><b>MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events)</b></td> <td><b>%20</b></td> </tr> <tr> <td><b>Ocio / Vacacional</b></td> <td><b>%40</b></td> </tr> <tr> <td><b>Negocios</b></td> <td><b>%15</b></td> </tr> <tr> <td><b>VAP (visita a parientes - turismo étnico)</b></td> <td><b>%20</b></td> </tr> <tr> <td><b>Otros</b></td> <td><b>%5</b></td> </tr> </table> <p>-Captar más de 2,000 inversiones dirigidas a impulsar la creación de oferta turística básica y complementaria.</p> <p>-Inversión pública en promoción turística en el extranjero superior al 0.5% de los ingresos turísticos generados anualmente en El Salvador.</p>	<b>MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events)</b>	<b>%20</b>	<b>Ocio / Vacacional</b>	<b>%40</b>	<b>Negocios</b>	<b>%15</b>	<b>VAP (visita a parientes - turismo étnico)</b>	<b>%20</b>	<b>Otros</b>	<b>%5</b>	siguiente: - Igual o mayor al 35% en el segmento de negocios y reuniones. - Igual o menor del 65% de turistas con motivación vacacional, de ocio y recreo y la denominada VAPs (visitas a amigos y parientes). Captación de, al menos, 1.000 inversiones dirigidas a impulsar la creación de oferta turística básica y complementaria. Inversión en promoción turística superior al 0,5% de los ingresos turísticos generados en El Salvador
<b>MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events)</b>	<b>%20</b>										
<b>Ocio / Vacacional</b>	<b>%40</b>										
<b>Negocios</b>	<b>%15</b>										
<b>VAP (visita a parientes - turismo étnico)</b>	<b>%20</b>										
<b>Otros</b>	<b>%5</b>										
-- Aumento de la oferta hotelera actual hasta superar la cantidad total de 23,000 habitaciones --En conjunto, la oferta de nuevos establecimientos y habitaciones debe permitir una cobertura potencial superior a 12 millones de pernoctaciones en 2020.											

**B. Objetivos Cualitativos**

<b>Objetivos 2020:</b>	<b>Objetivos 2014:</b>
<b>Consolidar El Salvador entre los dos principales destinos turísticos de Centroamérica.</b> <b>Posicionar El Salvador como primer destino en los segmentos de negocios y MICE (meetings, incentives, conventions and events) de la Región Centroamericana.</b> <b>Avanzar en la consecución de una mayor complementariedad entre los segmentos MICE y otros segmentos de interés, como el vacacional de sol y playa, de naturaleza, cultural, etc.,</b> <b>Optimizar el nivel de participación y compromiso del sector privado en el desarrollo</b>	1. Consolidar El Salvador entre los tres principales destinos turísticos de Centroamérica. Posicionar a El Salvador como primer destino de negocios y reuniones de la Región Centroamericana. 2. Proporcionar una oferta de servicios turísticos de calidad que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de

**turístico del país, como primer motor de gran interés en la actividad inversora sobre el destino salvadoreño y logrando, al mismo tiempo, aprovechar el potencial de la capacidad emprendedora característica de El Salvador.**

**Fomentar la participación de todos los agentes públicos y privados del sector turístico en el compromiso por la inclusión de las capas sociales más desfavorecidas de la población salvadoreña en el proceso de desarrollo turístico, potenciando igualmente su acceso a los beneficios derivados de la actividad turística generada.**

**Seguir avanzando en la creación de una oferta de servicios turísticos innovadora, diferencial respecto a los destinos competidores y de calidad, consiguiendo que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.**

**Continuar avanzando en la notoriedad de la imagen de marca de país de El Salvador y sus singularidades como elementos de atracción y diferenciación turística, profundizando aún más en cuanto se vincula al nivel de seguridad existente y percibida sobre el país.**

**Fomentar el desarrollo sostenible, ambiental y socialmente responsable del sector turístico en El Salvador, así como la plena intervención coordinada de los agentes públicos y privados implicados directamente en el mismo.**

**Reforzar la promoción de una mayor profesionalización y cualificación de los recursos humanos implicados en el turismo.**

**Potenciar la intervención de toda la comunidad salvadoreña en el modelo de desarrollo turístico y, en particular, continuando el esfuerzo realizado por la creación de una mayor cultura turística en toda la población.**

**Liderar como país el proceso de apoyo a la integración turística de la Región Centroamericana.**

satisfacción del cliente.

3. Definir y consolidar la notoriedad de la imagen de marca de El Salvador y sus singularidades como elementos de atracción y diferenciación turística.

4. Fomentar el desarrollo sostenible del sector turístico en El Salvador así como la intervención coordinada de los agentes públicos y privados implicados.

5. Promover la profesionalización y cualificación de los recursos humanos implicados en el turismo y potenciar la intervención de los salvadoreños en el modelo de desarrollo, en el marco de una cultura turística.

Por todo lo anterior, en el caso de El Salvador, ha de producirse un desarrollo coherente e integrado del turismo en el conjunto del territorio, según las estrategias generales y conforme a los productos temáticos que se han formulado.

Es por ello fundamental el establecimiento de un Instrumento de Ordenación Turística de ámbito nacional, que ha de ser acorde y debe integrar los planeamientos turísticos territoriales existentes. Dicho Plan de Ordenamiento Turístico-Territorial deberá establecer Polos Turísticos Prioritarios que actúen como motor de desarrollo e impulsen el progreso del resto de las áreas geográficas del país.

Asimismo, el citado desarrollo precisa la definición de líneas estratégicas para el impulso de los diferentes turismos temáticos en función de las potencialidades de las áreas territoriales que componen el ámbito nacional y que se definen en la siguiente descripción.

### III.3. GREMIALES QUE VINCULAN EL TURISMO EN EL SALVADOR

#### III.3.1. Cámara Salvadoreña De Turismo<sup>37</sup>



La Cámara Salvadoreña de Turismo, fue fundada en el año 1978, en pro del desarrollo turístico del país, con el objeto de impulsar, promocionar y fomentar el Turismo. Aglutina además a todas las gremiales del sector privado turístico y es miembro de la Federación de Cámaras de Turismo de Centro América (FEDECATUR).

Trabaja en coordinación con la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) y con el Ministerio de Turismo de El Salvador, con el objeto de unificar esfuerzos entre la empresa privada y el Sector Oficial.

##### *III.3.1.1. Visión*

Ser la institución más representativa del sector, incidiendo en las instituciones públicas y privadas, para hacer del turismo el principal eje de desarrollo de El Salvador y convertirlo en un destino Turístico Internacional.

##### *III.3.1.2. Misión*

Representar y defender los intereses del sector turístico e incidir en las políticas relacionadas con el mismo, facilitando su competitividad e impulsando el turismo para que sea el motor del desarrollo económico y social del país.

##### *III.3.1.3. Objetivo General*

El objetivo general de la gremial consiste en "incrementar nuestra participación en el desarrollo económico y social del país, trabajando UNIDOS Empresa Privada, Gobierno Central y Municipal".

La Cámara Salvadoreña de Turismo, tiene como asociadas a las diferentes gremiales turísticas, las que están representadas por sus Presidentes, en la Junta Directiva.

---

<sup>37</sup> [http://www.casatur.org/web\\_site/](http://www.casatur.org/web_site/)

### **III.3.1.4. Objetivos específicos**

- El fortalecimiento institucional
- Participación en eventos y ferias de turismo
- Trabajo participativo por parte de todos los gremios que conforman la Cámara Salvadoreña de Turismo
- Unificar a todo el sector turístico privado del país
- Apoyar y liderar el turismo nacional
- Apoyar la integración centroamericana por medio de La Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR)
- Realizar distintos proyectos a través de formación de comités de trabajo especializados
- Fomentar la competitividad

**CASATUR:** pone a disposición de sus asociados y público en general, el mapa turístico de nuestro país y el de la ciudad de San Salvador; los turistas pueden encontrar en ellos toda la información necesaria para identificar el destino turístico de su interés, y amplia oferta de servicios.

### **Gremiales Socias de CASATUR**





### III.4. COOPERANTES INTERNACIONALES DE APOYO AL SECTOR TURISTICO

No.	COOPERANTE	LINEA DE APOYO	DESCRIPCIÓN
1	España	Asistencia Técnica y Financiera	El Gobierno de España otorga Cooperación No Reembolsable y Cooperación Reembolsable y apoya a los siguientes áreas y/o sectores: micro, pequeña y mediana empresa, fortalecimiento institucional, medio ambiente. Existe el Fondo Mixto España-El Salvador, que otorga asistencia técnica y financiera a pequeños proyectos para la modernización institucional, salud, educación, turismo, infraestructura menor, agricultura, medio ambiente.
2	Canadá	Asistencia Financiera	El Gobierno de Canadá, firmó un convenio con el Gobierno de El Salvador de Canje de Deuda por Medio Ambiente; da ayuda de forma directa a las instituciones y destaca la participación de las ONG's. Apoya el desarrollo rural, medio ambiente, sector eléctrico, telefonía rural, procesamientos industriales, microempresa, etc.
3	Alemania	Asistencia Técnica y Financiera	Se responsabiliza de la Cooperación Técnica (donaciones de equipo y asistencia técnica, capacitaciones
4	Suecia	Asistencia Técnica y Financiera	La entidad sueca encargada de llevar a la práctica la planificación e implementación de los programas de cooperación es la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ASDI). Esta se divide en Departamentos Sectoriales: DESO: Democracia y Desarrollo Social INEC: Infraestructura y Cooperación Económica NATUR: Recursos Naturales y Medio Ambiente SAREC: Cooperación para la Investigación SEKA: Cooperación con Organizaciones No Gubernamentales, Cooperación Humanitaria Es de destacar, que la Cooperación Internacional de Suecia para El Salvador, ha sido canalizada, en buen porcentaje, a través de organismos multilaterales como el PNUD y UNICEF. De igual manera, se ha recibido por intermedio de ONG's. Las areas y/o sectores que apoya son los derechos humanos, infancia, medio ambiente, desarrollo local, democratización, etc.
5	Países Bajos (Holanda)	Asistencia Técnica	Holanda, canaliza recursos a través de organismos multilaterales y ONG's. Mucha de su cooperación se da en forma directa entre ONG's holandesas y de los países receptores de esa ayuda. Por lo general, su cooperación va destinada para medio ambiente,

			mujer y desarrollo, desarrollo rural, agua potable y saneamiento básico, agroindustria, derechos humanos, democratización, salud, drogas.
6	Dinamarca	Asistencia Técnica	La Agencia administradora de los recursos de Cooperación Internacional de este país es la Agencia Danesa de Asistencia al Desarrollo (DANIDA). Por lo general también canaliza la mayor parte de sus recursos a través de organismos multilaterales como el PNUD y a través de ONG's. Apoya las áreas de derechos humanos, democratización, infancia, desarrollo local, salud, saneamiento, medio ambiente, etc.
7	Suiza	Asistencia Técnica y Financiera	El organismo que representa a Suiza en los asuntos de la Cooperación Internacional es la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE). El Gobierno suizo desarrolla actividades indirectas a través de ONG's, como la SWISSAID y SWISSCONTACT, y apoya la microempresa, asistencia a la población rural, medio ambiente, contaminación, tracción animal, paz y seguridad, justicia social, derechos humanos, democratización, reformas económicas, contrapartidas locales. También da fondos a organismos multilaterales como al Fondo para Medio Ambiente del Banco Mundial (GEF).
8	Japón	Asistencia Técnica y Financiera	El Gobierno de Japón, tiene como organismos responsables de la Cooperación Internacional a la Agencia Japonesa de Cooperación Internacional (JICA). Las áreas y/o sectores que apoya son infraestructura, producción de alimentos, agua potable, cultura, equipamiento, educación, salud, agricultura, deportes, entre otros.
9	República de China, Taiwán (ROC)	Asistencia Técnica y Financiera	La ROC, apoya los sectores agrícola, micro, pequeña y mediana empresa, desarrollo artesanal, pequeñas obras de infraestructura, desarrollo social, informática, etc. y, a través de su Embajada en El Salvador, realiza pequeñas donaciones a entidades privadas sin fines de lucro. Califican para la cooperación de la ROC también los gobiernos locales y empresas privadas. Otorga préstamos para proyectos grandes de infraestructura (carreteras, puentes, plantas de energía eléctrica, suministros de agua); préstamos sectoriales (proyectos múltiples de pequeña escala tales como construcción de caminos y facilidades de irrigación); refinanciamiento de préstamos para la pequeña y mediana empresa; préstamos para

			cofinanciamiento.
10	Estados Unidos	Asistencia Financiera	Agencia para el Desarrollo Internacional (AID). A través de ésta el Gobierno de los Estados Unidos de América, apoya con recursos de cooperación no reembolsable (donaciones) y cooperación reembolsable (préstamos) y atiende las áreas de desarrollo rural, democratización, reconstrucción nacional y cumplimiento de los Acuerdos de Paz, etc.
11	Israel	Asistencia Técnica y Financiera	El Ministerio de Relaciones Exteriores (MASHAV), es el eje fundamental de la Cooperación Internacional de Israel. Este Gobierno otorga cooperación bajo las modalidades de capacitación y asistencia técnica, desarrollando programas de becas para personal de países menos adelantados y en vías de desarrollo quienes se capacitan en Israel para conocer, in situ, la experiencia y el modelo de desarrollo de esa nación. También otorga asistencia técnica enviando misiones de expertos para hacer transferencia tecnológica en planificación del desarrollo rural regional integrado, en materia agrícola, salud, educación, cooperativismo, riego, tratamiento de desechos sólidos, gestión ambiental, etc.
12	Organización de los Estados Americanos (OEA)	Asistencia Técnica y Financiera	Apoya proyectos para impulsar la generación de empleo productivo, la diversificación económica, desarrollo sostenible y medio ambiente, desarrollo sostenible y turismo. La OEA, tiene una oficina de apoyo en el país para la gestión de asistencia técnico-financiera.
13	Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)	Asistencia Técnica y Financiera	Atiende los sectores de infraestructura, proyectos de inversión de largo plazo, en industrias de carácter regional, especialización agropecuaria, financiamiento de empresas, servicios, desarrollo social, conservación y protección de recursos naturales y medio ambiente. Tiene un Fondo de Microproyectos para atender a microempresarios y apoya a las pequeñas y medianas empresas.
14	Secretaría Técnica Del Financiamiento Externo (SETEFE)	Línea de Apoyo: Asistencia Técnica y Financiera	El país recibe Cooperación Internacional bajo la modalidad de recursos alimentarios y no alimentarios, los que son adquiridos en calidad de donación o préstamos. SETEFE los comercializa en el mercado local y el dinero obtenido de la venta pasa a formar parte de fondos especiales los cuales son administrados por esta Secretaría y sirven para financiar pequeños proyectos de desarrollo (económicos, productivos, de desarrollo social y otros) que ejecutan ONG's, comunidades organizadas en

			Asociaciones de Desarrollo Comunal (ADESCOS). También se utilizan para apoyar contrapartidas para proyectos que ejecutan instituciones de Gobierno cuando el financiamiento viene por la vía no reembolsable (donación).
15	Fondo de Población de Naciones Unidas (FNUAP)	<b>Asistencia Técnica</b>	El FNUAP, fue creado como un fondo multilateral para coadyuvar en el desarrollo de las políticas de población. Comparte el mismo Consejo de Administración con el PNUD y tiene su sede en Nueva York y mantiene personal profesional en 57 oficinas, bajo la autoridad del Representante Residente del PNUD. Es apoyado a través de contribuciones voluntarias, en su mayoría, producto de ofrecimientos anuales. El Fondo apoya en materia de planificación familiar, salud sexual y salud reproductiva, censos, educación en población, migraciones, demografía, dirigida a la niñez, adolescentes, jóvenes, etc. Actualmente, promueve la participación de ONG's y organizaciones sociales tales como APROSAI, CPAS y PROVIDA. También coejecuta actividades con ONG's europeas como GVC y TERRA NUOVA de Italia, y ENTREPUEBLOS, de España, para proyectos que tienen que ver con la violencia contra la mujer, población, desarrollo y medio ambiente, entre otros.
16	Fondo De Inversión Social Para El Desarrollo Local (FISDL)	Asistencia Técnica y Financiera	Brinda apoyo en la transferencia de recursos económicos y técnicos a las comunidades pobres y, en particular, a las más pobres, con el fin de colaborar en el financiamiento con los proyectos por ellas priorizados, en concordancia con sus respectivos Gobiernos Municipales y, por consiguiente, fomentando el incremento de sus capacidades de autodesarrollo.
17	Fondo Ambiental De El Salvador - FONAES	Asistencia Técnica y Financiera	El FONAES está adscrito en la actualidad, al Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, pero cuenta desde su fundación con un fuerte vínculo a la Presidencia y Vicepresidencia de la República, por su carácter estratégico dentro de la estructura funcional y operativa del Gobierno de El Salvador.

Fuente: Tesis: "Plan de Desarrollo Turístico para la zona Sur-Este de Ahuachapán y Zona Oeste de Sonsonate". Universidad de El Salvador. Octubre 2011

### III.5. ALGUNOS ESTUDIOS TURÍSTICOS DE EL SALVADOR

Estudio	Metodología	Conclusiones, Resultados, Planes												
<p><b>Plan de desarrollo turístico para la zona sur-este de Ahuachapán y Oeste de Sonsonate, 2011,</b></p> <p><b>Hermes Aquino</b> <b>José Flores</b> <b>Alicia Villanueva</b></p> <p><b>Universidad de El Salvador</b></p>	<p>Definición de objetivos de diagnóstico</p> <p>Investigación teórica</p> <p>Teoría sobre planificación</p> <p>Teoría para el estudio de turismo</p> <p>Enfoque de sistemas</p> <p>Enfoques para la elaboración de Planes de Desarrollo turístico</p> <p>Selección de enfoque para desarrollo del plan</p> <p>Elaboración de la metodología de la recolección de datos</p> <p>Recolección de información secundaria</p> <p>Recolección de información primaria en municipios</p> <p>Recolección de información secundaria en municipios</p> <p>Investigación de mercado turístico nacional</p> <p>Procesamiento de la información</p> <p>Análisis interno y del entorno</p> <p>Esquematización de la solución</p> <p>Elaboración del diagnóstico</p>	<p><b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b></p> <p>Estado A</p> <p>La falta de planificación para el desarrollo de los elementos del sistema turístico compuesto por Oferta, Demanda, Entes de interés y Espacio Geográfico se refleja en un desaprovechamiento de un 43% de los recursos en la zona, en un desarrollo desigual no planificado de la actividad turística.</p> <p>Estado B</p> <p>Desarrollo turístico de la zona en estudio mediante la planificación de los elementos del sistema turístico oferta, demanda, entes de interés y espacio geográfico.</p> <p>Demanda</p> <table border="1" data-bbox="968 821 1304 1157"> <thead> <tr> <th>AÑO</th> <th>Turistas nacionales potenciales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2010</td> <td>1702910</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>1726751</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>1750925</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>1775438</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>1800294</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>OFERTA TURISTICA</b></p> <p>Capacidad instalada: Se tiene una capacidad instalada de 724 habitaciones y 1771 camas en toda la zona de estudio</p>	AÑO	Turistas nacionales potenciales	2010	1702910	2011	1726751	2012	1750925	2013	1775438	2014	1800294
AÑO	Turistas nacionales potenciales													
2010	1702910													
2011	1726751													
2012	1750925													
2013	1775438													
2014	1800294													

	<p>Diseño</p> <p>Evaluación</p> <p>Plan de puesta en marcha</p>	<p><b>ESPACIO GEOGRÁFICO:</b></p> <p>En la zona de estudio existen 18 centros de atención en salud, estos se dividen en 3 casas de salud, 14 unidades de salud y 1 hospital público.</p> <p><b>ENTES DE INTERÉS</b></p> <p>De acuerdo a los resultados obtenidos en los municipios, tenemos que en todos los municipios de la zona de estudio funcionan organizaciones con interés en el desarrollo turístico. Sin embargo el número y tipo de organizaciones con este interés es muy variable, manteniéndose una constante solamente: En todos los municipios, las alcaldías son las que trabajan para el desarrollo del turismo o al menos muestran interés para el desarrollo del mismo.</p> <p><b>RESULTADOS</b></p> <p>Se presentan deficiencias en cuanto a la señalización turística y el acceso a los atractivos naturales, sin embargo presenta condiciones favorables en lo referente a la red vial intermunicipal.</p> <p><b>DISEÑO</b></p> <p>Plan de turismo, Plan de seguridad, Plan de concientización turística, Plan de emprendedurismo, Plan de comunicación vial y transporte, Plan de promoción y publicidad, Plan de financiamiento, Plan de monitoreo y control.</p>
<p><b>Anteproyecto arquitectónico para el complejo turístico costero en el Municipio</b></p>	<p>Macro ubicación</p> <p>Generalidades del Departamento de La Unión</p> <p>Generalidades del Municipio de Intipucá</p> <p>Generalidades de la Ciudad de Intipucá</p> <p>Análisis del terreno en estudio</p>	<p>Planteamiento del problema</p> <p>La zona de estudio carece de toda infraestructura turística, servicio de alimentación de calidad, espacios para alojarse y estar, accesibilidad y seguridad para el desarrollo de actividades recreacionales.</p> <p>Propuesta</p>

<p><b>de Intipucá, 2008</b></p> <p><b>Mónica Castaneda</b>  <b>Aldomario Estrada</b>  <b>Isaias Segovia</b></p> <p><b>Universidad de El Salvador</b></p>	<p>Ánálisis del sitio</p>	<p>Realización del “Complejo Turístico Costero en el municipio de Intipucá” específicamente en la Playa El Icacal</p> <p>Resultados</p> <p>Se detectó que la zona oriental del país no cuenta con infraestructura adecuada y proyectos turísticos de playa, que permitan a sus habitantes un mejor disfrute y gozo de las bellezas naturales como las playas del departamento de La Unión. El Anteproyecto Arquitectónico para El Complejo Turístico Costero se presenta como una opción de alojamiento, recreación y esparcimiento para los turistas nacionales e internacionales, y, principalmente para los turistas étnicos del municipio de Intipucá, de tal manera que estos asistan a la playa El Icacal en temporadas vacacionales.</p> <p>Se determino que el proyecto es viable pues presenta un Interés del gobierno central por desarrollar la zona oriental especialmente El Municipio de Intipucá a través de La Playa El Icacal; Complementando el Desarrollo Actual de puerto de Cutuco, Potenciando turísticamente el área costera del Departamento de La Unión.</p> <p>La playa El Icacal en el municipio de Intipucá presenta las condiciones básicas necesarias para el desarrollo del Complejo pues cuenta con recursos naturales abundantes con características para desarrollar el turismo de sol y playa, suficiente terreno propiedad estatal-privada, una zona de atractivos vecinos complementaria al proyecto (Los Esteros, Playa Las Tunas, Playa El Cuco).</p> <p>El Complejo Turístico Costero en el Municipio de Intipucá sería el primer proyecto de Desarrollo Turístico Integral Planificado en la zona oriental, con componentes de: Integración al Ordenamiento territorial comprendido en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del departamento de La Unión, Protección del medio ambiente costero marino y una oferta turística de calidad en las áreas de alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento.</p>
--	---------------------------	---

		<p>DISEÑO</p> <p>Programa de necesidades y Programa arquitectónico</p>
<p><b>Propuesta de un plan de desarrollo turístico para mejorar la competitividad del sub-sector ecoturístico de la Ciudad de Intipucá del departamento de la Unión (Específicamente Playa El Icacal), 2009</b></p> <p><b>Cristela Aguilar</b> <b>Yesenia Martínez</b></p> <p><b>Universidad de Oriente</b></p>	<p>Objetivos</p> <p>Análisis FODA</p> <p>Fuentes de información</p> <p>Matriz de congruencia</p>	<p>Planteamiento del problema:</p> <p>Oportunidad de desarrollar turísticamente debido a que se encuentra dentro del radio que comprende el desarrollo que generará el puerto de La Unión (Cutuco).</p> <p>Resultados</p> <p>No cuenta con un Plan detallado de lo que en sí consistirá el Desarrollo Turístico de este lugar.</p> <p>Poca publicidad de la playa El Icacal.</p> <p>Posee los recursos naturales apropiados para desarrollarse turísticamente.</p> <p>Se pudo verificar por medio de la investigación que la playa El Icacal es una playa abandonada por las Instituciones encargadas de velar por que esta se preserve y conserve en su ambiente natural, pero que, a la vez es una playa virgen y muy linda con aguas mansas que invitan a los turistas a visitar esta belleza tropical.</p> <p>Al realizar la investigación se detectó que los ciudadanos de Intipucá, presentan serios problemas tales como los de: Protección y conservación del Medio Ambiente, recursos naturales y concientización ambiental.</p> <p>Otro factor importante para los pobladores de la playa El Icacal es que, piden que se les preste mayor vigilancia en cuanto a la explotación de los manglares, caza de las aves y recolección de los huevos de tortuga, de parte de la alcaldía como de las Instituciones encargadas del Medio Ambiente ya que, estos quieren que se conserven algunas de las especies que aun existen en la zona.</p> <p>La Municipalidad de Intipucá, considera que con un Plan de Desarrollo Turístico en la playa El Icacal, traería consigo oportunidades como: comercio, empleos, y obtendrían</p>

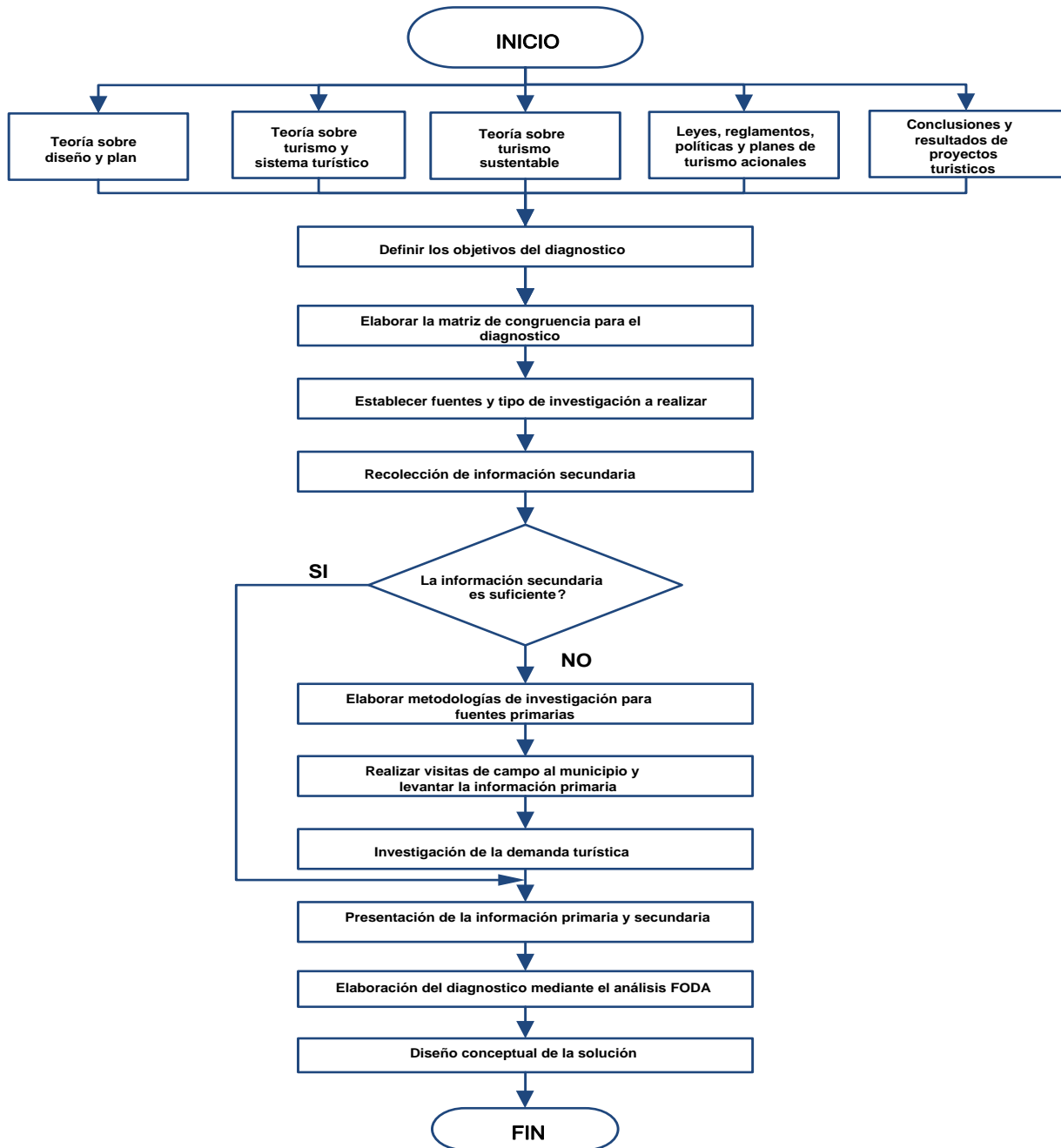


		<p>mayores impuestos. Así mismo expresaron que ya tiene en perfil la introducción de agua potable y posiblemente a futuro la pavimentación de la calle de acceso. También manifestaron que cuentan con una oficina de medio ambiente que son apoyados por la Unión Europea, y la cual velará por ello en todo sentido a través de los diferentes permisos ambientales logrando así, la conservación y protección del Medio Ambiente de la playa El Icacal.</p> <p>Los empresarios de la zona opinan que es necesario impulsar el desarrollo de la zona oriental y que el rubro turístico es el que mayor demanda tiene por el momento.</p> <p>Los empresarios consideran que una de las acciones para lograr el desarrollo de la playa El Icacal sería: Promocionar la playa, crear Ordenanzas Municipales, ordenamiento territorial, mejorar las vías de acceso, y que hubiese mayor seguridad en la zona.</p> <p>DISEÑO</p> <p>Estrategia de publicidad, Estrategia de conservación del medio ambiente, Estrategia de relaciones públicas, Estrategia de promociones, Sistema y mecanismo de evaluación del plan de desarrollo turístico</p>
<p><b>Plan de Desarrollo Turístico El Icacal, 2008</b></p> <p><b>Carlos Martínez</b></p> <p><b>Katya Lazo</b></p> <p><b>José Pacheco</b></p> <p><b>Universidad de El</b></p>	<p>Estructuración del sector turismo</p> <p>Instituciones turísticas</p> <p>Relaciones interinstitucionales</p> <p>Análisis de la oferta turística</p> <p>Accesibilidad y transporte</p> <p>Atractivos y recursos turísticos</p> <p>Articulación del producto turístico</p> <p>Análisis interno municipio de Intipucá</p>	<p>Planteamiento del problema:</p> <p>“Falta de desarrollo en la zona y la ausencia de infraestructura de alojamiento para atraer desarrollo.”</p> <p>Conclusiones</p> <p>La mayor posibilidad de desarrollo turístico en nuestro país es “el turismo de playa” el cual crece de manera acelerada, por lo tanto es evidente que cada día es mayor la necesidad de crear Nuevas infraestructuras hoteleras y sitios de recreación que atraigan y brinden al turista tanto nacional como extranjero los elementos esenciales</p>

<p><b>Salvador</b> <b>Facultad</b> <b>Multidisciplinaria</b> <b>Oriental</b></p>	<p>Análisis local Playa El Icacal</p>	<p>para una estadia más agradable y placentera. En nuestra investigación planteamos las bases y parámetros primordiales para la realización de una Propuesta de Desarrollo Turístico para la Playa El Icacal, Departamento de La Unión, es imprescindible contar con un equipo multidisciplinario que realice un estudio para cada una de las áreas técnicas a tratar en este tipo de proyecto, ya que cada disciplina estudia las áreas estratégicas para cada necesidad. El reto es, que el turismo, en especial el de playa sea un instrumento eficiente para el desarrollo sostenible de Nuestro país y que contribuya a la preservación del Patrimonio natural de El Salvador.</p> <p>Propuestas</p> <p>Programa arquitectónico</p> <p>Propuesta arquitectónica</p>
--	---------------------------------------	--

## CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### IV.1. ESQUEMA DE LA METODOLOGÍA DEL DIAGNOSTICO



Esquema 7: Esquema general de la metodología del diagnostico

Fuente: Elaboración propia<sup>38</sup>

38 ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LA METODOLOGÍA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA ZONA SUR-ESTE DE AHUACHAPÁN Y OESTE DE SONSONATE, HERMES ANTONIO LEONEL AQUINO HENRÍQUEZ -

## IV.2. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

### IV.1.1. Objetivo General

Determinar la situación actual del sistema turístico de la zona costera del municipio de Intipucá mediante la recolección y análisis FODA de la información de fuentes primarias y secundarias como punto de partida para diseñar programas para el fortalecimiento de las debilidades, afrontar las amenazas, aprovechamiento de las oportunidades y fortalezas, éstos programas se elaboraran siguiendo el esquema de Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

### IV.1.2. Objetivos Específicos

1. Definir el tipo de investigación y las fuentes de información para llevar a cabo la recolección de información;
2. Diseñar las metodologías de investigación de los elementos del sistema turístico para establecer los universos, instrumentos y procedimientos de recolección de información;
4. Realizar un estudio de la oferta para elaborar un inventario turístico de los recursos naturales y de los atractivos utilizados y potenciales, además investigar la capacidad instalada existente y calidad de los servicios turísticos, todo esto como insumo para el establecimiento de la situación del turismo en la zona costera del municipio de Intipucá;
5. Realizar un estudio del mercado consumidor para establecer la demanda potencial que se deberá atender y un programa de marketing;
6. Investigar los entes interesados para establecer un inventario de las diferentes instituciones u organizaciones que están apoyando el turismo en la zona de estudio, los programas, proyectos o iniciativas locales;
7. Determinar de la información recolectada un diagnóstico de la problemática y a su vez el planteamiento de las diferentes alternativas de solución, seleccionando la más apropiada para su diseño;
8. Conceptualizar una propuesta de solución que sirva como punto de partida para el diseño del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

### IV.3. MATRIZ DE CONGRUENCIA<sup>39</sup>

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	INDICADOR	ITEM / PREGUNTAS
<b>ESTUDIO DE LA OFERTA</b>				
<p><b>Diseñar un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo que posicione al municipio de Intipucá como un destino turístico atractivo para visitantes nacionales y extranjeros, que promueva el aprovechamiento de los recursos endógenos de la comunidad y así contribuir con el desarrollo social mejorando la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Intipucá.</b></p>	<p>Realizar un Inventario Turístico de los Recursos Naturales y de los Atractivos potenciales y utilizados, además de la capacidad instalada existente y calidad de los servicios turísticos, todo esto como insumo para el establecimiento de la situación del turismo en la zona costera del municipio de Intipucá;</p>	<p>Gastronomía</p>	<p>Capacidad Instalada</p>	<p>Capacidad: -cantidad de mesas -cantidad de personas por persona -especialidad en comida -cantidad de baños Localización Restaurante: -Desayuno, almuerzo, cena -meseros -tv con cable -cillas para bebe -música ambiental Bar: Licores nacionales Licores extranjeros Pista de baile Barra Servicios complementarios Higiene y seguridad Recurso humano, Otros</p>

<sup>39</sup> Elaboración propia a partir de la asesoría del Ing. Saúl Alfonso Granados, Catedrático de la escuela de Ingeniería Industrial de la UES.

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	INDICADOR	ITEM / PREGUNTAS
<b>ESTUDIO DE LA OFERTA</b>				
<b>Diseñar un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo que posicione al municipio de Intipucá como un destino turístico atractivo para visitantes nacionales y extranjeros, que promueva el aprovechamiento de los recursos endógenos de la comunidad y así contribuir con el desarrollo social mejorando la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Intipucá.</b>	Realizar un Inventario Turístico de los Recursos Naturales y de los Atractivos potenciales y utilizados, además de la capacidad instalada existente y calidad de los servicios turísticos, todo esto como insumo para el establecimiento de la situación del turismo en la zona costera del municipio de Intipucá;	Potenciales prestadores de servicios	Cantidad de potenciales negocios Capacidad de los negocios	Datos generales -dirección -contacto Actividad que realiza Cantidad de clientes que atiende por día Tipo de apoyo recibido Participación en actividades turísticas Disponibilidad
		Recursos turísticos	Cantidad de recursos turísticos	Tipo de recurso Accesibilidad y Localización Cantidad de miradores Tipo de miradores Tipos de estructuras Condiciones de aseo Señalización turística
		Alojamiento	Capacidad instalada	Cantidad de habitaciones Personas por habitación Tipo de hotel Localización Tarifas Formas de pagos Recurso humano

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	INDICADOR	ITEM / PREGUNTAS
<b>ESTUDIO DE LA DEMANDA</b>				
<b>Diseñar un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo que posicione al municipio de Intipucá como un destino turístico atractivo para visitantes nacionales y extranjeros, que promueva el aprovechamiento de los recursos endógenos de la comunidad y así contribuir con el desarrollo social mejorando la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Intipucá.</b>	Determinar los gustos y preferencias de los turistas así como la demanda potencial	Conocimiento  Económicas  Gustos  Preferencias	Fuente de Información secundaria  Preferencias  Capacidad \$ para hacer turismo  Frecuencia con hace turismo	1. ¿Con quién usualmente practica actividades de turismo?
				2. ¿Qué medio de transporte utiliza usted al realizar un viaje turístico?
				3. ¿Cuenta con algún presupuesto para realizar turismo?
				4. ¿Cuántas veces realiza una actividad turística?
				5. ¿En qué época realiza las actividades turísticas?
				6. Al realizar turismo, ¿Cuáles actividades practica generalmente?
				7. ¿Durante cuánto tiempo realiza generalmente los viajes/actividades turísticas?
				8. Si su respuesta anterior es mayor a 1 día, ¿en qué lugares se aloja generalmente?
				9. ¿Cómo se enteró de las Rutas Turísticas?
				10. ¿Considera justo el costo de los servicios recibidos en general?
				11. ¿Considera necesario que existan puntos de información a lo largo de las rutas turísticas?

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	INDICADOR	ITEM / PREGUNTAS
<b>ESTUDIO DE LA DEMANDA</b>				
<b>Diseñar un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo que posicione al municipio de Intipucá como un destino turístico atractivo para visitantes nacionales y extranjeros, que promueva el aprovechamiento de los recursos endógenos de la comunidad y así contribuir con el desarrollo social mejorando la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Intipucá.</b>	Determinar los gustos y preferencias de los turistas así como la demanda potencial	Fuente de Información Primaria		
		Demografía	# de personas por edad, depto. y sexo	¿Cuál es su sexo?
				¿Cuál es su rango de edad?
				¿En qué departamento vives?
		Preferencias de los turistas  Posicionamiento de las playas de oriente  Conocimiento de los atractivos turísticos de Intipucá  Motivos de por que no conocen o no irían a Intipucá	# de turistas que les gusta el turismo de sol y playa, que han visitado playas de oriente y las de Intipucá	¿Le gusta hacer turismo de sol y playa?
				¿Ha visitado alguna de las playas de la zona oriental de El Salvador?
				¿Por qué no ha visitado las playas de oriente de El Salvador? ¿A visitado alguna de las playas de Intipucá?
				¿Por qué no ha visitado las playas de Intipucá?
				¿Sabía usted que Intipucá cuenta con 2 playas y un manglar?
				¿Sabía usted que Intipucá cuenta con un tour en kayak y en lanchas?
				¿Le gustaría visitar las playas de Intipucá a su próxima salida turística?
				¿Por qué no le gustaría visitar las playas de Intipucá?
				¿Le gustaría realizar un tour a los manglares en kayak o en lancha?
				¿Qué le gustaría que se incluyera en el tour de los manglares en kayak o lancha?
				¿Cuál tour preferiría en el Esterón en lancha o en kayak?
¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en Intipucá?				
¿Qué atractivos turísticos le gustaría visitar en Intipucá?				



OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	INDICADOR	ITEM / PREGUNTAS
<b>ESPACIO GEOGRÁFICO</b>				
<b>Diseñar un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo que posicione al municipio de Intipucá como un destino turístico atractivo para visitantes nacionales y extranjeros, que promueva el aprovechamiento de los recursos endógenos de la comunidad y así contribuir con el desarrollo social mejorando la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Intipucá.</b>	Identificar los elementos que componen el espacio geográfico	Atractivos turísticos en la zona	Capacidad instalada	¿Cuáles de los siguientes atractivos existen en Intipucá?
		Equipamiento institucional	# de servicios en la zona costera	¿Cuántos servicios cuenta la Zona Costera de Intipucá?
		Equipamiento recreativo	# de espacios recreativos	¿Cuántos de los siguientes espacios recreativos cuenta la Zona Costera de Intipucá?
		Equipamiento de servicios		¿Cuáles de los siguientes equipamientos de servicios cuenta la Zona Costera de Intipucá?
		Educación	Nivel de escolaridad	¿Qué nivel de escolaridad poseen las personas de la zona costera del municipio de Intipucá?
		Tipos de infraestructura urbana	Tipo de infraestructura urbana	¿Si cuentan con la siguiente infraestructura en el área urbana de Intipucá?
		Tipos de infraestructura zona costera	Tipo de infraestructura de la zona costera	¿Cuáles si existe la siguiente infraestructura en la Zona Costera del municipio de Intipucá?
		Tipos de Vías de comunicación	Tipo de infraestructura vial en la zona costera	¿Qué tipo de infraestructura vial existen en Intipucá y la Zona Costera del municipio?
		Tipos de servicios turísticos	# de servicios turísticos en la zona costera	¿Con cuántos servicios turísticos cuenta la Zona Costera del municipio de Intipucá?
		Tipo de acceso al municipio	Tipo de servicios turísticos en la zona costera	Cuáles Servicios existen en la zona costera
		Señalización vial	Tipo de señalización vial	¿Qué tipo de señalización vial existe?

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	INDICADOR	ITEM / PREGUNTAS
<b>ENTES DE INTERES</b>				
<b>Diseñar un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo que posicione al municipio de Intipucá como un destino turístico atractivo para visitantes nacionales y extranjeros, que promueva el aprovechamiento de los recursos endógenos de la comunidad y así contribuir con el desarrollo social mejorando la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Intipucá.</b>	Identificar los elementos que componen los entes de interés	Involucrados en el desarrollo turístico de la zona de Intipucá	Involucramiento de los entes en los proyectos de desarrollo en la zona costera del Municipio de Intipucá	¿Quiénes están involucrados en el desarrollo turístico de Intipucá? ¿Cuenta actualmente con proyectos o programas de índole turística? ¿Estaría en la Disposición de apoyar en una nueva iniciativa para el Desarrollo Turístico del Municipio? ¿Tienen alguna Metodología para el desarrollo de Iniciativas Turísticas? ¿Cuál es? ¿Tienen algún Plan de Desarrollo Turístico para el Municipio?
		Competencia de tour en kayak	Capacidad instalada	Información general de tour
		Lugares donde se ofrecen tour en kayak		1. ¿Cuántos es el número máximo de personas que pueden tomar el tour en kayak, ósea, cuantos kayak tienen disponibles?
				2. ¿Qué tipo de kayak son: para dos o una persona, de remo, de pedalear con o sin vela?
				3. ¿Cuántos viajes se pueden realizar en el día?
				4. ¿Cuántos años de experiencia tiene la empresa que posee el kayak?
				5. ¿Cuáles son los otros lugares a los que se puede entrar y que poseen: piscina, habitaciones etc.?
				6. ¿Cuál es el precio para un grupo mayor a 25 personas?
Experiencia y posicionamiento de los servicios de kayak de la competencia	Pueden enviar fotos de las actividades que realizan en el tour			

## **IV.4. SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN<sup>40</sup>**

La elección del tipo de investigación dependerá de la cantidad de información disponible para realizar el estudio, asimismo deberá ser congruente con la dirección que la investigación debe seguir. Para la presente investigación se debe elegir un tipo de investigación que permita reconocer todos los datos concernientes a la situación actual del turismo en la zona de estudio y a su vez permita formular estrategias y acciones encaminadas a la mejora de la actividad turística en zona costera del municipio en estudio. El tipo de investigación a considerar para el presente estudio son: la exploratoria y la descriptiva, estas se presenta a continuación:

### **IV.4.1. Exploratoria**

Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio. Por ejemplo, si alguien desea investigar lo que opinan los habitantes de alguna ciudad sobre su nuevo alcalde o gobernador y cómo piensa resolver los problemas de ella, revisa la literatura y se encuentra con que se han hecho muchos estudios similares pero en otros contextos (otras ciudades del mismo país o del extranjero).

### **IV.4.2. Descriptiva**

Muy frecuentemente el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, -comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986). Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así -y valga la redundancia- describir lo que se investiga.

A partir de las definiciones anteriores se concluye que el tipo de investigación a realizar será descriptiva, ya que no puede ser exploratoria partiendo que ya existen proyectos e información teórica de planes de desarrollo sustentable de turismo.

---

<sup>40</sup> METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, M. en C. Roberto Hernández Sampieri, Dr. Carlos Fernández Collado, Dra. Pilar Baptista Lucio, MCGRAW-HILL, Colombia 1997.

## IV.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información a las que se recurrirán para la recolección de los datos necesarios en la investigación son:

### IV.5.1. Fuentes Primarias

Es aquella información que dentro de la investigación se tienen que generar, ya que corresponden a situaciones particulares y por lo tanto no se encuentran documentadas. En la presente investigación las principales fuentes de datos primarios son los siguientes:

**Tabla 14: Información Requerida y Metodología de Levantamiento de Información De Fuentes Primarias**

FUENTE	INFORMACIÓN REQUERIDA	METODOLOGÍA DE OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN	INFORMACIÓN OBTENIDA
<b>MILLENNIUM CHALLENGE CORPORATION UNITED STATES OF AMERICA – El Salvador</b>	Información de proyectos, estudios para el desarrollo de la zona costera con FOMILENIO 2.	Concertar cita con representante de El Salvador y realizar entrevista.	No se pudo obtener información, porque hasta diciembre de 2013 asignaran encargado de proyectos
<b>COMITÉ TURÍSTICO</b>	Funciones del Comité, Iniciativas de apoyo al turismo (Programas, Planes, Proyectos), Procedimientos y Metodologías de Trabajo, Financiamiento.	Concertar cita con la presidenta del comité y realizar una entrevista	Los resultados se presentan en el capítulo V, sección 5.
<b>PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICO</b>	Capacidad de Atención, Condiciones, servicios existentes, Requerimientos, localización.	Establecer una lista previa de lugares, recolectar la información a través la visita a los lugares.	Los resultados se presentan en el capítulo V, sección 2.
<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y ARTIFICIALES</b>	Localización, capacidad de carga, condiciones, acceso, potencial.	Establecer una lista previa de lugares Recolectar la información a través visita a los lugares.	Los resultados se presentan en el capítulo V, sección 2.
<b>MERCADO CLIENTE POTENCIAL</b>	Investigar la cantidad de personas que visitan las playas del oriente de El Salvador, de éstas la cantidad que ha visitado las playas de Intipucá, si están dispuestas a visitarlas, si les gustaría tomar un tour e kayak, que elementos debe contener el paquete idóneo.	Elaborar una encuesta en línea y pasarla utilizando u perfil e facebook a los usuarios de los tour operadores de El Salvador.	Los resultados se presentan en el capítulo V, sección 3.

<b>TOUR OPERADORES</b>	Estadística de turismo, requisitos para ofrecer paquetes turísticos del municipio de Intipucá	Elaborar una lista de tour operadores y pasarles un cuestionario en línea.	Los resultados se presentan en el capítulo V, sección 5.3.
<b>COMPETENCIA</b>	En que otros lugares se ofrecen tour en kayak, precios, capacidad otros servicios ofrecidos en el paquete de kayak.	Ésta investigación se realizara vía internet, a través del buscador de google y escribiendo a tour operadores que tengan el paquete de kayak en sus productos.	Los resultados se presentan en el capítulo V, sección 5.4.

Fuente: Elaboración propia

#### IV.5.2. Fuentes Secundarias

Es aquella información que dentro de la investigación se tienen que buscar y seleccionar, es decir son datos que están a disposición de los interesados, pues ya es información recolectada, analizada y documentada. Las principales fuentes consideradas para el estudio son:

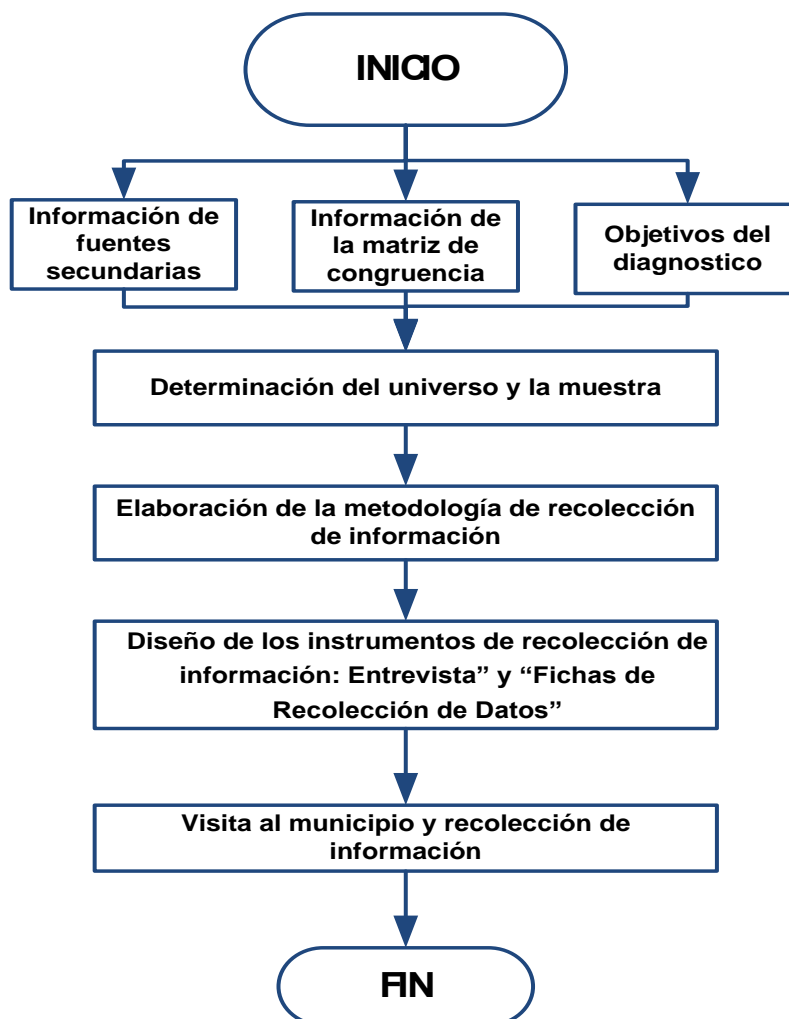
**Tabla 15: Información Requerida y Metodología de Levantamiento de Información de Fuentes Secundarias**

<b>FUENTE INFORMACIÓN</b>	<b>INFORMACIÓN OBTENIDA</b>
<b>Dirección General De Estadísticas Y Censos (DIGESTYC)</b>	Estadísticas generales, Índices demográficos
<b>Tesis y proyectos relacionados</b>	Información relacionada al tema de turismo, datos estadísticos; Estudios de mercado: Información de aspectos generales como Gustos y preferencias en el tema turístico, gasto turístico, frecuencia de salida; Metodologías e ideas a considerar en el desarrollo de planes
<b>Información obtenida por Internet</b>	Teoría respecto a Sistemas, Información del turismo del El Salvador

Fuentes: Elaboración propia

## IV.6. METODOLOGIA PARA LA INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

### IV.6.1. Esquema para la investigación de la oferta



Fuente: Elaboración propia<sup>41</sup>

### IV.6.2. Determinación del Universo

Para la determinación del universo, los servicios y atractivos turísticos de la zona en estudio se dividen en: "Hoteles", "Restaurantes", "Tour Operadores", "Atractivos Turísticos Naturales y Artificiales", "Infraestructura Turística", "Transporte Turístico".

---

<sup>41</sup> ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LA METODOLOGÍA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA ZONA SUR-ESTE DE AHUACHAPÁN Y OESTE DE SONSONATE, HERMES ANTONIO LEONEL AQUINO HENRÍQUEZ - JOSÉ RIGOBERTO FLORES ABREGO - ALICIA DEL CARMEN VILLANUEVA GUILLÉN, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL- 2011.

La población objetivo está compuesta, en el caso de los servicios: por las organizaciones en la zona de estudio cuya actividad económica corresponde al turismo; y para el caso de los atractivos: todos los recursos artificiales identificados así como playas, ríos, montañas, etc.

**Tabla 16: Universo de Servicios y Atractivos Turísticos**

<b>Elementos del universo</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Hoteles</b>	4
<b>Restaurantes</b>	1
<b>Tours Operadores</b>	1
<b>Recursos Naturales</b>	
<b>Ríos</b>	3
<b>Playas</b>	2
<b>Lagos y Lagunas</b>	
<b>Áreas protegidas</b>	1
<b>Cerros</b>	10
<b>Lomas</b>	5
<b>Montañas</b>	2
<b>Volcanes</b>	
<b>Ausoles</b>	
<b>Manglares</b>	1
<b>Atractivos turísticos</b>	
<b>Iglesias</b>	1
<b>Miradores</b>	1
<b>Cascadas</b>	
<b>Empresas de transporte turístico</b>	2

Fuente: Miembros de la ADESTI

#### **IV.6.3. Determinación de la Muestra**

Por la naturaleza de la Investigación y los requerimientos de Información para la elaboración del Plan de Desarrollo, la muestra abarcará preliminarmente **la totalidad del Universo**.

#### **IV.6.4. Metodología del Levantamiento de la Información**

1. Identificación de Servicios Turísticos que se encuentran funcionando;
2. Visita de campo a los lugares identificados;

3. Levantamiento de Información a través de Ficha Técnica;

Sitios y proveedores con Potencial Turístico;

4. Identificar Sitios con Potencial Turístico, a través de los miembros del comité de desarrollo y los pobladores de la zona;

5. Visita de campo a los lugares identificados;

6. Levantamiento de Información a través de Entrevista y Ficha Técnica;

#### **IV.6.5. Diseño de los Instrumentos para la Recolección de la Información<sup>42</sup>**

Para la recolección de información de los Servicios Turísticos se utilizarán dos instrumentos: **“La Entrevista” y “Fichas de Recolección de Datos”**.

En el caso de las Entrevistas, tal y como se mencionó en el apartado anterior se realizarán a representantes de la Municipalidad encargados de la Unidad relacionada al Turismo, así como a los actuales y potenciales proveedores de productos o servicios turísticos en la zona. Para el caso de las Fichas de Recolección, se enfocarán en 6 áreas diferentes: “Hoteles”, “Restaurantes”, “Atractivos Turísticos Naturales y Artificiales”, “Tour Operadores” y “Transportes Turísticos”.

A continuación se presenta cada instrumento:

##### **IV.6.5.1. Entrevista<sup>43</sup>**

Las entrevistas se les realizaran a los actuales y potenciales proveedores de productos y servicios turísticos.

Las actividades a tomar en cuenta para realizar las entrevistas son:

- *Gastronomía:* Éste sector incluye a los micros y pequeños empresarios que en la actualidad ofrecen su servicio de venta de comida típica a los pobladores de la zona de estudio así como a los turistas que puedan visitar la zona.

---

<sup>42</sup> Fuente: Los instrumentos a utilizar, así como la información a recolectar se diseñaron a partir de: 1- LA METODOLOGÍA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA ZONA SUR-ESTE DE AHUACHAPÁN Y OESTE DE SONSONATE, HERMES ANTONIO LEONEL AQUINO HENRÍQUEZ - JOSÉ RIGOBERTO FLORES ABREGO - ALICIA DEL CARMEN VILLANUEVA GUILLÉN, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL 2011.

2- Planeación y Gestión del Desarrollo Turístico Municipal, Secretaria de Turismo de México.

<sup>43</sup> Ver Anexo 1: Instrumentos de recolección de Información de la Oferta Turística



- *Transporte:* Se refiere al transporte que se realiza al interior del municipio, como: mototaxis, pick-up, microbús, lanchas; y que actualmente ofrecen sus servicios tanto a los pobladores de la zona y que pueden prestar sus servicios a turistas que visiten la zona.
- *Artesanos:* Incluye a los pobladores de la zona que realizan diferentes tipos de artesanías tales como barro cocido, bisutería, talla en madera, pintura de paisajes, talla en piedra, muebles de mimbre, entre otros.
- *Viveros:* Se refiere a las personas que poseen ventas de plantas de la zona o externas a la zona, así como semillas, macetas, abono y otros productos para el cuidado de las plantas.
- *Alojamiento:* Incluye a las personas que en la actualidad poseen casas de hospedaje, hostales, o que se conozca posean un historial de alojamiento de turistas, y que puedan atender a futuros turistas.
- *Guías turísticos:* Se refiere a los pobladores que ofrecen recorridos guiados a lugares o atractivos turísticos de la zona.
- *Artistas:* Se refiere a los diferentes grupos musicales y de danzas folklóricas que normalmente prestan sus servicios en actividades religiosas o culturales de la zona.
- *Otros Atractivos:* Se refiere a todos los pobladores que ofrezcan un servicio turístico diferente, por ejemplo, personas que en la actualidad realicen procesos artesanales como obtención de café, leches, quesos, entre otros, que puedan considerarse atractivos turísticos.

#### ***IV.6.5.2. Fichas De Recolección De Datos<sup>44</sup>***

Las fichas de recolección de información serán utilizadas para recolectar información de las siguientes servicios y recursos turísticos:

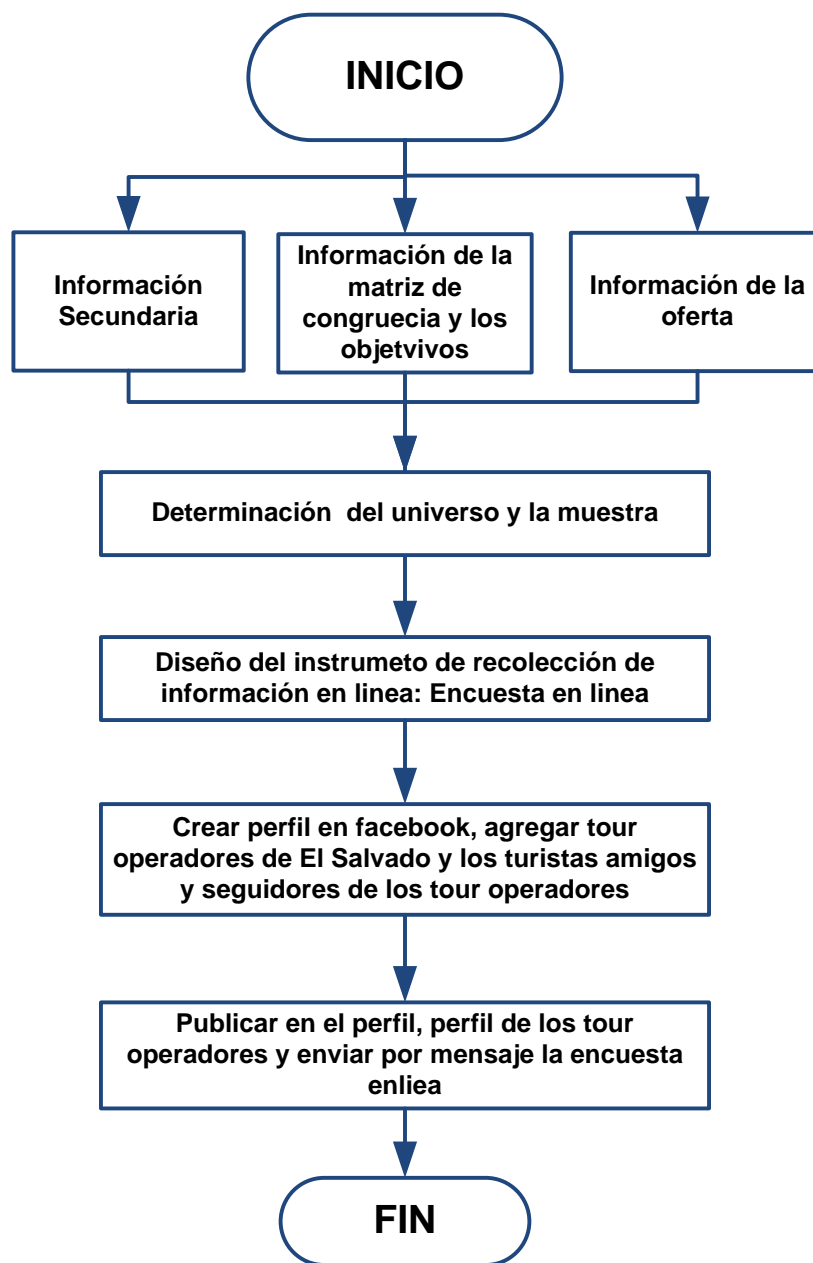
- Gastronomía
- Atractivos, recursos y/o sitios turísticos
- Alojamiento

---

<sup>44</sup> Ver Anexo 1: Instrumentos de recolección de Información de la Oferta Turística

## IV.7. METODOLOGIA PARA LA INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA TURISTICA

### IV.7.1. Esquema para la Investigación del Mercado Consumidor



Fuente: Elaboración propia<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LA METODOLOGÍA DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA ZONA SUR-ESTE DE AHUACHAPÁN Y OESTE DE SONSONATE, HERMES ANTONIO LEONEL AQUINO HENRÍQUEZ - JOSÉ RIGOBERTO FLORES ABREGO - ALICIA DEL CARMEN VILLANUEVA GUILLÉN, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL- 2011.

## IV.7.2. Determinación del Universo del Mercado Objetivo

Conocer a nuestro público objetivo, sus necesidades, sus gustos y sus preocupaciones, resulta básico a la hora de comenzar un plan de comunicación o marketing que implique convencer de algo a nuestros clientes. Esto parece muy básico y evidente pero, precisamente, es lo que más tiempo, esfuerzo y capacidad de análisis y de síntesis lleva de todo el proceso de comunicación. Si no, ¿Por qué existirían los famosos y recurrentes estudios de mercado? Y es que, no todo el mundo dice la verdad incluso cuando se le pregunta por algo y esto hace que los productos que según dichos estudios de mercado tendrían que haber sido un auténtico éxito, se conviertan de la noche a la mañana en un fracaso<sup>46</sup>.

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) plantean nuevas modalidades de realizar estudios de mercado. Desde que internet surgió se ha convertido en una herramienta muy útil para la investigación de mercados desde el momento en que facilita una relación inmediata con los posibles informantes (encuestados, panelistas, etc.), independientemente de la ubicación geográfica del investigador y del informante. Bien empleada, esta herramienta puede aportar una reducción de costes y de plazos de ejecución en los estudios de mercado<sup>47</sup>.

Las redes sociales se han convertido en una especie de forma en la que medir el pensamiento de la sociedad sobre determinados temas, estando entre amigos y conocidos, parece que somos más sinceros. Esta es una de las razones por las que múltiples campañas se lanzan directamente en redes sociales como facebook, porque en este tipo de plataformas pueden conocer perfectamente al usuario, sus gustos y como responde ante ciertos estímulos.<sup>48</sup>

A continuación se presentan las ventajas y las desventajas de la investigación on line:<sup>49</sup>

Ventajas:

- La investigación on line es barata: El costo de recabar información a través de cuestionarios electrónicos es mucho menor que a través de los medios tradicionales. Una encuesta on line cuesta la mitad que una encuesta tradicional y el índice de respuesta puede llegar incluso hasta el 50%.
- La investigación on line es más rápida: Los cuestionarios on line se responden más rápidamente, puesto que los encuestados son dirigidos hacia las preguntas

---

46 Estudios de mercado y las redes sociales - [www.iniziar.com](http://www.iniziar.com)

47 Investigación de mercados encuestas por internet - [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

48 Estudios de mercado y las redes sociales - [www.iniziar.com](http://www.iniziar.com)

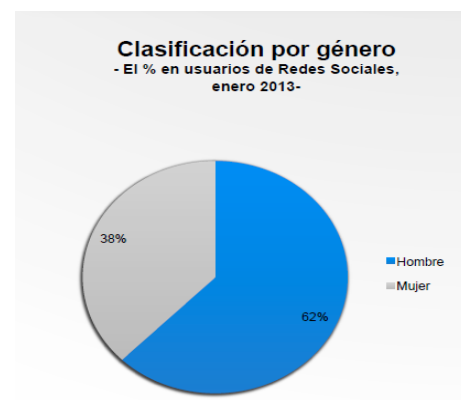
49 Ventajas y Desventajas de la Investigación On Line - <http://cocktailmarketing.com.mx>

correspondientes y una vez terminado el cuestionario, éste va directamente al investigador.

- Los consumidores tienden a ser más sinceros a través de internet que por teléfono o en persona: La empresa británica de encuestas, YouGov.com, reunió a 500 personas y entrevistó a la mitad a través de un interfono colocado en una cabina, y a la otra mitad a través de internet. Las respuestas a través de internet fueron más honestas, ya que en persona el entrevistado piensa que el encuestador lo está juzgando, sobre todo cuando se tratan temas delicados.
- La investigación on line es más versátil: Las aplicaciones multimedia de la investigación on line tienen muchas ventajas. Por ejemplo, con un software de realidad virtual, los encuestados pueden observar modelos de productos en tercera dimensión como cámaras, autos y equipos médicos y además las prestaciones de los productos se pueden manipular de forma sencilla a través de internet.

#### Desventajas:

- Las muestras pueden ser reducidas y sesgadas: Quizás la crítica principal hacia las encuestas a través de Internet es que no toda la población tiene acceso a este medio. Los sujetos que responden a los cuestionarios on line suele ser hombres de clase media a los que les gusta la tecnología. Para éste estudio que la población sea de clase media, la que tenga acceso a la encuesta no es desventaja, ya que, a ese mercado es al que se pretende investigar. Respecto al género se puede observar en la grafica 1, que en Centroamérica



**Gráfico 1: Clasificación por género de las redes sociales**

Fuente: iLifebelt América Central. Enero 2013.

los usuarios varones lideran en las Redes Sociales con un 62% de participación. Una de las causas de esta situación es la ventaja económica que los varones tienen sobre las mujeres. Sin embargo el género femenino tiene una representación significativa del 38% en las redes sociales y en el *ecosistema* centroamericano de Facebook el 52% de sus usuarios son varones, o sea, hay un 48% de usuarias.

- La investigación on line es propensa a las inconsistencias y a los problemas tecnológicos: Como la investigación on line es un método relativamente nuevo, muchos expertos en marketing todavía no diseñan las encuestas adecuadamente. Un error frecuente es

transferir un cuestionario escrito a la pantalla, otros utilizan la tecnología en exceso y olvidan las directrices básicas del diseño del cuestionario. Para ésta desventaja se utilizara la plataforma de la encuestas con Google Docs, ya que, se necesitan mínimos conocimientos de ofimática y de herramientas web para crear los formularios, Los resultados se descargan en múltiples formatos (Excell, CVS, pdf, etc.), de ahí su manejabilidad, Genera informes automáticos, entre otros.

#### ***IV.7.2.1. Determinación Del Universo Y Sus Características Demográficas***

La Red Social con más penetración en la región es Facebook. El 98% de los centroamericanos usuarios de Redes Sociales tienen cuenta dentro de esta Red Social<sup>50</sup>. Por lo tanto será esta red social la que se utilizara para contactar a las personas que se les aplicara el cuestionario. El universo de personas a las que se le puede aplicar el cuestionario es de 1,536,040 personas, éste dato se puede ver en el siguiente grafico 2.



**Gráfico 2: Usuarios de Facebook en C.A.**  
Fuente: iLifebelt América Central. Enero 2013.

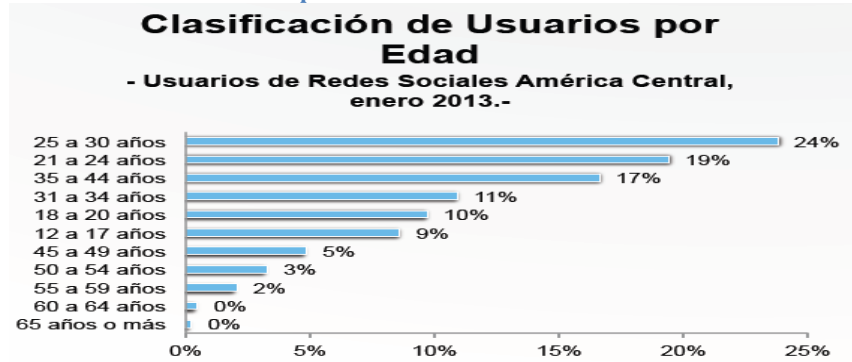
#### **Algunos datos demográficos del universo se presentan a con tinuación:**

- Clasificacio del universo por edades: El principal grupo etario de los usuarios de Redes Sociales en la región es el de 25 a 30 años. El segundo grupo más importante es el del rango de edades de entre 21 y 24 años. En total ambos grupos conforman el 43% del total de usuarios de Redes Sociales en la región. Situacio que deja una poblacion joven con capacidad de decisi3n de la que se puede informaci3n. Y un total de 91% con capacidad de decisi3n. En el grafico 3 se presentan la clasificaci3n por edades de los usuarios de las redes sociales.

---

<sup>50</sup> Datos provistos por iLifebelt América Central. Enero 2013.

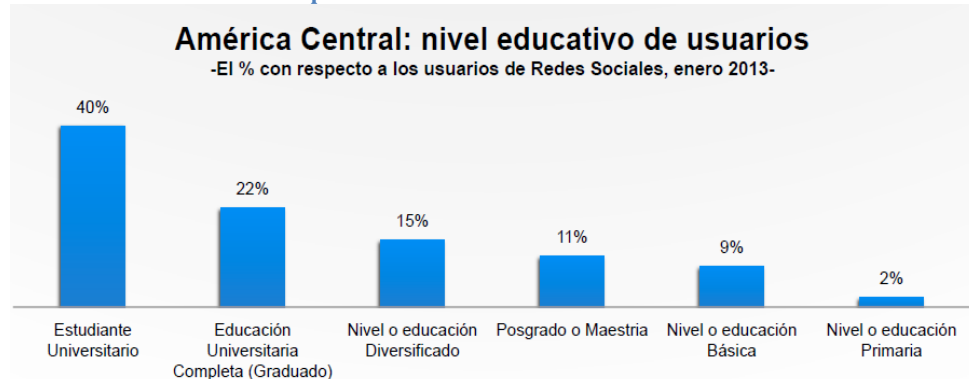
Gráfico 3: clasificación por edades de los usuarios de las redes sociales



Fuente: iLifebelt América Central. Enero 2013.

- El 40% de los usuarios de Redes Sociales en América Central son personas con nivel académico universitario. Podemos observar que dentro de los usuarios de Redes Sociales en la región, hay más personas con estudios a nivel de posgrado o maestría, que personas con educación de nivel básico o primaria. En el Gráfico 4 se presenta la clasificación por nivel educativo de los usuarios de las redes sociales.

Gráfico 4: clasificación por nivel educativo de los usuarios de las redes sociales



Fuente: iLifebelt América Central. Enero 2013.

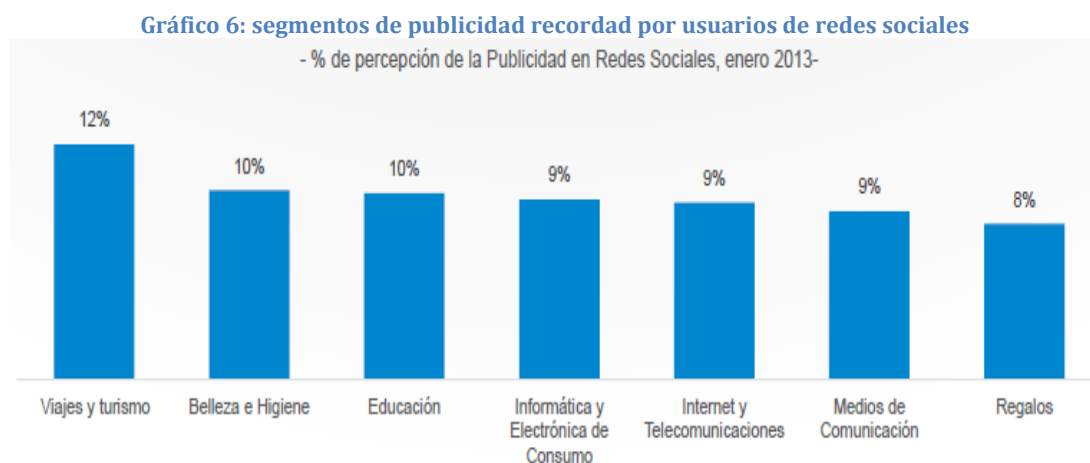
- Clasificación del universo por ocupación: El 43% de los usuarios de Redes Sociales en la región tienen trabajo de tiempo completo. 21% son estudiantes y 17% se catalogan como autoempleados (Empresarios, dueños de negocio o Freelance). Estos son los 3 principales grupos de usuarios en relación a su situación laboral. Es interesante observar que combinados los usuarios que tienen trabajo de tiempo completo, los usuarios autoempleados y los usuarios con trabajo de tiempo parcial forman 68% del total de

usuarios de Redes Sociales. Lo anterior indica que la mayor parte de los usuarios de estas plataformas digitales son personas ocupadas o con algún empleo. Gráfico 5 se clasificación por ocupación de los usuarios de las redes sociales.



Fuente: iLifebelt América Central. Enero 2013.

- A pesar de que muchas empresas y sectores cada día invierten más en publicidad dentro de las Redes Sociales, son pocos los sectores que los usuarios recuerdan en estos ecosistemas. Los 3 sectores más “vistos” o recordados por los centroamericanos han sido **viajes y turismo (12%)**, belleza e higiene (10%) y educación (10%). Hay que considerar que Facebook, la Red Social más utilizada en la región, cuenta con filtros que segmentan la publicidad y que en teoría hacen que esta solamente llegue a nichos interesados. En Gráfico 6 se presenta los segmentos de publicidad recordada por usuarios de redes sociales.



Fuente: iLifebelt América Central. Enero 2013.

### IV.7.3. Determinación De La Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizara la plataforma web que presenta a continuación:

CALCULADORA PARA OBTENER EL TAMAÑO DE UNA MUESTRA		
¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 5% es lo más común	<input type="text" value="5"/> %	Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentaje se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%	<input type="text" value="95"/> %	El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra requerida
¿Cual es el tamaño de la población? Si no lo sabe use 20.000	<input type="text"/>	¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20,000.
¿Cual es la distribución de las respuestas ? La elección más conservadora es 50%	<input type="text"/> %	Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.
La muestra recomendada es de	<input type="text" value="0"/>	Este es el monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado. Abajo se entregan escenarios alternativos para su comparación

Fuente: <http://www.med.unne.edu.ar>

Ésta plataforma es utilizada para poblaciones infinitas, que es el caso del universo considerado.

Para determinar de la distribución de las respuestas se paso el cuestionario a 25 personas y se tomaron las respuestas de las preguntas 1, 2, 6 y 13 del cuestionario. En la tabla 17 se presentan los resultados del encuestaje piloto para la determinar la distribución de respuestas de la investigación primaria:

Preguntas del Cuestionario	SI	NO	% SI	% NO
¿Le gusta hacer turismo de sol y playa?	22	3	88	12
¿Ha visitado las playas de la zona oriental?: playa el espino, el cuco, el tamarindo, playas negras, las tunas, el Icacal	19	6	76	24
6-¿Le gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida Turística?	24	1	96	4

Tabla 17: Resultados del encuestaje piloto para la determinar la distribución de respuestas de la investigación primaria



La distribución de respuestas se calcula del cuadro anterior, se tomará el promedio de las respuestas afirmativas, por lo que se tiene  $p^{51} = ((88+76+96) \%) / 3$ ,  $p=86.67\%$ .

Al introducir los datos a la plataforma de cálculos se obtiene el siguiente resultado:

CALCULADORA PARA OBTENER EL TAMAÑO DE UNA MUESTRA		
¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 5% es lo más común	5 %	Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentaje se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%	95 %	El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra requerida
¿Cual es el tamaño de la población? Si no lo sabe use 20.000	1536040	¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20,000.
¿Cual es la distribución de las respuestas ? La elección más conservadora es 50%	86.67 %	Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.
La muestra recomendada es de	178	Este es el monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado. Abajo se entregan escenarios alternativos para su comparación

Fuente: <http://www.med.unne.edu.ar>

Por lo tanto: “El número de personas a las que se aplicará el cuestionario es de 178”

#### IV.7.4. Diseño Del Instrumento Para La Recolección De Información<sup>52</sup>

La encuesta on line será el instrumento que se utilizara para recolectar la información primaria referente al conocimiento que tienen los turistas Salvadoreños de las playas del oriente, de Intipucá como un destino turístico de sol y playa, que nivel de aceptación tiene el tour de kayak y que servicios adicionales a los atractivos naturales los motivaría a visitar dichas playas. La justificación de la elección del instrumento se encuentra en el apartado “**Determinación del Universo del Mercado Objetivo**”.

A continuación se presentan los pasos que se siguieron para la elaboración del instrumento:

- Se elaboro la matriz de congruencia: en esta se definen los objetivos y variables a investigar;

<sup>51</sup> P= distribución de respuestas

<sup>52</sup> Ver Anexo 2: Cuestionario para la investigación de los turistas

- Se formulan las preguntas, y se incluye la información necesaria para que el encuestado pueda responder, todo ésto en la plataforma de encuesta on line de google;
- Se ordena la secuencia y los saltos de una pregunta a otra con un diagrama de flujo;
- Se realiza una prueba piloto con compañeros de trabajo de graduación y personas particulares para obtener opiniones técnicas y generales del cuestionario;
- Corregir los problemas en caso surjan de la prueba piloto;

#### IV.7.5. Metodología Para Pasar Las Encuestas A Los Turistas

- Crear **un** perfil en Facebook para agrega a los tour operadores de El Salvador y a los turistas a los que se les aplicara la encuesta;

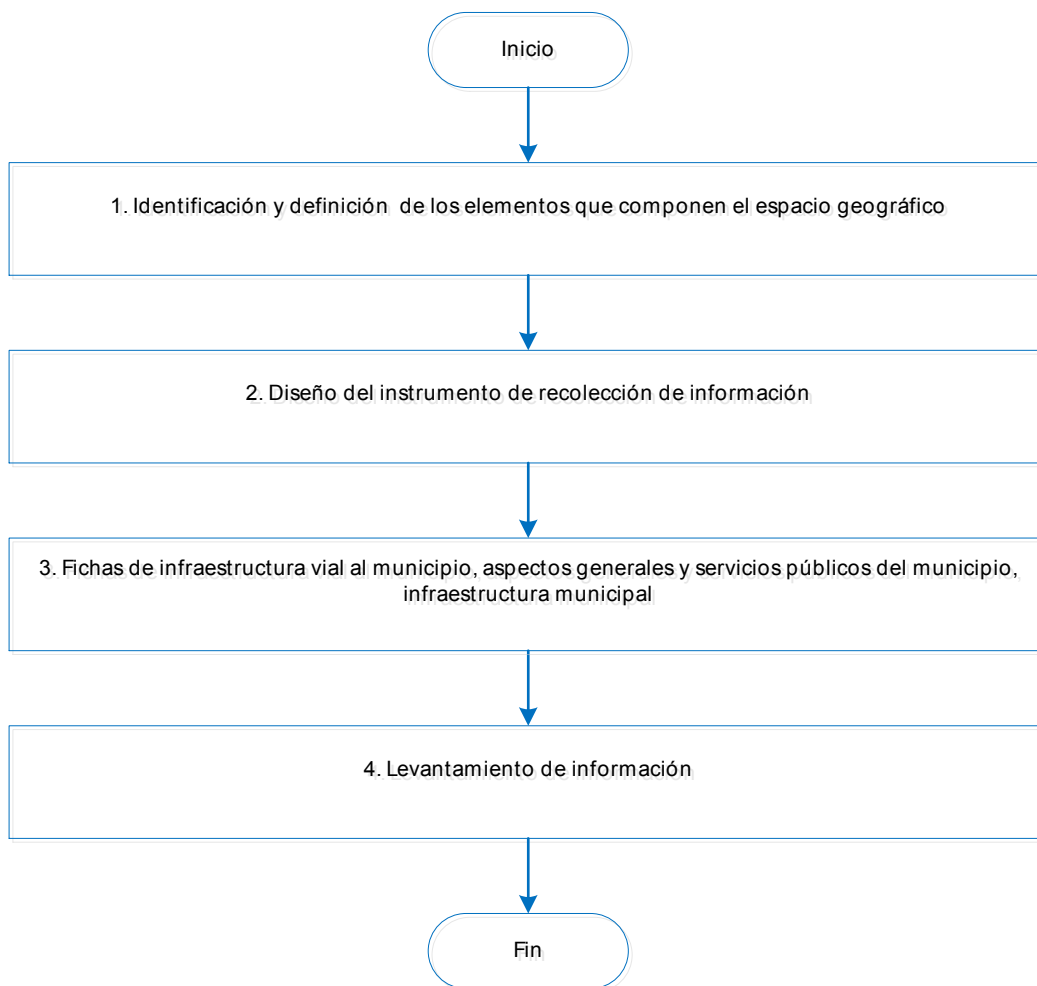


Imagen 1: Perfil de facebook para encuestar a los turistas

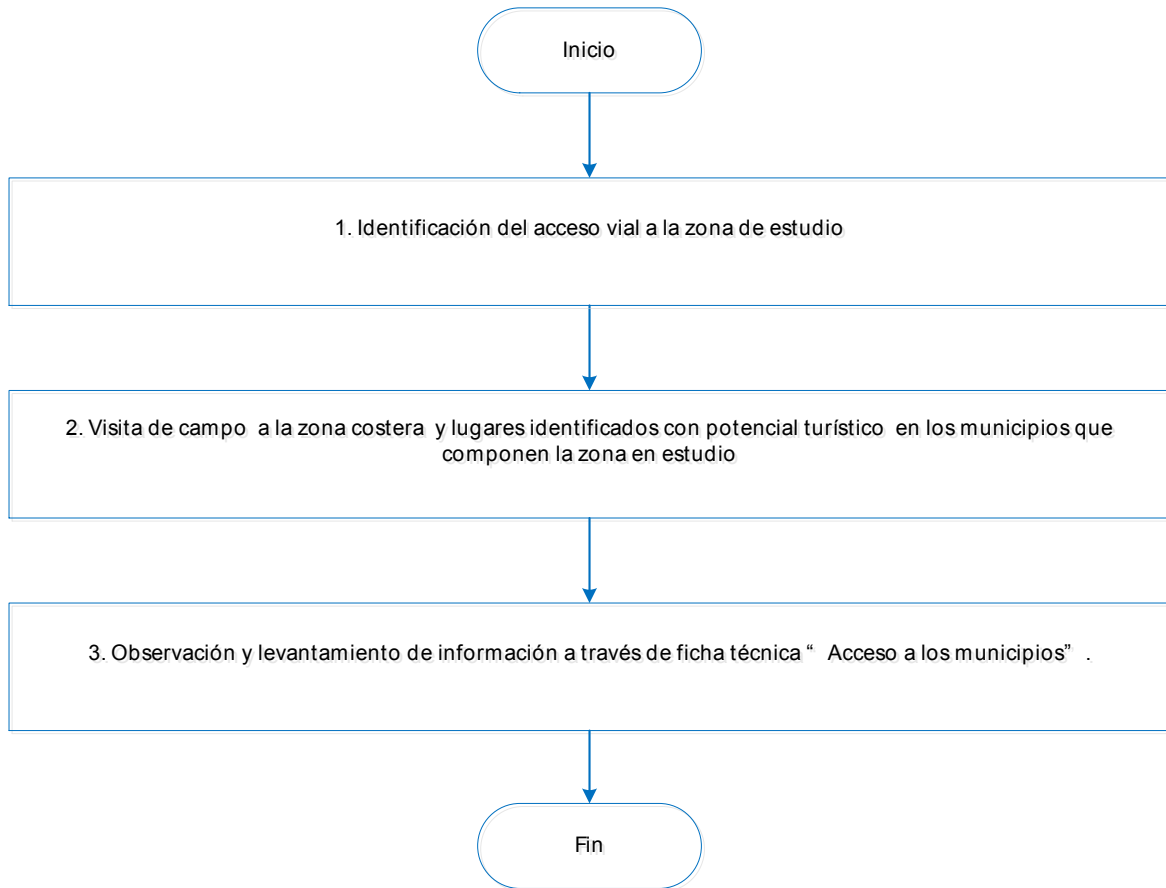
- Las características que deben tener las personas que se agreguen al perfil de facebook es que deben ser personas que éste como amigo de tour operadores, estudiantes universitarios o con estudios finalizados y de ser posible que tenga publicada fotos de viajes turísticos;
- Publicar la encuesta en los perfiles de los tour operadores , en los perfiles de los amigos que lo permitan (antes de publicar una encuesta se debe solicitar permiso al dueño del perfil donde se publicara la encuesta) y solicitarles que le pidan a amigos que sepan que les guste el turismo de playa que contesten la encuesta;
- Enviar mensajes a los amigos agregados que contesten la encuesta;
- Seguir el ciclo de agregar amigos y enviar el formulario hasta llegar a la meta de las encuestas requeridas por la muestra calculada.

## IV.8. METODOLOGÍA INVESTIGACIÓN ESPACIO GEOGRÁFICO

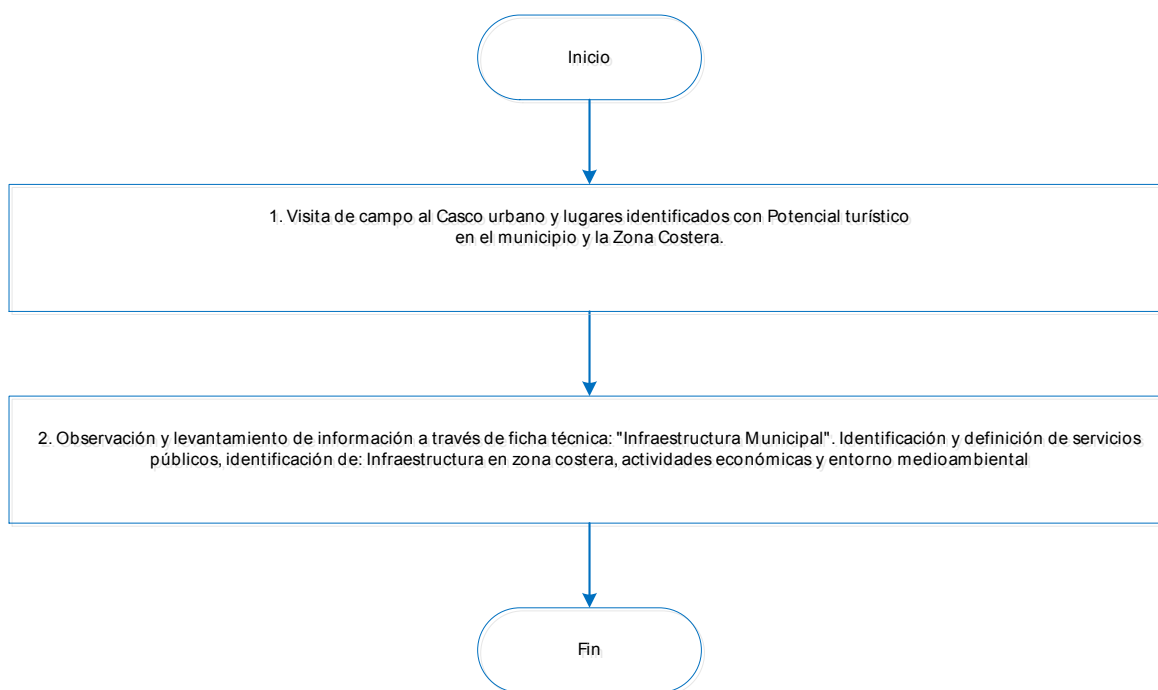
### IV.8.1. Esquema De Investigación Del Espacio Geográfico



## IV.8.2. Esquema De La Investigación De Infraestructura Vial Y Acceso A La Zona De Estudio



### IV.8.3. Esquema De La Investigación De la Infraestructura y Servicios Municipales



### IV.8.4. Diseño De Los Instrumentos Para La Recolección De Información

Para la recolección de información de los Servicios Turísticos se utilizarán tres instrumentos:

- La entrevista
- La encuesta
- Ficha de recolección de datos

En el caso de las Entrevistas, se realizarán a representantes de la Municipalidad, específicamente en la Unidad de desarrollo territorial. Para el caso de las Fichas de Recolección, se enfocarán en 2 áreas diferentes: "Infraestructura del Municipio", "Acceso al Municipio".

La selección de estas áreas ha obedecido al nivel de importancia que presentan para el desarrollo de una plataforma turística, así como a los requerimientos de información solicitados por el Ministerio de Turismo al generar iniciativas turísticas.

Instrumento de recolección de información:

- Entrevistas
- Encuesta

#### IV.8.4.1. Entrevista<sup>53</sup>

La información se obtendrá a través de entrevistas realizadas a: Representantes de la Municipalidad de la Unidad relacionada al Desarrollo Territorial. Para efectos de una mejor comprensión a continuación se presenta una tabla Resumen de los Aspectos a considerar en los Instrumentos de Recolección de Información de las Entrevistas:

<b>ENTREVISTA</b>			
<b>ENTE</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>ASPECTOS A CONSIDERAR</b>	<b>TIPO</b>
Encargados de la Unidad relacionada al Desarrollo Territorial de la Municipalidad	Recopilar información relacionada a la Infraestructura física Municipal esto incluye Iglesias, Parques, áreas de recreación, Centros Comunes, etc., así como los Servicios Públicos del Municipio, Vías de Acceso, Entorno Ambiental y sus Zonas de Riesgo esto con el fin de identificar las condiciones del municipio lo cual servirá de soporte para el Desarrollo del Turismo en la zona.	Infraestructura Vial y Condiciones de Acceso Infraestructura Física del Municipio Servicios Públicos Características del Entorno Ambiental Proyectos o Programas a realizar con el atractivo. Propiedad y Administración.	Entrevista Personal

**Tabla 18: Entrevistas para Investigación de Servicios y Atractivos Turísticos**

Fuente: *Registros CORSATUR*

---

<sup>53</sup> Ver Anexo 3: Instrumentos de recolección de información para el Espacio Geográfico

#### IV.8.4.2. Fichas <sup>54</sup>

Para el levantamiento de información de los Servicios, Atractivos, Recursos e Infraestructura Turística, se hace uso de FICHAS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.

FICHAS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN			
No.	TEMA	OBJETIVO	ÁREAS A CONSIDERAR EN SU ESTRUCTURA
1	Ficha de Acceso al Municipio	Identificar el acceso y la infraestructura vial interna de la zona de estudio	Vías de Acceso. Nomenclatura, Tipo y Estado. Puntos de Conexión (Destinos que conecta) y Distancias.
2	Ficha de Infraestructura del Municipio	Definir la infraestructura básica de los municipios en estudio y los servicios públicos de la zona de estudio	Información General de La zona costera y el municipio Instituciones públicas que están presentes en el municipio Servicios Públicos presentes en el municipio

Tabla 19: Tipos de Fichas para el levantamiento de información

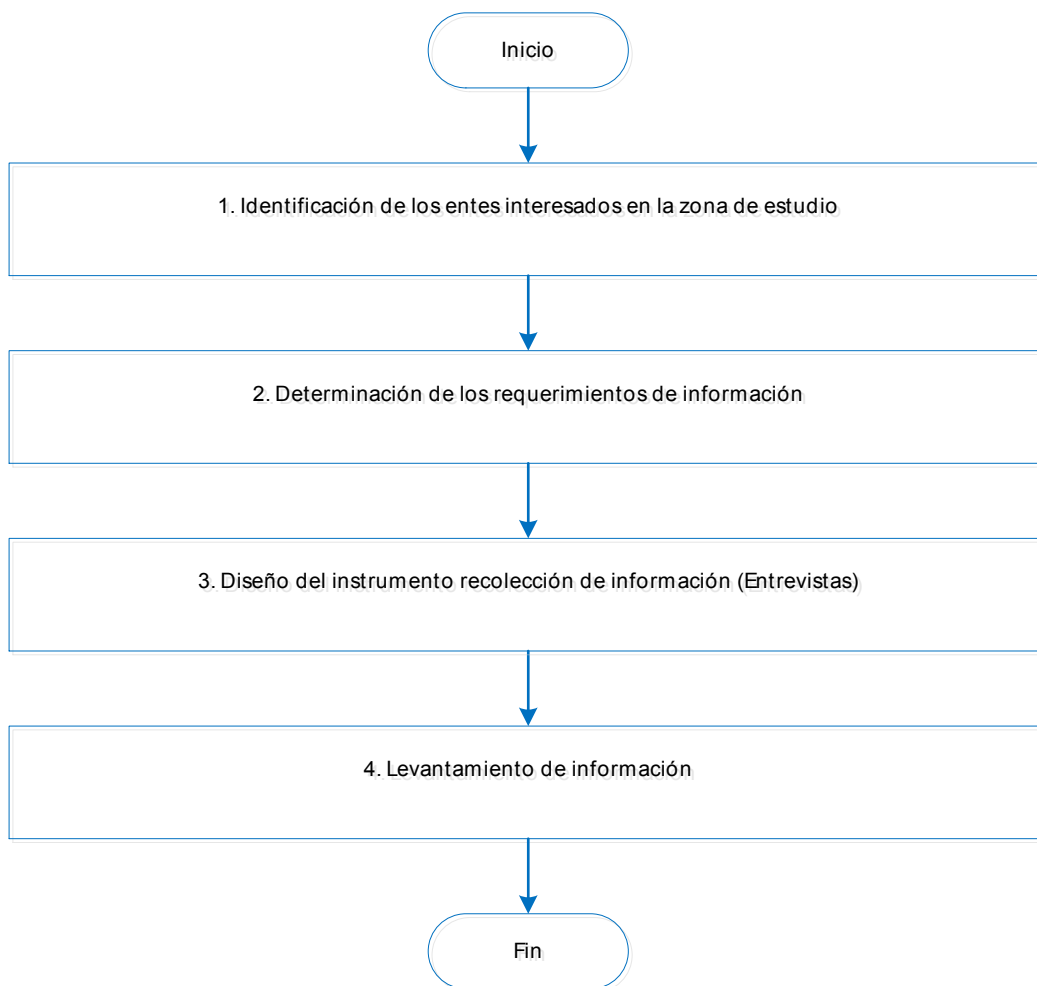
Fuente: *Registros CORSATUR*

---

<sup>54</sup> Ver Anexo 3: Instrumentos de recolección de información para el Espacio Geográfico

## IV.9. METODOLOGIA INVESTIGACIÓN DE LOS ENTES INTERESADOS

### IV.9.1. Esquema Para La Investigación De Los Entes Interesados



### IV.9.2. Metodología Para El Levantamiento De Información

Para el levantamiento de la información se identifican 2 entes a investigar:

- Los entes interesados que se encuentran dentro del espacio geográfico a investigar;
- Entes externos potenciales e indirectos que son de interés de este tipo de planes.



### IV.9.3. Diseño De Los Instrumentos Para La Recolección De La Información

Para la recolección de información de los Entes Interesados se utilizará “La Entrevista”. En el caso de las Entrevistas se realizarán al Alcalde o representantes de la Municipalidad encargados de la Unidad relacionada al Turismo, a un representante del Comité Turístico de los Municipios (si existiera), ONG`s y la Asociación de Desarrollo Turístico de Intipucá (ADESTI).

#### IV.9.3.1. Entrevista<sup>55</sup>

La información se obtendrá a través de entrevistas realizadas a:

1. Alcalde Municipal o Delegado por él que esté relacionado con el desarrollo del Turismo en la Municipalidad de Intipucá.
2. A la Asociación de Desarrollo Turístico de Intipucá (ADESTI).
3. Organizaciones que presten algún tipo de apoyo a Iniciativas Turísticas dentro del Municipio.

Para efectos de una mejor comprensión a continuación se presenta una tabla Resumen de los Aspectos a considerar en los Instrumentos de Recolección de Información de las Entrevistas:

ENTREVISTA			
ENTE	OBJETIVOS	ASPECTOS A CONSIDERAR	TIPO
Alcalde de Intipucá	Recopilar información sobre proyectos de Desarrollo Turístico en el pasado y para el futuro. La planificación con que cuenta la alcaldía para la realización de proyectos turísticos. Los avances en materia turística que se han dado a través del apoyo de la alcaldía.	Proyectos que se tienen para el desarrollo del turismo en Intipucá. Desarrollo económico de la zona a través del turismo Acercamiento y apoyo de entes interesados en ayudar al municipio Actividades para promover el turismo en la zona Presupuesto contemplado para el desarrollo del turismo en el periodo de alcalde	Entrevista personal
ADESTI	Entrevistar a los miembros de la ADESTI sobre la manera como contemplan el plan de desarrollo turístico en Intipucá Conocer la situación legal de la	Conocer los programas que han desarrollado en el municipio de Intipucá Investigar si los proyectos son con fines sociales y no lucrativos por	Entrevista personal

<sup>55</sup> Ver Anexo 4: Instrumentos de recolección de información para Entes de Interés

	Asociación para promover un desarrollo social Conocer los aportes de la Asociación en materia Turística al municipio	parte de la Asociación Conocer el grado de apoyo y compromiso que tendrá la ADESTI con los habitantes de la zona y la alcaldía de Intipucá para sacar adelante el Plan	
Instituciones de Apoyo al Sector	Identificar las Organizaciones que brindan Apoyo al Municipio y su forma de participación en una iniciativa turística.	Tipo de Institución Tipo de Apoyo Alianzas Estratégicas con instituciones del Municipio Programa o Proyecto de apoyo al sector en la zona de estudio.	Entrevista personal

**Tabla 20: Entrevistas para Investigación de Servicios y Atractivos Turísticos**

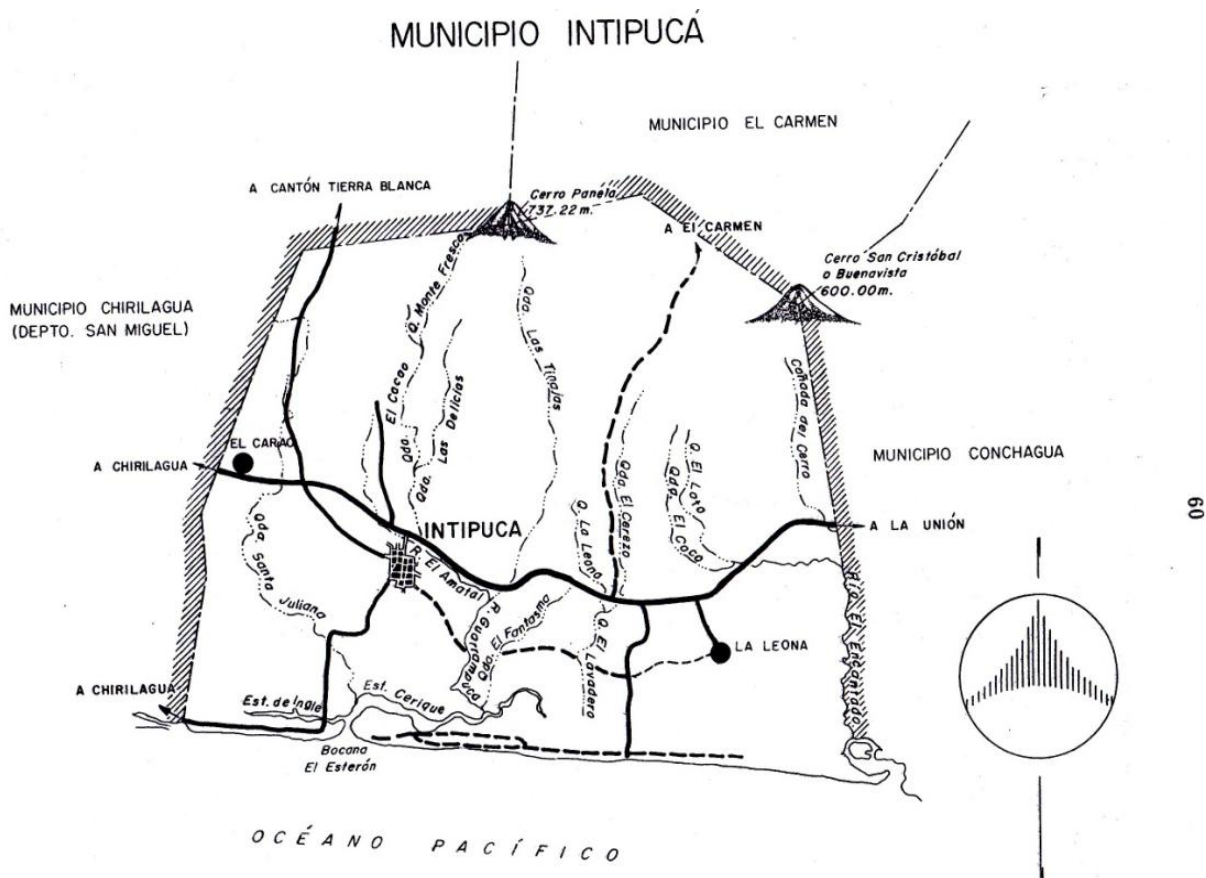
Fuente: Registros CORSATUR

### V.1. INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ

#### V.1.1. Ubicación

Pertenece al distrito de La Unión, ocupa el extremo Suroeste del Departamento. Dista de la ciudad de La Unión 38 kilómetros. De los 18 municipios que conforman el departamento de La Unión, Intipucá ocupa el cuarto lugar en extensión territorial con un promedio de 158.08 Kms. cuadrados. Dentro de sus límites jurisdiccionales tenemos: al N. por los municipios de Chirilagua (Depto. de San Miguel) y El Carmen, al Sur con el Océano Pacífico; al Oeste, con El Carmen y Chirilagua y al Este con Conchagua. Dentro del planeta, Intipucá Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 130 15~ 17" LN (extremo septentrional) y 13009~40~~ EN (extremo meridional); 87~58"30" LWG (extremo oriental) y 8S~05"42" LW (3 (extremo occidental). Ubicada sobre la cordillera Jucuarán-Intipucá, está a 110 metros sobre el nivel del mar; a tan sólo 500 metros de la carretera del Litoral CA-2, a la altura del Km. 164.

Figura 1: Mapa del Municipio de Intipucá



### V.1.2 Historia De La Ciudad

Fue restablecido de hecho como pueblo, probablemente después de la Independencia, pues al constituirse el departamento de La Unión, fue agregado a ésta como pueblo.

En un documento franciscano de 1689 se lee lo siguiente: “El otro pueblo es el de Limpia Concepción de Intipucá. El cual dista de la cabecera seis leguas, y está situado en la misma costa, una legua del mar. Tiene cuarenta indios de confesión”. En 1740 tenía 12 indios tributarios, ósea alrededor de 60 habitantes, según el Alcalde mayor de San Salvador don Manuel de Gálvez Corral.

En 1770, como pueblo anexo del curato de Conchagua, figura en los “autos de visita” de Monseñor Pedro Cortés y Larraz con 94 habitantes repartidos en 19 familias.

En 1786 ingresó en el partido de San Alejo. En 1807 las autoridades coloniales mandaron suprimir este pueblo, “por absoluta despoblación”, dice el corregidor intendente de San Salvador don Antonio Gutiérrez y Ulloa.

### *V.1.2.1 Sucesos Posteriores*

Como pueblo del distrito de San Alejo forma parte del departamento de San Miguel de 1824 (12 de junio) a 1865 (22 de junio). Desde esta última fecha ha pertenecido al distrito y Departamento de La Unión. En 1890 tenía 420 habitantes. Intipucá en lengua potón significa: "en el gran arco de la boca". Es precisamente el arco marino (visto desde el aire) que forman las playas El Esterón y el estero de Las Tunas, que a su vez forman o dividen la isla del Icacal, ya que fue en el estero de Las Tunas que Intipucá tuvo su primer asentamiento, el cual a su vez fue saqueado y destruido por los piratas ingleses, en 1683.

Antes de la llegada de los españoles, allá por 1524, nuestras tribus ya estaban organizados, como lo cita el escritor e historiador Antonio Cardona Lazo, "en tiempo del dominio español ya existía el pueblo de Intipucá, anexo a la parroquia de Conchagua, cuyos habitantes eran indígenas en su totalidad y no muy numerosos, pues sólo había 19 familias, compuestas por 94 personas. Por este motivo fue suprimido dicho pueblo y en 1807, era simplemente una reducción de ladinos pertenecientes al Partido de San Alejo", relata en uno de sus escritos. Con el fin de cobrar los impuestos, la corona española se vio obligada a censar evangelizar sus dominios con la inseparable ayuda del clero, por lo que se obtienen los primeros datos históricos de Intipucá, desde el 15 de octubre de 1577, cuando perteneció al curato de San Andrés de Nacahome, en 1596, se incorporó a la Guardianía de Nuestra Señora de las Nieves de Amapala. Entre el siglo XVI y XVII, la piratería de la época, especialmente la inglesa, invadía los territorios españoles. Intipucá fue saqueada y destruida por éstos en 1683, cuando estaba asentada en el estero de las tunas. Para 1689, la iglesia bautizó al pueblo como "Limpia Concepción de Intipucá", en honor a la inmaculada Concepción. Para 1760, se contaba con un aproximado de 60 habitantes y en 1770, cuando perteneció al curato de Conchagua se contabilizaban 94 habitantes repartidos en 19 familias. En 1786 pasó al partido de San Alejo. En 1807 el corregidor intendente de San Salvador, don Alvaro Gutiérrez y Ulloa, como máxima autoridad colonial, manda suprimir este pueblo, por absoluta despoblación, ya no obtenían los codiciados impuestos. Intipucá también tiene su pasado, por ejemplo en la parte norte de la ciudad, se encuentran vestigios de lo que podría haber sido un pueblo más antiguo. Existen testimonios que dan fe de objetos de cerámica, de barro, piedras de moler y otros utensilios cuyo tallado es de gran calidad. Existen pruebas que nos dan demostraciones fehacientes de que en la zona estaba asentado un pueblo primitivo de la Limpia Concepción de Intipucá destruido por los piratas ingleses en el año de 1683; debido a lo cual los antepasados la llamaban a este lugar "Pueblo Viejo" nominación que se ha ido perdiendo a través de los años.

### **V.1.3. Aspecto Físico**

#### ***V.1.3. 1. Extensión Territorial***

Con una extensión territorial de 158.08 Km<sup>2</sup>, Intipucá ocupa el cuarto lugar en extensión, de los 18 municipios del departamento de La Unión. En la figura 2, presentamos un mapa del municipio de Intipucá.

#### ***V.1.3. 2. Altitud***

110 Metros sobre el Nivel del Mar.

#### ***V.1.3. 3. Clima***

De las tres zonas climáticas que existen en El Salvador, Intipucá se encuentra el nivel menor; en la zona que va de 0 a 600 metros sobre el nivel del mar, es decir, se encuentra en la tierra caliente. La temperatura oscila entre los 31 y los 40 grados centígrados.

#### ***V.1.3.4. Hidrografía***

Por el Territorio Intipucense corren varios riachuelos que conforman una importante cantidad de mantos acuíferos, que facilitan la supervivencia de la población y la factibilidad del desarrollo de la agricultura y la ganadería. Otro factor importante es la existencia de esteros en la costa, que proporcionan tanto atractivos turísticos, como trabajo y alimentación para los habitantes de la zona.

- Los Rios: El Amatal, es el nombre que recibe el río en sus primeros dos kilómetros de su recorrido, pero en el trayecto final de su desembocadura se le conoce como Guarrapuca. Es el mayor y el más importante, pues de sus mantos acuíferos se abastecen los tanques para el suministro del agua potable de la zona urbana. También está el río El Encantado, El Nacaspilo, Bananera, San Ramón, El Cerique y El Marañón.
- Las Quebradas: La Cañada, El Cacao, Las Delicias, Monte fresco, Las Tinajas, Las Tintas, El Cerezo, El Lavadero, Las Tunas, La Leona, Santa Juliana, La Fantasma, El linde, El Nance Dulce, el ajillo, Las Piletas, El amate, Caulotillo, La Cruz, El Cañón del Montaso, El Guapinol, Los Monos, El Barto, El Lavadero, Las Brujas, Las Posas, La Fantasma, Los Pocitos y El Petateo
- Los Esteros: El Ingles, El Cerique, El Encantado, Gurapuca, El Esterito, El Esterón, La Lima

#### ***V.1.3.5. Orografía***

Las principales elevaciones de territorio municipal están constituidas por las cordilleras “Jucuarán-Intipucá”, que es una de las más importantes de nuestro país, y que como su nombre lo indica se levanta desde Jucuarán, Usulután, atraviesa el municipio de Chirilagua y termina en Intipucá. Algunas de sus principales elevaciones son:

- Los Cerros: Montoso, San Cristóbal o Buena Vista, El Cutuco, Panela, Borruña, Partida, El Divisadero, Vigía, Baúl y El Coyolito
- Las Montañas: Las Hormigas, Los Monos Bravos, Hernández, El Marañón, El Achotal, El Tejar, Laguneta, Santo Domingo.
- Las Lomas: Santo Domingo, Alemán, La Crucita, El Amate y El Castellón.

#### **V.1.4. Playa El Icacal Y El Esterón**

##### ***V.1. 4.1. Historia***

Es importante mencionar que no se sabe con exactitud el año de su colonización; pero se sabe que el primer dueño de toda la Isla de El Icacal fue el Señor: José Pedro Villatoro, su acceso era a través de un desvío que se tomaba en la carretera Litoral en el kilómetro 167, dicho desvío atravesaba las propiedades de la Sra. Pina de Cristiani y el Sr. Martín Lazo; los cuales previamente autorizaron la creación de dicha vía de acceso.

El terreno que en aquel entonces era una hacienda, propiedad del Sr. José Pedro Villatoro a medida transcurrió el tiempo fue siendo desmembrada a través de la venta de parcelas; una de las primeras personas al cual se le vendió una sección del terreno fue el Señor Zacarías Nosthas, el cual a su vez fue vendiendo fracciones de su propiedad. Para los años de 1970 algunos de los primeros propietarios de terrenos de esa época fueron: El Sr. Rafael Antonio Lazo Avilés El Sr. Jorge Guerrero El Sr. Tomás Melgar El Sr. Pedro Montes El Sr. Mercedes Escobar.

##### ***V.1. 4.2. Ubicación***

La Playa El Icacál, El Esterón y el Golfo de Fonseca se encuentran ubicados en la Costa del Océano Pacífico, en el oriente, Departamento de La Unión. Las primera se ubican en el cantón La Leona bajo la jurisdicción del Municipio de Intipucá, colindando al norte con la Villa de Intipucá, al Oriente con Playas Las Tunas, al poniente con la playa El Cuco y al Sur con el Océano Pacífico. El segundo es una amplia entrada del Océano Pacífico en la costa centroamericana y bajo jurisdicción de tres países: El Salvador, Honduras y Nicaragua. En nuestro País, la jurisdicción Municipal le pertenece a los Municipios de Conchagua, Meanguera del Golfo y La Unión.



Figura 2: Mapa playa el ICACAL y ESTERÓN



Figura 3: Vista Panorámica de la Playa El Icacal, El Esterón Y EL Manglar

#### V.1. 4.3. Orografía

Las principales elevaciones de territorio costero están constituidas por las cordilleras “Jucuarán-Intipucá”, que es una de las más importantes de nuestro país. Algunas de sus principales elevaciones son: Cerro Panela y Cerro Coyolito, ambas elevaciones de este Municipio son utilizadas para cultivo de la zona, ya que sus tierras son apropiadas para esta actividad.



Existe una importante biodiversidad al igual que en los municipios vecinos y costeros, que esencialmente ha sido un factor muy decisivo en el clima cálido.

Está poblada de vegetaciones como: Camotillo, Rucu, Piñuela, Cocotero Caribe, Cocotero Enano, Caserina ( parecida al Pino ), Almendro, Limoncillo, Aceituno, Cacahuananche, Tempate, Huacimo de Caulote, Mangollano, Guarumo, Carreta, Huascanal, Ceibo, Papayo macho, Palo de Tambor, Chichihuaste, Cinco negritos, escobilla, Espino Blanco, Dormilonas, Tihuilote, Almendro de Río, Palon de Cojon, Cedro Blanco, Maquilishuat, Cordoncillo, Guayabo, Chilango, Palo de Sal.

#### ***V.1. 4.4. Fauna***

Tampoco se tienen datos sobre especies animales nuevas u originadas de lo que sí se sabe es que debido a las amplias zonas despobladas del municipio y en su mayoría con abundante flora, hay algunas especies en hábitat casi natural y algunas montañas son el refugio de animales como son: Gaviota, Rana, Gavilán, Zopilote, Paloma Morena, Urraca, Chengo cabeza colorada, Zanate, Lince, Gorriones, Tijerillas, Flamencos, Zaracuajos azules, Pelicano, Garza Rosa, Cuzuco, Mapaches, Guazalo, Tacuacin, Gato montes, Zorro, Espinos, Leones, Garrobos, Alas Blancas, Golondrinas, Chachas, Pericos verdes, Loras, Guaras, Lechuza, Tecolote.



**Figura 4: En el área boscosa de la playa se observa diversidad de fauna**

#### ***V.1. 4.5. Usos De Suelos***

En esta parte se clasificara la utilidad física que el suelo posee en la actualidad para conocer mejor el funcionamiento que se le ha dado al sector de la playa en una pequeña escala, centrándonos en nuestro estudio dentro de los linderos del terreno o el área de trabajo. Por la naturaleza el terreno las clasificaciones a tomar en cuenta serán las siguientes:

- Área habitacional
- Área deportiva

- Área verde y vegetación alta
- Área verde y vegetación baja
- Área de cultivos.

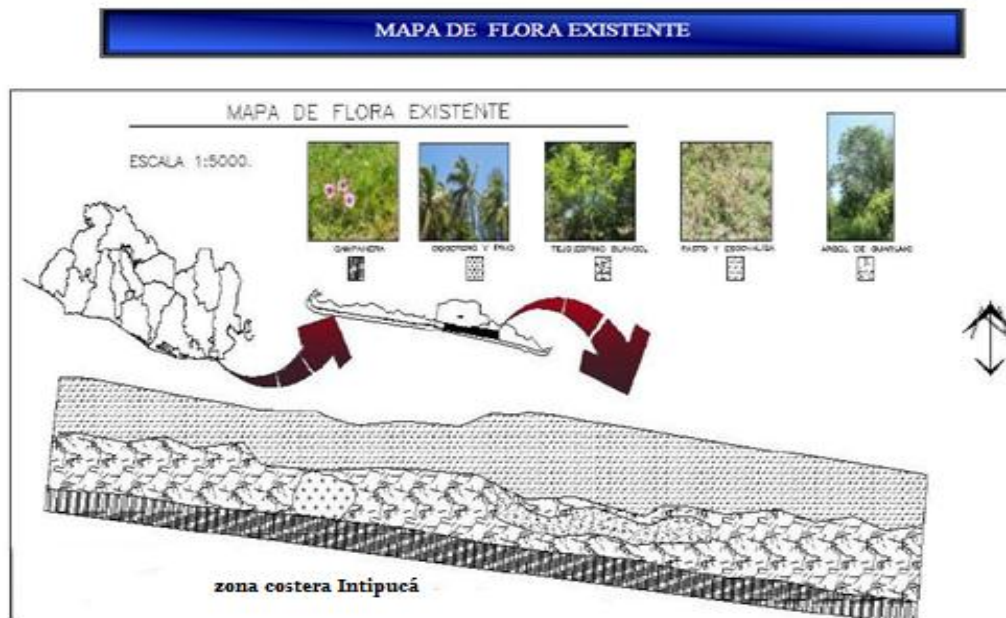


Figura 5: Mapa de flora existente zona costera de Intipucá

#### V.1. 4.6. Temperaturas Promedio Mensuales

Las temperaturas en la zona costera de Intipucá oscilan entre los 26° y 31° C°, y siendo sus mínimas entre los 15° y 19° C°; presentando su temperatura máxima en el mes de Abril y la mínima en Enero y Febrero.

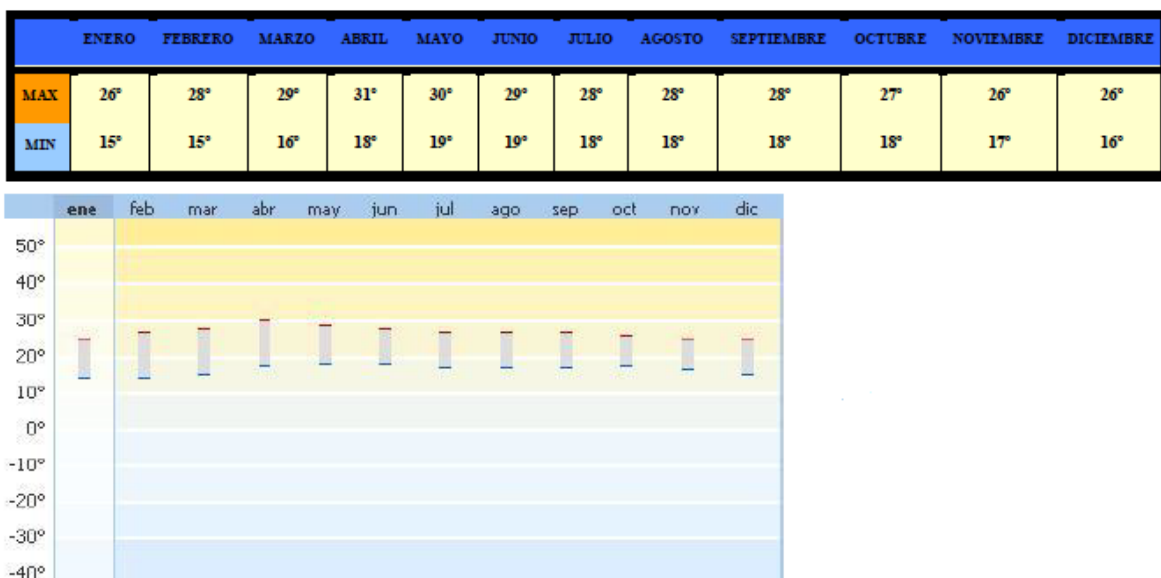


Figura 6: Cuadro de temperaturas

#### V.1. 4.7. Humedad Y Precipitaciones

En la zona costera de Intipucá en los diferentes meses del año se presentan diversos niveles de precipitación, entre ellos los más altos se encuentran entre los meses de Abril a Noviembre (época lluviosa).



Figura 7: Cuadro de Precipitación en la zona del Municipio de Intipucá.

### V.1.5. Infraestructura Vial

#### V.1.5. 1. Vías De Comunicación

A sólo 500 metros. De la zona urbana se encuentra la carretera CA-2 o del litoral, con la que ésta se conecta por calle adoquinada. Las calles y avenidas son adoquinados y una red de caminos comunica a todo el municipio, en su mayoría son de balastre o empedrados, así como los hay de muy difícil acceso, donde sólo se puede transitar caminando o a caballo.

#### V.1.5. 2. Medios De Transporte

Entre las rutas de autobuses que hacen su recorrido de y para Intipucá, están:

RUTA	RECORIDO
315	INTIPUCA-TIERRA BLANCA-SAN MIGUEL
320	INTIPUCA-CHIRILIGUA-SAN MIGUEL
320	AGUA CALIENTE-INTIPUCA-SAN MIGUEL
339	INTIPUCA-LA UNION
385	SAN MIGUEL-INTIPUCA-EL TAMARINDO
449	LAUNION-INTIPUCA-SAN SALVADOR

### V.1.6. Servicios Básicos

#### V.1.6.1. Educación

El municipio cuenta con escuelas las cuales cubren todo el municipio, el nivel de educación en la ciudad es en promedio secundario y en la zona costera es básica.

#### ***V.1.6.2. Salud Pública***

La ciudad de Intipucá cuenta con una Unidad de Salud, que da cobertura médica a todo el municipio, posee un personal compuesto por médicos, enfermeras, personal administrativo y promotores de salud que visitan continuamente los diferentes cantones.

#### ***V.1.6.3. Fuentes De Agua***

Poso de ANDA, Proyecto de Agua El Amatal, Proyecto de agua El Carao, Proyecto de Agua La Leona, Proyecto de agua El Amate, Proyecto de agua El Bartolo.

#### ***V.1.6. 4. Generación Eléctrica***

El Municipio cuenta con servicio de Energía Eléctrica servida por la empresa EEO, la calidad del servicio es regular, y su cobertura es del 100% en el área Urbana y de 95% en el área Rural. Servicio de alumbrado público en el 100% del área urbana y 15% del área rural.

#### ***V.1.6.5. Sistema de Telecomunicaciones***

Las empresas que prestan los servicios de telecomunicaciones son por excelencia es Telecom, aunque hay otros servidores como Tele móvil, Movistar, y otros.

Radio Aficionados once metriza, en los caseríos El Icacal, El Carao, El Amatal, El Esterón y en Barrio Concepción de la ciudad de Intipucá.

#### ***V.1.6.6. Actividades Económicas***

##### **A. Actividades Económicas Primarias**

Agricultura, siembra de maíz y caña de azúcar, ganadería y pesca artesanal.

##### **B. Actividades Económicas Secundarias**

- 2 pequeñas carpinterías;
- 2 fábricas de queso;
- Fabricación de vinos y dulces artesanales<sup>56</sup>;
- En junio de 2012 con el propósito de dar a conocer el trabajo realizado por un grupo de mujeres emprendedoras y organizadas, la Secretaría de Cultura, a través de la Red de Casas de la Cultura, realizó una exposición de dulces y vinos artesanales en la Casa de la Cultura de Intipucá.

---

<sup>56</sup> Fuente: <http://www.culturacentroamericana.info/el-salvador/noticias-y-articulos/574>

- Los vinos son elaborados a base de frutas cultivadas en la localidad como marañón, piña y aceitunas; también se fabrica una variedad de dulces con frutas de temporada, nances, coco, tamarindo, entre otras.

Las mujeres que trabajan en la elaboración de dichos productos son provenientes de una zona rural del municipio de Intipucá y fueron capacitadas por organizaciones no gubernamentales, las cuales les han instruido en la conformación de pequeñas empresas que se dediquen al rubro de la producción de vinos y dulces.

La Casa de la Cultura brindó apoyo para que pudieran exponer sus productos al público durante tres días. La actividad se enmarca en el eje transversal de equidad de género que promueve la Casa de la Cultura, en donde se propicia la participación activa de las mujeres en las actividades promovidas por esta Secretaría.

La Directora de la Casa de la Cultura de Intipucá, mencionó que fueron 15 las mujeres que iniciaron el proceso de capacitación, pero solo cinco culminaron satisfactoriamente y ellas son precisamente las que expusieron sus productos bajo el nombre de su mini empresa “La Chichipateña”, en alusión a su cantón de origen, El Chichipate.

Durante la exposición el público asistente tuvo la oportunidad de deleitarse con el sabor de los productos expuestos en una degustación gratuita, además se explicaron los detalles del proceso de elaboración de los mismos, resaltando el proceso artesanal, el cual es un elemento importante de la cultura local. En la imagen 2 y 3 se presentan las emprendedoras en una exposición y en una feria respectivamente.

**Imagen 2: Exposición de dulces y vinos de “Las chichipateñas” Artesanas de Intipucá**



**Imagen 3: Feria empresarial CDMYPE ADEL LA UNIÓN**

### **C. Actividades Económicas Terciarias**

La constituyen entidades públicas y privadas y negocios que ofrecen servicios tales como, Farmacias, una oficina de Correo, Telecom, 1. casa de la cultura, , 2 empresas de buses inter departamentales, 3. tiendas. 1 taller de reparación de vehículos, 1 panadería, Alcaldía Municipal, PNC , Iglesia Católica y 3 Iglesias protestantes (testigos de Jehová, Asambleas de Dios), 4. ADESCOS, (El Amatal, El Carao, El Caulotillo y el Icacal), seccional de Cruz Roja que cuenta con 1 ambulancia, 1. Unidad de Salud y Comercio informal.

### **V.1.7. Tasa de Desempleo**

Se estima que la tasa de desempleo en El Municipio de Intipuca es de 35%, pero según datos del FISDL es el 53%; clasificado según el mapa Nacional de pobreza de El Salvador, como pobreza extrema moderada.

## V.1.8. Demografía<sup>57</sup>

### V.1.8.1. Población

La población total es de 7,894 habitantes, El municipio de Intipucá cuenta con una densidad poblacional de 83.53 h/km<sup>2</sup>

### V.1.8. 3. División Territorial

Para su administración, el municipio se divide en 2 cantones y 13 caseríos, 4 Barrios, y 3 colonias, distribuidos de la siguiente manera (ver tabla 21):

**Tabla 21: Distribución territorial del Municipio**

CANTONES	CASERIOS	BARRIOS	COLONIAS
1. El Carao	- El Chichipate - El Caulotillo - Las Tinajas - El Esterón - El Cerique - Santa Juliana - San Román - El Jicarito	1. El Calvario 2. El Centro 3. El Amatal 2. Concepción	Col. Duran Col. Márquez Col, Moreno
2. La Leona	- El Amate - La Agencia - El Borbollón - El Bartolo - El Icacal		

### V.1.8. 4. Distribución Demográfica Por Grupos Eféreos

Edades	Total
< de 1 año	197
1 a 4 años	810
5 a 9 años	1013
10 a 14 años	934
15 a 19 años	786
20 a 59 años	3,556
60 y más años	598

### V.1.8. 5. Distribución Urbana Y Rural

- Urbana 2,256
- Rural 5,638

---

<sup>57</sup> Fuente: Propuesta de Plan de desarrollo Turístico para la playa el Icacal, Universidad de Oriente, 2009.

### **V.1.9. Patrimonio Cultural**

Celebración del día de la virgen de concepción el 8 de diciembre, Las fiestas patronales se celebran en el mes de marzo en honor a San Nicolás de Tolentino. Y la celebración del festival del meiz y de la sandía.

### **V.1.10. Entes Interesados**

Dentro de los entes se encuentran los dueños de los hoteles, los restaurantes, la Cooperativa de turismo de Intipucá Tour y los potenciales prestadores de servicios turísticos.



## V.2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA<sup>58</sup>

### V.2.1. Inventario de Recursos y Atractivos Turísticos

En la tabla 22, se presenta un inventario de los recursos y atractivos turísticos que posee el municipio de Intipucá, se brinda una descripción, las actividades turísticas que se pueden realizar, el ente que lo administra y el estado en que se encuentra, es decir, utilizado o no utilizado.

Tabla 22: Inventario de Recursos y Atractivos Turísticos

Recuso/ Atractivo	Descripción	Actividades	Administración	Tipo de producto turístico	Estado actual
<b>Playa El Esterón</b>	Se ubica 4 Km al sur de la ciudad, es una franja de 8 a 10 Km. desde la Bocana El Esterón hasta playa el cuco de Chilanguera San Miguel.	Se realizan caminatas, paisajismo, tomar el sol, surf, bañarse en la playa, u otras actividades de descanso.	Gobierno Central	Sol y playa	Utilizada
<b>Playa El Icacal</b>	Se ubica 5Km al este de la ciudad, es una franja de 10 Km. desde la Bocana El Esterón hasta El estero Encantado.	Se realizan caminatas, paisajismo, tomar el sol, surf, bañarse en la playa, u otras actividades de descanso.	Gobierno Central	Sol y playa	Utilizada
<b>Bocana El Esterón</b>	Conduce al Estero Cerique y El Ingle, posee un canal de 4Km de largo, con un asentamiento de tortugas y manglares gigantes; característica que lo a llevado a ser <b>considerado Patrimonio Ecológico Mundial.</b>	Se pueden realizar tour de kayak, paseos en lancha, observación de peces y aves, recorrer los canales formados por las porciones de mangle, practica de pesca deportiva y lugares para acampar.	Gobierno Central	Recreativo y Aventura	Utilizada
<b>Estero y río El Encantado</b>	Localizado 6.5 Km. al este de la ciudad, sirven de limite entre Conchagua e Intipucá; alberga una pequeña proporción de manglar. En el existen playas arenosas y rocosas, hábitat importante para animales marinos y	Ideal para realizar caminatas, acampar, realizar pesca, observar aves y flora etc.	Alcaldía	Recreativo y Aventura	No utilizado

<sup>58</sup> Fuente: Elaboración propia a partir de la visita de campo

	transito para aves migratorias.				
<b>Río Guarrapuca</b>	Descarga sus aguas en el estero Cerique, en su recorrido alimenta diferentes pozas.	Sirven de recreación como: caminatas a lo largo del río, bañarse en las posas, observación de reptiles, insectos, aves y diversidad de flora.	Alcaldía	Recreativo y Aventura	No utilizado
<b>Río Fantasma</b>	Aproximadamente 4.6 Km. al sur-este de la ciudad	En su recorrido permite la practica de pesca de camaroncillo, disfrutar de la flora y fauna del lugar. Presenta gran belleza natural y paisajística	Alcaldía	Recreativo y Aventura	No utilizado
<b>Cerro San Cristóbal o Buena Vista y Cerro Panela</b>	Localizado 8.2 Km. al noreste de la ciudad, posee una elevación de 625.50 msnm; y el cerro Panela situado a 6.5 Km. y una elevación de 740.60 msnm. Estos cerros sirven de mojón triffinio entre los municipios vecinos.	En ellos se pueden realizar caminatas y contemplar el paisaje hacia diferentes puntos del municipio.	Alcaldía	Recreativo	No utilizado
<b>Iglesia Concepción de Intipucá</b>	Iglesia que se caracteriza por su estilo colonial y los arcos con acabados en roca ubicados en cada una de las entradas. Además de caracterizarse por el fervor religioso que hasta estos días se lleva a cabo.	Se puede observar la arquitectura colonial que posee la iglesia, además de asistir a las actividades religiosas que se realizan a lo largo del año, como también en las fiestas patronales del municipio en honor al Patrono San Nicolás de Toledo.	Iglesia católica	Religioso	Utilizada
<b>Parque de Intipuca</b>	Es el parque central del municipio tiene una extensión aproximada de 1 manzana de terreno, dentro del parque se puede encontrar juegos para niños, espacio para cónica, escenario y mirador.	En este se pueden realizar festivales gastronómicos, venta de artesanías, y actividades culturales.	Alcaldía	Gastronómico y cultural	Utilizado

## V.2.2. Inventario de los Servicios Turísticos de la Zona Costera de Intipucá

En la tabla 23, se presenta la información de los 4 hoteles de la zona costera de Intipucá; la cantidad de habitaciones clasificadas por la cantidad de personas por habitación, la clasificación de los hoteles según la norma CATEGORIZACION DE HOTELES POR ESTRELLAS NSR 03.44.03:08 y las instalaciones disponibles para atender a los turistas en el día.

**Tabla 23: Servicios Turísticos Identificados en la Zona Costera: Hoteles**

Hoteles											
Cant.	Personas /Habitaciones/Cant. de habitaciones				Categorías		Instalaciones para turistas de día				
	2	5	10	15	No. De Estrellas <sup>59</sup>	Cant. de hoteles	Piscina	Mesas	Chozas	Hamacas	Baños
4	13	11	7	3	5 estrellas	-	3	3	3	3	3
					4 estrellas	-					
					3 estrellas	2					
					2 estrellas	-	1 / hotel	40 mesas de 4 personas	23 chozas	50 hamacas	8 baños
					1 estrellas	2					
<b>Total</b>	26	55	70	45							

En la tabla 24, se muestra la información del único restaurante que solo ofrece el servicio de restaurante; la cantidad de mesas, la categorización según la apreciación del servicio y las instalaciones disponibles para atender a los turistas.

**Tabla 24: Servicios Turísticos Identificados en la Zona Costera: Restaurantes**

Restaurante									
Cant.	Personas /Mesas/Cantidad de mesas		Categorías		Instalaciones para turistas de día				
	4		No. De Tenedores	Cantidad de hoteles	Piscina	Mesas	Chozas	Hamacas	Baños
1	10		5 Tenedores	-	-	-	-	1	1
			4 Tenedores	-					
			3 Tenedores	-					
			2 Tenedores	-	-	-	-	5	2
			1 Tenedores	1					
<b>Total</b>	40								

<sup>59</sup> CATEGORIZACION DE HOTELES POR ESTRELLAS NSR 03.44.03:08

En la tabla 25, se presenta la información de la cooperativa de turismo “Intipucá Tour”, que esta en el proceso de convertirse en el tour operador de la zona costera de Intipucá; la información que se muestra es: los paquetes turísticos que ofrece, la descripción, los principales recursos, las alianzas y la capacidad instalada.

**Tabla 25: Servicios Turísticos Identificados en la Zona Costera: Tour Operador**

<b>Tour Operador</b>					
<b>Cantidad de Tour Operadores</b>	<b>Paquetes que ofrecen</b>	<b>Descripción del paquete</b>	<b>Principales Recursos con que cuenta</b>	<b>Alianzas con otros servicios turísticos</b>	<b>Capacidad instalada</b>
<b>1</b>	<b>1</b>	Es un tour a los manglares que incluye: Transporte San Salvador – Intipucá y viceversa, Tour a los manglares en kayak, refrigerio y almuerzo, chaleco salvavidas, remos dobles, bolsa impermeable y guía local;  Precio: 28 dólares por persona;	Recurso Humano Capacitado como guía turístico  10 Kayak de 2 personas  3 Kayak de 1 persona	2 alianzas	Medio tour: 80 personas / día  Tour completo: 40 personas / día

En la tabla 26, se presenta la información de los potenciales presentadores de servicio turístico, que actualmente su actividad principal no esta orientada a dicho rubro, pero que se ven interesados en realizar alianzas para desarrollar la actividad turística en Intipucá.

**Tabla 26: Servicios Turísticos Identificados en la Zona Costera: Potenciales prestadores de servicio**

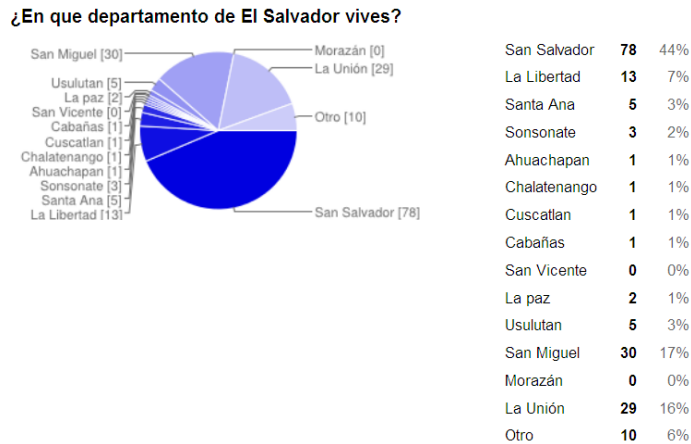
<b>Potenciales prestadores de servicios</b>					
<b>Tipo de servicio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción de servicio a ofrecer</b>	<b>Opinión del proyecto</b>	<b>Alianzas con otros servicios turísticos</b>	<b>Capacidad instalada</b>
<b>Transporte: Moto taxis</b>	15	Personas que se dedican a trasladar personas en el casco urbano de la ciudad de Intipucá y sus cantones El valor del transporte de la ciudad a la playa el Esterón es de 3 dólares	Positiva	Ninguna	3 personas / moto taxi
<b>Transporte: Microbuses</b>	5	Personas que se dedican a realizar viajes a San Salvado o al Aeropuerto Precios 80 a 100 dólares por viaje a San Salvador o al Aeropuerto	Positiva	Ninguna	12 personas / micro bus
<b>Musicales: Disco Móvil</b>	2	Discomóviles que amenizan eventos patronales, festivos, fiestas rosas casamientos etc. Precio de 400 a 1000 dólares por evento dependiendo cantidad de equipo utilizado y tiempo amenizado	Positiva	Ninguna	200 a 300 personas en el área de baile
<b>Lancheros</b>	5	Personas que tienen lanchas que se dedican a la pesca y que en algunas ocasiones han brindado el servicio de paseos en lancha Precios: de 15 a 30 dólares – de 1 a 3 horas de recorrido	Positiva	Ninguna	De 5 a 10 personas por lancha
<b>Hacienda a la horilla de la costa</b>	1	Esta hacienda se dedica a la ganadería y posee manzanas de mango, cocos y pasa un río No se pudo contactar con el propietario pero podría ser utilizada como una ruta de turismo rural	No documentada a la fecha	Ninguna	No documentada a la fecha

## V.3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA

### V.3.1. Resultados De La Investigación De La Demanda De Fuentes Primarias

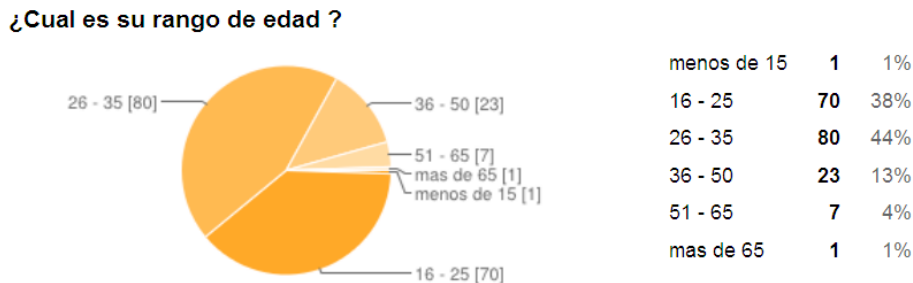
A con atenuación se presentan la tabulación de 183 encuestas que se pasaron en total, en el grafico 7, se presenta la clasificación por departamento de las personas que contestaron las preguntas, en el grafico 8, la distribución por edad, en el grafico 9, la distribución por sexo, en el grafico 10, la pregunta 1 y así sucesivamente las 14 preguntas del cuestionario:

**Gráfico 7: porcentaje de personas por departamento que contestaron el cuestionario de la investigación de la demanda**



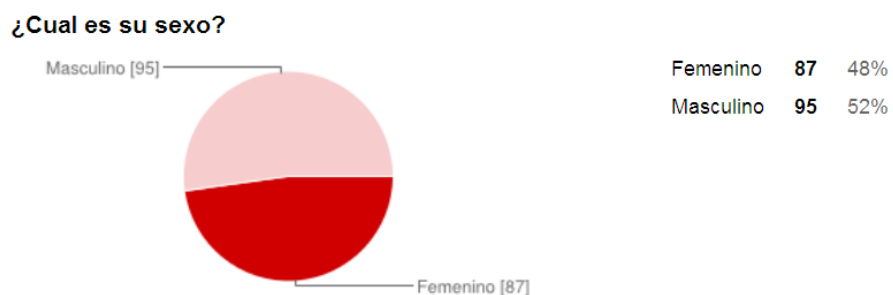
De acuerdo a los resultados el 44% de las personas entrevistadas proviene de San Salvador, seguido por personas del Oriente del país como son San Miguel y la Unión con 17% y 16% respectivamente. El resto de resultados son obtenidos por personas provenientes de los otros departamentos del país los cuales abarcan una población del 24%.

**Gráfico 8: porcentaje de personas por edad que contestaron el cuestionario de la investigación de la demanda**



La gran mayoría de la población la concentración de edades oscilan entre 16 a 35 años con porcentaje que ambos alcanzan el 82% esto indica que en efecto la gente joven es la que mas contestaros el cuestionario, por que son los que mas visitan las redes sociales.

**Gráfico 9: porcentaje de personas por sexo que contestaron el cuestionario de la investigación de la demanda**



Con respecto al sexo de las personas el 52% es masculino y el 48% es femenino. Por lo que es una participación equilibrada de hombres y mujeres que contestaron la encuesta.

**Gráfico 10: porcentaje de personas que les gusta el turismo sol y playa**



Con respecto a los resultados sobre el gusto por hacer turismo de sol y playa indiscutiblemente el 96% de la población encuestada indicó que le gusta ese tipo de turismo.

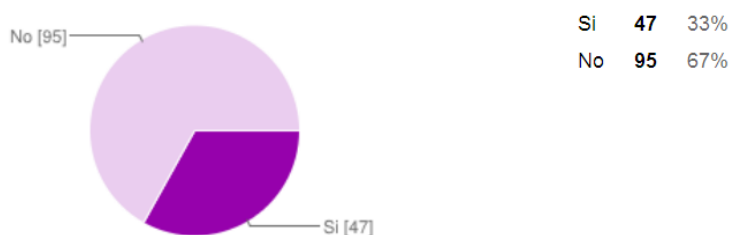
**Gráfico 11: Porcentaje de personas que han visitado las playas del Oriente de El Salvador**



Del grafico se observa que el 81% de los encuestados ha visitado las playas de la zona oriental de El Salvador mientras que el 19% aún no lo ha hecho.

**Gráfico 12: Porcentaje de personas que han visitado las playas del Intipucá**

**3-¿A visitado alguna de las playas de Intipucá?**



Se observa que a pesar que el 81% de los encuestados que ha visitado las playas de la zona de oriente solamente el 33% de esta población ha visitado las playas de Intipucá mientras la gran mayoría el 67% no ha visitado las playas de Intipucá.

**Gráfico 13: principales motivos por lo que no han visitado las playas de Intipucá**

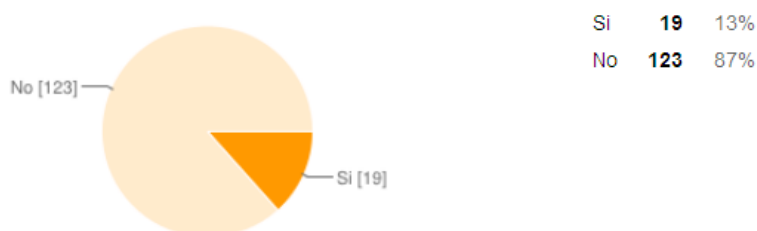
**4- ¿Por que no ha visitado las playas de Intipucá?**



El 42% de los encuestados que no ha visitado las playas de Intipucá es por que no sabían que había playas en ese lugar, mientras que el 30% de la población no sabe como llegar hacia ese destino.

**Gráfico 14: Conocimiento de la población del tour a los manglares**

**5-¿Sabia usted que Intipucá ahora cuenta con un tour a los Manglares de El Esterón en Kayak y/o Lancha?**

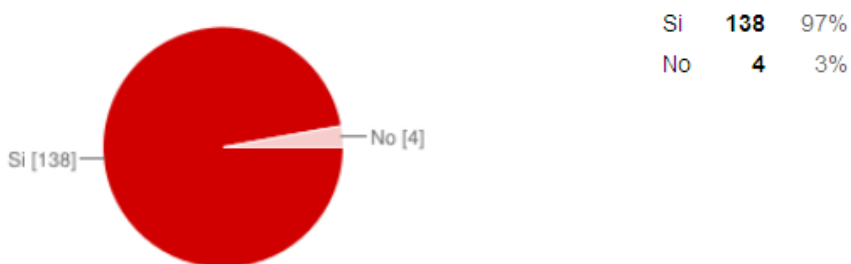


El 86% de los encuestados no sabía que en Intipucá se cuenta con un tour a los manglares en Kayak o lancha.



**Gráfico 15: porcentaje de personas que les gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida turística**

**6-¿Le gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida Turística?**



Según el gráfico anterior el 97% de los encuestados le gustaría visitar las playas de Intipucá. Solamente un 3% no está interesado en conocer ese destino turístico.

**Gráfico 16: porcentaje de personas que les gustaría realizar un tour a los manglares de Intipucá en kayak o lancha**

**7-¿Le gustaría realizar un Tour a los Manglares El Esterón en Kayak y/o Lancha, en su próxima visita?**



Al 99% de los encuestados le gustaría realizar un tour en los manglares del Esterón en kayak o en lancha en su próxima visita.

**Gráfico 17: servicios adicionales al tour que las personas esperan en la visita a Intipucá**

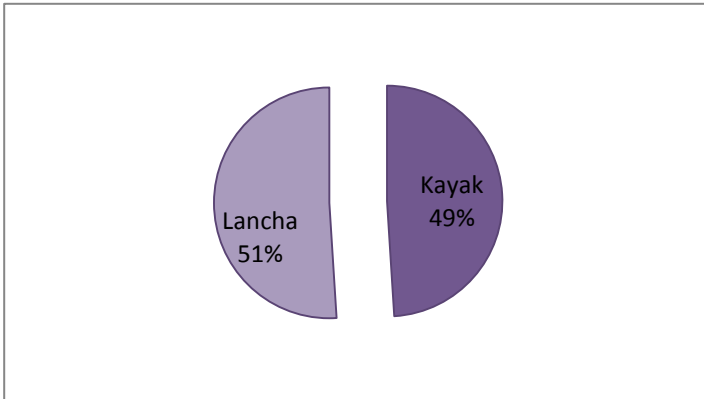
**8-¿Que le gustaría que se incluyera en el tour a los Manglares de El Esterón en Kayak y/o Lancha?**



En el tour a los Manglares del Esterón a la gente le gustaría que tuviera en primer lugar estadia en un hotel con un 20%, seguido de comida con 18% y a otra gente le gustaría que brindaran servicio de transporte con un 17%, además con un 13% les gustaría que tuviesen un guía local.

**Gráfico 18: preferencia de las personas por el tour en kayak o lancha**

9-¿Cual de los dos Tour a los Manglares de El Esterón prefiere en Kayak o en Lancha?

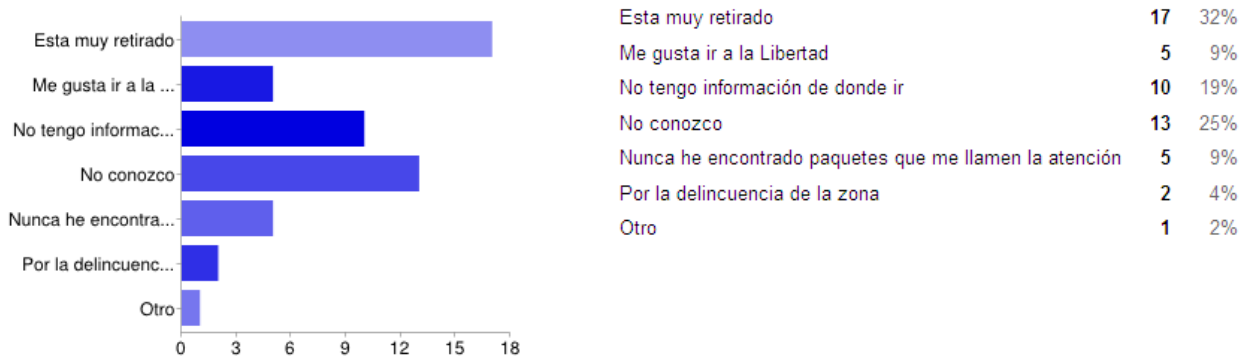


Kayak	83	49%
Lancha	86	51%

Según los resultados del gráfico anterior se observa que la preferencia por el paseo en lancha y en kayak es similar ya que el 49% de la población prefiere en kayak y el 51% prefiere en lancha.

**Gráfico 19: Motivos por los que no han visitado las playas del oriente de El Salvador**

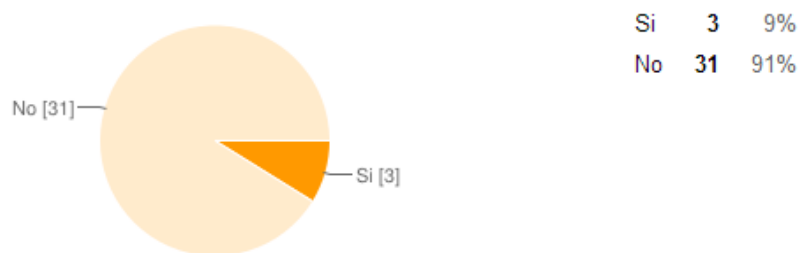
10-¿Por que no ha visitado las playas del oriente de El Salvador?



Según el gráfico anterior se observa que las personas no han visitado las playas de oriente de El Salvador por las siguientes razones: El 32% de los encuestados indicó que por lo retirado que está el destino turístico, el 25% indicó que porque no conoce, El 19% indicó que es porque no tiene información de dónde ir, el 9% indica que no ha encontrado un buen paquete turístico que le llame la atención y el otro 9% prefiere ir a las playas más conocidas como las de la Libertad.

**Gráfico 20: Conocimiento de las personas que no han visitado las playas de oriente si saben que Intipucá tiene playas**

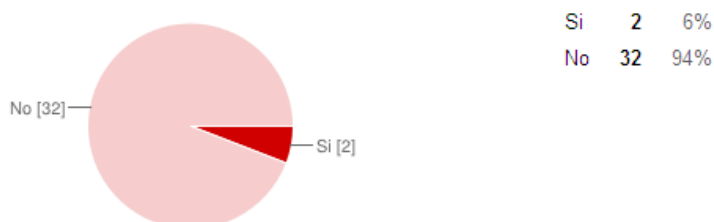
**11-¿Sabía usted que Intipucá cuenta con dos playas y un manglar?**



De acuerdo al gráfico anterior el 91% de los encuestados, del 19% que no ha visitado las playas de la zona oriental, indicó no saber que Intipucá cuenta con 2 playas y un manglar. Solamente el 9% sabe que si existen esos destinos turísticos en el lugar.

**Gráfico 21: Gráfico 22: Conocimiento de las personas que no han visitado las playas de oriente si saben que Intipucá ofrece un tour en kayak o lancha a los manglares**

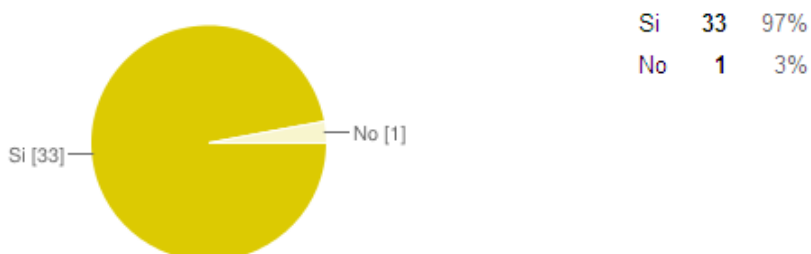
**12-¿Sabía usted que Intipucá ahora cuenta con un tour a los Manglares de El Esterón en Kayak y/o Lancha**



Del 19% de las personas encuestadas que no han visitado la zona de oriente el 6% ya sabe que Intipucá brinda un tour a los manglares, mientras el 94% desconoce de la existencia de esta actividad.

**Gráfico 23: porcentaje de personas que no han visitado las playas de oriente que les gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida turística**

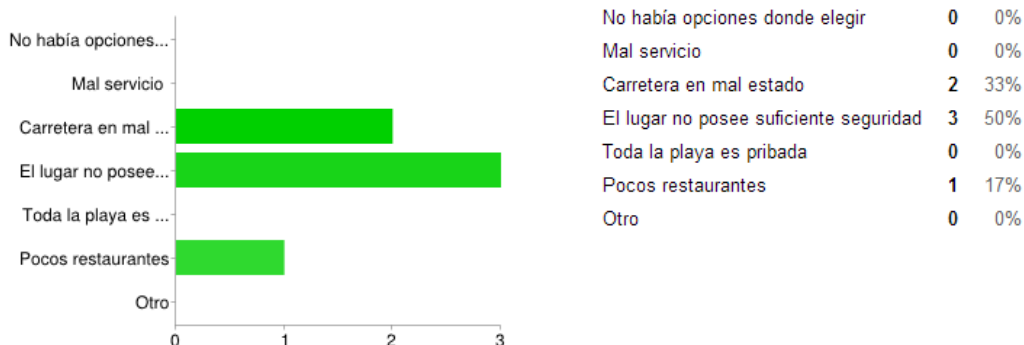
**13-¿Le gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida Turística?**



De las personas encuestadas que no han visitado la zona oriental el 97% esta dispuesta a visitar este destino turístico en su próxima salida turística.

**Gráfico 24: principales motivos (de las personas que si han visitado las playas de oriente) por lo que no les gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida turística**

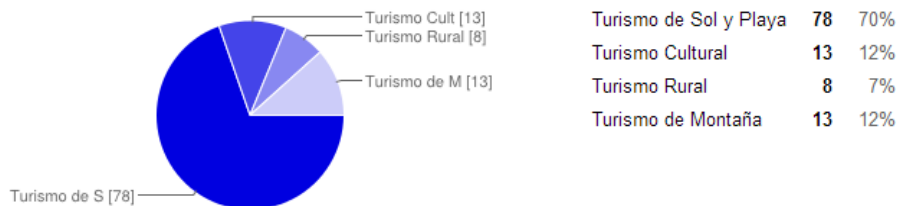
**14-¿Por que no le gustaria visitar las playas de Intipuca?**



Los resultados de la grafica anterior son la respuesta de 4 encuestados: 3 eligieron el lugar no posee suficiente seguridad, 2 eligieron carretera en mal estado y la persona que eligió que el lugar posee pocos restaurantes eligió en las dos anteriores. Por tanto, las personas que si ha visitado las playas de oriente pero que no les gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima visita lo arremeten a que el lugar no posee suficiente seguridad con un 50%, seguido de las carreteras en mal estado con un 33% y finalmente con un 17% porque existen pocos restaurantes en el lugar. Cabe aclarar que estos porcentajes corresponden al 3% de la población de personas que ya visitaron las playas del oriente de El Salvador, que conocen Intipucá y no esta dispuestos a regresar.

A continuación se presentan 2 preguntas que complementan la investigación primaria de la demanda:

**Gráfico 25: Tipo de turismo que le gustaría realizar en Intipucá**  
**¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en Intipucá?**

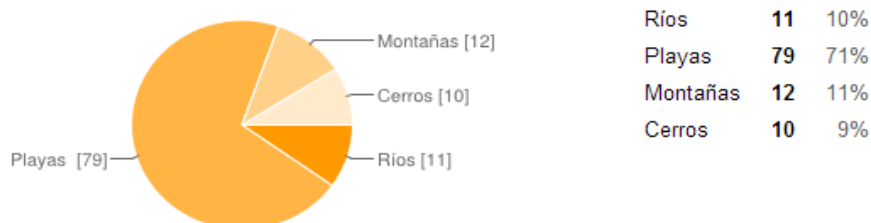


Análisis:

Según los resultados al 70% de las personas encuestadas le gustaría realizar turismo de Sol y Playa, mientras que el 12% les gustaría hacer turismo cultural y turismo de montaña respectivamente. Finalmente solamente el 7% le gustaría realizar turismo rural.

Gráfico 26: Atractivos turísticos que le gustaría visitar en Intipucá

¿Qué atractivos turísticos le gustaría visitar en Intipucá?



Análisis:

Según los resultados el principal atractivo turístico que le gustaría visitar en Intipucá son las playas con un 71% de preferencia, le sigue con un 11% de personas que les gustaría visitar las montañas del municipio, mientras que un 10% de los encuestados manifiesta que le gustaría visitar los ríos del municipio y finalmente el 9% de las personas le gustaría visitar los cerros del municipio de Intipucá.

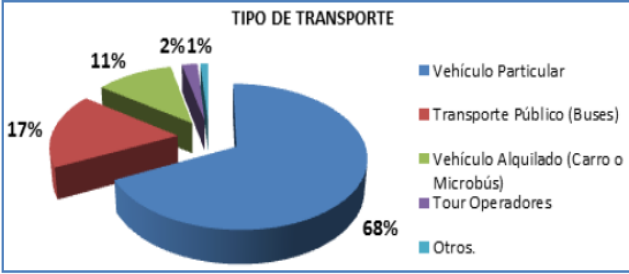

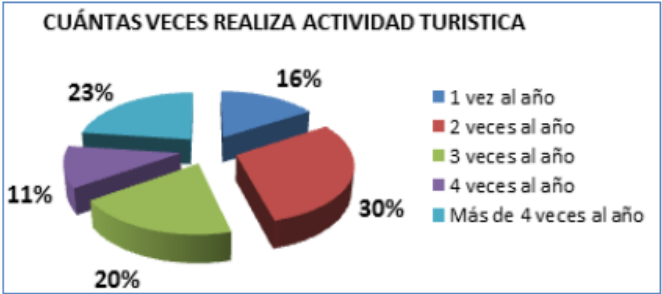
## V.2.2. Resultados De La Investigación De La Demanda De Fuente Secundaria<sup>60</sup>

En la tabla 27, se presenta la información de las características y preferencias genérelas de los turistas: con quienes realiza turismo, que medios utiliza para viajar, cuantas veces al año y en qué época realiza turismo, tiempo de estancia, actividades realizadas, medios en que recibe la información, entre otros. Ésta información será utilizada para la proyección de la demanda, establecer algunas de las características del perfil, y algunas de las estrategias a proponer.

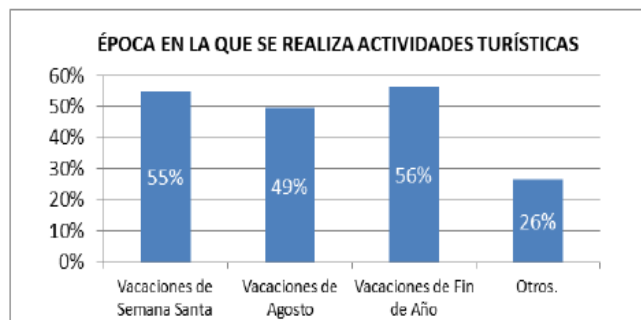
Tabla 27: Resultados de la investigación de la demanda de fuente secundaria

PREGUNTA	GRÁFICO	ANÁLISIS												
<p>1. ¿Con quién usualmente practica actividades de turismo? Marque con una X la respuesta que considere, y especifique la cantidad de personas con que lo realiza.</p>	<table border="1"> <caption>¿CON QUIÉNES REALIZA ACTIVIDADES TURÍSTICAS?</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Solo</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Con toda la familia</td> <td>67%</td> </tr> <tr> <td>En Pareja</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Con Amigos</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Solo	2%	Con toda la familia	67%	En Pareja	7%	Con Amigos	24%	Otros	0%	<p>Obteniendo como resultado que el 67% las realiza con la familia, en segundo lugar con 24% con los amigos, en tercer lugar con 7% en parejas y por último con 2% las realizan solo.</p>
Categoría	Porcentaje													
Solo	2%													
Con toda la familia	67%													
En Pareja	7%													
Con Amigos	24%													
Otros	0%													

<sup>60</sup> Fuente: investigación secundaria Tesis: “Plan de desarrollo turístico para la zona sur-este de Ahuachapán y oeste de Ahuachapán. Universidad de El Salvador. Año 2011. Anexo D: RESULTADOS DE LA ENCUESTA – Pág. 1039

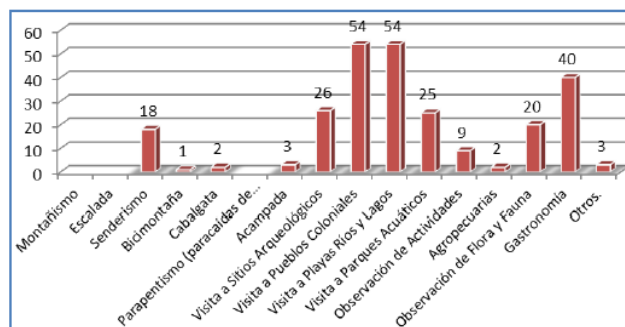
<p><b>2. ¿Qué medio de transporte utiliza usted al realizar un viaje turístico? Marque con una X la respuesta que considere.</b></p>	 <p><b>TIPO DE TRANSPORTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vehículo Particular: 68%</li> <li>Transporte Público (Buses): 17%</li> <li>Vehículo Alquilado (Carro o Microbús): 11%</li> <li>Tour Operadores: 2%</li> <li>Otros: 1%</li> </ul>	<p>Como se observa en la gráfica se obtuvo que un 68% de las personas encuestadas utilizan vehículo propio para visitar lugares turísticos, con 17% se encuentran las personas que utilizan el transporte público, en tercer lugar tenemos con 11% los que utilizan vehículos alquilados, en cuarto lugar con 2% las personas que utilizan los servicios de tour operadores y con 1% los que utilizan otros medios de transporte.</p>
<p><b>3. ¿Cuenta con algún presupuesto para realizar turismo?</b></p>	 <p><b>CUENTA CON PRESUPUESTO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Si: 24%</li> <li>No: 76%</li> </ul>	<p>Los resultados obtenidos para conocer si las personas destinan un presupuesto para la realización de actividades turísticas fue negativo, ya que un 76% de las personas encuestadas no cuentan con dicho presupuesto y solo un 24% respondieron que si cuenta con un presupuesto para estos fines. Estos resultados pueden indicar que no es una prioridad importante establecer un presupuesto para turismo.</p>
<p><b>4. ¿Cuántas veces realiza una actividad turística?</b></p>	 <p><b>CUÁNTAS VECES REALIZA ACTIVIDAD TURISTICA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 vez al año: 16%</li> <li>2 veces al año: 30%</li> <li>3 veces al año: 20%</li> <li>4 veces al año: 11%</li> <li>Más de 4 veces al año: 23%</li> </ul>	<p>En primer lugar se encuentran las personas que visitan más de 4 veces al año con 23%, en tercer lugar con 20% las personas que realizan visitas 3 veces al año, en cuarto lugar con 16% las personas que realizan visitas 1 vez al año y en quinto lugar con 11% las personas que realizan visitas 4 veces al año. Podemos concluir que la mayoría de las personas involucradas en el estudio solo realizan dos visitas o actividades turísticas al año. El 66% realizan turismo 3 o menos veces al año, un número igual al de las épocas que por tradición presentan mayor demanda.</p>

5. ¿En qué época realiza las actividades turísticas?



En primer lugar están las vacaciones de fin de año con 56%, en segundo lugar las vacaciones de semana santa con 55%, en tercer lugar las vacaciones de agosto con 49% y en último lugar otros con 26%, ésta última referida mayormente a fines de semana. Lo que comprueba que las personas si realizan 3 o menos veces actividades turísticas al año, teniendo una mayor preferencia durante las vacaciones de fin de año.

6. Al realizar turismo, ¿Cuáles de las siguientes actividades practica generalmente?



Se observa que a la mayoría de turistas prefiere las visitas a las playas y a los pueblos coloniales, con 54 votos (57%) cada una de aceptación, luego le sigue visita de sitios arqueológicos con 26 votos (28%) y visita a parques acuáticos con 25 votos (27%), la gastronomía es una de las más importantes con 40 votos (43%), siendo la de menor demanda la bicimontaña con 1 voto (1%). De esto se puede decir que en la zona en estudio existen destinos relacionados con aquellas actividades que presentan mayor preferencia en la zona, por lo que estos se pueden utilizar para potenciar el turismo en la zona.

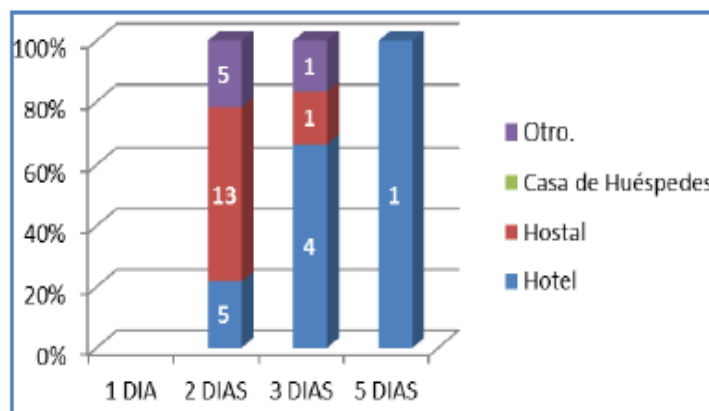
7. ¿Durante cuánto tiempo realiza generalmente los viajes/actividades turísticas?



El 66% utiliza un día, el 26% utiliza dos días, el 7% utiliza tres días y por ultimo con 1% utiliza 5 días, considerándose este la minoría. Se concluye que al turista nacional prefiere realizar actividades turísticas siempre y cuando estas no deban realizarse en un tiempo mayor a un día. Esto indica que el número de turistas nacionales que se vuelve un mercado potencial para el servicio de alojamiento es de alrededor de 1 por cada 3 turistas. Y que aún estas personas que realizan actividades turísticas durante más de un día, prefiere que el periodo máximo sea de 2 días.

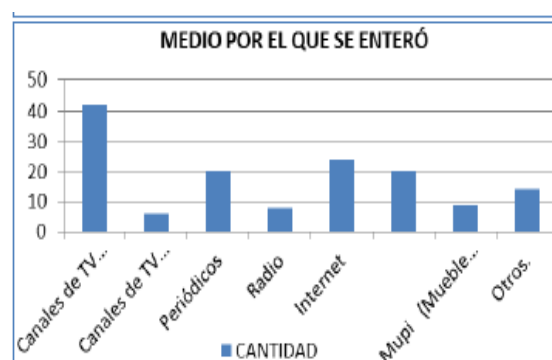


**8. Si su respuesta anterior es mayor a 1 día, ¿en qué lugares se aloja generalmente?**





Como complemento de la pregunta anterior se determinó que lugares seleccionaba el turista nacional como alojamiento durante la realización de actividades turísticas que conllevan más de un día, obteniendo los siguientes resultados; a la mayoría de personas les gusta alojarse en hostales, ya que se obtuvo una preferencia de 14 votos para esta opción, luego tenemos los hoteles con 10 votos y por ultimo otro con 6 votos, en este último se consideran casas de amigos o de algún familiar. De acuerdo a estos resultados, La mayoría de las personas que se quedan 2 días en su destino turístico prefieren quedarse en hostales, teniendo una participación del 56%, por lo que se puede asumir que los turistas nacionales prefieren quedarse en lugares más cómodos económicamente. Sin embargo para las estancias más largas, las personas prefieren un hotel, teniendo un 66% de las personas que se quedan 3 días, y un 100% de las personas que se quedan 5 días. Entre las personas que dijeron preferir otros alojamientos, el 66% dijo quedarse en casas particulares, un 16.6% en ranchos y un 16.6% en tiendas de acampar.

**9. ¿Cómo se enteró de las Rutas Turísticas?**



De acuerdo a esta pregunta el medio por el que las personas se enteran de las rutas turísticas es por la televisión nacional, posiblemente apoyado por la emisión de segmentos o programas dedicados a la difusión de turismo en los distintos canales nacionales, las personas que han visitado rutas turística y que se enteran de la existencia de estas por la TV nacional es de 51.85%, seguido con el internet con un 29.62%.

<p><b>10. ¿Considera justo el costo de los servicios recibidos en general?</b></p>	<p><b>¿CONSIDERA JUSTO EL PRECIO?</b></p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SI</td> <td>62%</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>38%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	SI	62%	NO	38%	<p>De acuerdo a esta pregunta el 62% está de acuerdo con los precios cancelados o al menos le parece que el precio cancelado cubre el servicio recibido, las personas que consideran que el precio es alto más un cierto porcentaje de las personas que dijeron que el precio era medio también opinan que el precio cancelado no es justo.</p>
Respuesta	Porcentaje							
SI	62%							
NO	38%							
<p><b>11. ¿Considera necesario que existan puntos de información a lo largo de las rutas turísticas?</b></p>	<p><b>EXISTENCIA DE PUNTOS DE INFORMACIÓN</b></p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	95%	No	5%	<p>El 95% de las personas considera que es necesario que existan puntos de información turística, es decir que además de la señalización turística, la existencia de puntos donde se informe sobre la oferta y actividades turísticas de la zona son también importantes.</p>
Respuesta	Porcentaje							
Si	95%							
No	5%							

## V.4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO

A continuación se presentan los resultados de las diferentes entrevistas y fichas de recolección de información realizadas para investigar las características, proyectos y condiciones en que se encuentra el espacio geográfico de la zona en estudio.

### V.4.1. Resultados De Los Cuestionarios Entes De Interés (Espacio Geográfico)

#### V.4.1.1. Resultados Del Cuestionario Ente De Interés (Alcaldía Municipal De Intipucá)

“PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ LA UNIÓN”.

Objetivo: Conocer la situación de los proyectos turísticos de conocimiento de la alcaldía para darle continuidad a la visión institucional del Municipio de Intipucá

DATOS GENERALES	
NOMBRE ENCARGADO: ELSY DE BURGOS	
DEPARTAMENTO: LA UNIÓN	MUNICIPIO: INTIPUCÁ
FECHA DE REALIZACIÓN: 16 Y 17 DE JULIO DE 2013	
Pregunta	Respuesta
1. ¿Cuál es el número de habitantes con los que cuenta el Municipio?	7567 habitantes
2. ¿Cuál es el nivel promedio de educación?	6° grado en la zona costera
3. ¿Con cuántas escuelas cuenta el municipio?	1
4. ¿Qué nivel de escolaridad se puede alcanzar con las escuelas que existen dentro del municipio?	bachillerato
5. ¿Cuál es el índice de pobreza en el municipio?	Pobreza extrema baja
6. ¿El municipio cuenta con servicio de tren de aseo?	Si cuenta con 1 servicio de tren de aseo
7. ¿Dónde realiza el desecho de basura el municipio?	La basura se desecha en el relleno sanitario de La Unión
8. ¿Cuenta el municipio con unidades de salud?	Si cuenta con 1 lugar de unidad de salud
9. ¿Cuenta el municipio con puestos de Policía Nacional Civil? ¿Cuántos son?	Si cuenta con 1 puesto de Policía Nacional Civil
10. ¿El municipio presenta problemas delincuenciales?	El municipio presenta problemas de maras en la zona oriente del municipio de Intipucá no así en la zona costera
11. ¿Cuentan con algún Plan de Seguridad?	Solamente el plan que maneja la Policía Nacional Civil
12. ¿Qué tipos de impuestos se perciben en la zona?	Iva, impuesto sobre la renta, impuestos de la alcaldía
13. ¿Cuentan con mapas topográficos del Municipio?	Si cuentan con mapas topográficos
14. ¿Existe información sobre la ordenanza municipal en aspectos sociales, ambientales, económicos?	Si existe información
15. ¿Cuenta el municipio con atractivos explotados turísticamente?	No
16. Con cuáles de los siguientes atractivos, recursos y/o	El municipio cuenta con los siguientes atractivos

sitios turísticos conocidos cuenta el municipio:	turísticos: Ríos, playas, montañas y el manglar
17. ¿Cuenta el municipio con recursos con potencial para ser explotados turísticamente? Si la respuesta es Si, ¿Cuáles de los siguientes atractivos, recursos y/o sitios no son utilizados turísticamente en el municipio?:	Si, los siguientes atractivos turísticos son: Ríos, playas, montañas y el manglar
18. ¿Aparte de los atractivos, recursos y/o sitios turísticos que ofrece el municipio que otras fortalezas tiene para impulsar el turismo?	Gente y el clima
19. Tienen identificados alguna cartera de Proveedores de Productos o Servicios Turísticos en el Municipio?	Si, La conforman los hoteles y restaurantes que ofrecen servicios en la zona costera
20. Han desarrollado Iniciativas de Desarrollo Turístico en el Municipio anteriormente?, Si la respuesta es Sí, ¿En que consistieron?,¿Cuáles fueron los resultados?	Si, En la implementación de tour en kayak para explotar el recurso de los manglares con que cuenta la zona Por el momento los resultados son que vienen pocos turistas y dentro de ellos la mayoría son internacionales los que vienen a conocer el tour de kayak.
21. ¿Cuenta actualmente con proyectos o programas de índole turística?	si
22. ¿Qué tipo de programas de índole turística se llevan a cabo?	Capacitaciones por medio de INSAFORP y reuniones con la ADESTI y la cooperativa de turismo de Intipucá
23. ¿Qué organización colabora con la Alcaldía para la realización de estos programas?	MITUR-CORSATUR, ADESTI, ONG, Cooperativa de turismo de Intipucá
24. ¿Existe algún(os) comité de coordinación turística en la alcaldía o en el municipio?	si
25. Cómo calificaría el estado actual de la infraestructura del municipio:	Regular
26. ¿Qué áreas mejoraría en el municipio para mejorar el turismo del mismo?	Calles, seguridad, servicios turísticos
27. Con cuáles de los siguientes servicios turísticos cuenta el municipio:	Hoteles y restaurantes
28. ¿Cuenta el municipio con afluencia turística en el año?	si
29. ¿Tiene un estimado del total de turistas que lo visitan en el año?	12000 mil
30. ¿En qué época del año recibe mayor afluencia turística?	Tercer trimestre y cuarto trimestre
31. ¿Qué tipo de turista visita la zona costera del municipio?	Nacional y extranjero
32. ¿Estaría en la Disposición de apoyar en una nueva iniciativa para el Desarrollo Turístico del Municipio?	Si
33. ¿Existen asociaciones o gremiales en el Municipio? ¿Cuáles son? Y si ¿han colaborado con ustedes?	ADESTI, la cooperativa de turismo de Intipucá pendiente realizar iniciativas turísticas en la zona si han colaborado con reuniones para el desarrollo del

	municipio
<b>34. ¿Tienen alguna Metodología para el desarrollo de Iniciativas Turísticas? ¿Cuál es?</b>	Reuniones periódicas, visitas a los lugares, gestión con entes de apoyo para los proyectos detectados
<b>35. ¿Cuáles son los requerimientos para registrar y autorizar una iniciativa turística en el Municipio?</b>	Estar conformado como Cooperativa o Asociación
<b>36. ¿Tienen algún Plan de Desarrollo Turístico para el Municipio?</b>	No

#### ***V.4.1.2. Resultados Del Cuestionario Dirigido A La ADESTI***

La asociación ha sido creada hace 2 años y medio con el propósito de contribuir al desarrollo del turismo en Intipucá para ello apoya asesorando a la Alcaldía del municipio en aspectos de turismo. En cuanto a la metodología de trabajo realizan reuniones periódicas con entes interesados y van archivando los proyectos en la Asociación. La Asociación está dispuesta a apoyar cualquier proyecto, plan o programa que sea en beneficio del desarrollo del turismo de Intipucá.


## V.4.2. Resultados De Las Fichas de Recolección de Información (Espacio Geográfico)






### V.4.2.1. Resultados De La Ficha De Acceso Al Municipio





“PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ LA UNIÓN”.

Objetivo: Conocer las condiciones de acceso al municipio para diagnosticar y diseñar los planes en función de estas variables de interés.

Dirigida a: Representante de la alcaldía Municipal de Intipucá

Marque con un  la respuesta que considere conveniente

								Fecha: 16 y 17 de julio de 2013	
Municipio: Intipucá					Departamento: La Unión				
ACCESO AL MUNICIPIO									
Pavimentada		Adoquín		Piedra		Balastro		Cemento	
Carretera en buenas condiciones y fácil acceso La carretera para llegar hasta el municipio está en buenas condiciones es de pavimento. En el municipio las calles son adoquinadas y de pavimento.					Un carril			Dos carriles	
Nomenclatura y Señalización Vial en buenas condiciones:									
La nomenclatura de las calles está en buenas condiciones mientras que la señalización vial es buena sin embargo hace falta en algunos tramos el kilómetro y el lugar en el que se encuentran a comparación de otras playas que se encuentran en san miguel.									
Ausencia de señalización:									
RED VIAL ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO									
Pavimentada		Adoquín		Piedra o tierra		Balastro		Cemento	
100% cubierta								La calle está cubierta de balastro	

	
Mayor de 50% de la zona costera	
Menor del 50% de la zona costera	
Nomenclatura y Señalización vial en buenas condiciones	
Señalización Turística	
Nomenclatura Interna	
Ausencia de señalización	
OBSERVACIONES	
La carretera del municipio hacia la playa está cubierta de balastro y se le da mantenimiento cada 6 meses. Algunos turistas pueden optar por llevar pick up	
Nombre del Inspector: Manuel Alejandro Parada Bonilla	

*Tabla 28: ficha de acceso al municipio*

#### ***V.4.2.2. Resultados De La Ficha De Infraestructura Del Municipio Y Zona Costera De Intipucá***

“PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ LA UNIÓN”.

Objetivo: Conocer las condiciones de infraestructura del municipio para determinar las necesidades que se tendrán para las propuestas de solución que corresponde a la infraestructura del municipio.

Dirigida a: Representante de la alcaldía Municipal de Intipucá

Marque con un  la respuesta que considere conveniente

Municipio	Cantidad	Departamento
Servicios existentes en la zona costera		Observaciones
Unidades de Socorro	1	
Terminal de buses	1	La terminal donde llegan los buses de la zona de oriente
Bancos	1	Banco Agrícola
Cajeros automáticos	1	
Unidad de Salud	1	

Farmacias	3	Se encuentran en el municipio en el centro de la zona urbana
Mercado Municipal		Hay un mercado pero no es municipal
Cuerpo de Agentes Metropolitanos		No hay
Policía de Turismo		No hay
Policía Nacional Civil	1	
Centros de Atención Turística	1	Adesti, cooperativa de turismo de la zona
Centros Comerciales		No hay
Gasolineras		No hay la más cercana se encuentra aproximadamente a 4 km en el Cuco.
Infraestructura Hidráulica y eléctrica		
Hidráulica		Observaciones
Agua potable		si
Menor del 50%		
De 50 a 70 % de abastecimiento en el municipio		
75% al 100%		si
Aguas Negras		En la zona urbana si mientras que en la zona costera son fosas a excepción de los lugares turísticos que si tienen su baño con aguas negras
Menor del 50%		
De 50 a 70 % de abastecimiento en el municipio		si
75 % al 100 %		
ELÉCTRICA		En todo el municipio zona urbana y zona costera
Energía Eléctrica		
Menor del 50 %		
De 50 a 70 % de abastecimiento en el municipio		
75 % al 100 %		si

**Tabla 29: Ficha de infraestructura del municipio y zona costera de Intipucá**



En la tabla 30, se presenta los servicios de transporte con los que cuenta actualmente Intipucá, las rutas y horas de salida.

**Tabla 30: Servicio de transporte Buses**

Rutas	Destinos
385	San Miguel, Tamarindo, Intipucá
315	San Miguel, Tierra Blanca, Intipucá
320 A	San miguel, Esterón, Intipucá
338	La Unión, Intipucá, San Miguel
hora	destino
5:25 am	San Miguel -Esterón
8:00 am	Esterón - San Miguel
9:00 am	San Miguel - Esterón
10:00 am	San Miguel - Esterón
11:30 am	San Miguel - Esterón
12:30 pm	San Miguel - Esterón
12:25 pm	Esterón - San Miguel
1:30 pm	San Miguel - Esterón
2:30 pm	San Miguel - Esterón
3:00 pm	Esterón - San Miguel
3:30 pm	San Miguel - Esterón
4:00 pm	San Miguel - Esterón
4:30 pm	San Miguel - Esterón
6:00 am	La Unión-Esterón
6:30 am	Esterón- La Unión
7:00 am	La Unión-Esterón
8:30 am	La Unión-Esterón
9:00 am	La Unión-Esterón
10:00 am	La Unión-Esterón
11:00 am	La Unión-Esterón
11:30 am	Esterón- La Unión
12:00 pm	La Unión-Esterón
1:00 pm	La Unión-Esterón
2:00 pm	La Unión-Esterón
3:00 pm	La Unión-Esterón
3:30 pm	Esterón- La Unión
Servicio de mototaxi	
Tarifa	Destino
\$ 4	Restaurantes
\$ 6	Tropiclub
\$ 3	Hotel tortuga verde

## V.5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE ENTES DE INTERÉS

Los entes de interés lo conforman todos aquellos involucrados o afectados ya sea de manera positiva o negativa en la realización del Plan de desarrollo turístico para la Zona Costera del Municipio de Intipucá. Es por eso que hace una investigación sobre los posibles interesados siendo los empresarios, la alcaldía, LA ADESTI, la cooperativa de turismo de Intipucá, los habitantes de la zona, los operadores de turismo, las agencias de viajes, los propietarios de negocios, los inversionistas y cualquier ente que se vea afectado por el desarrollo de turismo en la zona costera un foco de atención para realizar la recolección de la información. Es así que se recopila la información pasando los cuestionarios y las fichas técnicas para saber las inquietudes e iniciativas de los entes con respecto al proyecto de un plan de desarrollo turístico en la zona costera del municipio de Intipucá.

Los resultados de la recolección de información se detallan a continuación:

### V.5.1. Resultados Del Cuestionario Para La Asociación De Desarrollo Turístico De Intipucá (ADESTI) Y Cooperativa De Turismo De Intipucá

“PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ LA UNIÓN”

Objetivo: Conocer las inquietudes y planes de la ADESTI y la Cooperativa de turismo de Intipucá para contribuir al desarrollo de la Zona Costera del Municipio de Intipucá con sus iniciativas de proyectos.

#### DATOS GENERALES

DENOMINACIÓN DE LA ASOCIACIÓN: ASOCIACIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE INTIPUCÁ

CONTACTO: Noel Antonio Rivera

UBICACIÓN: INTIPUCÁ DEPARTAMENTO DE LA UNIÓN

TELÉFONO: 75007387

DEPARTAMENTO: LA UNIÓN MUNICIPIO: INTIPUCÁ

FECHA DE REALIZACIÓN: 16 Y 17 DE JULIO DE 2013

1-¿Cómo surgió la Asociación y cómo está constituida legalmente actualmente? / ¿Qué situación permitió que se crearán?

La Asociación surge hace 2 años y medio a través de una iniciativa de la Cooperación Japonesa por medio de la alcaldía Municipal para mejorar las condiciones de la población de Intipucá. Los mismos miembros han desarrollado también la Cooperativa de comercialización de Servicios Turísticos El Gran Arco de La Boca Intipucá de R.L. la cual es apoyada por INSAFOCOP.

2. ¿Cuál es el fin que persigue la Asociación?

El fin que persigue la Asociación es dar a conocer el Municipio de Intipucá como destino turístico

3.¿ Las metas, objetivos, misión, visión están en consonancia con la alcaldía?

Si están en consonancia ya que como fin último se pretende que se conozca el municipio como atractivo turístico

4. ¿Qué nivel de decisión tiene la asociación, sólo planifica, puede sugerir, puede ordenar, acompaña a la alcaldía en la toma de decisiones?

Sugiere a la alcaldía y la acompaña en las decisiones de carácter turístico

5. ¿Qué tipo de alianza estratégica tiene la Asociación de acuerdo a la visión, et

Organiza eventos con Tropi Club, La tortuga verde, alianzas con restaurantes de la zona

6. Dentro de las actividades de la asociación y la cooperativa, tienen consideradas reuniones con el sector privado productivo, o cabildos con pobladores de la zona?

-si ser reúnen cada cierto tiempo para tratar problemas del sector turístico y darles solución con sector privado.

7. ¿Cuál es la función principal de la ADESTI y la cooperativa? La función principal es ser un ente por medio del cual trabaje con la población para dar a conocer y desarrollar proyectos turísticos en el Municipio.

8. ¿Tienen alianzas estratégicas con algún tipo de Organización o Institución?, si es así con ¿cuáles instituciones u organizaciones? y ¿qué tipo de alianzas?

Tienen alianzas con INSAFOCOP, LA ALCALDIA MUNICIPAL DE INTIPUCÁ, ONG, CAT LA UNIÓN (Centro de atención al turista).

9. ¿Cuáles son las necesidades del municipio más latentes que deben ser consideradas antes de realizar un polo de desarrollo turístico en la zona costera de Intipucá?

Generación de empleo

10. ¿Tienen identificados los atractivos turísticos de la zona?, ¿Cuentan con algún inventario de Atractivos Turísticos? si

11. ¿Tienen identificadas asociaciones, organizaciones o empresas de turismo en la zona?, ¿Trabajan con alguna de ellas?. Los hoteles de la zona y los restaurantes

12. ¿Cuentan con algún Plan de Desarrollo Turístico en el Municipio? Si cuentan con un plan desarrollado con ayuda de JICA proyectado para el año 2020; en éste plan está la Visión<sup>61</sup> y la infraestructura identificada que necesita para el desarrollo del municipio, la cual se menciona a continuación:

- Desarrollo de Huertos Caseros Orgánicos en la comunidades de El Icacal, El Esterón, La Leona El Amate, El Bartolo, La Agencia, Santa Juliana, El Caulotio, El Carao, El Chichipate, Barrio El Amatal, Barrio el Calvario, Barrio Concepción, San Román, Barrio el Jicarito.

---

<sup>61</sup> Visión: Mejorar la vida de los habitantes de Intipucá aprovechando los recursos naturales y culturales por medio del turismo para así Convertir a Intipucá en el centro del bienestar del Oriente de El Salvador, impulsando la producción de Productos naturales, orgánicos y la realización de actividades de recreación que permitan la preservación del manglar y todas las especies que en el habitan. Aumentar las oportunidades de los jóvenes para que estos puedan ser precursores de iniciativas productivas que traigan una derrama económica importante en la zona, mitigando con esto la migración, y las organizaciones delictivas así como la pobreza existente.

- Vivero de Bivalvos con senderos aéreos combinados con centros de visitantes para atención a turistas.
- Muelles Flotantes y Casetas de vigilancia.
- Puente Colgante entre El Icacal y El Espino, combinado con Complejo de Servicios Turísticos.
- Desarrollo de una red de alojamientos ecológicos rurales en la Barranca. En Las comunidades del Amate, El Caulotillo, El Bartolo.
- Planta de Producción Compost
- Campaña permanente de Limpieza en playa El Icacal y El Esterón en coordinación con los centros escolares de los dos caseríos
- Programa permanente de mejoramiento empresarial
- Implementación del Plan de Control y vigilancia de los Esteros de la zona protegida entre Las Tunas y El Esterón. Compra de 2 lanchas.
- Implementación del Proyecto Gestión sostenible de los recursos naturales de la Subcuenca de Guarrapuca
- Habilidad de la Prolongación de la Avenida Úrsulo Gallo Márquez y Implantación del Centro de Visitantes, mirador y malecón en El Parque Ecología El Santuario de la Garza en la Barranca.
- Creación de la Cooperativa productiva de Mujeres del Caserío el Chichipate
- Construcción del mercado municipal con terminal de buses
- Habilidad de las carretas:
- Pavimentación de 7 kms de la calle que conduce de la CA2- Playa El Esterón – El Esterito – Cuco
- Habilidad calle antigua a La Unión
- Habilidad de la Calle Caserío El Amate- El Coyolito
- Habilidad calle CA2- El Icacal
- Mejoramiento de Tramo carretero CA2- Barrio el Calvario
- Habilidad del Tramo CA2-a la Talpujera (Barrio Concepción)
- Construcción del Instituto Nacional de Intipucá.
- Proyecto de Guarderías Estatal infantiles.
- Construcción de Bóveda en la Comunidad Santa Juliana.
- Construcción e implementación de un FOSALUD
- Mejoramiento del Centro de Salud, implementación de sala de partos y cirugías menores. Incluyendo sala de emergencias y alas de pacientes ambulatorios.
- Proyecto de Uso Turístico y Productivo de los Humedales de la Zona de la Leona

13. ¿Han desarrollado iniciativas turísticas anteriormente? ¿Cuáles han sido los resultados? Alianzas con hoteles y restaurantes y se ha tratado de mantener vivo el festival de la sandía y el festival del maíz.

14. ¿Monitorean los resultados de los proyectos turísticos que desarrollan?, si es así ¿Qué metodología siguen? Y ¿Qué indicadores miden?

Se va dejando un registro en la cooperativa y la asociación de las necesidades de los turistas

15. ¿Tienen alguna metodología establecida para dar Seguimiento a los planes, programas o proyectos turísticos que se desarrollan?

Se van registrando los planes y los resultados en la asociación

16. ¿Tienen proyectos turísticos para ser desarrollados a corto, mediano o largo plazo? Si es así, ¿cuáles son? R/ 1. Adquisición de lancha equipada con asientos y 2. Creación de senderos sobre el manglar

17. ¿Tienen alguna metodología establecida para el desarrollo de iniciativas turísticas en el Municipio? Si es así, ¿Cuál es la Metodología?

Reuniones con la Alcaldía entre LA ADESTI, miembros de la cooperativa

18. ¿Tienen alguna marca específica para la promoción del Municipio? no

19. ¿Cuál es el tipo de apoyo que generalmente requieren al momento de desarrollar una iniciativa turística? Técnico y económico

20. ¿Han participado en alguna iniciativa impulsada por MITUR-CORSATUR?, si es así, ¿en cuál? Capacitaciones para guías turísticos, primeros auxilios, emprendedurismo.

En la feria de pueblos vivos 6, y 7 y 8 de septiembre junto con el apoyo de instituciones gubernamentales a proyectos estratégicos para promover el proyecto de lanchas, el de senderos, el tour fotografico y el tour a las islas del golfo

21. ¿Estarían dispuestos a apoyar una iniciativa relacionada al desarrollo del municipio como polo turístico en la zona? ¿Cuáles serían los requerimientos para apoyarla?

Si. Que se haga una comunión con los proyectos que se tienen en mente por parte de la Asociación, la Cooperativa y la Alcaldía municipal de Intipucá.

22. ¿De dónde reciben el financiamiento para la ejecución de proyectos o iniciativas turísticas?

Donaciones de ONGs

## V.5.2. Resultados De La Encuesta Dirigida A Los Empresarios De Intipucá

Pregunta # 1.-

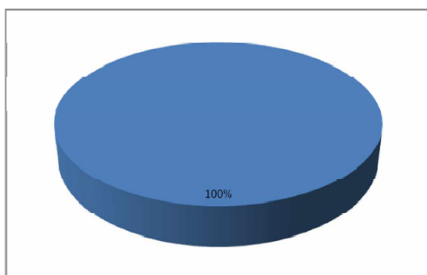
¿Según su criterio considera necesario realizar un plan de Desarrollo en la Zona costera de Intipucá, del Departamento de la Unión?

Objetivo: Conocer si los Empresarios consideran necesario realizar un Plan de Desarrollo Turístico en la zona costera del municipio de Intipucá.

Cuadro # 1.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100%
Total	20	100%

Grafico # 1.-



Análisis: Podemos observar que el 100% de los empresarios opinó que es necesario realizar un Plan de Desarrollo Turístico en la zona costera del municipio de Intipucá

Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos en el cuadro podemos darnos cuenta que todos los empresarios consideran necesario realizar un Plan de Desarrollo turístico en la zona costera de Intipucá ya que, traería grades beneficios a la zona como: Mayores ingresos, fuentes de empleo por lo que mejoraría su economía.

Pregunta # 2.

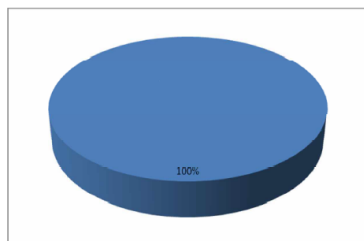
¿Cómo empresario de la zona oriental considera invertir en infraestructuras al realizarse un Plan de Desarrollo Turístico en la zona costera del municipio de Intipucá?

Objetivo: Conocer si los empresarios de la zona oriental están dispuestos a invertir en infraestructuras al realizarse un Plan de Desarrollo Turístico.

Cuadro # 2.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100%
Total	20	100%

Grafico # 2.-



Análisis: El 100% de empresarios consideran invertir en infraestructuras al realizarse un Plan de Desarrollo turístico en la zona costera del municipio de Intipucá.

Interpretación: Los resultados indican que todos los empresarios encuestados opinan que sí, estarían dispuestos a invertir en infraestructuras al darse un Plan de Desarrollo turístico en la zona costera del municipio de Intipucá ya que, consideran que es necesario impulsar el desarrollo de la zona oriental y que, uno de los rubros que más demanda tiene es el

turismo por lo que mejoraría el comercio e industria. Así mismo consideran que la zona es apta para generar el turismo y por ende habría incremento de negocios en la zona y mejoraría su economía.

Pregunta # 3.

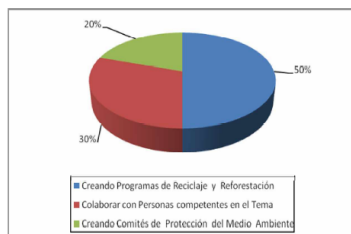
¿Considera usted, que al generar publicidad de en la zona costera del municipio de Intipucá podría haber mayor afluencia de turistas en la zona?

Objetivo: Evaluar si generando publicidad de la zona costera el municipio de Intipucá pudiese haber mayor afluencia de turistas en la zona?

Cuadro # 4.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Creando Programas de Reciclaje y Reforestación	10	50%
Colaborar con Personas competentes en el Tema	6	30%
Creando Comités de Protección del Medio Ambiente	4	20%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Grafico #4.



Análisis: Un 100% de los empresarios contestaron que generando publicidad de la zona costera del municipio de Intipucá, podría haber mayor afluencia de turistas en la zona.

Interpretación: Lo anterior demuestra que todos los empresarios encuestados consideran que la publicidad es una estrategia para atraer más afluencia de turistas en la zona logrando así, incentivarlos a visitar la playa zona costera del municipio de Intipucá.

Pregunta # 4.

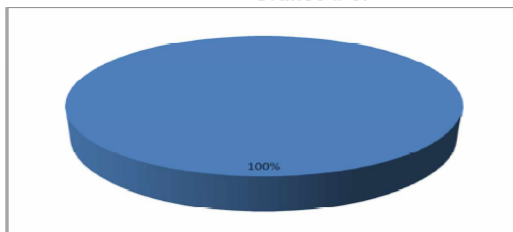
¿Cómo empresario de la zona oriental como contribuiría a preservar y proteger el medio ambiente?

Objetivo: Conocer de qué manera contribuirían los empresarios a preservar y proteger el medio ambiente en el municipio de Intipucá.

Cuadro # 3.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Grafico # 3.



Análisis: Un 50% de los encuestados consideran que a través de programas de reciclaje y reforestación, mientras que un 30% opinan que colaborando con personas competentes en el tema, y un 20% consideran que creando comités de protección de medio ambiente.

Interpretación: Los resultados demuestran que la mayor parte de empresarios encuestados opinan que con programas de reciclaje y reforestación estarían contribuyendo a

preservar y proteger el medio ambiente de la zona, tomando en cuenta la colaboración con las personas competentes en el tema, y así estarían contribuyendo a mejorar el medio ambiente. Además es necesario crear comités de medio ambiente para mantener limpia la playa, no tirando desechos tóxicos ya que, si lo hacen estarían destruyendo y contaminando el ambiente natural.

Pregunta # 5.

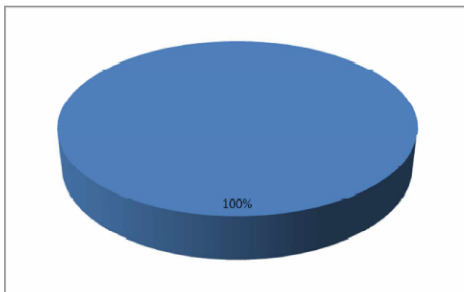
¿Qué acciones considera usted como empresario que se deberían ejecutar en la zona costera del municipio de Intipucá para lograr el desarrollo de ésta?

Objetivo: Conocer las acciones que consideran los empresarios que se deberían ejecutar en la zona costera del municipio de Intipucá.

Cuadro # 6.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	20	100%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Grafico #6



Análisis: Un 36% de los encuestados consideran que se deben mejorar las vías de acceso el 34% opinó que la promoción de la playa y un 14% reformas a las ordenanzas Municipales.

Interpretación: Se Puede observar el cuadro que la mayoría de los empresarios encuestados consideran mejorar las vías de acceso ya que, tendríamos mayor afluencia de turistas en la zona y por ende incrementarían las ventas, mientras que otros consideran que es necesario hacer promoción ya que existen personas que desconocen de la zona costera del

municipio de Intipucá. Así mismo creando nuevas ordenanzas que contribuyan a incrementar los ingresos de la zona.

Pregunta # 6.

¿Conoce de algún proyecto de desarrollo turístico en la zona costera del municipio de Intipucá que se los hayan presentado para desarrollarlo al corto o largo plazo?

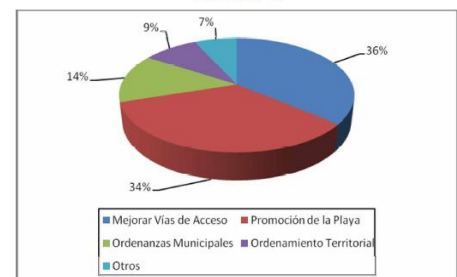
Objetivo: Determinar si los empresarios conocen sobre algún proyecto turístico en zona costera del municipio de Intipucá.

Cuadro # 5.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar Vías de Acceso	20	36%
Promoción de la Playa	19	34%
Ordenanzas Municipales	8	14%
Ordenamiento Territorial	5	9%
Otros	4	7%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

Nota: Debido al tipo de pregunta el total de la frecuencia es alterado ya que los encuestados contestaron más de una respuesta.

Grafico # 5.



Análisis: Un 100% contestaron que no conocen de ningún proyecto de Desarrollo Turístico en la zona costera del municipio de Intipucá.

Interpretación: Se puede observar en el cuadro que la mayoría de los empresarios encuestados contestaron que no conocen de algún proyecto turístico en la zona.



Pregunta # 7.

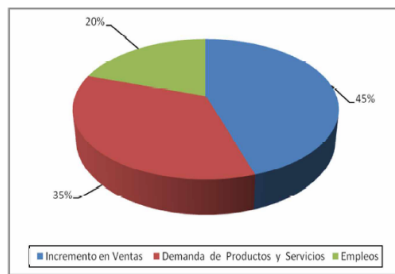
¿Qué tipo de beneficios obtendría usted, como empresario al realizarse un Plan de Desarrollo en la zona costera del municipio de Intipucá?

Objetivo: Conocer los beneficios que obtendrían los empresarios al realizarse un Plan de Desarrollo en la zona costera del municipio de Intipucá.

Cuadro # 7.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Incremento en Ventas	9	45%
Demanda de Productos y Servicios	7	35%
Empleos	4	20%
Total	20	100%

Grafico # 7



Análisis: Se puede observar que un 45% de los empresarios encuestados opinan que habría incremento en las ventas, un 35% consideran que demanda de productos y servicios y un porcentaje menor del 20% dicen que empleos.

Interpretación: Si observamos el cuadro nos damos cuenta que los empresarios opinan que con un Plan de Desarrollo Turístico en la zona costera del municipio de Intipucá, obtendrían grandes beneficios como: Incremento en las ventas, demanda de productos y servicios, e incremento de empleos, ya que vendrían turistas a la zona lo que mejoraría la economía del lugar.

Pregunta # 8.

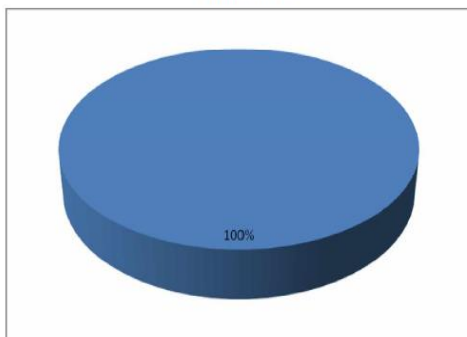
¿Según su criterio considera que, con la apertura del Puerto La Unión mejoraría la cultura turística en la zona?

Objetivo: Conocer la opinión de los empresarios sobre si, mejoraría la cultura turística en la zona con la apertura del Puerto en la Unión.

Cuadro # 8.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	100%
Total	20	100%

Grafico # 8.






Análisis: Se puede observar en el cuadro que el 100% de los encuestados opinaron que, con la apertura del Puerto La Unión mejorarían la cultura turística de la zona.

Interpretación: En base a los resultados obtenidos y presentados en el gráfico anterior se puede concluir que las personas residentes de la Ciudad de Intipucá, como los de la zona costera del municipio comenzarían a tener conciencia de la importancia económica y social que generaría la presencia de turistas en la zona con la apertura del puerto en la Unión lo cual les llevaría a ser un polo de desarrollo.

### V.5.3. Resultados De La Investigación De Los Tour Operadores

Se procedió a contactar y a realizar visitas de campo a los lugares de tour operadores debido a que de la Asociación de operadores de turismo nos contactaron directamente con algunos de los operadores siendo la tabla 31, la base de datos que se intentó contactar y la tabla 32, los operadores que accedieron a contestar los cuestionarios:

**Tabla 31: Registro De Tour Operadores De El Salvador.**

OPERADOR TURÍSTICO	DATOS	DESCRIPCIÓN
	<p><b>Nombre de la empresa:</b> salvadorean tours, s. A. De c.v.  <b>Nombre del contacto :</b>            Lic. Silvia de arias - gerente de Mercadeo            Lic. Cecilia de moreno – gerente general  <b>teléfono:</b> 2243-6113 / 2243-6074  <b>correo electrónico:</b> salvadoreantours@gmail.com  <b>pagina web:</b> www.salvadorean.com  <b>Dirección:</b> centro comercial feria rosa 1ra. Planta local 118-b carretera a santa tecla.</p>	<p>Salvadorean Tours es una compañía orientada a la excelencia en el servicio en la realización de tours, congresos, eventos y transporte. Ofrecen tours en todo el país, visitando ciudades coloniales; caminatas ecológicas a cascadas; naturaleza; volcanes y sol y playa: Costa del Sol y Trimaran “Fiesta del Sol” paseo por el Estero de Jaltepeque; rutas de Turismo Rural, visitando Cooperativas, fabricas de artesanías y la experiencia de nuestras tradiciones;</p>
	<p><b>Dirección:</b> Puerto Bus, Local 14-A, Av. Juan Pablo II y 19 Av. Norte, S.S. Departamento: San Salvador  <b>Teléfono :</b>(503)2230-0606  <b>Email:</b> turismo@reynatours.com  <b>Web:</b> www.reynatours.com</p>	<p>Ofrecen olas y surf, circuitos turísticos, consultoría en ecoturismo, paquetes de un día(montañas y volcanes, arqueología, paleontología, museos, artesanías, sitios históricos, agroturismo, ecoturismo etc.)</p>
	<p><b>Dirección:</b> 67 Av. Sur, Pasaje no. 2 , no. 24 Col. Escalón, San Salvador, El Salvador  <b>PBX:</b> (503) 2210-4000 info@rinsatours.com</p>	<p>Rinsa es miembro de la Asociación de Tour operadores y mayoristas de turismo, y cuenta con un departamento especializado en la promoción del Turismo Nacional. Cuenta con contratos especiales, con la mayoría de hoteles a nivel Nacional, Contactan servicio de tours locales, con asistencia de guías Especializados.</p>

	<p><b>Nombre de la empresa:</b> Nahuatl tours  <b>nombre de contacto:</b> Mario e. Domínguez mena.  <b>Teléfono :</b> (503) 2257-4895  <b>correo electrónico :</b> info@nahuatours.com  <b>pagina web :</b> www.nahuatours.com  <b>dirección :</b> col. Campestre calle "a" n° 9</p>	<p>Micro empresa especializada en turismo receptivo: eco tours, rutas arqueológicas, tours de ciudad, tours panorámicos, playa y servicio de transporte ejecutivo, manejo de los idiomas extranjeros: inglés y portugués</p>
 <p>TURISMO CALLE REAL</p>	<p><b>Nombre:</b> Grupo Calle Real S.A de C.V.  <b>Email:</b> grupocallereal@hotmail.com  <b>Dirección:</b> Col. Miramonte, Av. Los Andes # 2919, Edificio Multiclínica Miramonte, San Salvador, EL SALVADOR.  <b>Teléfonos:</b> (503)2260-4314</p>	
	<p><b>Nombre de la empresa:</b> eco maya tours.  <b>Contactos:</b> · Leonor de Castellanos  <b>Dirección:</b> Paseo General Escalón No.3658, Colonia Escalón, San Salvador, El Salvador, <b>Tel:</b> (503) 2298-2844  <b>E-Mail:</b> dmc@ecomayantours.com</p>	<p>Servicios que brinda:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Tour de Artesanías · Pueblos Coloniales · Ruta Maya</li> <li>· Playas y Aventuras · Tour Rurales, de Ciudad y aéreos</li> <li>· Ruta de las Flores y del café · Pre y Post Tours · Turismo de Salud</li> </ul>
	<p><b>Nombre De La Empresa:</b> turibus tour operador  <b>nombre de contacto :</b> José Méndez  <b>teléfono :</b> (503) 2243-3584 / 7729- 5887  <b>correo electrónico :</b> info@turibuselsalvador.com</p>	<p>Empresa Tour Operadora dedicada a brindar paquetes turísticos enfocados en: Arqueología, pueblos coloniales y montañas, playa, de ciudad, culturales, aventura. Circuitos turísticos con duración entre 4 y 12 días por la región</p>
	<p><b>Nombre De La Empresa :</b> Shuttles &amp; Tours, S. A. de C.V.  <b>Nombre De Contacto :</b> Luis Méndez Lacayo  <b>Teléfono :</b> 2263 - 5062  <b>Correo Electrónico :</b> informacion@pullmantur.com  <b>Pagina Web :</b> www.shuttlesntours.com</p>	<p>Especializados en Traslados Privados, Turismo de Aventura sitios históricos y naturales para intercambios culturales, Pesca Deportiva de Marfín, Pez Vela y Dorado y Turismo de Nostalgia para aquellos Salvadoreños que desean regresar a visitar sus Raíces.</p>





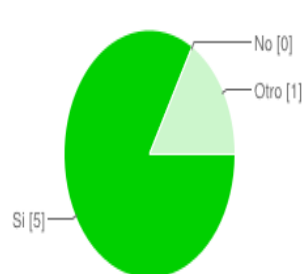
	<p>Nombre de la empresa: Eva tours  Dirección: 3a. Calle poniente No.3737, Col. Escalón, San Salvador, El Salvador.  Teléfonos: (503) 2209-8888  Url: www.evatours.com.sv</p>	<p>Eva Tours es un Tour Operador establecido en San Salvador, El Salvador desde el año 2000. Cuentan con guías especializados, transporte propio, acuerdos con cadenas hoteleras y hoteles independientes en todo El Salvador y la región.</p>
	<p>Nombre de la empresa: el salvador Xpedition.  Dirección: Condominio Puerta de Altamira No.26, apto. 111, San Salvador, El Salvador.  Teléfonos: (503) 2531-0105, (503) 7838-5883</p>	<p>Turismo emisor y receptivo, venta de paquetes turísticos personalizados a empresas, colegios, grupos familiares, nacionales y extranjeros, a nivel nacional e internacional, turismo de aventura, deportes extremos, reservación de hoteles, servicio de guías calificados. Transporte turístico, traslados al aeropuerto. Precio varía de acuerdo al número de personas.</p>
	<p>Nombre de la empresa: Avitours  Dirección: Centro Comercial El Amate, Local 2-5, Av. Masferrer N° 139, Colonia Escalón, San Salvador, El Salvador.  Teléfonos: (503) 2510-7619, (503) 2510-7620  Url: www.avitours.com.sv</p>	<p>En Avitours DMC El Salvador puedes acceder a cualquier tipo de Con ellos puedes encontrar Aventura, Sol y Playa, Ecología, Tradición, Cultural, Historia, Arqueología, Panorámicos, Contemplativo, Naturaleza, Turismo rural, agro ecoturismo, etnoturismo, Grupos de estudiantes, Campamentos de Verano, Extremo: Sur Caminatas, Bicicleta, Rafting, Escalada en Roca, Montañismo, Canopy, etc.</p>
	<p><b>Nombre de la empresa: explore El Salvador</b>  <b>Dirección: Calle El Nispero, Residencial Bosques de Santa Elena II, #26-H, La Libertad, El Salvador.</b>  <b>Teléfonos: (503) 2257-7273, (503) 7736-6583</b></p>	<p>Es una empresa dedicada a prestar servicios turísticos en El Salvador cumpliendo los más altos estándares de Calidad. Se adaptan a todas las exigencias: culturales, naturaleza, historia, aventura, playa, deportes extremos, etc. Con extensiones a Guatemala y Honduras disponibles. Experiencia en turistas individuales, grupos, familias, delegaciones.</p>

Tabla 32: Operadores De Turismo Interesados En Un Tour A La Zona Costera De Intipucá

Datos generales	
<p>INTERTOURS EL SALVADOR</p> 	<p>Contacto: Hugo Doradea                      Ubicación: Paseo General Escalón Condominio Balam Quitzé, local 1-A San Salvador                      Teléfono: 22636188                      Email: info@intertours.com</p>
<p>GENESYS TOURS</p> 	<p>Contacto: Fatima Aguilar                      Ubicación: San Salvador                      Teléfono: 21307597                      Email: genesystours@gmail.com                      Departamento : San Salvador                      Municipio :San Salvador</p>
<p>Ofi Turismo municipal Juayua Encantador</p> 	<p>Contacto: Julio C. Mngandi                      Ubicación: Juayua Barrio San José 1° Avenida y 2 C , Juayua, Sonsonate                      Teléfono: 24298114                      Email: omunicipalturismojuayua@gmail.com</p>
	<p>Contacto: Rodrigo Valenzuela                      Ubicación: 3a West St # 3737, Col. Escalón, San Salvador                      Teléfono: 2209-8888                      Email: info@evatours.travel</p>
	<p>Contacto: Beatriz Flamenco de Contreras                      Ubicación: 2a. avenida norte 2-4, Ahuachapan, El Salvador.                      Teléfono: 2422-0016                      Email: info@toursuniversales.com                      Departamento :Ahuachapán</p>
	<p>Contacto: Marcela Ancheta                      Ubicación:Col. y Ave. Vista Hermosa No. 217, S.S.Teléfono:                      2242-6031Email: maricelaancheta@yahoo.com                      Departamento :San Salvador</p>

### V.5.3.1.Resultados Del Cuestionario Pasado A Los Tour Operadores

De los operadores de turismo de la tabla 33, se obtuvieron los siguientes resultados:






Si 5 83%  
 No 0 0%  
 Otro 1 17%

Pregunta: Estaría dispuesto a ofrecer un tour a la zona costera del Municipio de Intipucá una vez presentado el diseño del paquete turístico?

Análisis: 5 de las empresas de turismo encuestadas manifiestan estar dispuestos a ofrecer un tour a la Zona costera del municipio de Intipucá una vez que se ofrezca un buen servicio de calidad, con un buen paquete bien estructurado y que compita con los otros tours que ellos brindan para satisfacer de la mejor manera a los clientes que optan por hacer uso de los tour operadores.

Tabla 33: Resultados cuestionario a tour operadores

Pregunta	Respuesta 	Respuesta 	Respuesta 	Respuesta 	Respuesta 	Respuesta 
¿A cuánto asciende la cantidad de turistas en temporada baja?	1000 a 2000	40	40	200	15	50
¿A cuánto asciende la cantidad de turistas en temporada alta?	60	10.000 a15.000	25	100	500	
De los turistas que optan por los servicios ¿Cuántos son nacionales?	80% nacional, 10% centro americano y 10% internacional	69% nacional	10 nacional	80 nacional	Todos nacionales	85% nacionales

De los turistas que optan por los servicios ¿Cuántos son de la región centroamericana?	30	8	10%	10% mas que todo guatemaltecos por la cercanía	1%	todos
De los turistas que optan por los servicios ¿Cuántos son internacionales?	12	10% que ingresan de viernes a domingo	ninguno	30%	70	5%
Mencione la cantidad de turistas que optan por playa	15%	20	10	40	80	50%
Mencione la cantidad de turistas que optan por montaña	8	15	20	30%	todos	35%
Mencione la cantidad de turistas que optan por ecoturismo	2	20%	10%	20	10	10
Mencione la cantidad de turistas que optan por otras rutas	10%	15	10	80	30%	70
¿Qué requisitos se deben considerar para ofrecer un tour a través de sus servicios?	Contar con un buen producto bien estructurado, diseñado, organizado para poder llenar las Expectativas del turista limpieza de	Los requisitos no son tan estrictos dado que se conoce que en nuestro país aun falta mucho para poder decir tenemos la planta turística instalada con todos los	Nos hace falta muchísimo trabajar por: la salubridad, higiene de las instalaciones, personal capacitado, la seguridad dentro de las instalaciones, ejemplo si se ofrece acceso a la	Intipucá está muy cerca de la playa ,buenos hoteles , buena comida y buena seguridad que sea de fácil acceso	calidad.puntualidas, rapides	atractivo innovador

	playa seguridad servicios sanitarios restaurantes con higiene hoteles económicos tarifas accesibles parqueo	elementos que la compone; pero lastimosamente no es así.	playa contar con un salvavidas, adoptar una filosofía de ganar ganar en armonía con el medio ambiente.			
--	--	---	--	--	--	--



#### V.5.4. Resultados De La Investigación De La Competencia

A continuación se presentan los resultados de la investigación realizada a través de internet de los diferentes lugares donde se ofrece el tour de kayak.

1. Lugares donde se realizan tour en kayak además de Intipucá:

- Estuario Jaltepeque, Costa del Sol, La Paz, El Salvador;
- Bahía Jiquilisquo, Usulután, El Salvador;

2. Descripción de los lugares donde se realiza tour en kayak:

- Estuario Jaltepeque:

Se encuentra en la playa de Costa del Sol, en La Paz, El Salvador. Además de ser un gran lugar de pesca, Estero de Jaltepeque es un lugar popular para remar en kayak y en El Salvador.



Los manglares en el estuario tiene mucha biodiversidad y constituye un hábitat ideal para

todo tipo de criaturas. Los manglares suelen ser refugio para las aves acuáticas como cormoranes, fragatas, pelícanos y otros. Birdlife incluye pelícanos, cigüeñas y espátulas, flamencos y reptiles como los cocodrilos y caimanes.

Para agregar a esta exquisita experiencia, ofrecemos los Kayaks Hobie innovadoras que aportan algo brillante nuevo en el deporte del kayak: Pedales. Pedales le llevará lejos, más rápido, con un gran énfasis en la diversión. He aquí cómo funciona: se pedalea por pisar alternativamente a izquierda y derecha, no muy diferente de un ejercicio paso a paso, para conducir dos



aletas bajo el agua. Ellos trabajan muy similar a las aletas de los pingüinos para impulsar el Hobie Kayak con sorprendente rapidez y facilidad. Robusto. Estable. Y, en efecto, rápido.

Precio por persona:

- Hobbie Kayak Tour de pesca 2-7 pax - \$ 80
- Hobbie Kayak Observación de Aves / Vela Información 2-7 pax - \$ 60
- Ocean Kayak Remar (kayak regularmente al mar) Desde \$ 15 - \$ 49
- Alquiler de Kayak (kayaks regulares oceánicas) 1-10 pax Por día - \$ 45\*

\* Se requiere un depósito de alquiler.

2-7 pax

Los precios incluyen lección introductoria, guía de kayak locales, combustible, box lunch, kayak, remos, chalecos salvavidas, bolsa secas, bebidas no alcohólicas, barco o vehículo de apoyo cuando sea necesario, todos los impuestos.

\* Gastos de transporte de San Salvador es por grupo. Max 8 PAX. - \$ 110

### **b. Kayak en Bahía Jiquilisco**

Bahía de Jiquilisco es hábitat natural de la mayoría de aves marino costeras de el Salvador y visitada por 87 tipos de aves migratorias que hacen su hogar en lo profundo de los manglares, Iremos en kayak atreves de los canales de este bosque salado observando aves, cangrejos, peces, mapaches y muchas otras especies en este rico ecosistema. . El recorrido es de alrededor de 2 a 3 horas. No se olvide de llevar su protector solar. También si lo prefiere se puede arreglar un paseo en bote puede ser arreglado. Tiempo: 6 horas

2 personas \$ 120 pp

3 personas \$ 110 pp

4 personas \$ 100 pp

5 personas \$ 90 pp

6 personas \$ 80 pp

Lo anterior incluye: Almuerzo, Equipo, Guía de turismo según el itinerario Transporte terrestre y excursiones en vehículos con aire acondicionado, Servicios guías bilingües de habla Inglés, Entradas a los lugares de turismo incluidos Todos los traslados según el itinerario, con ayuda y manejo de equipaje.

### 3. Resultados del cuestionario a los tour operadores

En la tabla 34, se presenta el resultado del cuestionario pasado al tour operador “Epic Tours El Salvador”, de los tour operadores encuestados fueron los únicos que respondieron el cuestionario.

**Tabla 34: Resultados cuestionario de investigación de la competencia de tour de kayak**

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
Información general del Tour	Esther van Dort, Epic Tours El Salvador La Libertad, El Salvador, CA Phone (503) 78904751 y info@epictourselsalvador.com skype: esther.van.dort   Kayak en Bahía Jiquilisquo salida a las 8 am regreso 3.30 pm
1. ¿Cuántos kayak tienen disponibles?	Contamos con 7 Kayaks 4 individuales y 3 dobles
2. ¿Qué tipo de kayak son: para dos o una persona, de remo, de pedalear con o sin vela?	Kayak de remos sin vela
3. ¿Cuántos viajes se pueden realizar en el día?	El viaje dura más o menos 2 horas en kayak, se podría hacer max 3 viajes al día
4. ¿Cuántos años de experiencia tiene la empresa que posee el kayak?	Y con la experiencia, nuestro equipo de lancheros tienen más de 6 años trabajando en el ramo. El guía de kayak tiene más de 3 años de experiencia
5. ¿Cuáles son los otros lugares a los que se puede entrar y que poseen: piscina, habitaciones etc.?	A la piscina, restaurante y hacer una caminata a visitar los monos que viven libres en la finca
6. ¿Cuál es el precio para un grupo mayor a 25 personas?	\$40.00 por persona
Fotos de las actividades que realizan en el tour	 

## CAPITULO VI. ANÁLISIS, SÍNTESIS Y DIAGNOSTICO DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### VI.1. ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

- En la visita de campo se identificaron 11 recursos turísticos: de estos 5 están ubicados directamente en la zona costera del municipio (2 playas, 1 bocana, 1 cerro y un manglar), 3 tienen una conexión con la zona costera (los ríos), 2 se encuentran en el casco urbano y 1 se encuentra al oeste de la ciudad (cerro San Cristóbal);
- Los recursos turísticos están focalizados en 1 sola playa, la playa el Esterón;
- De los 11 recursos 2 ofrecen turismo de sol y playa, 6 turismo de aventura y recreativo, 1 turismo recreativos, 1 turismo religioso y 1 turismo gastronómico y cultural;
- Hay 5 recursos que no están siendo utilizados para actividades turísticas: Estero y río El Encantado, Río Guarrapuca, Río Fantasma, Cerro San Cristóbal o Buena Vista y Cerro Panela;
- En los recursos naturales identificados 3 son ríos en los que se puede realizar caminatas, visitas a posas, pesca y paisajismo; 2 playas y 1 estero; 1 manglar en el que se puede realizar caminatas y pesca deportiva; 2 cerros en los que se pueden realizar caminatas a miradores que permiten apreciar lindos paisajes;
- Se identificaron 34 prestadores de servicios: 6 están prestando servicios a turistas que visitan el municipio y 28 son potenciales presentadores de servicios turísticos;
- De los 6 prestadores de servicios 4 son hoteles, 1 restaurante y un tour operador; los 6 establecimientos están ubicados en la zona costera del Municipio;
- De los 4 hoteles 2 pueden ser clasificados como hoteles de 3 estrellas, ya que, cuentan con estacionamiento para clientes, señalización interna, ventilación y aire acondicionado en los cuartos, servicio telefónico y de internet, sistema de iluminación de emergencia, servicios sanitarios diferenciados por genero, servicio de recepción permanente, baño privado en los cuartos, closet y ropero, cillas, cambio de cama cada vez que haya cambio de cliente entre, personal con un nivel medio de ingles, entre otros; (mayor detalle consultar : CATEGORIZACION DE HOTELES POR ESTRELLAS NSR 03.44.03:08);
- De los 4 hoteles 2 están en la categoría de 1 estrella ya que cuenta con los requisitos mínimos, baño en las habitaciones, estacionamiento y ventilación en las habitaciones, no posee personal que hable ingles o con los conocimientos mínimos de atención al cliente, la

presentación del lugar y el personal no es la correcta, entre otros (mayor detalle consultar : CATEGORIZACION DE HOTELES POR ESTRELLAS NSR 03.44.03:08);

- En el caso del restaurante tiene servicio de desayunos, almuerzos, cenas, bebidas nacionales, licores, estacionamiento, vista a la playa, el personal carece de presentación y capacitación de atención al cliente, entre otros;
- La capacidad de acogida de los hoteles para personas que quieran permanecer más de un día en la playa, es decir que quieren pasar la noche en un hotel en la playa es de 196 personas: 26 parejas, 11 familias o grupo de amigos de 5 personas, 7 familias o grupo de amigos de 10 personas y 3 familias o grupo de amigos de 15 personas; (ver tabla 35 );

**Tabla 35: capacidad de acogida de los hoteles y de los restaurantes**

Tipo de habitación/mesa	Total de Habitaciones por hotel				Capacidad de de los hoteles <sup>62</sup>	Total de mesas por Restaurante	Capacidad de los restaurante <sup>63</sup>
	2	5	10	15			
<b>Hotel la Bocana</b>	3	1	-	-	11	10	40
<b>Hotel La Tortuga Verde</b>	3	5	3	2	91	25	100
<b>Hotel Tropiclup</b>	5	4	4	1	85	20	80
<b>Hotel Sol y Mar</b>	2	1	-	-	9	10	40
<b>Restaurante Brisas del mar</b>	-	-	-	-	-	12	48
<b>Total de habitaciones, personas y mesas</b>	13	11	7	3	196	77	308

Fuente: Elaboración propia a partir de la información brindada por los encargados de los establecimientos

- La capacidad de acogida semanal de servicios turísticos de hotelería y restaurante de la zona costera de Intipucá es de 2156 personas;
- La capacidad en cuento a mesas para que las personas coman cómodamente de los restaurantes de los hoteles y del único restaurante de Intipucá en la zona costera es de 308 personas; (ver tabla 35 );
- La demanda que presentan los servicios turísticos en promedio el presente año 2013 se presenta en el siguiente la tabla 36, está información se recolecto a partir de la entrevista realizada a los encargados de los hoteles y el restáurate en base a su experiencia:
- La capacidad de servicios turísticos de hotelería y restáurate no utilizada en semanas de no vacaciones es del 67.06%;

<sup>62</sup> Acogida de personas en habitaciones para pasar la noche

<sup>63</sup> Acogida de personas en mesas para comer

- La capacidad de servicios turísticos de hotelería y restáurate no utilizada en semanas de vacaciones es del 24.16%;
- Los hoteles y los restaurantes no tienen documentados los procesos, no poseen un enfoque estratégico documentado del negocio, no cuentan con un manual de atención al cliente aspectos muy importantes si se quiere brindar un servicio satisfactorio para los clientes;

**Tabla 36: demanda que presentan los servicios turísticos en promedio el presente año 2013**

	Demanda estadia de mas de un día		Demanda estadia un día		Demanda total	
	No vacaciones	Vacaciones	No vacaciones	Vacaciones	No vacaciones	Vacaciones
<b>Tipo de habitación/mesa</b>	Semanal	Semanal	Semanal	Semanal	Semanal	Semanal
<b>Hotel la Bocana</b>	20	50	70	140	90	190
<b>Hotel La Tortuga Verde</b>	70	450	190	200	260	650
<b>Hotel Tropiclup</b>	60	350	140	100	200	450
<b>Hotel Sol y Mar</b>	20	35	80	160	100	195
<b>Restaurante Brisas del mar</b>			60	150	60	150
<b>Tour a los manglares</b>					20	
<b>Total demanda</b>	170	885	540	750	710	1635

Fuente: Elaboración propia a partir de la información brindada por los encargados de los establecimientos

- Solo 2 hoteles de los 4 hoteles realizan publicidad a través de sus sitio web y a través de redes sociales, un aspecto negativos para el posicionamiento del municipio es que los establecimientos hacen referencia que pertenecen a la playa El Cuco de San Miguel y no a Playa El Esterón de Intipucá, como se puede observar en la imagen 4:



Imagen 4: publicidad realizada por los establecimientos hoteleros de Intipucá

➤ De los 2 hoteles que hacen publicidad a través de redes sociales solo uno realiza publicidad acerca de un tour en kayak a los manglares;

➤ El restaurante que esta ubicado en la bocana El Esterón no realiza publicidad;

**Respecto al tour operador (Cooperativa Intipucá Tour)** se tiene especial interés en este análisis ya que es el ente al que se le esta desarrollando éste proyecto para que pueda tomar en cuenta en el desarrollo turístico del municipio, a continuación los hallazgos de interés para el proyecto:

➤ Apoyos obtenidos hasta la fecha:

Por parte de JICA:

➤ Equipamiento y Capacitación para la implementación de un Tour a los Manglares en Kayak en Playa el Esterón y El Icacal

➤ Señalización Turística

➤ Capacitación Artesanal

Por parte de CONAMYPE

1. Asistencia técnica para la Creación de una Cooperativa Turística

2. Asistencia para el mejoramiento empresarial en el municipio
1. Por parte de AECID:
  1. Proyecto de Gestión de Riesgo en los Esteros del Icacal La Tunas.
2. Por parte de CCAD:
  1. Fondos para el mejoramiento de las capacidades de los Guarda recursos
3. Por parte de MITUR/ CORSATUR
  1. MEJORAMIENTO DE LAS CAPACIDADES DE GESTION PARA LOS COMITES DE TURISMO DE LA REGIÓN ORIENTAL.
    - El producto que ofrece el tour operador “ El Tour en Kayak” actualmente no está documentado y estandarizado, es decir, no tienen bien definido los siguientes puntos:
      - Tiempo y distancia del tour;
      - En la figura 10, podemos ver un afiche publicado en la pág. Web de la cooperativa en el que que no hay un punto de salida y de regreso de san salvador, el número de teléfono no está actualizado, ni tampoco el número de personas que se tienen que apuntar para que se pueda realizar el viaje, fechas en que se realizara la actividad, restricciones de las personas que pueden tomar el tour y las que no pueden tomar el tour:
      - El tour no tiene bien definida la ruta y las actividades a realizar, ósea, si las personas pueden abandonar el kayak o no, si lo pudieran hacer cuando y bajo qué medidas de seguridad;
      - No tienen un costeo real del paquete partiendo que no lo tienen documentado;
      - No tienen documentados y definidos planes de seguridad en caso de emergencias;
      - Al personal encardado de brindar el tour no tiene conocimientos de ingles y de formas de atención al clientes, ósea, que debe decir durante el tour, como debe decirlo y que no debe decir;



Figura 8: afiche publicado en la pág. Web de la cooperativa



**¡¡¡Attrévete a vivir una experiencia de vida!!!**

**Tour a los Manglares  
El Esterón Intipucá**

Incluye:

- Transporte San Salvador- Intipucá - San Salvador
- Tour a los manglares
- Refrigerio y almuerzo
- Uso de Kayak (doble), chaleco salvavidas, remos dobles.
- Bolsa impermeable
- Guia local.

**\$ 28.00\***  
por persona

Reservaciones e Información  
operaciones@intipucatours.com  
Teléfono: 74464259

**INTIPUCA TOURS**

\*Precio Especial Expovacaciones

➤ No lo promocionan su producto en su página de facebook:



facebook

Busca personas, lugares y cosas

César B...

**TIPUC.** Intipucá Tours

A 79 personas les gusta esta página · 4 personas están hablando sobre esto.

Te gusta Mensaje

Viajes/Ocio  
La ADESTI es una organización no lucrativa que se organo para fomentar y desarrollar el municipio de Intipucá como un destino turístico.

Información - Sugerir una edición

Lo más destacado

Publicar Foto / video

Escribe algo...

Intipucá Tours compartió un enlace.  
8 de octubre de 2012

ideas reciclaje

ideas reciclaje  
este es el link amigos  
https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151119188677383

1 amigo  
indico que le gusta Intipucá Tours

Invita a tus amigos a que indiquen que les gus... Ver todos

Escribe el nombre de un amigo...

Invitar

Cristy Ramos Invitar

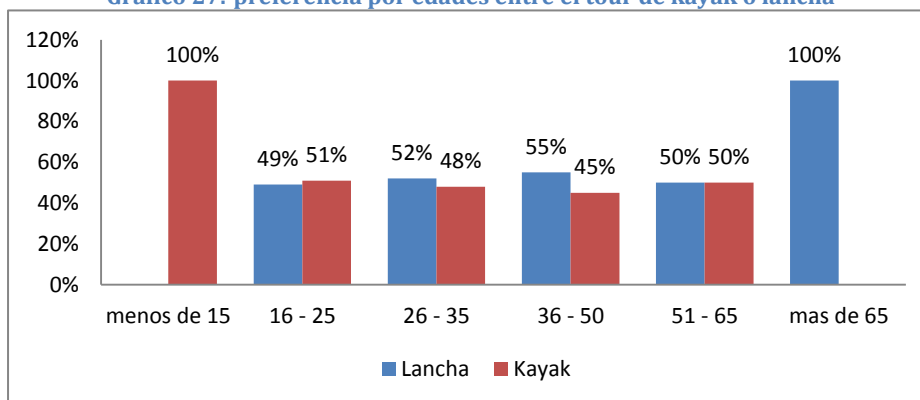
Fotos Me gusta 79

- Desde que inicio el estudio en febrero de 2013 no han recibido ningún like en su pagina siguen teniendo 79 like, ahora bien, ¿por que es tan importante recibir like y promocionarse en facebook u otra red social? Por que según el II estudio realizado por iLifebelt en Centro América de redes sociales en enero de 2013, son 1,536,040 usuarios que tenia El Salvador en esa fecha y según el estudio todas las personas revisan su cuenta en una red social al menos de 5 a 30 min diariamente;
- Desde el 8 de octubre de 2012 no han realizado ninguna publicación, ni de el producto que ofrecen, ni de las actividades realizadas durante el año;
- No posee una alianza bien definida con los hoteles, restaurantes o potenciales prestadores de servicios: cada vez que van a realizar alguna actividad tiene que estar negociando las condiciones del servicio precio, tipo de servicio etc;
- No han realizado alianzas estratégicas con hoteles o restaurantes de playas vecinas como el Cuco o Las tunas;
- La demanda actual de la cooperativa de tour de kayak Intipucá Tour es de 80 personas semanales las semanas no de vacaciones y las semanas de vacaciones hasta 150 personas en dicha semana;
- La capacidad promedio de servicio de tour e kayak es de 420 personas semanales;
- La capacidad de tour de kayak no utilizada en semanas de no vacaciones es de 80.9% y en semanas de vacaciones es de 64.28% ;

## VI.2. ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA

- El 96% de los encuestados les gusta hacer turismo de playa al proyectar ese valor al universo investigado se tiene que a 1,474,598 personas les gusta hacer turismo de sol y playa;
- Del 96% de personas que les gusta hacer turismo de sol y playa hay un 81% de éstas que ha visitado alguna de las playas de la zona oriental lo que vendría hacer al proyectar el valor 1,194,425 de personas las que han visitado la zona oriental;
- Del 81% que han visitado las playas de la zona oriental solo el 33% de éstas han visitado alguna de las playas de Intipucá, ósea, 394,160 personas y hay un 67% que no ha visitado ninguna de las playas, ósea, 1,141,880 personas no han visitado ninguna de las playas; el 42% atribuyen a que no tenían conocimiento que en Intipucá hubieran playas y hay un 30% que dice que no sabe como llegar a estas playas, lo rescatable que podemos atribuir que el 72% de las personas que no han visitado el municipio es por desinformación y solo el 5% y 4% lo atribuye a que es un municipio inseguro y la insuficiencia de hoteles respectivamente;
- El 97% de las personas encuestadas, que les gusta el turismo de sol y playa; ésta dispuesta a visitar las playas de Intipucá, es decir, 1, 430,360 personas en su próxima salida turística a la playa, de éstas el 99% esta dispuesta a tomar el tour en Kayak o Lancha a los manglares, ya que, la preferencia por estas actividades es similar, a 49% le gustaría el tour en kayak y al 51% le gustaría el tour en lancha. La distribución de la preferencia por edades entre el tour de kayak o lancha se presenta en el siguiente grafico 27:

Gráfico 27: preferencia por edades entre el tour de kayak o lancha



- En éste se puede observar que solo en los extremos de las edades es donde hay perseverancia, en el rango de 16 a 65 tiene igual de preferencia.
- Del 96% del universo que le gusta el turismo de sol y playa solo el 2.78% de las personas no visitarían las playas de Intipucá, al proyectar éste valor se tiene que a 40,846 personas;

- Del 2.78% de las personas han visitado las playas del oriente del país y que no visitarían las playas de Intipucá, el 50% de éstas lo atribuye a que el municipio no cuenta con la suficiente seguridad, el 33% a que las carreteras de acceso a las playas se encuentran en mal estado y un 17% a que no hay suficientes hoteles.

### VI.2.1. Proyección De La Demanda

Según los resultados de la encuesta a la pregunta: ¿Le gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida turística? Se obtuvo que el 97% de la población le gustaría visitar las playas de Intipucá, sin embargo este dato resulta demasiado alentador para realizar un plan para una oferta de esa magnitud por lo que se considera además de los resultados de la demanda potencial los resultados de la demanda real, la cual se obtuvo a través de la siguiente pregunta hacia los diferentes entes que ofrecen los servicios en el lugar:

- Cooperativa de Intipucá: Según indican los encargados del tour de kayak y de lanchas la afluencia de turistas para hacer actividades de tour de kayak y lancha los días sábados y domingos es de 20 turistas al día.
- Hoteles de la zona costera: Según las entrevistas a los encargados de los hoteles de la zona costera llega una afluencia de turistas dependiendo del tipo de hotel ascendiendo la cantidad total aproximadamente a 60 turistas diarios en temporada regular.
- Restaurantes: Según los restaurantes entrevistados en promedio por todos llega una afluencia de 30 turistas diarios a la zona en temporada regular.

**Tabla 37: Demanda real playas de la zona costera de Intipucá**

<b>Turistas destino</b>	<b>diario</b>	<b>mensual</b>
<b>Turistas tour</b>	20	160
<b>Turistas hoteles</b>	60	1800
<b>Turistas restaurantes</b>	30	900
<b>Total turistas</b>	<b>110</b>	<b>2860</b>

Ahora se hace uso de lo que se conoce como inferencia, la cual surge a partir de una evaluación mental entre distintas expresiones que, al ser relacionadas como abstracciones, permiten trazar una implicación lógica. Para el caso de la proyección de la demanda la hipótesis sería que la demanda crecerá en un 10% en los últimos años datos que se han determinado con los datos que se presentan a continuación:

Para determinar el nivel de crecimiento anual que tendrá la demanda se utilizara la proyección de el Plan Nacional de turismo El Salvador 2020, estos datos se presentan a continuación:

Objetivo 2013: 1.800000 turistas

Objetivo 2014: 1.900000 turistas

Objetivo 2020: 3.000000 turistas

Crecimiento del turismo año 2014 con respecto a 2013=  $1.9/1.8= 1.05\%$

Crecimiento del turismo año 2020 con respecto a 2013=  $3/1.8= 1.66\%$

Con los datos que se obtuvieron de crecimiento para los años 2013 a 2014 y 2013 a 20120 se determina que el crecimiento promedio del turismo es de 10% por año<sup>64</sup>.

En la tabla 38, se presenta la proyección de la demanda anual.

**Tabla 38. Proyecciones de demanda zona costera de Intipucá**

	<b>Demanda de turistas anual Intipucá (2012)</b>	<b>Demanda de turistas anual proyectada para Intipucá</b>
	34320 <sup>65</sup>	
<b>Años Proyectados</b>	2013	37752
	2014	41527
	2015	45679
	2016	50246
	2017	55270

Fuente: Elaboración propia

Para tener un dato más exacto de la demanda de cada tipo de turismo que les gustaría realizar en Intipucá se utilizará la demanda anual proyectada de la tabla anterior y se cruzará la información con el siguiente dato.

<sup>64</sup> Crecimiento anual=  $(1.66-1.05)/6= 10\%$

<sup>65</sup> Total turistas por año Intipucá =  $2860 \times 12 = 34320$  Turistas por año

A partir de la pregunta que aparece en el gráfico 25 ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en Intipucá? Podemos proyectar una demanda potencial de turistas que podrían demandar los diferentes servicios:

Resultados de la pregunta:

- El 70% de los encuestados contestó que le gustaría realizar turismo de sol y playa
- El 12% de los encuestados contestó que le gustaría realizar turismo cultural
- El 7% contestó que le gustaría realizar turismo rural
- El 12% contestó que le gustaría realizar turismo de montaña

Cruzando los datos y proyectándolos por cada tipo de turismo se tiene la siguiente tabla:

**Tabla 39: Demanda proyectada por cada tipo de turismo**

	<b>Demanda de turistas anual proyectada para Intipucá (2012)</b>	<b>Demanda de turistas anual que les gustaría realizar turismo de sol y playa en Intipucá</b>	<b>Demanda de turistas anual que les gustaría realizar turismo cultural en Intipucá</b>	<b>Demanda de turistas anual que les gustaría realizar turismo rural Intipucá</b>	<b>Demanda de turistas anual que les gustaría realizar turismo de montaña en Intipucá</b>	
	34320 <sup>66</sup>	70%	12%	7%	12%	
<b>Años Proyectados</b>	2013	37752	26426	4530	2642	4530
	2014	41527	29068	4983	2906	4983
	2015	45679	31975	5481	3197	5481
	2016	50246	35172	6029	3517	6029
	2017	55270	38689	6632	3868	6632

Fuente: Elaboración propia

<sup>66</sup> Total turistas por año Intipucá = 2860x12 = 34320 Turistas por año

### VI.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO

En la tabla 38, se presentan los diferentes elementos que componen el espacio geográfico, acompañado de un análisis de cada elemento:

Tabla 40: análisis de los elementos del espacio geográfico

Elementos Del Espacio Geográfico	Análisis
<p data-bbox="418 516 792 548">Imagen 5: Carreteras al municipio</p> 	<p data-bbox="1008 491 1398 1188">Se observa en la figura que las carreteras para llegar al municipio de Intipucá están pavimentadas y en buenas condiciones. Sin embargo hace falta publicidad a lo largo de la carretera. Con respecto a la señalización del sitio se encuentra en buenas condiciones. Los turistas que quieran llegar al municipio lo pueden hacer en cualquier tipo de vehículo debido al buen estado de las carreteras.</p>
<p data-bbox="435 1213 776 1245">Imagen 6: Carreteras a la playa</p> 	<p data-bbox="1008 1224 1398 1871">Las carreteras a la playa son regulares ya que son de tierra con balastro. Las cuales son reparadas 2 veces al año. En la carretera existe señalización y sin ningún tipo de publicidad. Para acceder a la carretera se recomienda hacerlo en bus, microbús o pick up. Acá se observa que no existe iluminación en la carretera por lo que los viajes de noche no son recomendables.</p>



Imagen 7: Señalización



Con respecto a la señalización en toda la trayectoria hasta llegar al municipio y la zona costera se encuentra señalizado viniendo del oriente (de la ciudad de La Unión), y yendo de san miguel no hay señalización.

Imagen 8: Fauna



Con respecto a la fauna del territorio se encuentra diversidad de fauna sin embargo es necesario que se tenga un plan de protección de las especies debido a que con la urbanización del lugar poco a poco se está deteriorando el hábitat de muchas especies.

Imagen 9: Flora



La zona costera cuenta con manglares lo que hace atractivo el lugar por lo que se pueden hacer rutas por los manglares para observar diversidad de flora en la zona costera.

Imagen 10: Transporte



Con respecto al espacio de transporte se encuentra en el municipio una zona donde los autobuses se estacionan para hacer sus rutas en algunos casos cada hora y en otros cada hora y media.

Imagen 11:Restaurantes



En la zona costera hay una oferta muy pobre de lo que son restaurantes ya que solo hay 1 y como se ve en la figura es un restaurante no de muy buena calidad. El espacio es grande pero no presentan mucha comodidad a los turistas.

Imagen 12: Hoteles



Los hoteles de la zona son 4, cuentan con diversidad de habitaciones los cuales son llenados a su máxima capacidad en temporadas altas.

Se ofrecen en el caso de la fotografía hotel tortuga verde piscina y área de restaurante en el que sirven comidas para todos los gustos.

Imagen 13: Playas



El espacio de playas lo componen:

La playa el Icacal y la Playa el Esterón de los cuales acá es donde se tiene proyectado potenciar el tour de kayak que es el proyecto que quieren impulsar donde llegan los turistas internacionales. Son playas de excelente calidad debido a que no hay grandes olas ni tampoco hay piedras como en otros lugares donde la playa está cubierta de piedras.

Un buen lugar para la diversidad de fauna que se reproduce en la playa que es fuente de trabajo para pescadores de la zona.

Imagen 14: Montañas



La playa está rodeada de montañas como se muestra en la figura las cuales todavía se encuentran verdes por lo que muchas especies de animales encuentran un refugio los cuales pueden ser explotados.

Imagen 15: Parque



Imagen 16: Monumento al hermano lejano



Imagen 17: Zona urbana municipio - calle central



En el municipio se encuentran parques, y canchas para que los turistas luego de ir a la playa y los que optan por quedarse en la ciudad puedan tener esparcimiento en el parque central de municipio

La zona urbana se encuentra en buenas condiciones en la cual hay banco, cajeros automáticos, tiendas, parques, mercados, cruz roja, policía, centro de atención al turista, alcaldía municipal, centro escolar.

### VI.3.1. Evaluación Del Espacio Geográfico

Como parte del diagnóstico del espacio geográfico se hace una evaluación de los elementos que componen el espacio geográfico para determinar las condiciones de desarrollo en que se encuentra cada uno de los elementos del municipio que darán la pauta para determinar por donde deben ir encaminadas las acciones a plantear en el diseño del plan de desarrollo turístico para El Municipio de Intipucá La Unión.

#### VI.3.1.1. Metodología de levantamiento de información para la evaluación del espacio geográfico

Para realizar la evaluación del espacio geográfico se entrevistaron a habitantes del lugar, a entes de interés tales como dueños de restaurantes y de hoteles así como la percepción de los estudiantes de ingeniería. Además se les pasó el cuestionario a los entes de interés (miembros de la cooperativa de turismo de Intipucá y miembros de la alcaldía) para que evaluaran el espacio geográfico según como ellos mismos lo perciben. Luego se procede a tabular los datos.

Los criterios de evaluación tomados en cuenta están basados en una consideración consensada sobre la calidad que se espera en los servicios y espacio geográfico en común sobre percepciones de lugares turísticos en general.

A continuación se presentan los criterios y su respectiva evaluación:

EVALUACIÓN	COLOR
DEFICIENTE	ROJO
REGULAR	AMARILLO
BUENO	VERDE CLARO
EXCELENTE	VERDE OSCURO

EVALUACIÓN	CRITERIO
<b>DEFICIENTE</b>	Los servicios son de baja calidad, son muy pocos servicios los que se ofrecen en la zona, el personal no está capacitado, se encuentra en malas condiciones, El lugar se encuentra en estancamiento, demasiada suciedad
<b>REGULAR</b>	Algunos servicios son buenos otros no son buenos, es poca la oferta, el personal se ha capacitado pero no pone en práctica lo aprendido, el lugar se encuentra en condiciones aceptables pero se puede mejorar, en algunos lugares hay indicios de desarrollo pero en otros no.
<b>BUENO</b>	Los servicios son de mejor calidad, hay buena oferta, excelentes condiciones mediambientales, el personal se ha capacitado, El lugar se encuentra en crecimiento.
<b>EXCELENTE</b>	El lugar posee las condiciones óptimas para ofrecer al turista un lugar donde pueda disfrutar satisfaciendo sus expectativas.

En la tabla 41, se presenta una evaluación del estado de los elementos del espacio geográfico:

**Tabla 41: Evaluación Del Espacio Geográfico**

Zona	Elemento del espacio geográfico	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Zona urbana de la ciudad	Parques				
	Tiendas				
	Restaurantes				
	Alcaldía				
	PNC				
	Centros de salud				
	Centros educativos				
	Canchas				
	hoteles				
	Centros de atención al turista				
	Iglesias				
	carreteras				
	rios				
	Señalización vial				
	Señalización turística				
Zona costera	playas				
	parques				
	Tiendas				
	Restaurantes				
	hoteles				
	PNC				
	Centros de salud				
	Zonas naturales				
	Carreteras				
	montañas				
	flora				
	fauna				

Fuente: Elaboración propia

### VI.3.2. Síntesis Del Análisis Del Espacio Geográfico

- El espacio geográfico que comprende el acceso vial está comprendido por carreteras en buen estado las cuales llegan al municipio. En su totalidad se encuentra pavimentada hasta llegar al centro del municipio donde las calles principales están adoquinadas y en algunos casos son de tierra. El espacio que comprende del centro del municipio hacia la zona costera se encuentra que las carreteras son de tierra balastradas en todo el trayecto. A lo largo de la ruta se encuentra señalización vial sin embargo no hay ningún tipo de publicidad de las playas.
- Dentro del municipio se encuentra la alcaldía municipal, 1 escuela, 1 banco, 1 cajero automático, estación de autobuses que vienen de San Miguel y de la Unión hacia Intipucá, existen pequeños restaurantes, tiendas, 1 unidad de salud, 1 puesto de la PNC, farmacias, 1 parque central, canchas de fútbol, basquetball, voleiball, y alojamiento para turistas que quieran pasar la noche en el centro del municipio. En frente de la alcaldía a un costado del parque central se encuentran todos los días ventas de comida las cuales terminan de ofrecer sus productos hasta las 8 pm para que las personas puedan degustar los platillos típicos que ofrecen en el lugar.
- Las condiciones de servicios básicos en el centro de la ciudad son bastante buenos ya que poseen servicio de energía eléctrica entre un 75% a 100%, existe servicio de agua potable en un 75 a 100%, Aguas negras entre el 75% al 100%. Además existe servicio de comunicación de telefonía en un 75% a 100%, se ofrece servicio de internet, existe también servicio de correos.
- Las condiciones de servicios básicos en la zona costera disminuyen en calidad y oferta ya que el servicio de aguas negras se ve reducido y va de un 50% a 70%, no existe servicio de internet, el servicio de telefonía es de 75% a 100% de la población.
- El municipio cuenta con atractivos turísticos tales como: ríos, montañas, área de bosques salados que lo conforman los manglares. Cuenta con las playas principales donde se realizan los viajes en la ruta de la implementación de kayaks y se ha identificado que se planea hacer un tour de senderos y otro tour de fotografías para el avistamiento de la fauna y paisajes de la playa.
- A un costado de la carretera se comienzan a observar los ranchos privados que ocupan el 80% del espacio geográfico. Los cuales son pocos aproximadamente 3 los únicos que alquilan los fines de semana ya que las personas que cuidan los ranchos afirman que los dueños de los ranchos los ocupan para vacacionar.
- En la entrada a la playa se encuentran los restaurantes Bocana y el restaurante brisas del mar donde además de ofrecer comida se ofrece alojamiento los cuales ofrecen cuartos con



baños, hamacas, parqueo, se identificó que ofrecen poca variedad de comida el servicio al cliente no es de buena calidad, las instalaciones no se encuentran muy limpias y se ve desorden por todos lados. Los trabajadores de los lugares visitados afirman haber recibido un par de veces capacitaciones sin embargo se identificó que es necesario que capaciten más a las personas que trabajan en los restaurantes en todo el servicio.

- También se encuentran los hoteles tortuga verde donde se ofrece alojamiento a las personas, área de restaurante con comida nacional e internacional, piscina, habitaciones con baños, hamacas, personal bilingüe a nivel intermedio los cuales están capacitados constantemente para ofrecer la mejor atención a los turistas, cuentan con amplio parqueo.
- De las cosas que hacen falta mejorar en la zona costera del municipio es ofrecer mayor infraestructura del lugar ya que la zona costera ofrece una infraestructura demasiado limitada para ofrecer al turista, de alojamiento, de restaurantes que puedan ofrecer servicios con paquetes a grupos de turistas ofreciendo calidad en su gastronomía, mayor variedad, que se ofrezca servicios de cable, servicios de internet.
- Es necesario que se haga un esfuerzo por pavimentar la calle hacia la zona costera, es necesario que se haga publicidad a lo largo de la carretera así como a lo largo del país y específicamente en la zona oriental, es necesario que se haga un esfuerzo por atraer al turista nacional para que opte por el paseo en kayak, es necesario que existan guardavidas en la playa, que el personal de servicios de los restaurantes se capaciten en atención al cliente, que se haga un esfuerzo por llevar las aguas negras a toda la zona costera, que se haga un esfuerzo por fomentar la asociatividad y la competencia en la oferta turística, un mayor compromiso de parte de la alcaldía por dar a conocer a Intipucá como un lugar atractivo para el turista y posicionar las playas como de las mejores de la zona de oriente, Es necesario que se haga conciencia en los habitantes del lugar de lo valioso de los recursos con los que cuentan que son fuente de desarrollo económico de la zona, que hagan esfuerzos por aprovechar el polo de desarrollo que genera el Puerto de la Unión.

#### VI.4. ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LOS ENTES DE INTERÉS

- Según la investigación con los entes de interés se detecta que los empresarios del lugar están en un 100% interesados en que se haga un Plan de Desarrollo Turístico en la Zona Costera de Intipucá. Ellos manifiestan las oportunidades de desarrollo económico, social, que traerían proyectos turísticos. Al mejorar la infraestructura, los servicios, la educación, aumentaría la demanda y por ende mejoraría la oferta lo que contribuye a la generación de empleos en la zona. Los empresarios han tenido acercamientos con la ADESTI, la Cooperativa de turismo de Intipucá y la alcaldía para tratar estos temas pero aún hace falta tener estudios técnicos para solventar inquietudes que manifiestan como hacer un plan de desarrollo en el que se tenga en cuenta el ordenamiento territorial, el uso sustentable de los recursos, un desarrollo que preserve y mejore la calidad de vida de todos los que habitan en el espacio geográfico en estudio.
- Los empresarios manifiestan que al tener un plan de desarrollo bien estructurado ellos estarían dispuestos a invertir y ser entes activos para desarrollar en conjunto los proyectos de interés de todos los habitantes de la zona costera.
- Con respecto a los operadores de turismo existe en un 90% interés de hacer alianzas con entidades que se comprometan a ofrecer paquetes turísticos de calidad, para ellos los requisitos de hacer alianzas con estos operadores son orientados a ofrecer y mejorar la calidad de la infraestructura y servicios que se ofrecen en la zona de manera que el turista quede con ganas de volver a ir al lugar.
- Se ha encontrado que los operadores de turismo están bien posicionados y ofrecen un servicio bastante bueno de gran calidad como para que los entes interesados en Intipucá puedan crear acercamientos con los operadores y les puedan ayudar a promocionar sus tours y así ofrecerles a los turistas otras alternativas de turismo de playa en la zona oriental del país.
- Con respecto a otros operadores de turismo una vez ofrecido el tour con las condiciones mínimas que los tour operadores exigen, es posible hacer gestiones para hacer alianzas con ellos, ya que no todos respondieron los cuestionarios por falta de interés, al no ver un desarrollo actual en el municipio desperdiándose los servicios que pueden ofrecer esos operadores de turismo si se tuviera una capacidad instalada en condiciones mínimas para desarrollar el turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

## VI.5. DIAGNOSTICO DEL TURISMO DE LA ZONA COSTERA DE INTIPUCÁ

Para realizar el diagnostico se utilizara la herramienta análisis FODA, con el objetivo de visualizar de manera ordena en debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas los hallazgos de la investigación. En la tabla 40, se presenta el desarrollo del FODA.

Tabla 42: Diagnostico de la situación actual del turismo de la zona costera de Intipucá

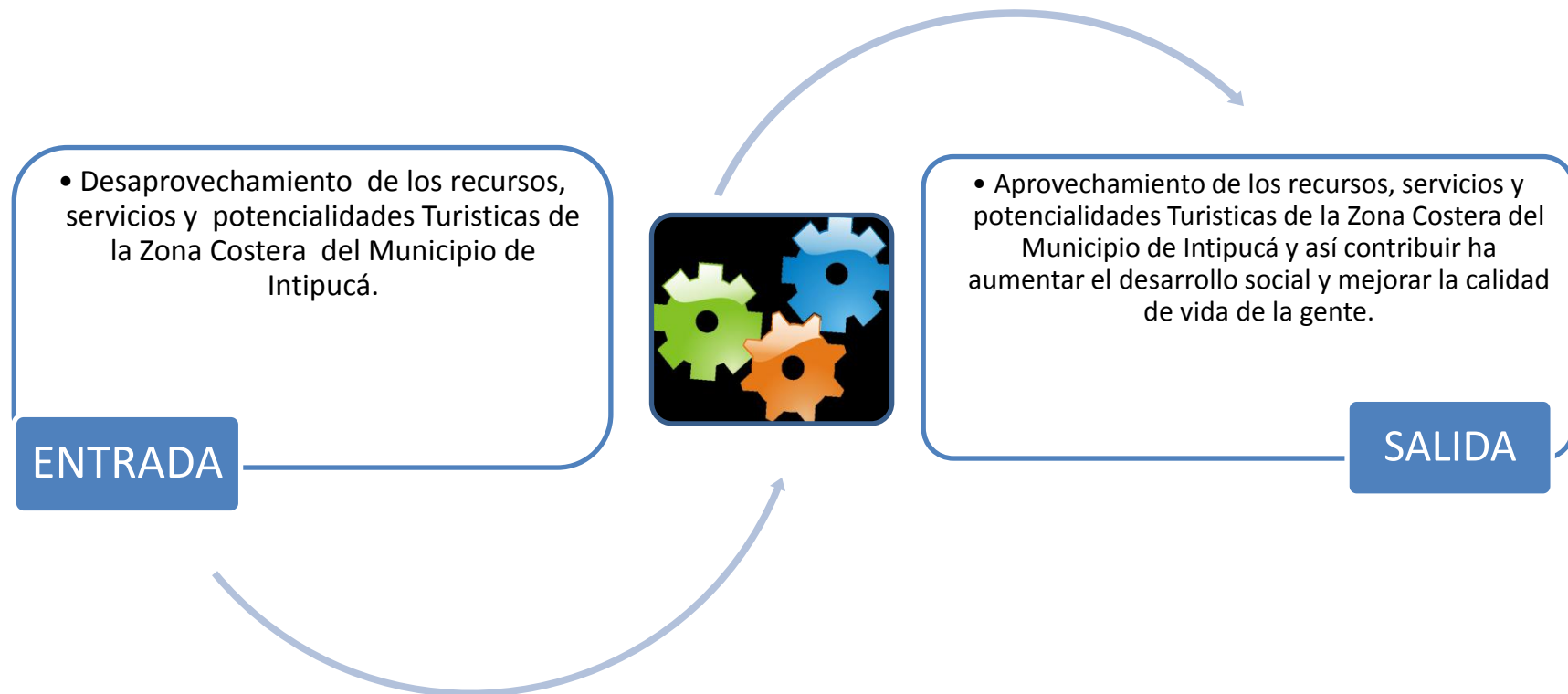
FODA	
Fortalezas	Debilidades
<p><b>1- Hay 11 recursos turísticos, 2 son recursos artificiales (1 parque: éste cuenta con un monumento al hermano lejano y 1 iglesia) y 9 son recursos naturales entre estos últimos se tiene que: 3 son ríos en los que se puede realizar caminatas, visitas a posas, pesca y paisajismo; 2 playas y 1 estero; 1 manglar en el que se puede realizar caminatas y pesca deportiva; 2 cerros en los que se pueden realizar caminatas a miradores que permiten apreciar lindos paisajes;</b></p> <p><b>2- Riqueza de flora y fauna virgen en la que se pueden apreciar hermosos paisajes;</b></p> <p><b>3- Diferenciación con respecto a las otras playas de la zona oriental con la disponibilidad promedio de tour en kayak a los manglares de 420 personas por semana;</b></p> <p><b>4- Interés de la comunidad por desarrollar el turismo;</b></p> <p><b>5- Las playas y el estero se encuentran limpias por la poca fluencia de turistas y las frecuentes campañas de limpieza</b></p>	<p>1- Calles de acceso a las playas en malas condiciones;</p> <p>2- Delincuencia en la zona y poca presencia policial;</p> <p>3- Falta de señalización turística en las vías de acceso de San Miguel-Usulután a Intipucá;</p> <p>4- Poca y mal enfocada publicidad de las playas y de los servicios turísticos de la zona costera del municipio;</p> <p>5- Los hoteles y los restaurantes no tienen documentados los procesos , no poseen un enfoque estratégico documentado del negocio, no cuentan con un manual de atención al cliente aspectos muy importantes si se quiere brindar un servicio satisfactorio para los clientes;</p> <p>6- La capacidad de servicios turísticos de hotelería y restáurate no utilizada u ociosa en semanas de no vacaciones es del 67.06%;</p> <p>7- La capacidad de servicios turísticos de hotelería y restáurate no utilizada u ociosa en semanas de vacaciones es del 24.16%;</p> <p>8- La cooperativa de turismo no tiene una alianza bien definida con los hoteles, restaurantes o potenciales prestadores de servicios: cada ves que van a realizar alguna actividad tiene que estar negociando las condiciones del servicio precio, tipo de servicio etc;</p> <p>9- El producto que ofrece el tour operador “ El Tour en Kayak” actualmente no esta documentado y</p>

<p>(campañas 2 veces al año), lo que las hace idóneas para bañarse y un agradable paisaje;</p> <p>6- Personas de la zona costera capacitada en la creación de productos artesanales a partir de sub productos del mar;</p> <p>7- Grupo de mujeres emprendedoras y organizadas se han especializado en la fabricación de vinos y dulces artesanales elaborados a base de frutas cultivadas en la localidad como marañón, piña, aceitunas, nances, coco, tamarindo, entre otras.</p> <p>8- Hay 27 Potenciales prestadores de servicios Turísticos con expectativas positivas del proyecto turístico;</p> <p>9- La zona costera posee un clima idóneo de 26 a 31 C, para realizar turismo de descanso (Conocido también como turismo de Sol y Playa);</p> <p>10- El 55% de la población del Municipio de Intipucá está en edad de Trabajar.</p>	<p>estandarizado;</p> <p>10- La cooperativa no posee una segmentación de precios y servicios del tour a los manglares para los diferentes turistas, según su capacidad económica, física e intereses;</p> <p>11- La capacidad de tour de kayak no utilizada u ociosa en semanas de no vacaciones es de 80.9% y en semanas de vacaciones es de 64.28% ;</p> <p>12- Los entes de interés tienen poca capacidad de generar alianzas estratégicas entre sí;</p> <p>13- Ninguno de los Entes relacionado con el desarrollo turístico de Intipucá tiene alianza con algún tour operador;</p> <p>14- Hay 5 recursos que no están siendo utilizados para actividades turísticas: Estero y río El Encantado, Río Guarrapuca, Río Fantasma, Cerro San Cristóbal o Buena Vista y Cerro Panela;</p> <p>15- El potencial artesanal no está siendo explotado turísticamente;</p> <p>[16] Según el FISDEL, el municipio de Intipucá posee un nivel de pobreza extrema moderada del 53%.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>1- Se ha encontrado que los operadores de turismo están bien posicionados y ofrecen un servicio bastante bueno de gran calidad como para que los entes interesados en Intipucá puedan crear acercamientos con los operadores y les puedan</p>	<p>1- Los productos turísticos de la zona costera de Intipucá no cumplen los requisitos para que los tour operadores los oferten en sus paquetes, siendo estos requisitos: Un producto atractivo, innovador, bien estructurado, diseñado, organizado, con calidad, puntualidad y rapidez; playas limpias y seguras (con salva vidas); hoteles y restaurante con personal</p>

<p><b>ayudar a promocionar sus tours y así ofrecerles a los turistas otras alternativas de turismo de playa en la zona oriental del país.</b></p> <p><b>2- De los 6 tour operadores entrevistados 5 están dispuestos a formar alianza con la cooperativa de turismo Intipucá Tour;</b></p> <p><b>3- El 96% de los encuestados le gusta el turismo de sol y playa;</b></p> <p><b>4- El 97% de las personas encuestadas, que les gusta el turismo de sol y playa, está dispuesta a visitar las playas de Intipucá y el 99% de ésta población le gustaría tomar el tour de kayak y/o lancha;</b></p> <p><b>5- Se identificaron 18 Fuentes Potenciales de Financiamiento que apoyan el sector turístico: 17 a través de la Gestión de Cooperantes Internacionales y 1 Nacional, el Ministerio de Turismo a través del programa CREDITUR (BFA-MITUR), cartera de crédito para MIPYMES;</b></p>	<p>capacitado, instalaciones higiénicas y tarifas accesibles.</p> <p>2- Competencia de playas de zona oriental con mayor oferta de restaurantes, mejor infraestructura hotelera y acceso, y mayor posicionamiento como destinos turísticos;</p> <p>3- Del 81% de las personas encuestadas que han visitado las playas de la zona oriental hay un 67% que no ha visitado ninguna de las 2 playas de Intipucá;</p> <p>4- Del 67% de las personas que no ha visitado las playas de Intipucá, el 42% atribuyen a que no tenían conocimiento que en Intipucá hubieran playas y hay un 30% que dice que no sabe como llegar a estas playas, lo rescatable que podemos atribuir es que el 72% de las personas que no han visitado el municipio es por desinformación y solo el 5% y 4% lo atribuye a que es un municipio inseguro y la insuficiencia de hoteles y restaurantes respectivamente;</p> <p>5- Se identificaron 2 servicios de tour en kayak y lancha: 1 en la bahía de Jiquilisco y el otro en costa del sol. Dichos tour están siendo ofertados por diferentes tour operadores; poseen una estructuración de precios por grupos y actividades a realizar, las actividades a efectuar ya están definidas, pagina web que funciona, 1 de las paganías web ésta con la información en ingles orientando el servicio a los turistas internacionales, entre otros;</p> <p>6- El tour en la Bahía de Jiquilisco cuenta con 7 Kayaks: 4 individuales y 3 dobles, estos son de remos sin vela, la experiencia o tiempo de realizar el tour es de 6 años, y los guías del tour en kayak tienen 3 años de experiencia.</p>
---	--

## CAPITULO VII. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

### VII.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



¿En qué medida el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la zona costera de Intipucá hará que los entes de interés aprovechen los recursos turísticos de la Zona costera?

## VII.2. CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

### VII.2.1. Identificación De Los Programas Del Plan De Desarrollo

En la tabla 43, se presenta la identificación de los diferentes programas que servirán para el fortalecimiento de las debilidades, afrontar las amenazas, aprovechamiento de las oportunidades y fortalezas. Para identificar los elementos como fortaleza, debilidad, oportunidad o amenaza se utilizara las iniciales de cada palabra:

Tabla 43: Identificación De Los Programas Del Plan De Desarrollo

Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas	Programas
<p>F1. Riqueza de flora y fauna virgen en la que se pueden apreciar hermosos paisajes;</p> <p>F2. De los 11 recursos turísticos, 9 son recursos naturales para ofrecer al turista: 3 son ríos en los que se puede realizar caminatas, visitas a posas, pesca y paisajismo; 2 playas y 1 estero; 1 manglar en el que se puede realizar caminatas y pesca deportiva; 2 cerros en los que se pueden realizar caminatas a miradores que permiten apreciar lindos paisajes;</p> <p>F3. Las playas y el estero se encuentran limpias por la poca fluencia de turistas y las frecuentes campañas de limpieza (campañas 2 veces al año), lo que las hace idóneas para bañarse y un agradable paisaje;</p> <p>O1. El 97% de las personas encuestadas, que les gusta el turismo de sol y playa, está dispuesta a visitar las playas de Intipucá y el 99% de ésta población le gustaría tomar el tour de kayak y/o lancha;</p>	<p><b>Programa de Sustentabilidad:</b> con éste se va establecer la capacidad de acogida y las acciones para preservar los recursos.</p>
<p>D1. Calles de acceso a las playas en malas condiciones;</p> <p>A1. Competencia de playas de zona oriental con mayor oferta de restaurantes, mejor infraestructura hotelera y acceso, y mayor posicionamiento como destinos turísticos;</p> <p>O1. El 97% de las personas encuestadas, que les gusta el turismo de sol y playa, está dispuesta a visitar las playas de Intipucá y el 99% de ésta población le gustaría tomar el tour de kayak y/o lancha;</p>	<p><b>Programa de Mantenimiento De Carreteras:</b> con éste se formulara un plan mantenimiento que mejore el estado de las carreteras para que los turistas se lleven una buena impresión de estas e igualar las condiciones de acceso con la competencia.</p>

D2. Los hoteles y los restaurantes no tienen documentados los procesos, no poseen un enfoque estratégico documentado del negocio, no cuentan con un manual de atención al cliente aspectos muy importantes si se quiere brindar un servicio satisfactorio para los clientes;

D3. El producto que ofrece el tour operador "El Tour en Kayak" actualmente no está documentado y estandarizado;

D4. La cooperativa no posee una segmentación de precios y servicios del tour a los manglares para los diferentes turistas, según su capacidad económica, física e intereses;

D5. Hay 5 recursos que no están siendo utilizados para actividades turísticas: Estero y río El Encantado, Río Guarrapuca, Río Fantasma, Cerro San Cristóbal o Buena Vista y Cerro Panela;

A2. Los productos turísticos de la zona costera de Intipucá no cumplen los requisitos para que los tour operadores los oferten en sus paquetes, siendo estos requisitos: Un producto atractivo, innovador, bien estructurado, diseñado, organizado, con calidad, puntualidad y rapidez; playas limpias y seguras (con salva vidas); hoteles y restaurante con personal capacitado, instalaciones higiénicas y tarifas accesibles;

A3. Del 67% de las personas que no ha visitado las playas de Intipucá, el 4% atribuyen a la insuficiencia de hoteles y restaurantes;

A1. Competencia de playas de zona oriental con mayor oferta de restaurantes, mejor infraestructura hotelera y acceso, y mayor posicionamiento como destinos turísticos;

A4. Se identificaron 2 servicios de tour en kayak y lancha: 1 en la bahía de Jiquilisco y el otro en costa del sol. Dichos tour están siendo ofertados por diferentes tour operadores; poseen una estructuración de precios por grupos y actividades a realizar, las actividades a efectuar ya están definidas, página web que funciona, 1 de las páginas web ésta con la información en inglés orientando el servicio a los turistas internacionales, entre otros;

A5. El tour en la Bahía de Jiquilisco cuenta con 7 Kayaks: 4 individuales y 3 dobles, estos son de remos sin vela, la experiencia o tiempo de realizar el tour es de 6 años, y los guías del tour en kayak tienen 3 años de experiencia;

#### **Programa De Mejora De La Oferta**

**Turística:** con éste se pretende mejorar los productos y servicios a través de la documentación y estandarización de los procesos, establecimiento de paquetes para la cooperativa, y diseño de rutas a través de ríos y montañas.



D6. Poca y mal enfocada publicidad de las playas y de los servicios turísticos de la zona costera del municipio;

D7. Falta de señalización turística en las vías de acceso de San Miguel-Usulután a Intipucá;

D8. El potencial artesanal no esta siendo explotado turísticamente;

D12. La capacidad de tour de kayak no utilizada u ociosa en semanas de no vacaciones es de 80.9% y en semanas de vacaciones es de 64.28% ;

D13. La capacidad de servicios turísticos de hotelería y restáurate no utilizada u ociosa en semanas de no vacaciones es del 67.06%;

D14. La capacidad de servicios turísticos de hotelería y restáurate no utilizada u ociosa en semanas de vacaciones es del 24.16%;

A1. Competencia de playas de zona oriental con mayor oferta de restaurantes, mejor infraestructura hotelera y acceso, y mayor posicionamiento como destinos turísticos;

A4. Se identificaron 2 servicios de tour en kayak y lancha: 1 en la bahía de Jiquilisco y el otro en costa del sol. Dichos tour están siendo ofertados por diferentes tour operadores; poseen una estructuración de precios por grupos y actividades a realizar, las actividades a efectuar ya están definidas, pagina web que funciona, 1 de las paganiás web ésta con la información en ingles orientando el servicio a los turistas internacionales, entre otros;

A6. Del 67% de las personas que no ha visitado las playas de Intipucá, el 42% atribuyen a que no tenían conocimiento que en Intipucá hubieran playas y hay un 30% que dice que no sabe como llegar a éstas playas, lo rescatable que podemos atribuir es que el 72% de las personas que no han visitado el municipio es por desinformación;

F2. Hay 9 recursos naturales para ofrecer al turista: 3 son ríos en los que se puede realizar caminatas, visitas a posas, pesca y paisajismo; 2 playas y 1 estero; 1 manglar en el que se puede realizar caminatas y pesca deportiva; 2 cerros en los que se pueden realizar caminatas a miradores que permiten apreciar lindos paisajes;

F3. Las playas y el estero se encuentran limpias por la poca fluencia de turistas y las frecuentes campañas de limpieza (campañas 2 veces al año), lo que las hace idóneas para bañarse y un agradable paisaje;

F4. Diferenciación con respecto a las otras playas de la zona oriental con el tour en kayak a los manglares;

F5. La zona costera posee un clima idóneo de 26 a 31 C, para realizar turismo de descanso (Conocido también como turismo de Sol y Playa);

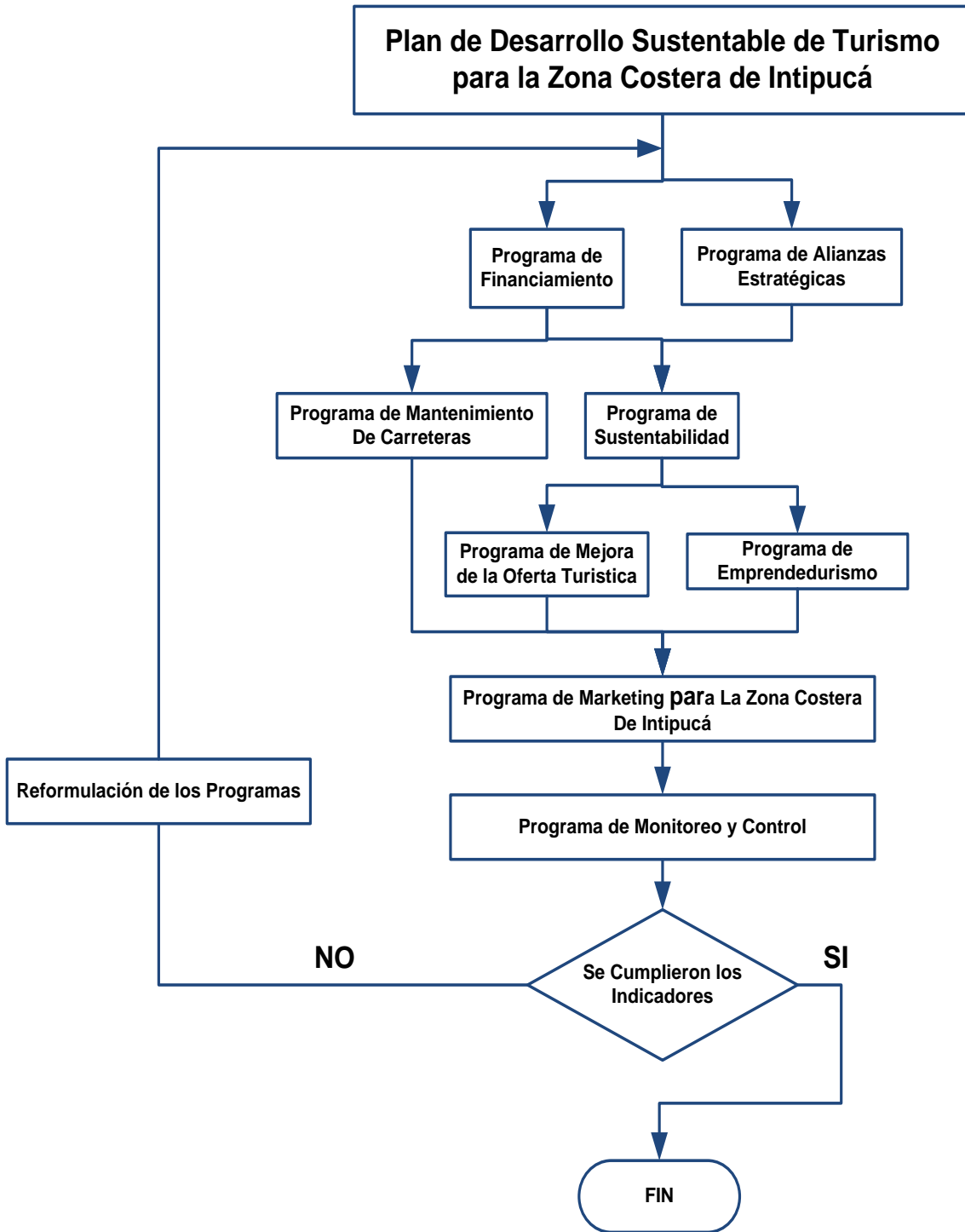
**Programa De Marketing para La Zona Costera De Intipucá:** con éste se dará a conocer la riqueza turística natural con que cuenta el municipio, las características diferenciadoras de los productos y servicios (en especial el producto diferenciador “el tour en kayak a los manglares”), los segmentos de mercado o mercado meta, y una red de señalización turística vial, que permita atraer los turistas, y establecerse como un destinos turístico.

<p>F6. Personas de la zona costera capacitada en la creación de productos artesanales a partir de sub productos del mar;</p> <p>O1. El 97% de las personas encuestadas, que les gusta el turismo de sol y playa, está dispuesta a visitar las playas de Intipucá y el 99% de ésta población le gustaría tomar el tour de kayak y/o lancha;</p> <p>O2. El 96% de los encuestados le gusta el turismo de sol y playa;</p>	
<p>D9. La cooperativa de turismo no tiene una alianza bien definida con los hoteles, restaurantes o potenciales prestadores de servicios: cada ves que van a realizar alguna actividad tiene que estar negociando las condiciones del servicio precio, tipo de servicio etc;</p> <p>D10. Los entes de interés tienen poca capacidad de generar alianzas estratégicas entre sí;</p> <p>D11. Ninguno de los Entes relacionado con el desarrollo turístico de Intipucá tiene alianza con algún tour operador;</p> <p>D12. La capacidad de tour de kayak no utilizada u ociosa en semanas de no vacaciones es de 80.9% y en semanas de vacaciones es de 64.28% ;</p> <p>D13. La capacidad de servicios turísticos de hotelería y restáurate no utilizada u ociosa en semanas de no vacaciones es del 67.06%;</p> <p>D14. La capacidad de servicios turísticos de hotelería y restáurate no utilizada u ociosa en semanas de vacaciones es del 24.16%;</p> <p>A1. Competencia de playas de zona oriental con mayor oferta de restaurantes, mejor infraestructura hotelera y acceso, y mayor posicionamiento como destinos turísticos;</p> <p>A4. Se identificaron 2 servicios de tour en kayak y lancha: 1 en la bahía de Jiquilisco y el otro en costa del sol. Dichos tour están siendo ofertados por diferentes tour operadores; poseen una estructuración de precios por grupos y actividades a realizar, las actividades a efectuar ya están definidas, pagina web que funciona, 1 de las paganías web ésta con la información en ingles orientando el servicio a los turistas internacionales, entre otros;</p> <p>F7. Interés de la comunidad por desarrollar el turismo;</p>	<p><b>Programa De Alianzas Estratégicas:</b> Con éste se formulara la coordinación que debe existir entre los diferentes entes de Intipucá, entre si, y con los Tour operadores nacionales, organizaciones y los destinos turísticos adyacentes con la cooperativa de kayak para promover el tour de kayak con los visitantes de éstos destinos, para que se realicen acuerdos de negocio y se establezca un sistema de comunicación que dinamice las actividades turísticas entre ellos.</p>

<p>F8. Hay 27 Potenciales prestadores de servicios Turísticos con expectativas positivas del proyecto turístico;</p> <p>O3. Se ha encontrado que los operadores de turismo están bien posicionados y ofrecen un servicio bastante bueno de gran calidad como para que los entes interesados en Intipucá puedan crear acercamientos con los operadores y les puedan ayudar a promocionar sus tours y así ofrecerles a los turistas otras alternativas de turismo de playa en la zona oriental del país.</p> <p>O4. De los 6 tour operadores entrevistados 5 están dispuestos a formar alianza con la cooperativa de turismo Intipucá Tour;</p>	
<p>D8. El potencial artesanal no esta siendo explotado turísticamente;</p> <p>F7. Interés de la comunidad por desarrollar el turismo;</p> <p>F6. Personas de la zona costera capacitada en la creación de productos artesanales a partir de sub productos del mar;</p> <p>F10. El 55% de la población del Municipio de Intipucá está en edad de Trabajar.</p> <p>F11. Grupo de mujeres emprendedoras y organizadas se han especializado en la fabricación de vinos y dulces artesanales elaborados a base de frutas cultivadas en la localidad como marañón, piña, aceitunas, nances, coco, tamarindo, entre otras.</p>	<p><b>Programa de Emprendedurismo:</b> contiene un conjunto de técnicas para el desarrollo de la actividad empresarial y el potenciamiento de las mismas.</p>
<p>O5. Se identificaron 18 Fuentes Potenciales de Financiamiento que apoyan el sector turístico: 17 a través de la Gestión de Cooperantes Internacionales y 1 Nacional, el Ministerio de Turismo a través del programa CREDITUR (BFA-MITUR), cartera de crédito para MIPYMES.</p>	<p><b>Programa De Financiamiento:</b> Guía para la búsqueda de financiamiento.</p>
<p><b>Plan de Monitoreo y Control:</b> Éste contiene indicadores de control del avance del Desarrollo turístico en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.</p>	

## VII.2.2. Esquema De La Conceptualización Del Diseño

En el esquema 8, se presenta el esquema del plan de desarrollo sustentable de turismo para la zona costera de Intipucá:



Esquema 8: Conceptualización de Diseño

Fuente: Elaboración Propia

### VII.2.3. Selección De Los Programas A Diseñar

En éste apartado se tomarán en cuenta ciertos criterios de evaluación con el propósito de cumplir con los objetivos planteados, de tal manera que se aplique: la ingeniería industrial, que se abarquen los elementos de sustentabilidad (social, económico y ambiental), inclusión social en los proyectos a elaborar, distribución equitativa de las riquezas que se generen, conservación de los recursos naturales. Así como la variable tiempo de ejecución del Plan determinado por el cumplimiento de la meta académica.

#### A. Aplicabilidad de la ingeniería industrial:

- Alta aplicabilidad de la ingeniería industrial: Utilización de varias técnicas de la carrera de la ingeniería industrial para la resolución de los problemas a este apartado se le asignará un valor de 3.
- Baja aplicabilidad de la ingeniería industrial: Utilización escasa de técnicas de la ingeniería industrial para la resolución de los problemas a este apartado se le asignará un valor de 2.
- No se aplica la ingeniería industrial: No necesita la aplicación de técnicas de ingeniería industrial o es exclusivo de otras disciplinas de la ciencia para resolver los problemas a este apartado se le asignará un valor de 1.

#### B. Grado de Inclusión social:

- Alta inclusión social en el desarrollo de los proyectos: En el desarrollo de los proyectos se incluirá en su totalidad a los habitantes del Municipio de Intipucá tanto hombres como mujeres a este apartado se le asignará un valor de 3.
- Poca inclusión social en el desarrollo de los proyectos: En el desarrollo de los proyectos se incluirá a los habitantes del Municipio de Intipucá tanto hombres como mujeres así como personas que viven fuera del Municipio de Intipucá pero que viven en el Oriente del país a este apartado se le asignará un valor de 2.
- No existe inclusión social en el desarrollo de los proyectos: En el desarrollo de los proyectos puede involucrarse cualquier persona con deseos de trabajar a este apartado se le asignará un valor de 1.

### C. Rentabilidad económica:

- Alto grado de rentabilidad económica: En el desarrollo de los proyectos se espera una alta retribución económica por lo que se le asignará un valor de 3.
- Mediano grado de rentabilidad económica: En el desarrollo de los proyectos se espera una mediana retribución económica por lo que se le asignará un valor de 2.
- Bajo grado de rentabilidad económica: En el desarrollo de los proyectos la retribución económica será baja por lo que se le asignará un valor de 1.

### D. Grado de deterioro de los recursos naturales:

- No existe deterioro de los recursos naturales: El desarrollo de los proyectos no afectará el ecosistema para las generaciones futuras por lo que se le asignará un valor de 3.
- Bajo deterioro de los recursos naturales: El desarrollo de los proyectos pone en riesgo algunos recursos naturales pero se pueden controlar, a este apartado se le asignará un valor de 2.
- Alto deterioro de los recursos naturales: El desarrollo de los proyectos no contempla la preservación de los recursos naturales por lo que se le asignará un valor de 1.

### E. Cumplimiento en tiempo académico:

- Tiempo de ejecución acorde a los requisitos académicos: El tiempo para el desarrollo del Plan de Desarrollo Sustentable de turismo está dentro de lo estipulado con el tiempo académico. Por lo tanto se le asignará un valor de 2
- Tiempo de ejecución fuera de los requisitos académicos: El tiempo para el desarrollo del Plan de Desarrollo Sustentable de turismo no alcanza para desarrollar los proyectos planteados. Por lo tanto se le asignará un valor de 1

### F. Concordancia con los objetivos del Plan Nacional de Turismo 2020

- Alta concordancia con el Plan Nacional de Turismo 2020: Los proyectos a desarrollar están acorde a los objetivos del Plan Nacional de Turismo 2020. En este caso se le asignará un valor de 3.
- Baja concordancia con el Plan Nacional de Turismo 2020: Los proyectos a desarrollar no están en su totalidad acorde a los objetivos del Plan Nacional de Turismo 2020. En este caso se le asignará un valor de 2.
- No existe concordancia con el Plan Nacional de Turismo 2020: Los proyectos a desarrollar no están acorde a los objetivos del Plan Nacional de Turismo 2020. En este caso se le asignará un valor de 1.

G. Afinidad de los proyectos con los requerimientos de mercado de los turistas:

- Alto grado de afinidad con los requerimientos de mercado de los turistas: Los proyectos a desarrollar son afines con los gustos y preferencias de los turistas. En este apartado se le dará un valor de 3
- Poco grado de afinidad con los requerimientos de mercado de los turistas: Los proyectos a desarrollar en algunos casos cumplirán con las expectativas de los turistas pero en otros casos no. A este apartado se le asignará un valor de 2
- Ningún grado de afinidad con los requerimientos de mercado de los turistas: Los proyectos a desarrollar no cumplirán con las expectativas de los turistas. A este apartado se le asignará un valor de 1.

H. Afinidad de los proyectos con los requerimientos de los entes de interés:

- Alto grado de Afinidad de los proyectos con los requerimientos de los entes de interés: Los proyectos a desarrollar son afines con los requerimientos de los entes de interés para invertir. En este apartado se le dará un valor de 3
- Poco grado de Afinidad de los proyectos con los requerimientos de los entes de interés: Los proyectos a desarrollar en algunos casos cumplirán con las expectativas de los entes de interés pero en otros casos no. A este apartado se le asignará un valor de 2.
- Ningún grado de Afinidad de los proyectos con los requerimientos de los entes de interés: Los proyectos a desarrollar no cumplirán con las expectativas de los entes de interés. A este apartado se le asignará un valor de 1.

Se tomará aquella alternativa que logre un puntaje de 24 unidades en la evaluación, debido a que será la que cumplirá con la mayor cantidad de condiciones establecidas. La evaluación se ha realizado tomando en consideración los datos recabados dentro de la investigación.

Alternativa/ Criterio	a	b	c	d	e	f	g	h	Total
Programa de Sustentabilidad	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Programa de Mantenimiento De Carreteras:	1	3	2	2	2	2	3	3	18
Programa De Mejora De La Oferta Turística:	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Programa De Marketing para La Zona Costera De Intipucá:	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Programa De Alianzas Estratégicas:	2	3	3	3	3	3	3	2	22
Programa de Emprendedurismo:	2	3	3	3	3	3	3	2	22
Programa De Financiamiento:	3	3	3	3	2	3	1	2	20
Programa de Monitoreo y Control:	3	3	3	3	3	3	3	3	24

**Tabla 44: Evaluación de alternativas de solución**

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de la situación actual de la Zona Costera del Municipio de Intipucá.



A partir de la evaluación realizada y bajo la perspectiva de la ingeniería industrial los programas pertinentes que se diseñaran del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá serán:

- A. Programa de Sustentabilidad;
- B. Programa de Mejora de la Oferta Turística;
- C. Programa de Marketing para la Zona Costera del Municipio de Intipucá;
- D. Programa de Monitoreo y control.

La descripción de los programas se presenta en el apartado VII.2.4. – tabla 45.

## VII.2.4. Descripción De Los Programas Del Plan De Desarrollo

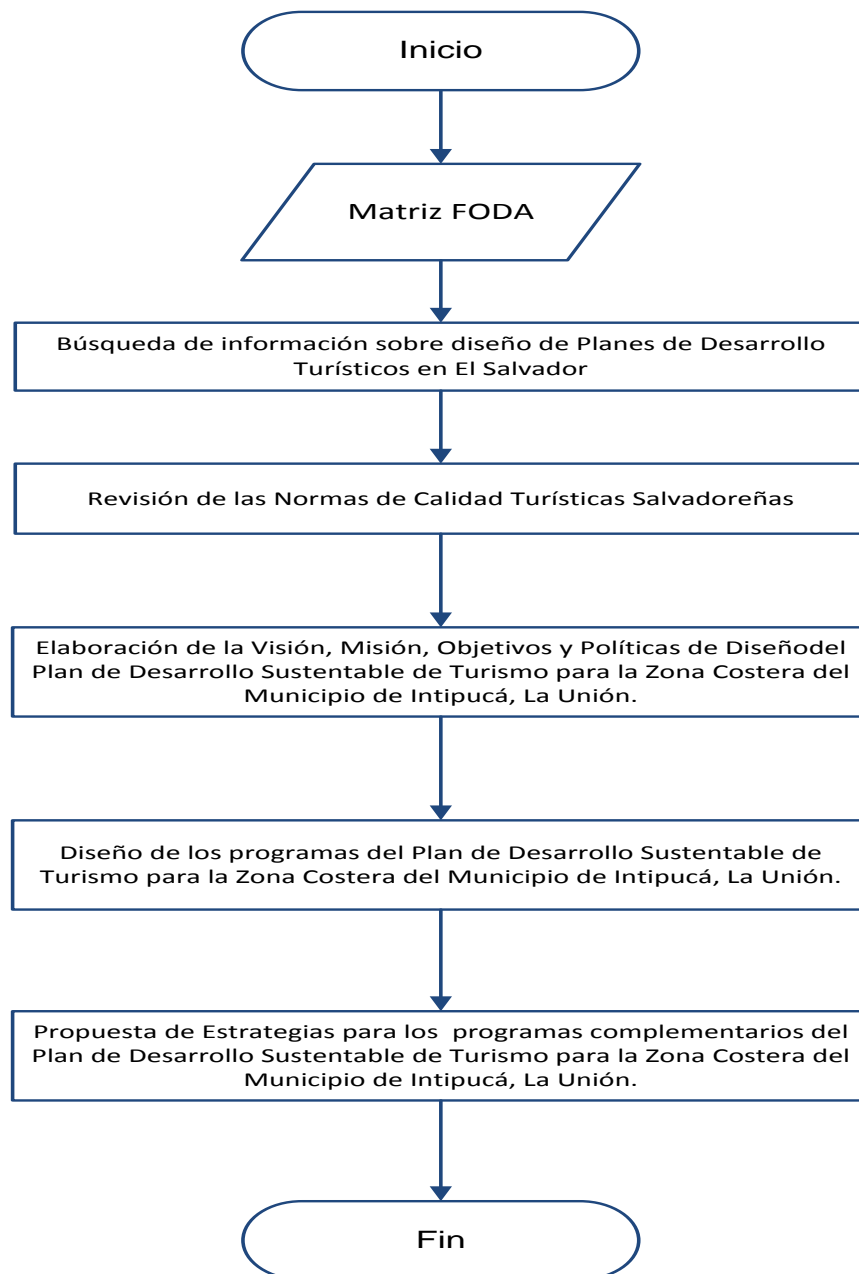
En la tabla 45, se presenta una descripción de los programas que componen el plan de desarrollo, el objetivo que se persigue con el programa y los proyectos que se deben realizar para lograr el objetivo:

**Tabla 45: Descripción De Los Programas Del Plan De Desarrollo**

Programas	Objetivo	Proyectos
<b>Programa de Sustentabilidad</b>	Establecer la capacidad de acogida y las acciones para la conservación del entorno natural, integración social y cultural y la calidad turística.	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Capacitación de la importancia de la capacidad de carga turística y la metodología para su determinación.</b></li> <li><b>2. Fortalecimiento del rescate y conservación de la identidad y difusión del patrimonio cultural en los habitantes del municipio de Intipucá.</b></li> <li><b>3. Plan de preservación de los recursos turísticos.</b></li> <li><b>4. Plan de concientización turística.</b></li> </ol>
<b>Programa De Mejora De La Oferta Turística</b>	Estandarización y mejora de los procesos de los servicios turísticos, propuesta de un enfoque estratégico y paquetes turísticos para la cooperativa de kayak, y diseño de rutas a través de ríos y montañas para el fortalecimiento de la oferta turística.	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Documentación y estandarización de servicios de oferta: tour operadores, kayak, hospedaje, restaurantes.</b></li> <li><b>2. Desarrollo de Buenas prácticas turísticas a MYPYMES.</b></li> <li><b>3. Diseño de rutas turísticas.</b></li> <li><b>4. Desarrollo técnico de servicios de Oferta Turística.</b></li> </ol>
<b>Programa De Marketing para La Zona Costera De Intipucá</b>	Promocionar la riqueza turística natural con que cuenta el municipio, las características diferenciadoras de los productos y servicios (en especial el producto diferenciador “el tour en kayak a los manglares”), establecer los segmentos de mercado o mercado meta, la administración de la calidad de los servicios que permita atraer los turistas, y establecerse como un destino turístico.	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Señalización turística</b></li> <li><b>2. Promoción y publicidad</b></li> <li><b>3. Promoción de ventas</b></li> </ol>
<b>Plan de Monitoreo y Control</b>	Controlar el desempeño de turismo en la zona para determinar el grado de desarrollo.	Monitoreo y Control turístico

## CAPÍTULO VIII. DISEÑO DE LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN

### VIII.1. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DISEÑO DE LOS PROGRAMAS



Fuente: Elaboración propia

## VIII.2. VISIÓN

Posicionar al Municipio de Intipucá como uno de los principales destinos turísticos del Oriente del país y así contribuir al desarrollo de la Zona Costera Oriental.

## V.III.3. MISIÓN

Desarrollar proyectos de carácter turístico con el propósito de contribuir con el desarrollo Sustentable de la Zona Costera de Intipucá.

## VIII.4. OBJETIVOS DEL DISEÑO

### VIII.4.1. Objetivo General

- Diseñar un Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá que contenga una serie de estrategias a través de programas para darle solución a los problemas detectados en el diagnóstico y así contribuir al desarrollo de los proyectos turísticos identificados.

### VIII.4.2. Objetivos Específicos

- Diseñar un Programa de mejora de la oferta turística para lograr satisfacer las necesidades de los turistas según los resultados del diagnóstico;
- Diseñar un Programa de Sustentabilidad para garantizar los procesos de desarrollo en el tiempo de los recursos naturales de la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión;
- Diseñar un Programa de Marketing para el lograr el posicionamiento de los paquetes y atractivos turísticos de la Zona Costera del Municipio de Intipucá según las necesidades de los turistas contempladas en el diagnóstico;
- Diseñar un Programa de Monitoreo y Control para determinar el grado de cumplimiento de los objetivos y contribuir a aumentar la eficiencia de las acciones a realizar para desarrollar el turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión;
- Proponer estrategias para los programas complementarios que refuerce las debilidades y oportunidades de mejora detectadas en la etapa de Diagnóstico.

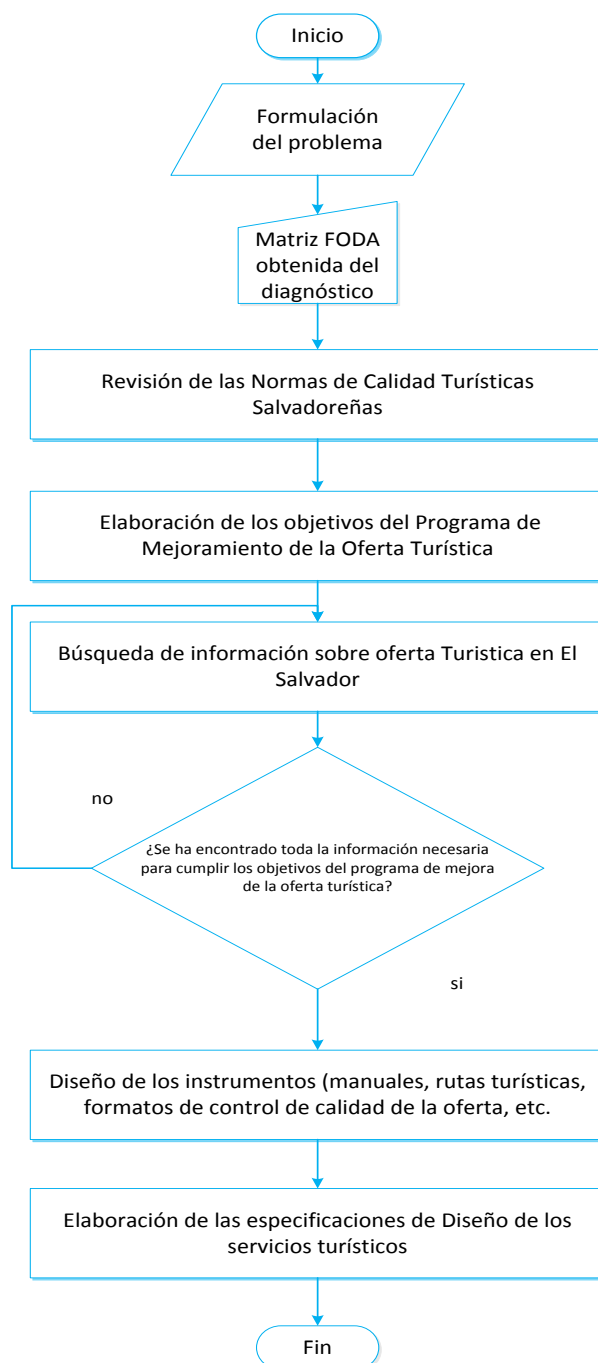
## VIII.5. POLÍTICAS DE DISEÑO

Todos los programas deben tener el enfoque de Sustentabilidad;

- En el Diseño de los Programas se debe promover la participación de los diferentes entes involucrados con el sector turismo en la zona de estudio;
- El Diseño del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá debe estar acorde a la Legislación y Normativa Salvadoreña y Centroamericana vigente;
- En el Diseño de los Programas se deben responder a las necesidades identificadas en el Diagnóstico de la Investigación;
- En el Diseño de los programas del Plan se debe buscar el establecimiento de condiciones que permita la mejora de las condiciones de vida de los habitantes de la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión;
- El Diseño del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá debe estar en concordancia con los objetivos del Plan Nacional de Turismo 2020;
- El Diseño de los programas complementarios tendrán una profundidad solamente a nivel estratégico.

## VIII.6. DISEÑO DEL PROGRAMA DE MEJORA DE LA OFERTA TURÍSTICA

### VIII.6.2. Metodología Del Programa De Mejora De La Oferta Turística



Fuente: Elaboración propia

Esquema 9: Metodología del Programa de Mejora de la Oferta Turística

La metodología comienza con la formulación del problema, luego de una revisión de la matriz FODA que se obtuvo del diagnóstico, con el propósito de retomar los datos del diagnóstico que permiten diseñar el Programa de Mejora de la Oferta Turística, que permita desarrollar la oferta turística de la mano con las exigencias de mercado de hoy en día y de futuro. Es por ello que se siguen lineamientos contenidos en el Plan Nacional de Turismo 2020.

Para seguir una concordancia con el Plan Nacional de Turismo 2020 en El Salvador se realiza una revisión de la Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica. Una vez revisadas, se van retomando los ítems que dicta la norma que están relacionados con el diseño que se pretende desarrollar para realizar un diseño de la mejora de la Oferta Turística que va acompañado de estándares técnicos y regulaciones que rigen la Excelencia en la Calidad de Oferta de Servicios Turísticos.

Una vez se tienen los insumos sobre aspectos técnicos sobre Calidad Turística, se elaboran los objetivos que son los puntos obtenidos del FODA para lograr una Competitividad en los servicios turísticos a ofrecer en Intipucá de acuerdo a las propias necesidades de la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

Se elaboran las líneas estratégicas que servirán para darle solución a los problemas y oportunidades detectados en el diagnóstico para tener una visión clara de los puntos a cubrir, para lograr alcanzar el desarrollo de la Zona Costera del Municipio de Intipucá y posicionarlo de tal manera que sea competitivo en la región Oriental del país.

Posteriormente, se elaboran los instrumentos de diseño donde se elaboran los manuales, las rutas turísticas, los formatos de control de calidad de la oferta turística, etc.

Finalmente se proporcionan las especificaciones técnicas para que sirva como fuente de consulta para Operadores de Turismo de la Zona Costera, Empresarios del rubro de Hospedajes, gastronomía y emprendedores para que mejoren sus operaciones haciéndolas más competitivas, a través de las especificaciones técnicas para mejorar la calidad de sus servicios.

### VIII.6.3. Objetivos De Diseño Del Programa De Mejora De La Oferta

#### VIII.6.3.1. Objetivo general

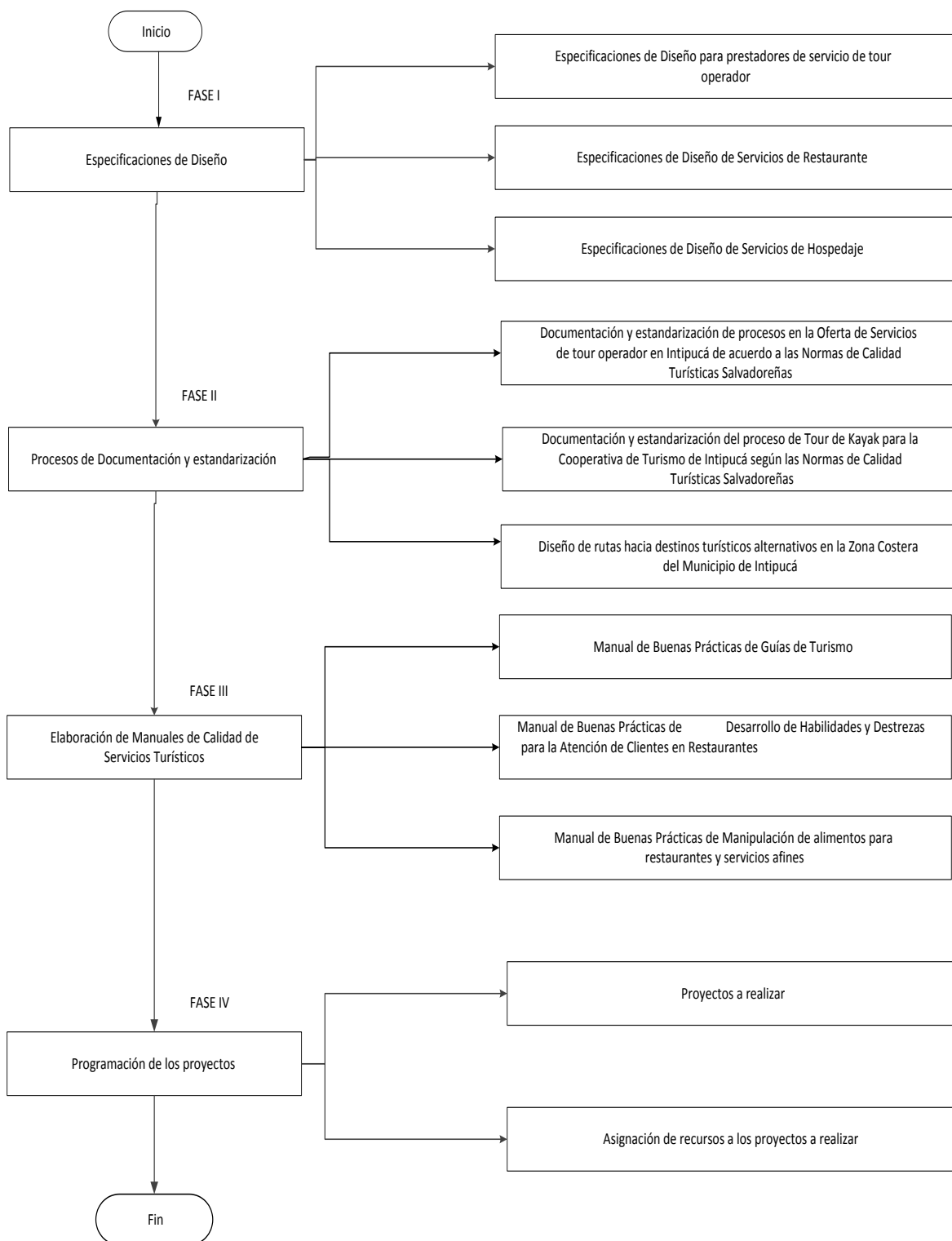
Diseñar un Programa de mejora de la oferta turística para lograr satisfacer las necesidades de los turistas según los resultados del diagnóstico.

#### VIII.6.3.2. Objetivos específicos

- Documentar y estandarizar los procesos generales en la oferta de servicios para restaurantes y hospedajes en concordancia con las Normas de Calidad Turísticas Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica como fuente de consulta para la aplicación de los procesos;
- Diseñar rutas turísticas de río y montaña para dar a conocer y ofrecer alternativas turísticas en la Zona Costera de Intipucá según los requisitos de las Normas de Calidad Turística Salvadoreñas;
- Establecer lineamientos generales para los servicios de restaurantes en la Zona Costera de Intipucá;
- Establecer lineamientos generales para los servicios de hospedajes en la Zona Costera de Intipucá;
- Definición y evaluación de buenas prácticas en la prestación de servicios turísticos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá para contribuir con el Desarrollo del sector turístico;
- Elaboración de un Manual de Buenas Prácticas para el “Desarrollo de Habilidades y Destrezas para la Atención de Clientes en Restaurantes”;
- Establecer estándares de atención al cliente para brindar un servicio óptimo y de calidad.
- Elaboración de un Manual de Buenas Prácticas de Guías de turismo y Operaciones Turísticas para mejorar la gestión de los servicios;
- Elaboración de un Manual de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos para Restaurantes y Servicios Afines;
- Documentar y estandarizar el proceso de Tour de Kayak para Cooperativa/as de Turismo de Intipucá según las Normas de Calidad Turísticas Salvadoreñas.



### VIII.6.4. Contenido de las fases del Programa de Mejora de la Oferta Turística



Fuente: Elaboración Propia

Esquema 10: Contenido de Programa de Mejora de la Oferta Turística

#### VIII.6.4.1. Descripción de cada una de las fases del Programa de Mejora de la Oferta Turística

A continuación, se describe el contenido de cada una de las fases del Programa de Mejora de la Oferta Turística para la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.

FASE	DESCRIPCIÓN
FASE I: ESPECIFICACIONES DE DISEÑO  Nota: algunos apartados de esta fase se incluirán en el documento final	La primera fase, contempla especificaciones de diseño para los servicios turísticos a ofrecer basados en las normas de calidad turísticas de El Salvador y Centroamérica, con el propósito de ir en concordancia con el Plan Nacional de Turismo 2020
FASE II: PROCESOS DE DOCUMENTACIÓN Y ESTANDARIZACIÓN	La segunda fase del programa, contiene los procesos de documentación y estandarización de los servicios de la oferta turística para mejorar la calidad de los servicios en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.
FASE III: ELABORACIÓN DE MANUALES DE CALIDAD TURÍSTICA	La tercera fase, contempla la elaboración de una serie de manuales con el propósito de servir de fuente de consulta a los empresarios y emprendedores de la Zona Costera del Municipio de Intipucá para que desarrollen el turismo en la Zona de manera ordenada, estandarizada y competitiva.
FASE IV: PROGRAMACIÓN DE PROYECTOS	La cuarta fase, contempla cada uno de los proyectos a realizar para echar a andar el Plan de Desarrollo así como los recursos necesarios para su ejecución.

Tabla 46: Descripción de cada una de las fases del Programa de Mejora Turística

### VIII.6.5. Especificaciones Técnicas De Diseño

Uno de los problemas principales en la prestación de servicios turísticos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá es que el único tour operador que está prestando el tour en este momento no cumple con muchas de las especificaciones técnicas que exige la normativa de calidad turística en nuestro país. Es por ello, que el mejoramiento de la calidad lo logrará la Zona Costera del Municipio de Intipucá una vez pongan en práctica los aspectos de requisitos técnicos para el mejoramiento de la oferta de Turismo en El Salvador.

Durante el proceso de diagnóstico, se confirmó efectivamente los grandes problemas que poseen los negocios, micros y pequeñas empresas en Nuestro país y por ende específicamente en la Zona Costera entre ellos podemos mencionar que la mayoría de negocios en cualquier rubro que sea siempre comienzan con emprendedores en los municipios que operan con muchas ganas de salir adelante en la gran mayoría de casos con un capital inicial muy bajo como para poder brindar servicios de calidad que cumplan con las expectativas de los turistas y de las mismas normas de calidad Salvadoreñas. Esto por ejemplo se detectó en la calidad de servicio de los restaurantes debido a que por falta de muchas técnicas de calidad en servicios, falta de inversión en los negocios, falta de conocimiento sobre servicios turísticos, las empresas operan con lo poco que tienen. Sin embargo, se puede hablar de un desarrollo turístico de la Zona Costera de Intipucá cuando los servicios que se brindan cumplen con requisitos mínimos de prestación de servicios que los lleve a ser más competitivos y por ende se mejore la oferta turística y así lograr un crecimiento económico y mejora de la oferta de servicios turísticos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

Como parte del diseño de mejora de la Oferta se contemplan las especificaciones técnicas sobre la prestación de servicios turísticos de Calidad que se pueden implementar en la Zona Costera del Municipio de Intipucá. Lo que se pretende con esto es que los empresarios y emprendedores de la Zona Costera del Municipio de Intipucá se puedan beneficiar recibiendo las capacitaciones de especificaciones técnicas en todas las áreas que se detectaron deficientes. Al mismo tiempo que lo hagan respetando las Normas de Calidad Turísticas Salvadoreñas para que vayan adaptándolas a sus servicios y las pongan en práctica para el aseguramiento de que los servicios turísticos que se van a ofertar en la Zona Costera del Municipio de Intipucá serán de calidad.

Este apartado viene siendo un marco normativo muy interesante de ver antes del diseño de la documentación y estandarización de los procesos.

### *VIII.6.5.1. Especificaciones Técnicas Sugeridas En La Oferta De Servicios En Intipucá De Acuerdo A Las Normas De Calidad Turísticas Salvadoreñas*

Los operadores de turismo que quieran operar en la Zona Costera del Municipio de Intipucá pueden tomar de referencia estas especificaciones para que presten sus servicios cumpliendo con los requisitos para la prestación de servicios para un operador de turismo en El Salvador.

#### **NSR 03.54.01:08**

#### **VIII.6.5.1.1. Operadores De Turismo: Especificaciones Para La Prestación Del Servicio**<sup>67</sup>

##### *A. Requisitos Para Los Operadores De Turismo*

Se sugiere que los operadores de turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá cumplan con los requisitos mínimos generales, de gestión, calidad y competencias que se describen en las siguientes cláusulas.

#### **1. Requisitos de organización**

El tour operador debe tener una organización tal, de manera que preste los servicios indicados en un manual de servicios y los que promocióne. En particular el tour operador debe:

- a) Contar con un manual de organización que contenga a lo menos:
  - Organigrama o esquema de cargos, en el cual se establecen las relaciones funcionales, jerárquicas de autoridad y de control;
  - Definición y estructuración de las áreas de la organización, incluyendo la definición de las funciones de cada una de las áreas definidas;
  - Requisitos de selección del personal para todas y cada una de las áreas, incluyendo la formación, competencias, habilidades y experiencia que debe poseer el personal, de acuerdo a la definición y estructuración de las áreas que se hayan establecido;
- b) Contar con un manual de procedimientos escritos, para cada una de las áreas definidas, que permitan garantizar la calidad de los servicios ofrecidos. Este manual debe incluir procedimientos para el tratamiento de imprevistos que el tour operador

---

<sup>67</sup> Fuente: Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica.

haya definido que pueden ocurrir al entregar productos, paquetes o servicios turísticos.

c) Contar con información sobre aspectos migratorios, aduanales, fitosanitarios y de salud, relacionados con los turistas.

d) Contar con información y procedimientos para contactar servicios de emergencia, médicos, hospitales y asistencia médica para los turistas.

e) Procedimiento documentado para la recepción, atención, seguimiento y despedida de turistas, que permitan contactarlos permanentemente.

f) el personal que está en contacto con el turista deberá portar gafete o carnet de identificación que tenga de forma visible la siguiente información: foto, nombre, cargo, vigencia y logo de la empresa.

g) contar con el personal capacitado y entrenado en los sistemas y métodos de trabajo, para la eficiente y oportuna entrega de los servicios prestados.

h) Tener definido un sistema para identificar y documentar las necesidades de capacitación del personal, el que debe considerar como mínimo los aspectos siguientes: servicios al cliente, calidad del servicio, conocimientos técnicos para el diseño de paquetes turísticos, comercialización, idiomas, entre otros.

i) definir los mecanismos de selección y capacitación del personal temporal o transitorio contratado para temporadas altas u otros, de forma tal que su trabajo no afecte a la calidad de los servicios ofrecidos.

j) Tener implementado y difundir, un proceso de recepción y tratamiento de sugerencias y reclamos.

k) Contar con programas de mantenimiento, preventivos y correctivos, de forma tal de asegurar el buen estado de funcionamiento, conservación y mantenimiento del equipo de la organización.

l) Informar mediante un manual de productos, paquetes y/o servicios, que ofrece el tour operador en español cuando el mercado objetivo sea de habla hispana y/o en un segundo idioma correspondiente a el o los mercado(s) objetivo(s), indicado el producto, paquete o servicio y sin descripción, y datos de contacto de la organización.

## 2. Requisitos de Equipos

El tour operador debe disponer de un local o establecimiento, destinado a los objetivos propios de un tour operador, que cumpla con la reglamentación vigente y cuente con al menos el siguiente equipo:

- teléfono, destinado a las actividades propias del tour operador;
- conexión a internet y correo electrónico vigente con dominio propio;
- fax o sistema equivalente;
- otros, según se requiera para su operación.

### *B. Selección Y Evaluación De Proveedores De Servicios*

El tour operador, para asegurar la calidad del producto o servicio adquirido, debe tener un procedimiento escrito para seleccionar y evaluar a sus proveedores, considerando entre otros:

- Identificación y verificación del cumplimiento de los requisitos legales vigentes directamente relacionados con la actividad;
- Experiencia de los proveedores dentro del mercado en el que prestará el producto o servicios;
- Evaluación y aprobación de los recursos, instalaciones y medios técnicos de los proveedores;
- Comportamiento del proveedor con otros tour operadores;
- Criterios para la descalificación de un proveedor (por ejemplo: incumplimientos en las características o condiciones acordadas por el proveedor, tales como el precio, tiempo entre otros; falta de respuesta o respuesta insatisfactoria a reclamaciones; insuficiente nivel de calidad en visitas de comprobación; falta de ética y otros);
- Los proveedores de transporte deben poseer vehículos de transporte con su debido mantenimiento preventivo y correctivo y deben cumplir las condiciones mínimas de seguridad;
- El operador de turismo debe proveer el equipo necesario, tales como: micrófonos, altavoces, equipos de seguridad (en caso se apliquen), botiquín de primeros auxilios y cualquier otro requerido para el desarrollo del tour;
- Respetar la capacidad de los vehículos, ya sean propios o subcontratados;
- Definir el protocolo de servicio de su organización y difundirlo entre su personal y guías de turismo;

### *C. Requisitos De Diseño De Paquetes Turísticos*

El tour operador debe definir el diseño y control de calidad de los paquetes turísticos y sus correspondientes registros. Las cláusulas siguientes detallan requisitos a considerar para el diseño.

El tour operador para el diseño de un paquete turístico debería:

- Definir la duración e itinerarios de los distintos programas que lo componen;
- Definir el nombre, precio y vigencia del paquete turístico;
- Definir en detalle cada uno de los productos y/o servicios que están incluidos, según corresponda;
- Identificar los servicios opcionales y sus respectivos valores, cuando corresponda;
- Identificar a los proveedores de cada uno de los servicios incluidos en el paquete turístico;
- Definir las responsabilidades propias, de las agencias de viajes y de los proveedores;
- Identificar los requisitos legales, medio ambientales, de seguridad, salud y otros, que pueden ser aplicables al paquete turístico y a los usuarios finales, en cada uno de los destinos que incluye;
- Definir los seguros incluidos en el paquete turístico;
- Identificar proveedores alternativos para cada uno de los servicios turísticos;

### VIII.6.5.2. Restaurantes Y Establecimientos Gastronómicos Similares<sup>68</sup>

#### VIII.6.5.2. 1. Especificaciones Para La Prestación Del Servicio

NSR 03.56.01:08

##### *A. Requisitos de servicio de atención al cliente*

- **Reservaciones** En caso se preste el servicio de reservaciones debe llevarse el registro de las mismas;
- **Información telefónica** Proporcionar información acerca de los horarios de atención, menús, promociones, servicios adicionales, así como la atención adecuada de otras consultas con los clientes;
- **Información de transporte público** Tener una lista de servicio de taxis aprobados, con información de tarifas promedios y de las rutas de autobuses que circulan en la zona;
- **Manejo de sugerencias, quejas y reclamos** Debe tener un procedimiento implementado para el manejo de sugerencias, quejas y reclamos;
- **Servicios de emergencia** Debe tener un directorio disponible de las instituciones que brindan servicios de emergencia;
- **Formas de pago** Debe informarse de forma clara y notoria, en caso existan restricciones en la forma de pago, ya sea por tarjetas de crédito, cheques, cheques de viajero, moneda extranjera y denominaciones de billetes;
- **Horarios de atención** Debe informarse en un lugar visible, los días y horarios de servicio del establecimiento;
- **Información de políticas de ingreso a clientes** Debe señalizarse en un lugar visible en la entrada o cerca de la misma, las restricciones para el ingreso de armas, mascotas y otras sujetas a las políticas del establecimiento.

##### *B. Requisitos generales para el comedor*

- Debe designarse un encargado del servicio en el comedor;
- Debe tenerse una carta de alimentos y bebidas con una breve descripción del plato, identificar claramente los precios, cobros adicionales si hubiera y platos sujetos a temporadas. Esta debe mantenerse en buen estado de conservación y ser legible;
- La carta puede ser sustituida o complementada por otros soportes de venta (pizarras, carteles, paneles, menús y promociones de mesa, entre otros) y deben mantenerse en buen estado de conservación y limpieza;

---

<sup>68</sup>Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica.



- **Mesas.** Deben estar en buen estado de conservación y elaboradas con el material de fácil limpieza;
- **Mantelería y servilletas.** En caso que se utilicen manteles y servilletas, estos deben estar en buen estado de limpieza y conservación;
- **Vajilla y Cristalería.** Deben estar en buen estado de limpieza y conservación (no astilladas, no gastadas o rayadas, sin roturas, sin manchas, entre otros) y adecuados al tipo de comida y bebidas;
- **Cubertería, complementos de mesa y utensilios.** Deben estar en buen estado de limpieza y conservación (no oxidados, no rayados, no doblados y sin manchas, entre otros) y adecuados al tipo de comida y bebida. Deben permanecer en la mesa debidamente protegidos. En caso de tener material desechable no deben ser reutilizables;
- **Reserva de materiales de servicio y operación.** Debe disponerse de una reserva adecuada a la capacidad del restaurante;

#### *C. Requisitos generales para el bar*

- Deben tenerse recetas estandarizadas de coctelería;
- Debe existir como mínimo un servilletero al alcance de cada cliente;
- Para la carta de vinos debe identificarse la cepa, vendimia, origen, denominación de origen, marca comercial y precio de los vinos. Debe mantenerse en buen estado de conservación y ser legibles;
- El vino debe almacenarse en condiciones de temperatura y luz adecuada;
- Se recomienda solicitar a los proveedores constancia que los elementos utilizados para decorar y/o manipular bebidas, sean aptos para uso o contacto con éstas;
- En caso que exista área de comedor, entre la silla de la barra y las sillas del comedor debe existir un espacio mínimo de 75 cm.

#### *D. Requisitos generales de cocina*

- Debe definirse un sistema de identificación o etiquetado para el control de la caducidad de las materias primas y alimentos preparados;
- Debe llevarse un sistema para el manejo de inventarios de manera que permita cumplir con la oferta gastronómica del establecimiento;
- Establecer un procedimiento para el manejo y reducción de mermas, desperdicios y residuos;
- Debe utilizarse medios de información visual en el que difundan las principales medidas de higiene reglamentadas y otras prácticas o accesos no permitidas en esta área. Dichos

medios de información deben estar elaborados con materiales no tóxicos y que permitan su fácil limpieza;

- Debe identificarse claramente al responsable del área de cocina;
- Establecer un código para el manejo adecuado de las órdenes de pedido.
- Deben separarse las zonas para comidas calientes y frías;
- Debe definirse un procedimiento para el manejo de reprocesos;
- Definir un mecanismo de control de calidad de materia prima dentro del proceso de cocina.

*E. Requisitos de mantenimiento y seguridad*

- Debe tenerse un inventario de todo el equipo;
- Debe tenerse un programa de mantenimiento preventivo para el equipo, instalaciones y mobiliario. Debe conservarse los registros que evidencien el cumplimiento de dicho programa;
- El programa de mantenimiento debe señalar los responsables de su ejecución y su respectiva calendarización por equipo;
- El mantenimiento del equipo debe sujetarse a las recomendaciones del fabricante.
- Implementar una bitácora en la que se registren las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo;
- El mantenimiento de los sistemas eléctricos debe ser realizado por personal certificado;
- El mantenimiento y señalización de los sistemas de emergencia y protección contra incendios, deben ser implementados de acuerdo a la legislación vigente;
- Debe establecerse un plan de emergencias y un programa de seguridad;
- Deben mantenerse despejadas las rutas de evacuación.

### **VIII.6.5.2. 2. Gestión De Proveedores**

**NSR 03.56.01:08**

#### *A. Aprobación de proveedores*

- Se deben establecer especificaciones técnicas y requisitos para la adquisición de materias primas y productos;
- Debe realizarse una evaluación sistemática de los proveedores y mantener una lista de proveedores aprobados. Se recomienda un mínimo de dos proveedores por rubro. En caso sea necesario utilizar un proveedor que no esté dentro de la lista debe ser aprobado por el responsable asignado;
- Las materias primas y productos nuevos deberán someterse a prueba antes de su aceptación;
- Debe establecerse con los proveedores, un acuerdo por escrito que exija el cumplimiento de los siguientes requisitos;
- Permisos de operación vigentes, en base a los requisitos establecidos por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social;
- Suministro de productos aptos para el uso y/o contacto con los alimentos. Por ejemplo aditivos, vajillas, entre otros;
- Suministro de alimentos que tengan su registro sanitario, de acuerdo a la legislación vigente;
- Cumplir las fechas y horarios de entrega pactados;
- Cumplir con los requisitos de transporte de alimentos establecidos en la legislación nacional;
- Cumplir lo exigido en la norma NSO 67.10.01:03 Norma general para el Etiquetado de Alimentos Preenvasados, cuando aplique.

### **VIII.6.5.2.3. Elementos Principales Para La Evaluación Del Desempeño<sup>69</sup>**

#### **NSR 03.59.01:08**

A continuación se presenta una lista de los principales aspectos a considerar para la evaluación de desempeño del personal. Esta lista es enumerativa y no limitativa.

- Cumplimiento de requisitos de normas sanitarias;
- Cumplimiento de procedimientos técnicos según el puesto de trabajo;
- Relaciones interpersonales;
- Vivencia de valores;
- Compromisos con la calidad;
- Cumplimiento de metas.

### **VIII.6.5.3. Turismo De Aventura: Canotaje<sup>70</sup>**

#### **VIII.6.5.3.1. Requisitos para el desarrollo de la actividad**

Para el desarrollo de la actividad de servicio guiado de canotaje en mar, ríos y aguas quietas o planas, se debe cumplir con los requisitos mínimos generales, de gestión, calidad y de competencias siguientes:

##### *A. Requisitos de organización*

Toda persona natural o jurídica que ofrezca el servicio guiado de canotaje en mar, río y aguas quietas o planas, debe tener una organización mínima que le permita:

- Tener y publicitar una dirección física (lugar donde se contratan los servicios u oficinas relacionadas) donde la persona o empresa puede ser ubicada;
- Mantener en esta dirección física el mínimo de facilidades que permitan la realización y tratamiento de las reservas y contratación de servicios mediante comunicaciones telefónicas, correo postal y/o electrónico y que permita procesar todos los documentos necesarios para el buen desempeño de la actividad o programa;
- Poseer un organigrama básico de funcionamiento y división de responsabilidades cuando su personal sea mayor o igual a tres personas.
- Asegurarse de contar con el personal adecuado y necesario para el desarrollo de las actividades en terreno;
- Mantener al personal informado y capacitado, de acuerdo a sus necesidades y cargos;

---

<sup>69</sup>Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica.

<sup>70</sup>Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica.

- Desarrollar la actividad o programa, de manera adecuada, pertinente y dentro de los parámetros de la norma así como de acuerdo a lo ofrecido en la publicidad de la misma;
- Tener y desarrollar políticas propias respecto de temas tales como respeto del medio ambiente, resolución de conflictos, calidad de servicios, relación con prestadores de servicios, mantenimiento y presentación de equipos y materiales y similares;
- Mantener en buen estado operativo equipos y materiales necesarios para el desarrollo de la actividad o programa;
- Asegurarse de que toda la logística para la actividad o programa se encontrará disponible en el momento y lugar adecuado;
- Mantener vehículos motorizados apropiados, que dispongan de condiciones mínimas de comodidad y seguridad, para el transporte de personas y/o equipos desde y hacia los lugares predestinados para realizar la navegación, así como de acuerdo a los parámetros ofrecidos para la actividad o programa y a la publicidad que se tiene;
- Recibir debidamente a sus clientes, en forma directa o a través de personal de recibimiento, aplicando los procedimientos escritos de recepción;
- Evaluar la actividad o programa y responder reclamos en los casos que corresponda dentro de un tiempo razonable.

*B. Requisitos de equipamiento general para la actividad de canotaje*

Toda persona natural o jurídica que ofrezca el servicio guiado de canotaje, debe cumplir con los requisitos mínimos siguientes:

- Contar con canoas o kayaks con todo su equipamiento completo (canao o kayak, faldón de neopreno, remo, chaleco salvavidas, casco, cuerda de rescate y/o cuerda de remolque, según corresponda, cuchillo y sistema de comunicación);
- Contar con equipos de comunicación (teléfono, radio de comunicación u otro similar);
- Contar con una selección de materiales y exigencia de ropa, adecuada para la actividad;
- Tener a disposición del cliente, equipos y embarcaciones en buen estado de funcionamiento y operatividad;
- Verificar todo equipo y embarcaciones, antes, durante y después de cada actividad, de acuerdo a la normativa aplicable; esta actividad es responsabilidad del guía de la actividad y debe incluir la verificación de la presencia de roturas o fisuras de la embarcación, filtraciones u otro defecto;
- Verificar todo equipo y embarcaciones no utilizado por un tiempo prolongado, o que sea objeto de un transporte (mudanza, entrega u otro); esta actividad es responsabilidad de la persona natural o jurídica que presta el servicio;

- Llevar un botiquín de primeros auxilios en los medios de transporte terrestre y un botiquín de primeros auxilios en la embarcación del guía;
- Toda persona natural o jurídica que ofrezca el servicio guiado de canotaje de mar, río y aguas quietas o planas, debe contar con vestimenta técnica y equipos para sus clientes y guía(s), según corresponda, considerando como mínimo lo siguiente:
  1. Trajes de neopreno y/o chaquetas impermeables, en el caso que las condiciones térmicas así lo requieran;
  2. Chalecos salvavidas, para clientes(s) y guía(s), diseñados exclusivamente para la actividad de canotaje, certificados por un organismo competente, con hebilla para ajuste y que permita la libertad de movimiento, manteniendo mayor porcentaje de flotabilidad en el frente que en la espalda; las hombreras de los chalecos deben estar confeccionadas de manera que permitan el elevamiento del cliente. El guía debe utilizar un chaleco salvavidas con colores identificables del resto de los clientes con sujeción para cuchillo y silbato;
  3. Cuchillo específico para la actividad, que debe ir sujeto al chaleco salvavidas del guía o a la vestimenta, de manera tal, que sea utilizable con una sola mano;
  4. Cascos para cliente(s) y guía(s) diseñados para la navegación en ríos.
  5. Nota. La actividad de canotaje realizada en mar y en aguas quietas o planas, no requieren el uso de casco.
  6. Cuerda de rescate, ubicada en la embarcación del guía de la actividad, y una cuerda extra en el caso de navegación en lugares remotos;
  7. Línea de volcamiento (flipline) con mosquetón de seguridad;
  8. Equipos de comunicación radial banda marina para navegación en mar y VHF para navegación en ríos y aguas quietas o planas;
  9. Caja de reparaciones en cada embarcación, cuando la actividad se realice en un programa o en lugares remotos; la caja debe contener como mínimo: pegamento, tijeras y accesorios de repuesto;
  10. Remos para guía(s) y clientes;
  11. Remo de repuesto modelo ensamblable por cada seis clientes;
  12. Se debe tener un plan de mantenimiento de equipos documentado, que debe incluir al menos los puntos siguientes:
    13. Instrucciones o guía de uso y mantenimiento;
    14. Periodicidad o frecuencia del mantenimiento;
    15. Normativa que se aplica para el mantenimiento de los equipos.

### *C. Botiquín Básico Para Llevar En La Embarcación<sup>71</sup>*

- Guantes descartables;
- Bolsas para descartar material contaminado;
- Gasas y Vendajes;
- Venda;
- Gasas estériles;
- Gasas comunes;
- Tela adhesiva anti-alérgica;
- Bandas autoadhesivas;
- Desinfectantes;
- Jabón;
- Solución de Yodo;
- Solución fisiológica;
- Jeringa sin aguja para lavar heridas;
- Tijera de acero inoxidable;
- Pinza de depilar;
- Azúcar y sales de rehidratación;
- Alfileres de gancho de al menos 5 cm;
- Crema para quemaduras;
- Tabletas de analgésico (paracetamol 500 mg);
- Manual de primeros auxilios.

### *D. Navegación en mar*

NORMA SALVADOREÑA

NSR 03.44.01:06

1:6 Navegación en canoas o kayaks singles.

1:8 Navegación en canoas o kayaks dobles.

1:2 En las condiciones especiales siguientes:

- Participantes con necesidades especiales, incluidas deficiencia conductual o física.
- Participantes en educación primaria.
- En condiciones meteorológicas adversas de viento, frío y baja temperatura del agua.
- En condiciones de navegación que incluyen oleaje, olas quebradas, marea salpicada.
- Baja temperatura del agua, lo cual afecta las capacidades de los participantes.

---

<sup>71</sup>Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica.

- Navegación alejada de la costa, alejada de puntos de observación.
- Lugar de salida con olas sobre 1 m de altura.
- Lugares de los cuales no existan reportes meteorológicos.
- Lugares con cambios meteorológicos impredecibles (cuerpos de agua cercanos a montañas).

1:10 En las condiciones especiales siguientes:

1. Los participantes son adultos.
2. Participantes con experiencia individual o grupal, capaces de solucionar problemas en la navegación.
3. Lugar con condiciones meteorológicas adecuadas con luz, temperatura ambiental, viento y del agua.
4. Temperatura del agua tibia con bajo riesgo para los participantes.
5. Lugar de navegación no remoto y con puntos de asistencia externa disponible.
6. Lugar de navegación con puntos de observación desde tierra.
7. Guía con calificación y experiencia superior para la navegación.
8. Participantes habituados a usar equipos de navegación y distintos tipos de canoas o kayaks.
9. Lugares cercanos a centros asistenciales.

De acuerdo al tour operador Cooperativa El Gran Arco de la Boca de R.L. la relación de guías de turismo por turistas en kayak es de 1 ó 2 guías por cada 10 turistas en kayak mientras que cuando el tour se da para 20 turistas en kayaks se utilizan 3 guías de turismo por lo que se sugiere que los tour operadores que presten sus servicios en la Zona Costera del Municipio de Intipucá utilicen esta misma cantidad de acuerdo a la experiencia del tour en kayak que se está dando en estos momentos por parte de la Cooperativa El Gran Arco de la Boca de R.L.

#### ***VIII.6.5.4. Requisitos para la prestación del servicio de hospedaje***

##### **VIII.6.5.4.1. Reservaciones**

- El servicio de reservación debe ser realizado en cinco minutos.
- Debe proporcionarse la información de tarifas disponibles, plan de tarifas, políticas de reservación y políticas de llegada.
- Las reservaciones deben ser registradas, definiendo: la fecha de entrada y salida, nombre del cliente, nombre de la persona que hizo la reservación, número de habitación y tipo, teléfono o correo electrónico de contacto, tarifa y forma de pago aplicables y empleado que recibió la reservación.



- Toda petición adicional del cliente debe ser registrada e informársele la factibilidad de cumplirla por el establecimiento hotelero.
- El establecimiento hotelero debe confirmar la reservación antes de 24 horas.
- Cualquier cambio en una reservación, realizado por el establecimiento hotelero, debe ser justificado, documentado y comunicado al cliente.
- Debe realizarse un control continuo del nivel de reservación admitido para evitar sobre contratación y sobreventas.
- El establecimiento hotelero debe tener instrucciones documentadas de las acciones a realizar en caso de sobre contratación y sobreventa.

#### **VIII.6.5.4.2 Servicio de recepción e información**

Debe cumplir con los siguientes requisitos:

- El recepcionista debe dar la bienvenida y saludar con cortesía a los clientes.
- En caso de clientes frecuentes llamarlos por su nombre.
- Solicitar a los clientes el número de reservación si aplica.
- Proporcionar la información de tarifas disponibles, servicios que presta el establecimiento hotelero, formas de pago, tipo de facturación y hora de salida. Esta información también debe estar un lugar visible para los clientes en el área de recepción.
- Deber completarse en la hoja de registro la siguiente información del cliente: la fecha de entrada y salida, nombre del cliente, procedencia, número de habitación y tipo, teléfono o correo electrónico de contacto, tarifa y forma de pago aplicables y empleado que recibió al huésped.
- Toda petición adicional del cliente debe ser registrada e informársele la factibilidad de cumplirla por el establecimiento hotelero.
- Realizar el “check in” en un tiempo no mayor de 5 minutos para clientes que han reservado previamente y 10 minutos para clientes sin reservación.
- Nota. El establecimiento hotelero debe verificar que se cumplan los requisitos legales vigentes, tales como: informe de entrada de huéspedes nacionales o extranjeros que se envía a la Dirección General de Migración.
- La persona que se encuentre en recepción debe portar un distintivo en el que se identifique al establecimiento hotelero y su nombre.

- Debe informarse al cliente, de los servicios que el establecimiento tiene a su disposición (fax, cajas de seguridad, teléfono celular, y otros), las instrucciones de uso precisas, y disponga de tarifas actualizadas.
- A la llegada del cliente se podrá cambiar la habitación inicialmente asignada a un cliente, si para ello existen motivos relevantes y debe registrarse la aceptación por parte del cliente.
- El personal de recepción informará al cliente de cualquier circunstancia no habitual en el establecimiento, como puede ser la existencia de obras, limitaciones de horarios o servicios. Deberá conocer el estado de las habitaciones (conservación, ruidos exteriores) con el fin de evitar errores de asignación.
- Para aquellos clientes que tengan reservación para un día determinado y no se les pueda alojar de manera inmediata, el establecimiento ofrecerá el servicio de custodia de equipaje hasta que el cliente quede alojado.
- Si esta situación tiene lugar con posterioridad a la hora de entrada, adicionalmente el establecimiento deberá tener definido y ofrecerá al cliente una serie de servicios y/o actividades gratuitas que compensen la imposibilidad de alojarlos de forma inmediata.
- Para ambos casos, el establecimiento dispondrá y ofrecerá al cliente un servicio de cortesía en condiciones de confort y seguridad conforme a la categoría del establecimiento.
- El servicio de recepción incluirá un sistema de control de crédito de los clientes, de modo que estén definidos los límites y las responsabilidades de autorizarlos, así como las acciones a adoptar en el caso de exceso de los límites.
- Cuando el servicio de recepción ofrezca la posibilidad de cambio de divisas dispondrá de la respectiva autorización, facilitando al cliente los correspondientes recibos en que se indique el tipo de cambio efectuado y las comisiones aplicadas.
- Debe informarse al cliente cuando éste lo requiera, de los puntos de interés, actividades sociales, culturales y de entretenimiento, y otros servicios o atracciones de interés turístico existentes en el destino turístico y su área de influencia.
- Debe tenerse un procedimiento para atender y resolver las quejas del cliente. El servicio de recepción dispondrá de la respectiva hoja sugerencias
- Debe existir un libro de incidencias entre turnos en el que se registren todas las sugerencias o quejas de los clientes que, sin originar reclamación, puedan ser formuladas por los clientes sobre la calidad del servicio.

- Disponer de un servicio de recogida de mensajes o paquetes dirigidos a clientes del establecimiento, y se asegure que estos llegan a su destinatario con la mayor prontitud posible y bajo las condiciones de seguridad establecidas, se lleva un registro al respecto.
- En todas las habitaciones habrá, a disposición del cliente, un Directorio de Servicios del establecimiento, en el que se indique, convenientemente presentada, toda la información que sobre el establecimiento y su entorno pueda resultar de interés para el cliente durante su estancia. El personal de recepción buscara de forma inmediata, si fuera necesario, la información requerida por el cliente en caso de no conocerla o no disponer de ella.
- Disponer de un mapa de la ciudad o el país, para mostrar al cliente o visitante la Localización del establecimiento y el destino requerido.
- Tener información sobre las horas de apertura y cierre de los puntos de atracción más comunes, cuando estén sujetos a horario.
- Tendrá un conocimiento suficiente de los transportes públicos, sus conexiones y los horarios actualizados.
- Prospectos informativos o propagandísticos de los establecimientos o puntos de mayor interés para el visitante (por ejemplo: guías de museos, restaurantes y espectáculos).
- Disponer de suficientes medios de búsqueda de aquella información a la que no tenga acceso de forma inmediata. Entre otras se deberán asegurar las siguientes gestiones: Reservación y adquisición de billetes de transporte y reservación de hoteles, Cambio de moneda, Servicios Médicos, traducciones, custodia de bienes.

#### **Viii.6.5.4.3 servicio de check out y facturación**

- El horario de atención debe cubrir las 24 horas.
- Realizar el “check out” y facturación en un tiempo no mayor de 10 minutos.
- Presentar la cuenta para revisión del cliente, ésta se detallará en la medida que el cliente lo solicite y puede ser emitida a nombre de terceros.
- Debe agradecerse por la estancia, desearle buen viaje y pronto regreso.

#### **Viii.6.5.4.4. Servicio de teléfono**

- Recibir y transferir llamadas telefónicas las 24 horas del día.
- Atender el teléfono a los tres timbrados como máximo, agradecer la llamada, proporcionar el nombre del hotel y la persona que atiende.
- El servicio de teléfono debe incluir la recepción y emisión de fax. Debe garantizarse la confidencialidad de los mensajes.

- Cuando se transfieran llamadas a la habitación de los clientes y este no se encuentre debe recuperarse la llamada para tomar el mensaje y entregárselo a los clientes.
- Dejar constancia por escrito de los mensajes dirigidos a los clientes.
- Los mensajes deben tener: la fecha y hora de la llamada, persona que llamo, objeto de la llamada, número de teléfono para corresponder y nombre del empleado que tomo el mensaje.
- La entrega de los mensajes tomados debe realizarse garantizando la confidencialidad ante terceros.
- Colocar en las habitaciones para disposición de los clientes un listado actualizado con las extensiones de los diferentes departamentos, teléfonos de urgencia, información de códigos para llamadas internacionales.
- Todos los clientes deben tener acceso a teléfono, dentro o fuera de la habitación o a través de central telefónica, a líneas exteriores nacionales o internacionales.

#### **VIII.6.5.4.5. Instalaciones y equipo**

##### *A. Requisitos generales*

- La decoración debe mantener una lógica coherencia de acuerdo al estilo del hotel.
- Las instalaciones y el mobiliario deben estar en buen estado de conservación.
- Las diferentes áreas de atención a los clientes deben estar claramente identificadas.
- Áreas limpias, ventiladas e iluminadas.
- Los equipos deben funcionar al 100%.
- Las habitaciones deben estar aromatizadas y libre de malos olores.
- Debe colocarse en la entrada del establecimiento hotelero, escaleras y rampas para personas con capacidades especiales.
- El nivel de ruido acorde al “ordenanza municipal”
- Las diferentes áreas de atención a los clientes deben estar claramente identificadas.
- Las cortinas y similares deben estar en buen estado de conservación y limpias.
- Deben evitarse ruidos causados maquinaria, traslado de mercadería o similares.
- El área de recepción debe estar iluminada.
- El acceso a las habitaciones desde la recepción debe estar señalizado.
- Las diversas áreas deben estar señalizadas.
- Las macetas, floreros y zonas jardines de interior deben estar en buenas condiciones de limpieza e iluminación nocturna y sin obstáculos que dificulten el acceso directo al establecimiento.

- El lobby con mobiliario funcional.
- Baños en el área de lobby limpios y funcionales.
- Cajas de seguridad en el 30% de las habitaciones.
- Teléfono público dentro de las instalaciones del hotel.
- Áreas de guarda equipaje.

#### *B. Instalaciones para empleados*

- Botiquín
- Lavamanos y espejo
- Papel sanitario y jabón
- Toallas individuales o desechables
- Sanitarios higiénicos, limpios y funcionales

#### *C. Habitaciones*

Las habitaciones deben ser limpiadas diariamente y contar con lo siguiente:

- Deben ser de 9m<sup>2</sup> para habitaciones sencillas y 10,50 m<sup>2</sup> para habitaciones dobles TV color
- Camas desde 1,00 m (Con plan de rotación de colchón)
- Protector de colchón
- Almohada más almohada de repuesto
- Juego completo de sábanas y fundas
- Espejo y mesa de uso varios
- Respaldos de cama
- Cesto de basura
- Silla
- Cortina
- Closet o ropero con puertas
- Luz en cabecera o buró
- Luz en baño
- Ventilador o aire acondicionado de acuerdo al lugar de ubicación del establecimiento hotelero
- Chapas seguras
- Mirilla
- Cadena o pasador de seguridad en la puerta
- Vasos de vidrio con protector higiénico (1 por persona)
- Directorio telefónico

- Carteles de no molestar y aseo
- Teléfono con instrucciones de marcado impresas

#### *D. Baños*

Deben contar con:

- Acabados en los muros
- Recubrimientos en los pisos
- Muros limpios
- Pisos limpios
- Mobiliario limpio
- Agua caliente y fría (con instrucciones de las llaves)
- Inodoro con cubierta
- Lavamanos con tocador
- Jabonera
- Toalleros
- Papel Sanitario
- Antideslizante en el piso
- Cortina o puerta en regadera
- Portapañuelos y pañuelos desechables
- Cesto de basura con bolsa
- Agua purificada en instalación o embotellada debidamente sellada y etiquetada
- Sistema de ventilación (ducto o ventanilla natural)
- Toalla mediana por persona
- Los artículos de amenidades mínimos son: 1 champú, 2 jabones, 1 acondicionador, 1 crema de manos

#### *E. Ropa de cama y toallas*

- Debe cambiarse cuando se reciba un nuevo cliente
- En caso de clientes ya instalados deben ser sustituidos como máximo cada tres días
- Las toallas deben ser sustituidas diariamente. Se permitirá la política de ahorro de recursos en la cual mediante previa consulta a los clientes, se sustituyen las toallas cada dos días.
- Deberá colocarse en cada habitación un juego de toallas por persona. Este juego estará compuesto por: una toalla de ducha, una toalla de manos. Además debe colocarse una toalla alfombra por cada habitación

- El juego de lencería debe incluir: protector de colchón, forro, sabana, funda de almohada, cubrecama.
- No se debe utilizar ropa de cama o toallas dañadas, con manchas o en mal estado
- En caso el establecimiento hotelero tenga alfombras estas deben ser lavadas por lo menos una vez al año

#### *F. Requisitos de seguridad*

- Se debe contar con un sistema de alarma
- Señalización de emergencia luminosa en áreas cerrada o “pintura fosforescente”
- Contar con equipos contra incendios
- Se debe señalar de forma clara y visible la ruta de evacuación
- Cuando tengas más de cuatro pisos deben contar con escaleras contra incendios
- Se debe proporcionar una guía de seguridad para huéspedes (visible en las habitaciones)
- Se debe tener un manual de emergencias para el personal
- Detectores de humo en habitaciones y áreas públicas
- Debe tenerse un plan de contingencia contra incendios
- Debe tenerse accesible la información de contacto de la Policía Turística

#### *G. Limpieza*

##### *1. Limpieza de zonas comunes*

Un mínimo de dos veces al día, la persona responsable del servicio de limpieza en las áreas comunes, debe comprobar que:

- El área de recepción, los corredores, las escaleras, las salas de uso habitual, las áreas de animación interior y los sanitarios en zonas comunes cumplen con los requisitos de higiene y limpieza establecido.
- Que el funcionamiento de luces y otros equipos en estas áreas, estén funcionando adecuadamente.

##### *2. Limpieza de sanitarios en zonas comunes*

- Los sanitarios en zonas comunes deben limpiarse por lo menos tres veces al día
- Durante el periodo de limpieza, debe colocarse la señalización que se está limpiando.
- Los sanitarios deben tener papel higiénico, jabón líquido, toallas desechables o secador de aire, papelera con bolsa, ducto de ventilación o ventana, espejo e iluminación.

### *3. Limpieza de habitaciones*

- Debe establecerse una rutina de limpieza de habitaciones, de manera que el personal conozca en cada momento las habitaciones que debe limpiar. La limpieza de habitaciones se realizará preferentemente en el turno de mañana. Se asegurará que el servicio al cliente es el óptimo y se respetará el descanso de los clientes. Se evitará en todo caso cualquier molestia provocada por posibles ruidos derivados de la operativa del servicio interno del hotel.
- Las habitaciones que, aún habiendo sido limpiadas a la salida de un cliente, no fueran ocupadas en el plazo de los tres días siguientes, deberán ser objeto de las actividades de mantenimiento y limpieza que se consideren convenientes, y ser repasadas antes de la entrada de un nuevo cliente. Se considera actividad mínima de mantenimiento, la aireación de la habitación, descarga de tanque de inodoro, apertura de grifos y desempolvado de mesas, mesillas y elementos decorativos.
- Una habitación se considerará limpia y ordenada cuando:
  1. Haya sido convenientemente ventilada y haya un olor agradable en el ambiente, eliminándose expresamente cualquier olor a tabaco.
  2. Las papeleras y ceniceros estén vacíos y limpios.
  3. No existan restos de polvo o suciedad en suelos, paredes, mobiliario, elementos decorativos, cristales y ventanas.
  4. Las camas tengan lencería limpia, y el cambio de la misma sea conforme a las normas establecidas, y estén arregladas, cubiertas y sin arrugas.
  5. Todos los elementos, como luces, radio y TV, minibar, aire acondicionado, etc., funcionen correctamente, avisando mediante reportes o sistemas similares de cualquier anomalía observada al responsable de limpieza (o quien se defina a tal efecto).
  6. Un baño de habitación/apartamento se considerará limpio, higiénico y ordenado cuando:
    7. Las papeleras, ceniceros y bolsas estén vacías y limpias. Las papeleras del baño deberán llevar bolsa plástica
    8. No existan restos de suciedad ni humedad en suelos, paredes y equipos sanitarios.
    9. Los inodoros estén convenientemente desinfectados y limpios.
    10. Las toallas utilizadas hayan sido retiradas y sustituidas por otras limpias, conforme a las normas establecidas.



11. Los elementos, como luces, grifería, etc. funcionen correctamente y ofrezcan un aspecto limpio. Los espejos estén en perfectas condiciones de uso y no estén picados.
12. Todos los aparatos eléctricos estén en perfectas condiciones de uso.
13. El baño tenga un olor agradable.
14. Los vasos, en el baño, estén limpios y protegidos .
15. Debe mantenerse una bitácora en el que se registren incidencias detectadas o ocurridas en la limpieza de las habitaciones
16. Para el desarrollo de la limpieza se debe utilizar un carro de limpieza o similar que permita colocar los utensilios de limpieza y la lencería y toallas. Este debe ser silencioso con protectores para que no dañen las paredes y muebles.
17. La lencería y toallas sucias serán retiradas de las habitaciones colocadas en bolsas, sacos o recipientes.
18. Las prendas sucias deben ser llevadas al área de lavandería al finalizar cada ronda.

#### *H. Lavandería*

##### *1. Lavandería de lencería y toallas*

- El stock mínimo de prendas preparadas para uso del cliente debe ser dos juegos por cada habitación
- Una prenda de lencería o toalla estará lista para su uso, cuando:
- No haya manchas en la prendas
- No haya roturas y el nivel de desgaste de la prenda sea aceptable
- La textura de la prenda sea agradable al tacto
- Huela a limpio
- No esté arrugada y este planchada y doblada (Las sábanas es opcional se planchen)
- Las instalaciones dedicadas a lavado y planchado de lencería y toallas, deberá estar equipados con el mobiliario necesario(planchador, estante, depósitos de ropa sucia) para una correcta colocación y clasificación de la ropa que se encuentre en el interior.
- Debe evitarse que prendas sucias, mojadas o similares queden depositadas en las instalaciones de lencería
- Se dispondrá de una bodega o área designada para almacenar las prendas de lencería y toallas de stock de reservación de que disponga el establecimiento, que no sean utilizadas por los clientes, no se encuentren en lavandería o estén almacenadas en las bodegas de pisos.
- Debe establecerse un programa de lavado y productos detergentes y suavizantes a utilizar

- Para el secado de la ropa se utilizará preferentemente máquinas secadoras, teniendo cuidado en la indicación del tiempo y temperatura de secado de acuerdo al tipo de prenda.
- En caso el servicio de lavandería sea subcontratado, la responsabilidad de que el servicio sea adecuado es del establecimiento hotelero. Debiéndose establecer en el contrato, programas de lavado, productos a utilizar y plazos de entrega.

## *2. Lavandería de prendas del cliente*

- En caso el establecimiento hotelero proporcione el servicio de lavandería de prendas, debe establecerse un programa para que sean lavadas y planchadas.
- Debe dejarse una bolsa en un sitio visible para los clientes para que coloquen su nombre, número de habitación, número y tipo de prendas que deposita y el tipo de servicio que desea recibir.
- Deben colocarse en un lugar visible para los clientes, las tarifas, tiempos necesarios para los servicios, horarios de recolección y entrega de prendas y teléfono de contacto para información complementaria.

## *1. Limpieza de comedores y cocinas*

### *1. Personal y condiciones de higiene de cocinas*

- Las instalaciones y espacios de las cocinas y de zonas de preparación y conservación de alimentos y de enseres en contacto con ellos, estarán en perfectas condiciones higiénicas y de limpieza, cumpliendo con las normativas de higiene y seguridad específicas.
- La cocina y el comedor estarán aislados de los servicios higiénicos, (aseos), de los lugares donde se depositan las basuras (cubos o contenedores) y de otras zonas que puedan ser fuente de contaminación (dormitorios, habitaciones, lugares con animales, etc...).
- El personal destinado a cocinas tendrá la formación y el adiestramiento necesario para desempeñar las funciones y asumir responsabilidades asignadas.
- Para el trabajo en cocina se requieren las siguientes condiciones de higiene personal:
  - Limpieza corporal.
  - Pelo limpio, recogido y cubierto.
  - Limpieza de manos: uñas limpias y cortas.
  - Lavado de manos antes de empezar el trabajo de cocina y después de cada pausa.
  - No portar anillos, pulseras, relojes de mano, así como otros objetos que puedan ocasionar accidentes y sean puntos de acumulación de restos alimentarios.
  - Secado de manos: Uso de servilletas o rollos de papel, no utilizando en ningún caso toallas colectivas.

- Vestimenta de trabajo limpia, zapatos limpios y no deslizantes. Uso obligatorio de calcetines.
- Acceso a cocina sólo al personal autorizado.
- Está expresamente prohibido comer y fumar en cocina.
- Como reglas generales de higiene en la manipulación y preparación de alimentos están:
- No introducir los dedos en las comidas, salsas, etc. para degustación.
- No utilizar directamente las manos como utensilios en la preparación de los platos una vez elaborados y en los rellenos de algunos alimentos.
- Toda persona con enfermedades infecto-contagiosas o enfermedades de piel, heridas sangrantes o que en general puedan causar cualquier tipo de peligro para la salud, no podrán trabajar en cocina en los procesos de manipulación y elaboración de alimentos. En caso de heridas en dedos o en manos, serán cubiertas por dedales o guantes de látex.
- No tocar con los dedos el interior de los platos ni otros utensilios por la parte donde hay contacto habitual con los alimentos.
- Evitar absolutamente la entrada de animales vivos en recintos de cocina y, en general
- donde hay productos alimentarios. El control de plagas debe realizarse siguiendo los lineamientos del código de prácticas del Codex Alimentarius CAC/RCP 39 Código de prácticas de higiene para los alimentos precocinados y cocinados utilizados en los servicios de comidas para colectividades.
- Todos los alimentos que procedan de platos o mesa del servicio al cliente deben ser tirados al contenedor de desperdicios.
- Los excedentes de alimentos elaborados, no servidos en mesa (línea de buffet), podrán ser recuperados salvo excepción de lácteos y aquellos en los que no esté asegurada la cadena de frío.
- Estos excedentes serán tratados convenientemente para su posible reutilización: refrigerados y/o congelados, etc. Serán identificados con la fecha de su elaboración inicial y/o fecha de caducidad o de uso preferente. Su reutilización deberá hacerse en el menor tiempo posible y no podrán ser nuevamente conservados o almacenados para otro nuevo servicio.
- De manera general será obligatoria la aplicación de la normativa de salud alimentaria.
- Todo puesto de trabajo en el área de elaboración de alimentos estará convenientemente descrito y las personas que realicen tales labores tendrán la correspondiente formación. Estarán nombradas aquellas personas que tienen la responsabilidad en el control de elaboración de alimentos.

- El servicio dispondrá de personal con tareas específicas para la limpieza de la cocina que se ocupe tanto de las instalaciones como de los artículos. Se definirán igualmente cuales son los productos de limpieza y desinfección a utilizar en relación a las diferentes superficies y utensilios a lavar y/o desinfectar.

## *2. Tratamiento de desperdicios*

- Las basuras estarán en recipientes tapados continuamente, preferentemente con pedal, los cuales dispondrán de bolsas para evitar en la medida de lo posible el contacto directo de la basura y el recipiente.
- Los recipientes de basuras y papeleras del área de cocinas serán lavadas diariamente, con agua caliente, detergentes adecuados y desinfectantes.
- Al menos diariamente y cada vez que sea necesario se sacarán las bolsas de basura y serán llevadas a una zona aislada donde los olores no afecten a los alimentos. Las basuras y desperdicios serán segregadas según su origen: restos orgánicos de alimentos, vidrios, plásticos, papel y cartón, tejidos, etc... con arreglo a las disposiciones municipales o a las políticas respectivas del establecimiento.
- Cada recipiente de basura deberá estar perfectamente identificado, codificado por colores, indicando el tipo de basura o desecho al que está destinado su uso.
- En el movimiento de basuras y desperdicios, estas no se cruzarán con la zona de preparación y elaboración de alimentos.
- La ubicación de basuras y desperdicios será en zonas no visibles al cliente.

## *3. Lavado de menaje y zona de cocina*

- Existirá un plan de limpieza y mantenimiento de las cocinas debidamente documentado en el que se definirán los criterios de limpieza de la misma en cuanto a las limpiezas que es necesario realizar durante el día para garantizar una higiene adecuada de la misma.
- La limpieza de maquinaria y lavado del menaje se realizará después de cada servicio de comidas, respetando el método de limpieza.
- El lavado del menaje de cocina se realizará en zonas separadas a la elaboración y preparación de los alimentos.
- Para la cristalería, cubertería, vajilla, etc. del servicio al cliente se respetará el circuito de lavado descrito en las instrucciones correspondientes. De manera general éstas incluirán lugar de entrada de los utensilios sucios, lavado con sus características, salida de utensilios limpios, secado y almacenamiento. Se asegurará que no estén en contacto utensilios limpios con otros sucios.

- Todos los utensilios defectuosos o dañados deberán ser eliminados de la circulación con el fin de evitar ser puesto nuevamente en el servicio al cliente.
- Deben evitarse malos olores en las zonas de cocinas y en los implementos.
- Estos productos se corresponderán con las recomendaciones ecológicas establecidas y se evitará que dejen restos de olor en los útiles de cocina y restaurantes.
- Los textiles utilizados en cocina estarán identificados respecto de la aplicación a la que están destinados. Serán cambiados al menos diariamente y siempre que se tenga evidencia de su suciedad o posible riesgo de contaminación.

#### *4. Mantenimiento de instalaciones*

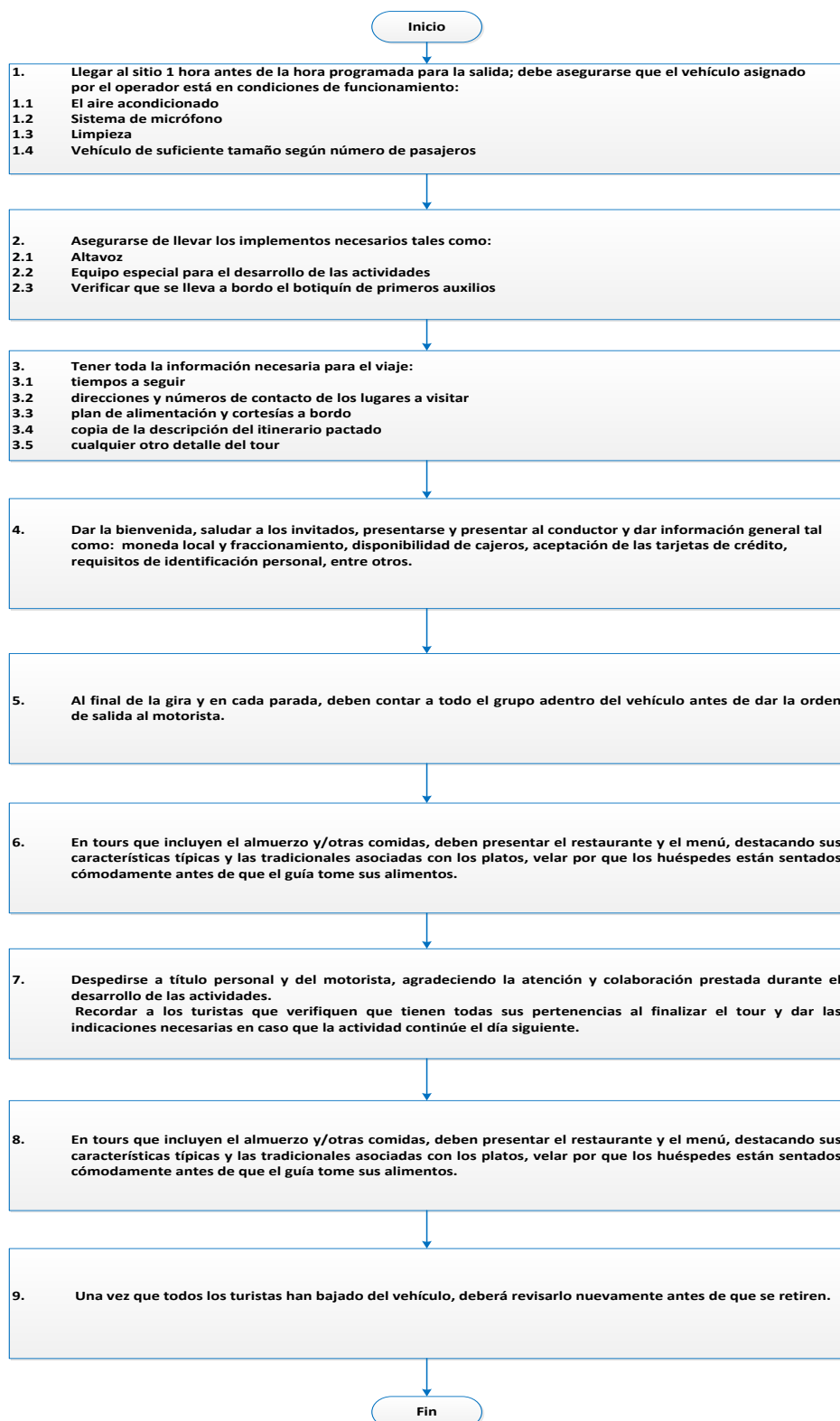
- La persona responsable de cada uno de los servicios relacionados con el mantenimiento, o en su caso la persona asignada por él, realizará las tareas de supervisión necesarias (documentadas al menos en cuanto a su alcance, frecuencia y responsabilidad de realización) para asegurar un preciso cumplimiento de las requisitos que se han definido anteriormente.
- Las actividades de supervisión quedarán convenientemente documentadas, de manera que sea posible realizar un seguimiento de los diferentes servicios. Se informará de los resultados del análisis de ésta información al personal adscrito al servicio de mantenimiento de instalaciones
- El responsable del servicio asegurará la planificación de las revisiones e inspecciones reglamentarias y su inclusión en los planes de mantenimiento del establecimiento; Comprobación durante las tareas de mantenimiento, de que estas se llevan a cabo de la forma establecida; Inspección periódica (mínimo mensual) de las instalaciones y equipos. Esta inspección abarcará el correcto estado de funcionamiento y conservación de los equipos y aparatos.

### **VIII.6.6. Documentación Y Estandarización De Los Procesos De La Cooperativa**

De acuerdo al diagnóstico se detectó que los procesos de prestación de servicio por parte del tour operador en la Zona Costera del Municipio de Intipucá no están documentados, al mismo tiempo que carece de aspectos técnicos normativos para la prestación de un servicio de tour operador de calidad, es por ello, que se plantea el proceso de prestación de servicio de tour operador que esté en concordancia con la normativa de Calidad Turística Salvadoreña y Centroamericana para ofrecer un servicio competitivo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

A continuación en el esquema 11, se detalla el proceso de prestación de servicio para el Tour Operador para la Zona Costera del Municipio de Intipucá:

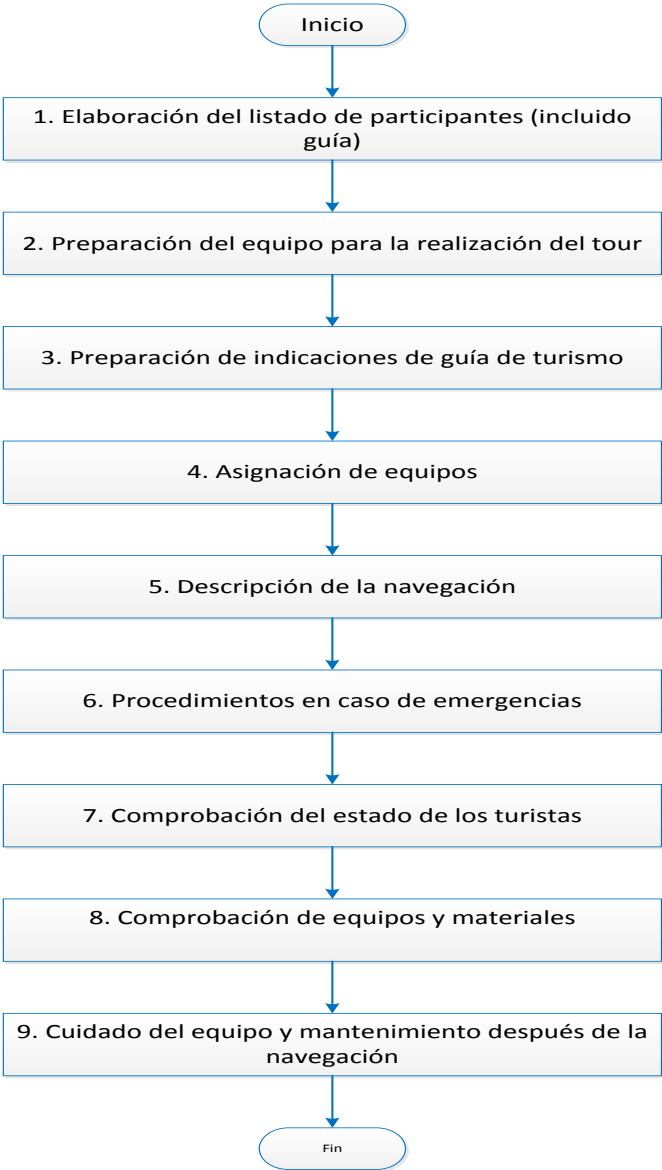
## Esquema 11: Proceso de Prestación de Servicio de Tour Operador



Fuente: Elaboración propia a partir de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica.

En la Zona Costera del Municipio de Intipucá, se da el servicio de Tour de Kayak, es por ello que con el propósito de normalizar el tour y respetar aspectos técnicos y de seguridad para brindar un tour hacia los manglares de Intipucá y satisfacer las expectativas de los turistas que visitan la Zona Costera, en el esquema 4, se proponen los siguientes procedimientos de navegación durante un tour de kayak siempre en concordancia con la Normativa de Calidad Turística y Centroamericana.

**Esquema 12: Procedimientos de navegación Tour de Kayak**



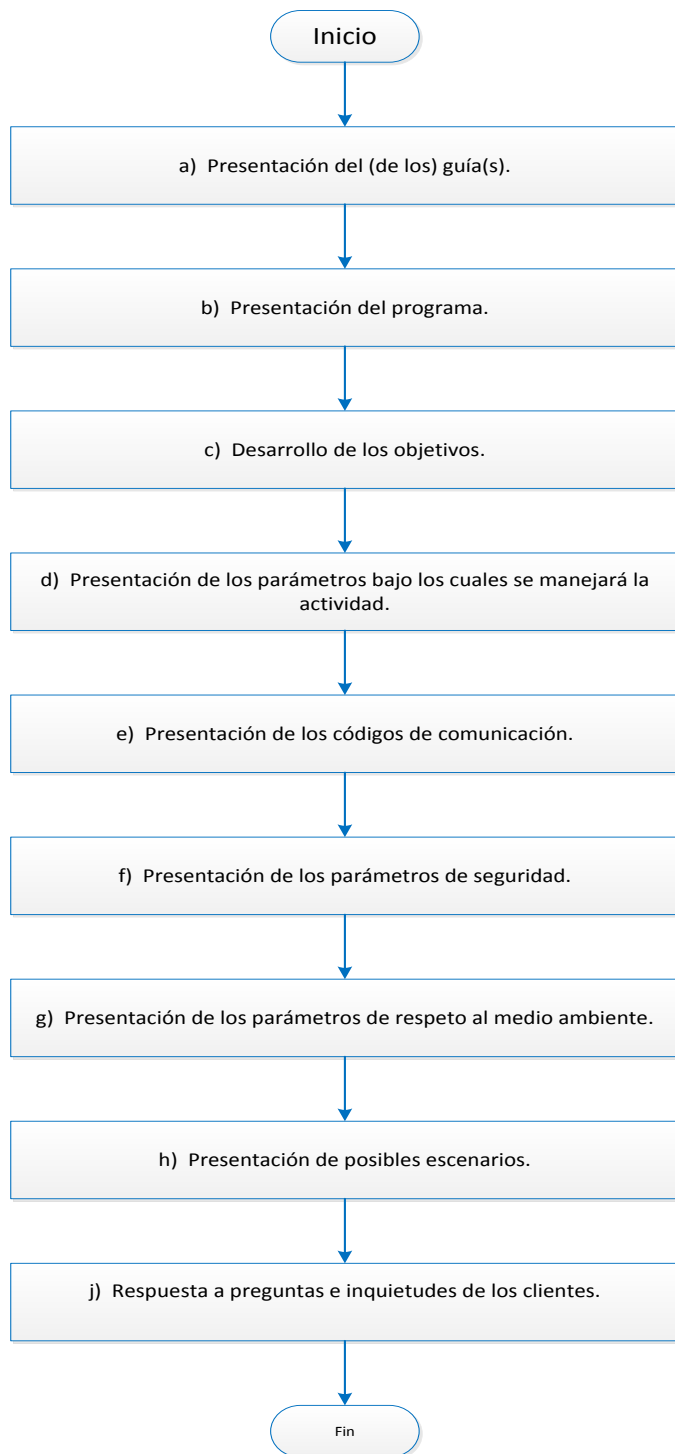
Fuente: Elaboración propia a partir de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas prácticas Turísticas de Centroamérica



En la realización del tour de Kayak, se propone que se siga un procedimiento de protocolo de recepción de clientes y reuniones informativas de los turistas que llegan a la Zona Costera del Municipio de Intipucá (ver esquema 13), de tal manera que los turistas antes de recibir el tour, conozcan el procedimiento de realización de las actividades y los pasos que se van a seguir durante todo el tour, así como, que se les enseñe el programa de itinerario del tour, los objetivos de la visita a cada uno de los lugares a visitar, las formas de comunicación con los turistas, la presentación de los parámetros de seguridad que se usarán durante el tour para minimizar el riesgo de cualquier situación imprevista durante el tour, la presentación de los posibles escenarios por ejemplo las mareas que se dan a determinadas horas, las especies de animales que se pueden observar durante la temporada, las condiciones climáticas a las que estarán expuestas durante el tour, etc.

En estos procedimientos, se pretende que el guía de turismo, así como el tour operador, haga énfasis en la conservación de los recursos naturales para respetar las políticas de Desarrollo Sustentable que se pretenden implementar. Finalmente, que el guía de turismo durante el tour esté en todo momento atento a posibles preguntas por parte de los turistas, por lo que deberá tener un conocimiento muy amplio de la idiosincrasia que se vive en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, así como de aspectos técnicos de la prestación del servicio de tour.

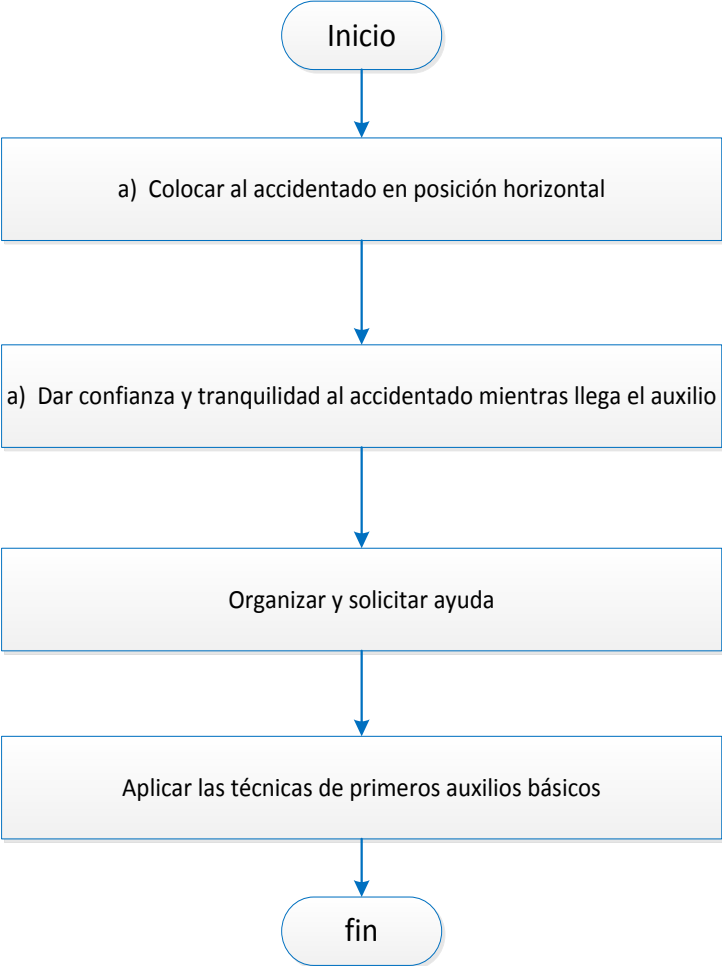
### Esquema 13: Procedimientos de protocolo de recepción y reuniones informativas



Fuente: Elaboración propia a partir de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas prácticas Turísticas de Centroamérica  
NORMA SALVADOREÑA NSR 03.59.01:08

Durante el tour de kayak en los manglares se pueden presentar de repente emergencias, por lo que el Tour Operador y Guía de turismo debe estar preparado en todo momento, es por ello que se propone documentar y se espera que se ponga en práctica un procedimiento de prevención y manejo de emergencias contenido en la Normativa de Calidad Turística Salvadoreña, el cual se presenta a continuación:

**Esquema 14: Procedimientos de prevención y manejo de emergencias en Tour de Kayak**



Fuente: Elaboración propia a partir de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas prácticas Turísticas de Centroamérica  
NORMA SALVADOREÑA NSR 03.59.01:08

### VIII.6.7. Documentación Y Estandarización de Paquetes Turísticos<sup>72</sup>

Para facilitar la organización de los servicios brindados por el OPERADOR DE TURISMO que desee operar en Intipucá se establecen seis paquetes turísticos que se pueden realizar en la Zona Costera del Municipio de Intipucá de acuerdo a las necesidades de mercado que se encontraron en la etapa de diagnóstico.

Los paquetes se ofrecen durante todo el año. Existe la opción de ingresar usando un bus, o su propio vehículo. A continuación se documenta el itinerario de cada uno de los paquetes turísticos a ofertar en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión:

#### VIII.6.7.1. Paquete #1: Tour De Kayak Al Manglar

## PAQUETE TURÍSTICO

### #1 TOUR DE KAYAKAL AL MANGLAR:

### PASO DEL RÍO Y MIRADOR RÚSTICO

#### Aspectos del Itinerario:

Descripción general de los servicios de tour #1 de kayak al manglar Playa El Esterón.

Transporte San Salvador- Intipucá  
Transporte Intipucá- San Salvador  
Tour #1 al manglar: Refrigerio y almuerzo  
Uso de kayak (doble)  
Chaleco Salvavidas, remos dobles  
Bolsa impermeable  
Guía local

---

<sup>72</sup> Fuente: Entrevista con presidente de Cooperativa El Gran Arco de La Boca de R.L.

Paquete de 1 día, refrigerio y almuerzo, avistamiento de aves.

### Día

Hora	Actividad	Descripción
6:00 am	Salida de San Salvador a Intipucá	Salida desde gasolinera PUMA Constitución
9:00 am	Llegada a Playa El Esterón	Llegada a Playa el Esterón Presentación de indicaciones (Guía turístico)
9:30 am	Salida hacia Manglares de Playa El Esterón	Recorrido por la Zona Costera hacia manglar #1. Paso del río. Toma de fotografías a los avistamientos de aves. Explicación histórica de los manglares por parte del guía de turismo
10:30 am	Refrigerio	Llegada a manglar #1 y toma de refrigerio
11:00 am	Recorrido por el manglar	Recorrido por el manglar hacia el mirador rústico y explicación de la historia del lugar por parte del guía de turismo
11:30 am	Salida desde manglar hacia la playa	Regreso de recorrido desde manglar hacia la playa.
1:00 pm	Llegada a punto de encuentro	Llegada a punto de encuentro y toma de almuerzo
1:30 pm	Salida de Intipucá hacia San Salvador	Salida hacia San Salvador
4:30 pm	Llegada a Ciudad de San Salvador	Llegada a Ciudad de San Salvador y despedida de motorista
FIN DE TOUR		

Tabla 47: Paquete #1 de Tour de kayak al manglar:

### VIII.6.7.2. Paquete #2 tour de kayak a manglar

## PAQUETE TURÍSTICO

### #2 TOUR DE KAYAK AL MANGLAR: BOCANA DEL RÍO GUARRAPUCA Y PLANTACIONES DE HORTALIZAS

Aspectos del Itinerario:

Descripción general de los servicios de tour de kayak a manglar #2 Playa El Esterón.

Transporte San Salvador- Intipucá
Transporte Intipucá- San Salvador
Tour #2 de kayak al manglar: bocana del río guarrapuca y plantaciones de hortalizas
Refrigerio y almuerzo
Uso de kayak (doble)
Chaleco Salvavidas, remos dobles
Bolsa impermeable
Guía local

Paquete de 1 día, refrigerio y almuerzo, avistamiento de aves.

#### Día

Hora	Actividad	Descripción
6:00 am	Salida de San Salvador a Intipucá	Salida desde gasolinera PUMA Constitución
9:00 am	Llegada a Playa El Esterón	Llegada a Playa el Esterón Presentación de indicaciones (Guía turístico)
9:30 am	Salida hacia Manglares de Playa El Esterón	Recorrido por la Zona Costera hacia manglar # 2. Bocana del Río Guarrapuca. Toma de fotografías a los avistamientos de aves. Explicación histórica de los manglares por parte del guía de turismo
10:30 am	Refrigerio	Llegada a manglar #2 y toma de refrigerio
11:00 am	Recorrido por el manglar	Recorrido por el manglar # 2, siembra de hortalizas y explicación de la historia del lugar por parte del guía de turismo
11:30 am	Salida desde manglar #2 hacia la playa	Regreso de recorrido desde el manglar hacia la playa.
1:00 pm	Llegada a punto de encuentro	Llegada a punto de encuentro y toma de almuerzo
1:30 pm	Salida de Intipucá hacia San Salvador	Salida hacia San Salvador
4:30 pm	Llegada a Ciudad de San Salvador	Llegada a Ciudad de San Salvador y despedida de motorista
FIN DE TOUR		

Tabla 48: Paquete tour de kayak manglar #2

### VIII.6.7.3. Paquete #3 tour de kayak a manglar

## PAQUETE TURÍSTICO

### #3 TOUR DE KAYAK AL MANGLAR NIDO DE LAGARTOS Y SANTUARIO DE LA GARZA

Aspectos del Itinerario:

Descripción general de los servicios de tour de kayak a manglar #3 Playa El Esterón.

Transporte San Salvador- Intipucá  
Transporte Intipucá- San Salvador  
Tour a manglar #3  
Refrigerio y almuerzo  
Uso de kayak (doble)  
Chaleco Salvavidas, remos dobles  
Bolsa impermeable  
Guía local

Paquete de 1 día, refrigerio y almuerzo, avistamiento de aves.

#### Día

Hora	Actividad	Descripción
6:00 am	Salida de San Salvador a Intipucá	Salida desde gasolinera PUMA Constitución
9:00 am	Llegada a Playa El Esterón	Llegada a Playa el Esterón Presentación de indicaciones (Guía turístico)
9:30 am	Salida hacia Manglar #3 de Playa El Esterón	Recorrido por la Zona Costera hacia manglar #3, Nido de lagartos Toma de fotografías a los avistamientos de aves. Explicación histórica de los manglares por parte del guía de turismo
10:30 am	Refrigerio	Llegada a manglar y toma de refrigerio
11:00 am	Recorrido por el manglar	Recorrido por el manglar Santuario de la Garza y explicación de la historia del lugar por parte del guía de turismo
11:30 am	Salida desde manglar #3 hacia la playa	Regreso de recorrido desde los manglares hacia la playa.
1:00 pm	Llegada a punto de encuentro	Llegada a punto de encuentro y toma de almuerzo
1:30 pm	Salida de Intipucá hacia San Salvador	Salida hacia San Salvador
4:30 pm	Llegada a Ciudad de San Salvador	Llegada a Ciudad de San Salvador y despedida de motorista
FIN DE TOUR		

Tabla 49: Paquete de tour de kayak manglar #3

#### VIII.6.7.4. Paquete tour a Río Guarrapuca

## PAQUETE TURÍSTICO

### TOUR DE KAYAK EN RÍO GUARRAPUCA

Aspectos del Itinerario:

Descripción general de los servicios de tour de kayak a Río Guarrapuca

Transporte San Salvador- Intipucá  
Transporte Intipucá- San Salvador  
Tour a Río Guarrapuca  
Refrigerio y almuerzo  
Uso de kayak (doble)  
Chaleco Salvavidas, remos dobles  
Bolsa impermeable  
Guía local

Paquete de 1 día, refrigerio y almuerzo, avistamiento de aves.

#### Día

Hora	Actividad	Descripción
6:00 am	Salida de San Salvador a Intipucá	Salida desde gasolinera PUMA Constitución
9:00 am	Llegada a Zona Costera de Intipucá	Llegada a INTIPUCÁ TOUR Presentación de indicaciones (Guía de turismo)
9:30 am	Salida hacia Río Guarrapuca	Caminata a lo largo del Río Guarrapuca hacia los manglares, sembradíos de hortalizas. Explicación histórica del Río Guarrapuca por parte del guía de turismo. Abordaje de kayaks en la boca del río.
10:30 am	Refrigerio	Toma de refrigerio en Río Guarrapuca
11:00 am	Recorrido por el Río Guarrapuca	Recorrido por el Río Guarrapuca y explicación de la historia del lugar por parte del guía de turismo
11:30 am	Salida desde Río Guarrapuca hacia INTIPUCÁ TOUR	Regreso de recorrido desde Río Guarrapuca hacia Intipucá tour
1:00 pm	Llegada a punto de encuentro	Llegada a punto de encuentro y toma de almuerzo
1:30 pm	Salida de Intipucá hacia San Salvador	Salida hacia San Salvador
4:30 pm	Llegada a Ciudad de San Salvador	Llegada a Ciudad de San Salvador y despedida de motorista
FIN DE TOUR		

Tabla 50: Paquete de tour a Río Guarrapuca



### VIII.6.7.5. Paquete tour a Cerro Panela

## PAQUETE TURÍSTICO

### TOUR A CERRO PANELA

Aspectos del Itinerario:

Descripción general de los servicios de tour a Zona Montañosa del Cerro Panela

Transporte San Salvador- Intipucá

Transporte Intipucá- San Salvador

Tour a Cerro Panela

Refrigerio y almuerzo

Guía local

Paquete de 1 día, refrigerio y almuerzo, avistamiento de flora y fauna de montaña.

#### Día

Hora	Actividad	Descripción
6:00 am	Salida de San Salvador a Intipucá	Salida desde gasolinera PUMA Constitución
9:00 am	Llegada a Zona Costera de Intipucá	Llegada a INTIPUCÁ TOUR Presentación de indicaciones (Guía de turismo)
9:30 am	Salida hacia Cerro Panela	Recorrido por Zona montañosa de Cerro Panela Explicación histórica del Cerro Panela por parte del guía de turismo
10:30 am	Refrigerio	Toma de refrigerio en Cerro Panela
11:00 am	Recorrido por Cerro Panela para avistamiento de fauna	Recorrido por Cerro Panela para avistamiento de fauna
11:30 am	Salida desde Cerro Panela hacia INTIPUCÁ TOUR	Regreso de recorrido desde Cerro Panela hacia Intipucá tour
1:00 pm	Llegada a punto de encuentro	Llegada a punto de encuentro y toma de almuerzo
1:30 pm	Salida de Intipucá hacia San Salvador	Salida hacia San Salvador
4:30 pm	Llegada a Ciudad de San Salvador	Llegada a Ciudad de San Salvador y despedida de motorista
FIN DE TOUR		

Tabla 51: Paquete de tour de Montaña

### VIII.6.7.6. Paquete tour hotelero

# PAQUETE TURÍSTICO

## TOUR HOTELERO

Aspectos del Itinerario:

Descripción general de los servicios de tour hotelero

Transporte San Salvador- Intipucá
Transporte Intipucá- San Salvador
Elección a cualquiera de los tour + servicio de hospedaje
Refrigerio, almuerzo, cena, desayuno
Para tour kayak incluye
Uso de kayak (doble)
Chaleco Salvavidas, remos dobles
Bolsa impermeable
Guía local

Paquete de 1 día y 1 noche, refrigerio almuerzo, cena y desayuno.

### Día

Hora	Actividad	Descripción
6:00 am	Salida de San Salvador a Intipucá	Salida desde gasolinera PUMA Constitución
9:00 am	Llegada a Playa El Esterón	Llegada a Playa el Esterón Presentación de indicaciones (Guía turístico)
9:30 am	Salida hacia tour a elegir	Recorrido del tour
10:30 am	Refrigerio	Llegada al lugar del tour elegido
11:00 am	Recorrido por el lugar elegido	Recorrido por el lugar elegido
11:30 am	Salida desde el lugar elegido	Regreso de recorrido
1:00 pm	Llegada a punto de encuentro	Llegada a punto de encuentro y toma de almuerzo
3:00	Salida hacia hotel La tortuga verde	Alojamiento en hotel La tortuga verde
6:00 pm	Toma de cena	Cena en hotel tortuga verde
7:00 am	Toma de desayuno	Desayuno en hotel La tortuga Verde
1:30 pm	Salida de Intipucá hacia San Salvador	Salida hacia San Salvador
4:30 pm	Llegada a Ciudad de San Salvador	Llegada a Ciudad de San Salvador y despedida de motorista
FIN DE TOUR		

Tabla 52: Paquete tour hotelero

### VIII.6.8. Documentación y Estandarización de Rutas Turísticas

A continuación se detalla el diseño de las rutas turísticas que se propone para que se el servicio hacia las rutas de manglares, montañas y ríos según las expectativas de los turistas obtenidas en el diagnóstico.

#### VIII.6.8. 1. Ruta Los Manglares

## Ruta

## Los Manglares



### Manglares de Intipucá

Disfruta de tour en Kayak dentro de los manglares de la región, en la zona del Esterón, Intipucá, puedes ejercitarte y a la vez la observación de Aves migratorias y la flora de esta región, conociendo la forma de vivir de la comunidad del Esterón el cual trabaja en la extracción de Conchas y Cangrejos dentro del manglar, a la vez compartirás una experiencia inolvidable con la naturaleza. Recomendado para gente aventurera.



# Ruta Montaña



## Ruta a Cerro Panela

Cerro Panela situado a 6.0 Km. Al Norte de la ciudad, su cima sirve de mojón triffinio entre los municipios de Intipucá, El Carmen y Chirilagua, su elevación es de 737.22 msnm. Donde está ubicado. Es una nueva alternativa de turismo natural/ecológico ideal para realizar caminatas con escenas paisajísticas hacia diferentes puntos del municipio. Además permite la observación de aves nativas, migratorias y animales como: el venado cola blanca, el mono, ardillas,el tigrillo y el coyote.



## Ruta

## Río



### Ruta a Río Guarrapuca

Río El Amatal es el nombre que recibe en los primeros dos kilómetros pero en el trayecto final se le conoce como: Guarrapuca, su longitud es de 6.3 Km. Río Guarrapuca: Descarga sus aguas en el Estero Cerique, en su recorrido alimenta diferentes pozas que sirven de recreación como: caminatas a lo largo del río, observación de reptiles, insectos, aves y diversidad de flora.

A continuación se especifica el mapa de la ruta que conduce hacia Río Guarrapuca.



Figura 11: Mapa de Tour a Río Guarrapuca



MANUALES DE CALIDAD DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS  
PARA LA ZONA COSTERA  
DEL MUNICIPIO DE  
INTIPUCÁ, LA UNIÓN

### ***VIII.6.9.1. Manual de Buenas Prácticas de Guías de Turismo***

#### **VIII.6.9.1.1. Contenido**

- Introducción
- Objetivo
- La calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente.
- Procedimientos para establecer un Programa de Calidad
- Guías de Turismo
- Funciones del guía de turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.
- Conocimientos de los guías de turismo
- Funciones del trasladista

#### **VIII.6.9.1.2. Introducción**

El propósito del siguiente manual es dar a conocer herramientas para mejorar la calidad de los servicios de los guías de turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá. De acuerdo a las necesidades encontradas a través del Diagnóstico de los servicios de guías de turismo que se prestan en la Zona Costera del Municipio.

El documento contiene las acciones, situaciones y actividades de los procesos pertinentes en la Zona Costera del Municipio de Intipucá que se deben llevar a cabo para la gestión del servicio de guiado.

Se encontró que los servicios que actualmente prestan los guías de turismo aún carecen de profesionalismo en pequeños detalles que hacen la diferencia pero que el turista se fija en aspectos tales como la atención, la vestimenta, el conocimiento de la idiosincrasia en la Zona Costera de Intipucá, así como la proyección de una imagen de un servicio de calidad que se pretende brindar para que el turista una vez reciba el servicio a través del guía de turismo viva una experiencia inolvidable que le haga satisfacer sus expectativas y que al mismo tiempo se quede con las ganas de regresar a visitar la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

#### **VIII.6.9.1.3 Objetivo**

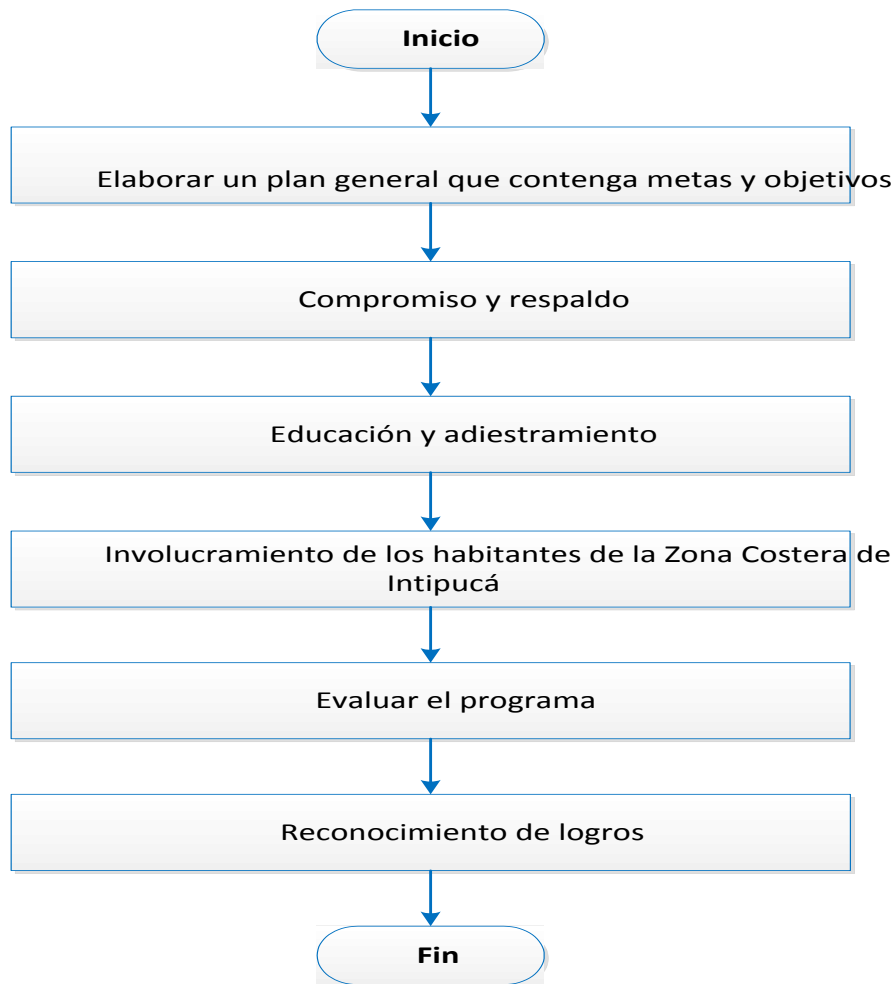
Sensibilizar y desarrollar en los guías y prestadores de servicios afines, un sentido real y práctico de la importancia de atender con calidad al turista que visita la Zona Costera del Municipio de Intipucá durante el desempeño de sus actividades, brindándoles una visión

amplia y general de la óptima atención al turista, tomando en cuenta la visión de lograr un mejoramiento en la oferta turística de la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

#### **VIII.6.9.1.4. La calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente**

El turista es la persona más importante para los habitantes de la Zona Costera del Municipio de Intipucá, más aún la persona que trabaje cara a cara el turista como es el caso del guía de turismo en Intipucá, debe intentar conocer cuáles son sus necesidades dado que de éstas surgen sus deseos, apetencias y expectativas.

A continuación se detalla un diagrama de flujo que representa el procedimiento para establecer un Programa de Calidad para la mejora de los servicios turísticos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.



Fuente: elaboración propia

### **Esquema 15: Procedimientos para establecer un Programa de Calidad**

Como primer procedimiento, se tiene la elaboración de un plan general, donde se especifiquen los objetivos y las metas que se quieren lograr para alcanzar un servicio turístico de mejor calidad en Intipucá. Estos objetivos y metas deben ser divulgados por los involucrados en desarrollar el Plan en Intipucá, con lo cual se necesita que adquieran compromiso de transmitir a los habitantes de la Zona Costera a través del adiestramiento a sus empleados y habitantes para involucrarlos en el proceso de transformación del Municipio, una vez puesto en práctica el cambio en el servicio turístico ofrecido en la Zona Costera de Intipucá se evalúa el rendimiento del programa a través del balance Score Card que se detalla más adelante.

#### **VIII.6.9.1.5. Guías de turismo**

Los Guías de Turismo son los responsables de enseñar e interpretar la cultura de la Zona Costera del Municipio de Intipucá y de mostrar las riquezas culturales y naturales de la Zona Costera de Intipucá. Transmiten el amor y respeta el patrimonio y crean conciencia en los habitantes de la Costa de Intipucá. El Guía de Turismo se puede desempeñar en una gran variedad de actividades de las diferentes gestiones de la operación turística, tanto dentro como fuera de la oficina.

De acuerdo a las características de la Zona donde que tendrá el guía de turismo se puede sugerir que sea un guía local debido a que se va a encargar de guiar dentro de la Zona Costera de Intipucá los diferentes tours que se ofrecerán.

La visita guiada:

Es la actividad recreacional de comunicación y conocimiento directo liderada por el guía de turismo de Intipucá que conoce perfectamente la Zona Costera del Municipio de Intipucá a través de cual se realizan los tours el cual está determinado por un recorrido establecido, tiempo de desplazamiento entre cada sitio. Tiempo determinado de visita, y destacando los principales puntos de interés de cada uno de los manglares, ríos o montañas visitados.

#### *Principios De Atención Al Turista*

Es fundamental que para el mejoramiento de la oferta de servicios turísticos en Intipucá considerar que una serie de rasgos y cualidades específicas como la amabilidad y el trato cordial, el cuidado de nuestra imagen, la atención y la memoria, la discreción y el respeto, la disponibilidad, la diligencia y sobre todo la empatía son las que distinguirán a un profesional en el trato con el turista en la Zona Costera de Intipucá.

Rasgos de diferenciación que debería tener un profesional en turismo en Intipucá

- Mantener un aspecto cuidado y aseado.
- Educado, debe dirigirse al turista con respeto.
- Debe ofrecer una acogida cordial con una sonrisa.
- Debe prestar un servicio de inmediato, ser atento.
- Agradece la visita del turista y le invita a volver.

#### **VIII.6.9.1.6. Funciones Del Guía De Turismo**

El guía de turismo es la persona encargada de realizar el guiado y la conducción de la visita turística, brindando la información necesaria y requerida por el turista, así como de asistir, orientar y asesorar al turista en los casos que se requieran.

Funciones del guía de turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

- Guiar y conducir la visita turística.
- Organizar la visita turística.
- Coordinar el punto de encuentro con el turista.
- Tener el material necesario para el desarrollo del tour.

#### *Asistir al turista*

- Asistir al turista en la compra de artesanías de Intipucá.
- Asistir al turista en primeros auxilios.
- Asistirlo a la hora de cambiar monedas y billetes.
- Conocimientos que debe tener el guía de turismo
- Técnicas de guiado
- Manejo de grupos
- Psicología de grupos o individuos
- Técnicas de primeros auxilios.
- Conocimientos de etiqueta social
- Conocimiento de la historia de la Zona Costera de Intipucá.

#### **VIII.6.9.1.7. Conocimientos que se sugiere tengan los guías de turismo**

- Técnicas de guiado.
- Técnicas de manejo y conducción de grupos.
- Técnicas de primeros auxilios.

- Procedimientos de etiqueta social.
- Conocimientos básicos de legislación turística en El Salvador.
- Conocimiento de prácticas de turismo sustentable.
- Manejo de historia, rutas, distancias hacia los destinos turísticos en Intipucá.
- Manejo de la información actualizada de la realidad política, económica y social del Municipio de Intipucá.

#### **VIII.6.9.1.8. Funciones Del Trasladista**

El trasladista es la persona encargada de realizar los traslados de personas desde los diferentes puntos donde se encuentra el turista hasta la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

Dentro de las funciones que le competen están:

- Recepción del turista
- Entregar el material informativo de Intipucá a los turistas.
- Coordinar con la operadora de turismo procedimientos administrativos y de logística.
- No dar información a los turistas que perjudique la imagen de la Zona Costera del Municipio.

### ***VIII.6.9.2. Manual De Buenas Prácticas De Desarrollo De Habilidades Y Destrezas Para La Atención De Clientes En Restaurantes***

#### **VIII.6.9.2.1. Contenido:**

- Introducción
- Objetivo general y objetivo específico
- Flujo de Proceso general de servicio de restaurante
- Perfiles de puestos para un restaurante
- Gerente
- Camarero
- Ayudantes de camareros
- Jefe de cocina
- Cocinero
- Staff de limpieza
- Contador

#### **VIII.6.9.2.2. Introducción**

El Manual de “Buenas Prácticas de Gestión de Servicio Para Desarrollo de Habilidades y Destrezas para la Atención de Clientes en Restaurantes”, se constituye en un instrumento básico para Contribuir al diseño e implementación de programas que permitan a las empresas brindar un servicio de mejor calidad superando las expectativas de los Clientes que visitan los restaurantes de la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.

Por ello, en el presente manual, se recopilan y sistematizan de manera práctica un conjunto de recomendaciones que les permitirán a las empresas que prestan el servicio de atención al cliente en restaurantes de la Zona Costera del municipio así como aquellos emprendedores de la Zona Costera de Intipucá que quieren establecer un servicio de restaurante, sentar las bases para la implementación del programa de mejora de la oferta turística mediante la mejora en los servicios de la oferta de restaurantes.

Este manual proporciona una variedad de procedimientos, técnicas operativas y habilidades prácticas para mejorar los servicios, así mismo funciones y obligaciones para lograr un manejo óptimo, un control del área de salón, se dotan los principios básicos del servicio y sus procedimientos, así como también, la importancia del servicio al cliente.

Es preciso señalar que, la información contenida en el Manual, deberá ser considerada como una guía genérica; pues las empresas en la Zona Costera del Municipio de Intipucá enfrentan limitaciones y características particulares, por lo que deberán hacer las adecuaciones correspondientes de acuerdo con sus realidades específicas.

### **VIII.6.9.2.3. Objetivos**

#### *Objetivo general*

Brindar a los empresarios y emprendedores de la Zona Costera del Municipio de Intipucá un manual para el mejoramiento de los procedimientos relacionados a los servicios de Restaurantes.

#### *Objetivos específicos*

- Dar a conocer a los empresarios y emprendedores técnicas de control operativo de los servicios de restaurante en la Zona Costera de Intipucá.
- Instruir mediante el manual a los colaboradores para que estos sean capaces de analizar, discernir, y tomar decisiones en situaciones poco usuales, teniendo en cuenta que lo más importante es el servicio al cliente.
- Fomentar el liderazgo en los servicios de restaurante en los establecimientos de la Zona Costera de Intipucá mediante el estricto control de las labores del personal.

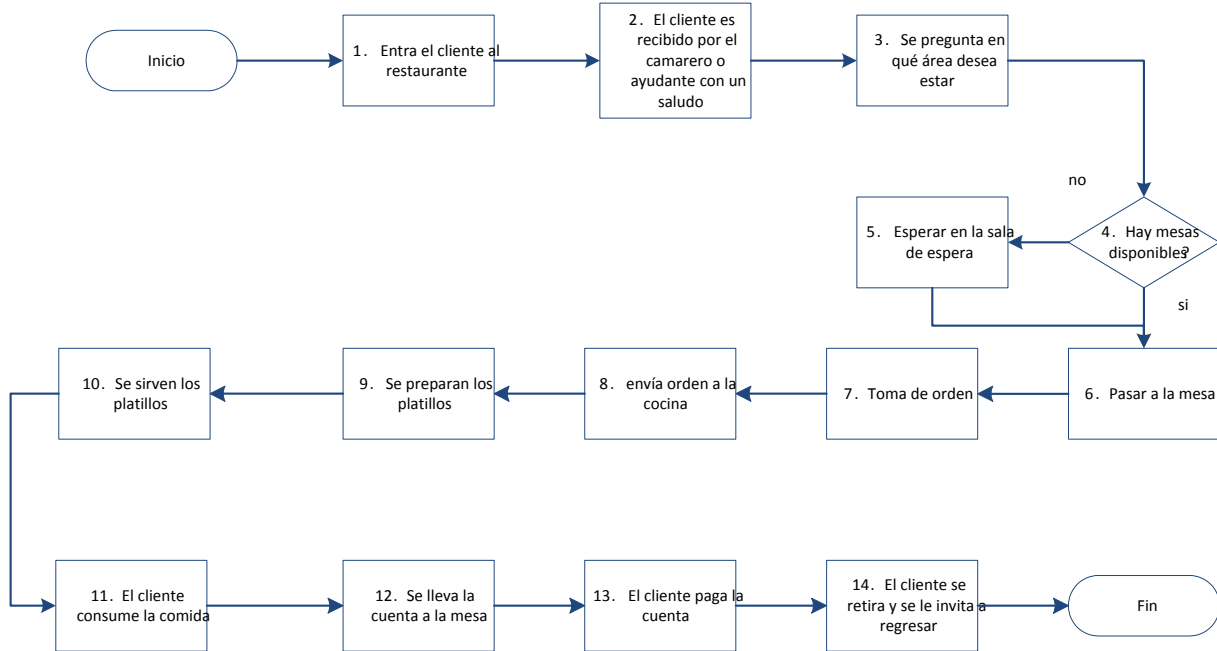
### **VIII.6.9.2.4. Proceso general de servicio de restaurante para la Zona Costera del Municipio de Intipucá**

Para el buen desarrollo de las habilidades y destrezas para servicios de restaurantes es necesario la estandarización de dicho proceso de modo que los clientes que visiten los restaurantes de la Zona Costera del Municipio de Intipucá se vayan satisfechos del servicio brindado y queden con ganas de volver al restaurante.

A continuación se detalla el Proceso general de servicio de restaurantes que sirva de modelo para mejorar las habilidades y destrezas del personal que brinda los servicios en la Zona Costera de Intipucá. (ver esquema 8)



**Esquema 16: Proceso general de Servicio de Restaurante para la Zona Costera de Intipucá**



Fuente: elaboración propia a partir de las necesidades identificadas en los servicios de restaurante de la Zona Costera del Municipio de Intipucá

El diagrama anterior describe el procedimiento a seguir cuando un cliente llega a un restaurante de la Zona Costera. Se puede observar la importancia en el paso 2 del saludo hacia el cliente además se le pregunta al cliente en el paso 3 en qué área le gustaría quedarse y por último en el paso 14 la importancia de la buena atención al cliente invitándolo a regresar al restaurante.

#### **VIII.6.9.2.5. Perfil Del Colaborador De Servicios De Restaurante Sugerido Para Operar En La Zona Costera Del Municipio De Intipucá**

Para lograr obtener mejoras en la oferta de servicios en la Zona Costera de Intipucá los colaboradores deben presentar un cambio en su trabajo operativo ya que en estos momentos los lugares visitados de restaurantes no toman en cuenta aspectos sencillos pero que estos cambios sencillos en el servicio lograrán mejorar la oferta de servicios en los restaurantes de la Zona Costera de Intipucá. Se sugiere un cambio en los siguientes procedimientos:

Protocolo de servicio al momento del ingreso a un restaurante.

##### ***1. El Saludo***

El saludo debe desarrollarse con postura de respeto, es imprescindible mantener una sonrisa durante el proceso de recepción y atención al cliente.

- Buenas tardes Bienvenidos a “\_\_\_”, mi nombre es “\_\_\_” y estoy a sus órdenes.
- Buenas tardes, Bienvenidos a “\_\_\_”, mi nombre es “\_\_\_” y gustosamente voy a atenderlos, por favor permítanme acompañarlos a una mesa.
- Buenas tardes, Bienvenidos a “\_\_\_”, mi nombre es “\_\_\_” y gustosamente voy a atenderlos, por favor permítanme entregarles la carta.

Al momento de hacer contacto con el cliente se le debe prestar toda la atención, no se debe mostrar signos de apresuramiento ni atender a otros clientes a la vez.

## *2. Ceda el paso*

A la persona de mayor edad, o el hombre a la mujer, ante una puerta o paso, si el ingreso tiene una puerta, debe sostenerla con la mano para mantenerla abierta.

Al momento de ceder el paso, en primer lugar ingresa la persona de mayor jerarquía o precedencia, sino, primero ingresan los niños, luego las damas y por último los caballeros, las normas de etiqueta establecen que las personas de mayor edad tienen mayor precedencia.

## *3. La despedida*

La despedida debe desarrollarse con postura de respeto, es imprescindible mantener una sonrisa en todo momento hasta la salida de los clientes.

## *4. Frases de despedida*

- Muchas gracias por visitarnos y esperamos que regresen pronto, tengan ustedes muy buenas tardes.
- Ha sido un placer atenderlos esta tarde, esperamos que regresen pronto, buenas tardes.
- La mejor etiqueta es el buen humor.

## *5. Técnicas y experiencias*

- Conocimiento total de los productos y la descripción de los mismos.
- Conocer todos los procedimientos del servicio.
- Tener habilidades para las ventas y ser persuasivo.
- Criterio para manejo de reclamos y quejas.
- Conocimiento de buenas prácticas de manipulación.

## *6. Presentación personal*

La imagen del colaborador debe ser impecable y pulcra ya que a través de él refleja la imagen del establecimiento y de los servicios de restaurante de la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

#### A. Higiene personal

- Personal femenino debe llevar el cabello recogido.
- Personal masculino con cabello corto, bien peinado, afeitado a diario y colonia suave.

#### B. Uniforme

- Uniforme limpio y planchado. (esto es indispensable ya que algunos de los establecimientos de la Zona Costera de Intipucá no poseen uniforme).
- Zapatos limpios y en buen estado.

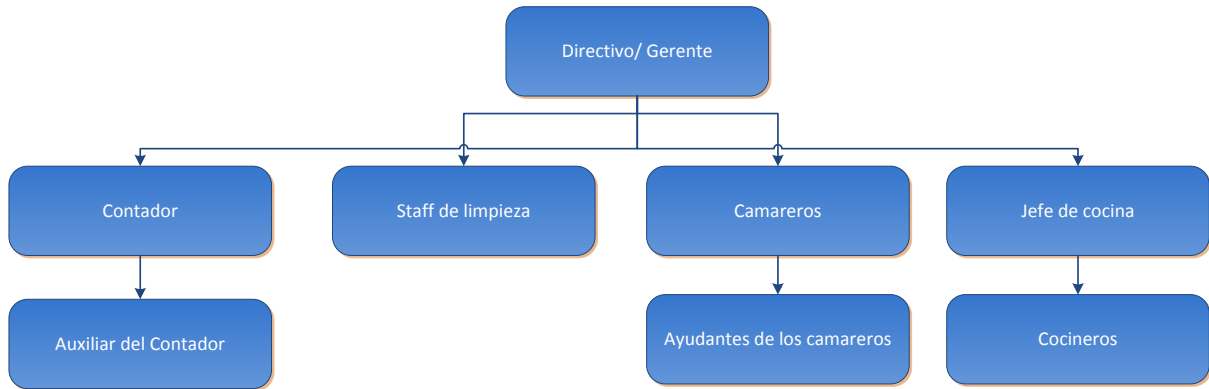
#### C. Adornos y joyas

- Aretes sencillos.
- Esmalte de uñas sobrio y lápiz labial suave.

**VIII.6.9.2.6. Estructura Orgánica De Un Restaurante Para Ofrecer Servicios En La Zona Costera De Intipucá**

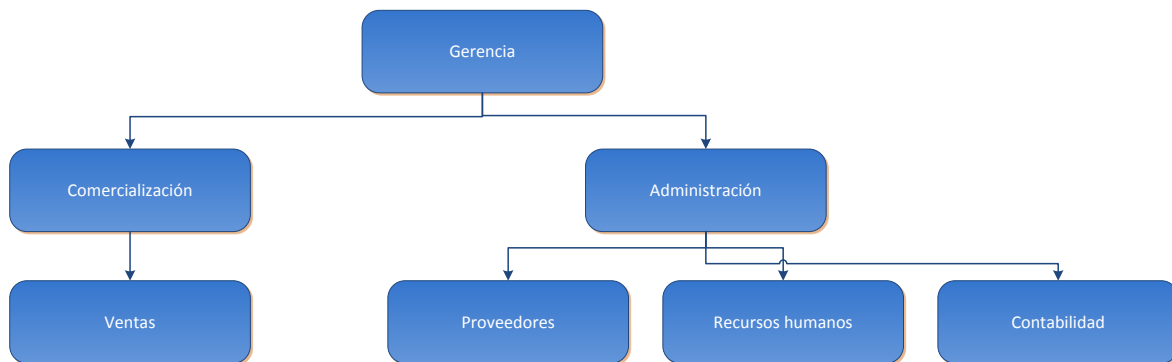
A continuación se presentan las alternativas de estructuras orgánicas:

**Figura 12: Estructura orgánica de un restaurante en la Zona Costera de Intipucá**



Fuente: Elaboración propia a partir de las necesidades de oferta de restaurantes de la Zona Costera de Intipucá

**Figura 13: Estructura orgánica de un restaurante en la Zona Costera de Intipucá**



Fuente: Elaboración propia a partir de las necesidades de oferta de restaurantes de la Zona Costera de Intipucá

### **VIII.6.9.2.7. Funciones y responsabilidades de los empleados**

#### *A. Gerente de restaurante*

- Objetivo:
- Gestionar todas las operaciones de la empresa de forma eficaz
- Funciones y responsabilidades
- Responsable de las metas del presupuesto
- Asegurar que los alimentos se mantengan en la misma calidad
- Supervisa al jefe de cocina
- Supervisa todas las operaciones diarias del restaurante
- Capacidades
- Tomar decisiones para corregir desviaciones operativas en el desarrollo de los programas.
- Determinar los procedimientos y métodos específicos de trabajo.

#### *B. Staff de limpieza*

- Objetivo: Mantener limpio y en óptimas condiciones el restaurante
- Funciones y responsabilidades:
- Planificar la limpieza y verificar la realización del servicio
- Capacidades:
- Orden en su trabajo

#### *C. Mesero*

- Objetivo
- Atender a los clientes de manera personalizada, cordial, amable, ofreciendo los mejores productos con excelencia.
- Funciones y responsabilidades
- Recepciona y atiende a los clientes
- Recibe, acomoda, sugiere y toma la orden de platos, teniendo en cuenta la satisfacción de los clientes y los intereses de la empresa.
- Verifica que las órdenes o pedidos coordinen la cuenta a llevar.
- Capacidades
- Capacidad de interactuar diariamente con los clientes.
- Conocimiento de técnicas de comedor, etiqueta y protocolo.
- Conocer todos los componentes de los platos de las cartas, así como las técnicas aplicadas a cada producto.

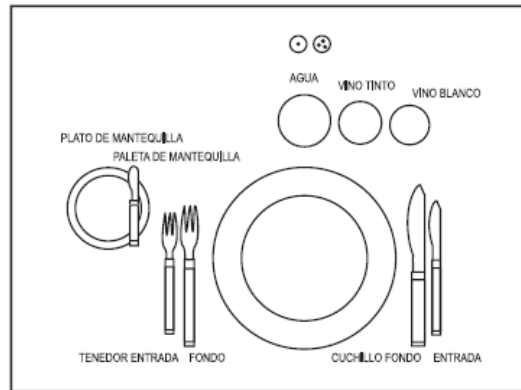
- Tener conocimientos sobre algunos platos a sugerir fuera de la carta en coordinación con el gerente.

#### *D. Ayudantes de los meseros*

- Objetivo: Trasladar las bebidas y los alimentos de las áreas de producción de manera rápida y segura asistiendo a los meseros en la atención a los clientes. Recoger el servicio terminado de los clientes y asistir a los meseros dentro de la sala en función de las necesidades de este.
- Funciones y responsabilidades:
- Cumple y hace cumplir el Reglamento interno así como las normas y políticas de la empresa.
- Verifica que su estación esté en perfecto estado y tenga las cantidades necesarias.
- Toma las órdenes de los clientes en ausencia del mesero.
- Recoge los platos sucios y los traslada al área de lavado.
- Capacidades
- Capacidad de trabajar bajo presión y control emocional.
- Destreza y habilidad en el manejo de azafate, traslado de bebidas y platos.

#### *E. Montaje de mesas*

- Alineación correcta de las mesas, procurando hacer coincidir sus esquinas y que el espacio entre ellas sea siempre el mismo. La correcta colocación de las mesas en el salón es más importante de lo que en un principio suele parecer, ya que por un lado facilita el trabajo del personal y por otro lado ofrece una sensación de orden, armonía y eficacia.
- Hay que intentar no ubicar mesas o sillas en lugares muy reducidos donde el cliente se encuentre incómodo.
- Para colocar el mantel este debe quedar totalmente centrado, haciendo coincidir las esquinas con las patas de las mesas. Posteriormente se coloca el cubre mantel. Una vez colocada la mantelería se procede a colocar el plato base, vajilla, cubertería y cristalería respectivamente como se muestra en la siguiente figura:



Montaje de mesas

Figura 14: Montaje de mesas en un restaurante

➤ Reclamos y quejas

Para mejorar los servicios en los restaurantes de la Zona Costera de Intipucá se sugiere que el personal acate las siguientes recomendaciones:

- Jamás hay que ignorar las quejas.
- Demostrar respeto al cliente.
- No hay que reaccionar con agresividad.
- Escuchar atentamente al cliente.
- Examinar los hechos
- Descubrir las expectativas del cliente.
- Decidir lo que se va a hacer.
- Iniciar la acción y seguirla
- Jamás hay que discutir con un cliente en público.

*F. Jefe de cocina*

- Objetivo: Coordinar al personal, organizar el aprovisionamiento de pedidos para la cocina, estudia los costos de los platillos.
- Funciones y responsabilidades:
- Coordina al personal de la cocina, se encarga de la elaboración de los diferentes platos, planifica y redacta la minuta diaria, realiza el inventario de la cocina, selecciona el personal de ésta, organiza las compras y el aprovisionamiento de pedidos para la cocina (alimentos, bebidas, etc.), controla la calidad y buena administración de las materias primas y platos elaborados, realiza operaciones de cierre en la cocina, instruye al personal de cocina, elabora la presentación de algunos platos, condimenta personalmente o vigila la

condimentación de los platos, y por último también realiza un estudio de los precios de coste y venta.

- Capacidades
- Orientación al cliente
- Iniciativa
- Técnicas de dirección

#### *H. Cocinero*

- Objetivo: Cocinar los platillos de acuerdo a los procedimientos del restaurante
- Funciones y responsabilidades:
  - Organizar y desarrollar todas las actividades relacionadas a la cocina
- Capacidades:
  - Manipulación y conservación de los alimentos



### ***VIII.6.9.3. Manual de Buenas Prácticas de Manipulación de alimentos para Restaurantes y Servicios afines.***

#### **VIII.6.9.3.1. Contenido:**

- Introducción
- Objetivo
- Instalaciones sanitarias
- Lavado y desinfección de vajillas cubiertos y vasos
- Almacenamiento de equipos y utensilios
- Capacitación sanitaria
- Control de las materias primas desde su origen
- Requisitos para la cocción de alimentos específicos
- Programa de limpieza y desinfección para utensilios de cocina

#### **VIII.6.9.3.2. Introducción**

El presente manual contiene lineamientos generales sobre la manipulación de alimentos en restaurantes y establecimientos afines acordes a las necesidades de mejora de la oferta turística de los servicios de restaurante que se brindan en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.

Se presentan las condiciones higiénicas sanitarias mínimas que deben cumplir los restaurantes y servicios afines.

Es preciso indicar que la aplicación de buenas prácticas de manipulación de alimentos, generan no sólo ventajas en materia de salud, sino también en la reducción de costos pues evita la pérdida de productos por descomposición o alteración producida por contaminantes diversos, y por otra parte, mejora el posicionamiento de los productos, mediante el reconocimiento de sus atributos positivos para la salud.

#### **VIII.6.9.3.3. Objetivo**

Dar a conocer a los empresarios de servicios de restaurantes en la Zona Costera del Municipio de Intipucá Buenas prácticas de manipulación de alimentos para que las pongan en práctica y así contribuir al mejoramiento de la oferta de servicios turísticos en la Zona Costera de Intipucá.

#### VIII.6.9.3.4. Instalaciones sanitarias

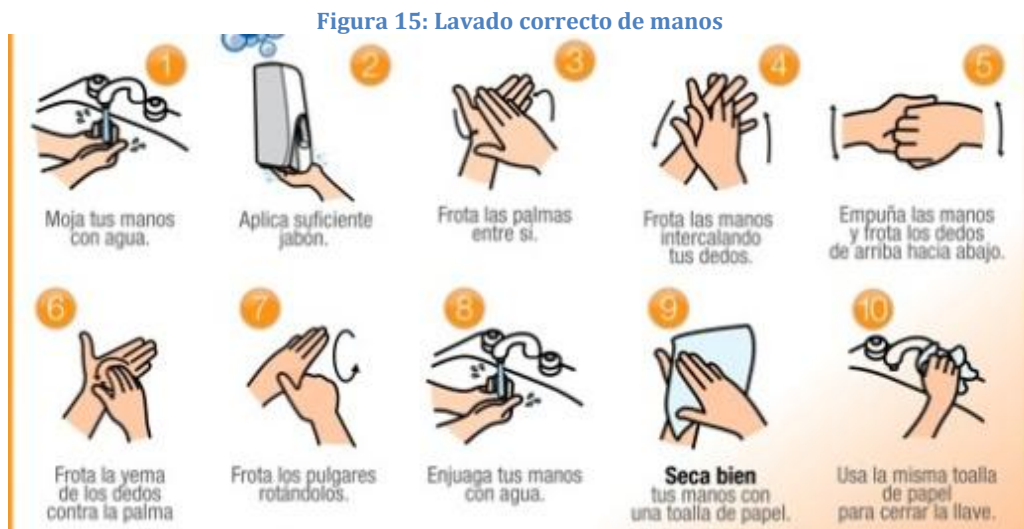
##### *A. Servicios higiénicos del personal y público*

El establecimiento deberá contar con servicios higiénicos diferenciados para hombres y mujeres, en cantidad y tamaño adecuado al volumen de trabajadores y clientes, debidamente señalizados los cuales deberán mantenerse operativos, en buen estado de conservación e higiene, equipados con un material fácil de limpiar y desinfectar. Asimismo deberá contar con buena iluminación y ventilación natural o artificial que permita la eliminación de los olores hacia el exterior del establecimiento.

Los servicios higiénicos para hombres deberán contar con inodoros, urinarios, lavatorios y para mujeres será similar a los indicados, excepto los urinarios que serán reemplazados por inodoros, dichos lavatorios deberán estar provistos de dispensadores con jabón líquido o similar y medios higiénicos para secarse las manos como toallas desechables o secadores automáticos de aire.

Deberán tener depósitos de basura con tapa y bolsa interna para su eliminación.

Es importante que se promueva el lavado de manos a través de la colocación de avisos en los servicios higiénicos.



Fuente: Instituto Salvadoreño del Seguro Social

### *B. Lavado y desinfección de vajillas cubiertos y vasos*

Se deben seguir los siguientes pasos:

- Retirar los residuos de comidas
- Lavar con agua potable y detergente
- Enjuagar con agua potable corriente
- Desinfectar con cualquier producto químico autorizado para dicho uso o con un enjuague final por inmersión en agua a un mínimo de temperatura de 80°C por tres minutos.
- Enjuagar con agua potable si utilizó un desinfectante químico.
- Secar la vajilla por escurrimiento al medio ambiente.

### *C. Almacenamiento de equipos y utensilios*

- Una vez limpios y desinfectados los equipos y utensilios, deben tomarse las siguientes precauciones para el almacenamiento y protección de los mismos:
- La vajilla, cubiertos y vasos deben guardarse en un lugar cerrado, protegido del polvo e insectos.

### *D. Uso de guantes*

Las condiciones que promueven el crecimiento de microorganismos pueden reducirse a través de la utilización y cambio frecuente de guantes.

#### **VIII.6.9.3.5. Capacitación sanitaria**

Todo el personal debe estar entrenado en las Buenas Prácticas de Manipulación con el fin de crear una cultura de salubridad de la comida en restaurantes y servicios afines.

El propietario o administrador del restaurante deberá tomar medidas para que todo el personal que trabaja en su organización reciba capacitación continua; cada entrenamiento debe tener un objetivo, el cual debe indicar al trabajador lo que debe ser capaz de realizar después de terminar la capacitación.

#### **VIII.6.9.3.6. Control de las materias primas desde su origen**

La inocuidad de los alimentos solo puede preservarse aplicando Buenas Prácticas HACCP, en cada uno de los procesos de la cadena alimentaria hasta el consumo final.

El personal responsable de la recepción de la materia prima, deberá estar capacitado para supervisar el control de las operaciones en toda la cadena alimentaria y contar con un manual de calidad donde se detalle en forma clara los requisitos de los alimentos de alto riesgo:

- Verificará y registrará el estado de conservación del vehículo de transporte así como la temperatura de los alimentos transportados.
- Registrará la información de la materia prima respecto a su procedencia, descripción, composición, características.
- Verificará la temperatura de los alimentos refrigerados para asegurarse que los productos de alto riesgo (pescado, carne, pollo) estén entre 0 °C y 5°C y los productos congelados estén en -18 °C o menos.

#### A. Almacenamiento en el congelador

Las áreas de almacenamiento congelado deben estar en orden, limpias, iluminadas, libres de malos olores y mohos.

**Tabla 53: Toma de temperatura de los alimentos**

Producto	Método
Carnes, aves y pescados	Inserte el termómetro o la punta directamente dentro de la parte más gruesa del producto
Alimentos empacados (refrigerados y congelados)	Inserte la varilla o punta de prueba del termómetro entre dos paquetes, teniendo cuidado de no punzarlos.
Leche y otros líquidos	Inserte la varilla o la punta del termómetro hasta por lo menos 5 cm. No deje que el termómetro o la punta de prueba toque los lados del envase.
Leche o líquidos a granel	Doble la bolsa sobre la varilla o la punta de prueba del termómetro.
Mariscos vivos	Inserte la varilla o la punta de prueba del termómetro en medio de la caja, entre los mariscos.

#### ***VIII.6.9.3.7. Requisitos para la cocción de alimentos específicos***

Producto	Temperatura mínima interna para la cocción	Otros requisitos y recomendaciones para la cocción
Aves	74°C por 15 segundos	Las aves tienen más tipos y mayores cantidades de microorganismos que otras carnes por eso se debe tener más cuidado al cocinarlas
Cerdos	63° por 15 segundos	Esta temperatura es suficiente para eliminar larvas
Carnes molidas	68° por 15 segundos	Al moler la carne los microorganismos que están en la superficie se mezclan con el resto de la carne por eso se debe cocinar completamente
Pescados	63°C por 15 segundos	Los pescados rellenos se deben cocinar a 74°C durante 15 segundos
Huevos en cascarón para servir de inmediato	63°C por 15 segundos	Al cocinar huevos a la orden, solo saque los que necesite
Vegetales	60°C	Los vegetales que se cocinan y se mantienen listos para servirlos deben estar a 60°C

**Tabla 54: Requisitos para cocción para alimentos específicos**

Fuente: Codex alimentario Food and agriculture Organization of the United Nations.

**VIII.6.9.3.8. Programa De Limpieza Y Desinfección De Utensilios De Cocina**

Superficie	Responsable	Frecuencia	Material de limpieza	Metodología	Metodo de vigilancia
CUBIERTOS	Personal de limpieza	Después de cada uso	Detergente grasa Esponja Agua potable	Retirar los residuos Proceder al lavado con detergente y una esponja Enjuagar con agua potable	Análisis microbiológico cada mes Registro de control e lavado y desinfección de cubiertos
CRISTALERÍAS	Personal de limpieza	Después de cada uso	Detergente grasa Esponja Agua potable	Retirar los residuos Proceder al lavado con detergente y una esponja Enjuagar con agua potable	Análisis microbiológico cada mes Registro de control e lavado y desinfección de cubiertos

Tabla 55: Programa de limpieza y desinfección de utensilios de cocina

## VIII.6.10. Programación De Los Proyectos A Ejecutar De La Mejora De La Oferta

### VIII.6.10.1. Establecimiento de objetivos y metas de los proyectos

COD. PROY.	Nombre del proyecto	Nombre de la actividad	COD. OBJ.	Objetivos	Resultados esperados	Metas
1	Documentación y estandarización de servicios de oferta: tour operadores, kayak, hospedaje, restaurantes.	Documentación y estandarización para la oferta de servicios de Operador de turismo	1.1	Documentar y estandarizar procesos para los operadores de turismo	Documentar y dar a conocer a los operadores de turismo procedimientos técnicos y legales. Y así contribuir a la mejora de los servicios de los tour operadores	Capacitar a los tour operadores que ofrecen o quieren brindar sus servicios
		Documentación y estandarización de servicio de tour de kayak	2.1	Documentar y estandarizar el tour de kayak	Documentar y dar a conocer a los prestadores de servicio procedimientos técnicos y así contribuir a la mejora de los servicios de tour de kayak	Capacitar a los tour operadores que prestan el servicio de tour de kayak
		Documentación y estandarización de servicios de hospedaje	3.1	Documentar y estandarizar los servicios de hospedaje	Documentar y dar a conocer los servicios de hospedaje y así contribuir a la mejora de los servicios de hospedaje	Capacitar a los hoteles para que brinden el servicio de hospedaje
		Documentación y estandarización de servicios de restaurante y establecimientos gastronómicos	4.1	Documentar y estandarizar los servicios de restaurante y establecimientos gastronómicos	Documentar y dar a conocer los servicios de restaurante y gastronomía en general y así contribuir a la mejora de los servicios de restaurantes	Capacitar a los restaurantes y establecimientos gastronómicos
2	Desarrollo de buenas prácticas turísticas a MYPYMES	Elaboración de manual de buenas prácticas para MYPYMES	5.1	Elaborar un manual de buenas prácticas para MYPYMES	Dar a conocer el manual de buenas prácticas a las MYPYMES y así potenciar el desarrollo de las MYPYMES en Intipucá	Capacitar a las MYPYMES en buenas prácticas turísticas
		Desarrollo de especificaciones técnicas para tiendas de artesanías y souvenirs	6.1	Proporcionar especificaciones técnicas para tiendas de artesanías y souvenirs	Dar a conocer especificaciones técnicas para tiendas de artesanías y souvenirs y así contribuir a la mejora de la oferta de artesanías	Dar a conocer como parte de la capacitación sobre las buenas prácticas turísticas

3	Diseño de rutas turísticas	Diseño de ruta turística al Cerro Panela	7.1	Diseñar y documentar ruta turística a Cerro Panela	Dar a conocer la ruta turística y contribuir a la mejora del servicio	Capacitar a tour operadores sobre el tour hacia Cerro Panela
		Diseño de ruta turística al Río Guarrapuca	8.1	Diseñar y documentar ruta turística a Río Guarrapuca	Dar a conocer la ruta turística y contribuir a la mejora del servicio	Capacitar a tour operadores sobre el tour hacia Río Guarrapuca
		Diseño de ruta turística en manglar de Playa El Esterón	9.1	Diseñar y documentar ruta turística a Manglar	Dar a conocer la ruta turística y contribuir a la mejora del servicio	Capacitar a tour operadores sobre el tour hacia Manglares
4	Desarrollo técnico de servicios de oferta turística	Documentación de especificaciones de diseño para servicios de hospedaje	10.1	Documentar especificaciones de diseño para servicios de hospedaje	Dar a conocer especificaciones de diseño y contribuir a la mejora de los servicios de hospedaje	Capacitar a prestadores de servicio de alojamiento
		Documentación de especificaciones de diseño para servicio de restaurante	11.1	Documentar especificaciones de diseño para servicios de restaurante	Dar a conocer especificaciones de diseño y contribuir a la mejora de los servicios de restaurantes	Capacitar a restaurantes
		Elaboración de manual de buenas prácticas para guías de turismo	12.1	Elaborar manual de buenas prácticas para guías de turismo	Dar a conocer las buenas prácticas para guías de turismo y contribuir a la mejora de los servicios de los guías de turismo	Capacitar a los tour operadores en buenas prácticas
		Elaboración de manual de buenas prácticas de desarrollo de habilidades y destrezas para la atención de clientes en restaurantes	13.1	Elaborar manual de buenas prácticas de desarrollo de habilidades y destrezas para la atención de clientes en restaurantes	Dar a conocer las buenas prácticas de desarrollo de habilidades y destrezas para la atención de clientes en restaurantes y contribuir a la mejora del servicio de restaurantes	Capacitar a los restaurantes
		Elaboración de manual de Buenas Prácticas de Manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines	14.1	Elaborar manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines	Dar a conocer las buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines y contribuir a la mejora del servicio de restaurantes	Capacitar a los restaurantes en buenas prácticas de manipulación de alimentos

### VIII.6.10.2. Definición De Las Actividades De Los Proyectos

COD. Proy.	COD. Obj.	COD. Act.	Actividades
1	1.1	1.1.1	<p>Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para tour operadores en Intipucá</p> <p>De acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido de la Capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos de organización</li> <li>• Requisitos de diseño de paquetes turísticos</li> </ul> <p>Fecha: semana 1</p> <p>Dirigida a: Cooperativa de turismo de Intipucá</p> <p>Encargado: Técnico subcontratado (Consultor en turismo tour operadores)</p>
	2.1	2.1.1	<p>Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para la realización de actividades de Canotaje de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido de la Capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos de organización</li> <li>• Procedimientos en actividades de canotaje</li> <li>• Requisitos de equipamiento</li> <li>• Requisitos del Guía de Canotaje</li> </ul> <p>Fecha: semana 3</p> <p>Dirigida a: Cooperativa de turismo de Intipucá</p> <p>Encargado: Técnico subcontratado (técnico-guía de canotaje)</p>
	3.1	3.1.1	<p>Capacitación técnica sobre requisitos y procedimientos para prestadores de servicios de alojamiento de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido de la capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos para la prestación del servicio</li> <li>• Requisitos generales de instalaciones y equipo</li> </ul> <p>Fecha: semana 4</p> <p>Dirigida a: Prestadores de servicio de alojamiento: todo el personal</p> <p>Encargado: Técnico subcontratado (Consultor en hotelería y turismo)</p>
	4.1	4.1.1	<p>Capacitación a restaurantes y establecimientos gastronómicos en normas de calidad turísticas de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido de la capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos generales</li> <li>• Requisitos de servicio (Procesos de atención al cliente).</li> <li>• Evaluación del desempeño</li> </ul> <p>Fecha: semana 5</p> <p>Dirigida a: Prestadores de servicio de restaurante: todo el personal</p>



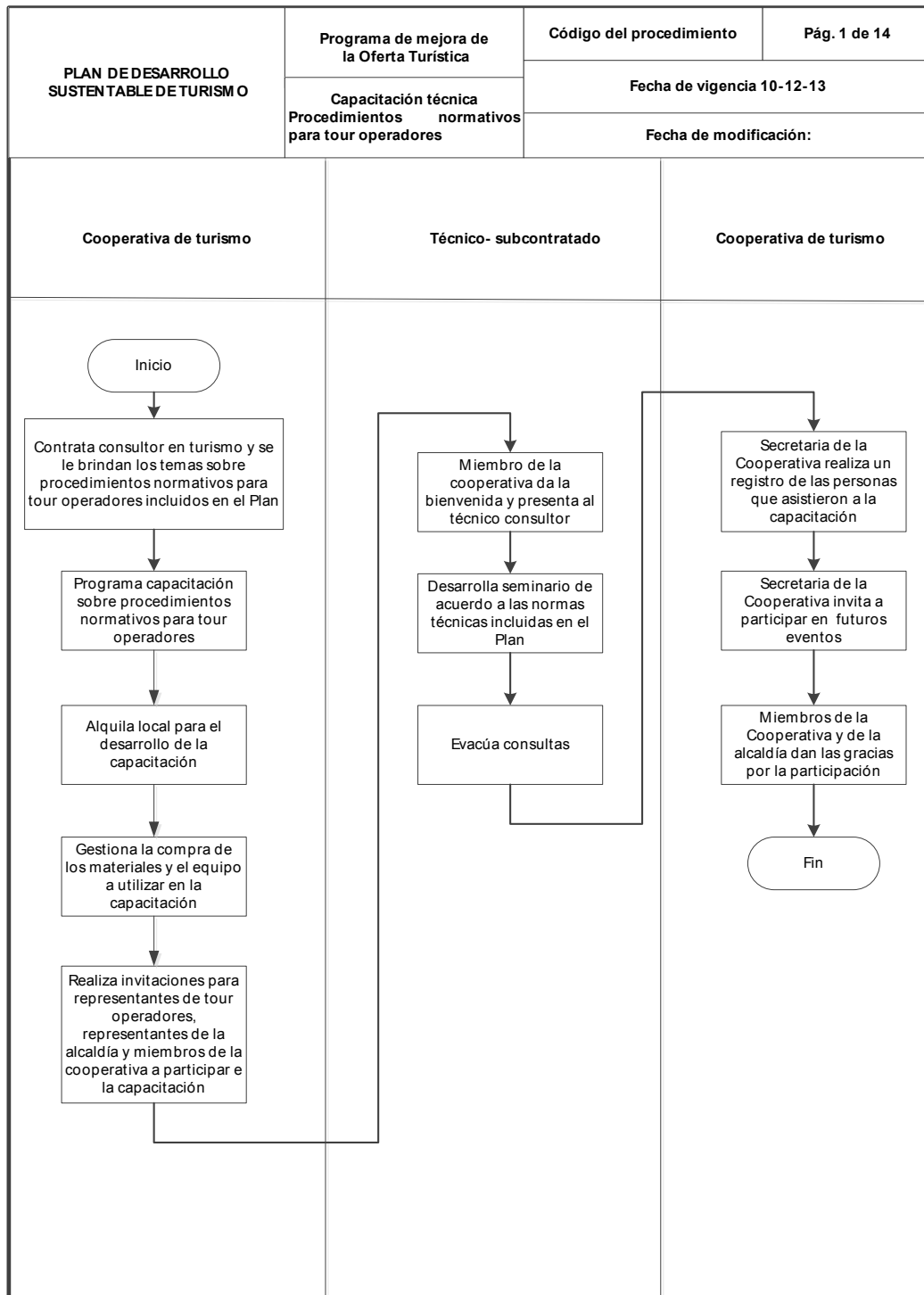
			Encargado: Técnico subcontratado (Consultor de turismo gastronómico)
2	5.1	5.1.1	<p>Capacitación a las MYPYMES de Intipucá sobre buenas prácticas turísticas de acuerdo al manual que se propone de buenas prácticas de turismo para MYPYMES.</p> <p>Contenido de la capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos para brindar un servicio de calidad para servicios de alimentos y bebidas</li> <li>• Procesos internos para servicios de alimentos y bebidas</li> <li>• Elementos para brindar un servicio de calidad para servicios de alojamiento</li> <li>• Instalaciones y equipamiento para servicios de alojamiento</li> <li>• Procesos internos para servicios de alojamiento</li> <li>• Elementos para brindar un servicio de artesanía y souvenirs de calidad</li> <li>• Procesos internos para servicios de artesanía y souvenirs</li> <li>• Gestión del cliente para servicios de artesanías y souvenirs</li> </ul> <p>Fecha: 2 veces por año: al inicio y a mediados de cada año.</p> <p>Encargado: Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá - Técnico subcontratado (Consultor de MYPYMES)</p>
	6.1	6.1.1	<p>Entrega de guía de especificaciones técnicas a las MYPYMES como parte de la capacitación sobre buenas prácticas turísticas de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía de especificaciones técnicas para tiendas de artesanías y souvenirs</li> </ul> <p>Fecha: semana 7</p> <p>Ejecuta: Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá</p> <p>Encargado: Técnico subcontratado (Consultor de MYPYMES)</p>
3	7.1	7.1.1	<p>Capacitación a tour operador sobre tour a Cerro Panela de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido de la capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenido de paquete turístico</li> <li>• Descripción del tour</li> <li>• Itinerario del tour</li> </ul> <p>Fecha: semana 8</p> <p>Dirigida a: Cooperativa de turismo de Intipucá</p> <p>Encargado: Guía turístico de Intipucá</p>
	8.1	8.1.1	<p>Capacitación a tour operador sobre tour a Río Guarrapuca de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido de la capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenido de paquete turístico</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción del tour</li> <li>• Itinerario del tour</li> </ul> <p>Fecha: semana 9 Dirigida a: Cooperativa de turismo de Intipucá Encargado: Guía turístico de Intipucá</p>
	9.1	9.1.1	<p>Capacitación a tour operadores sobre tour a Manglares de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido de la capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenido de paquete turístico manglares</li> <li>• Descripción de los tours</li> <li>• Itinerario de los tours</li> </ul> <p>Fecha: semana 10 Dirigida a: Cooperativa de turismo de Intipucá Encargado: Guía turístico de Intipucá</p>
4	10.1	10.1.1	<p>Entrega de guía de especificaciones técnicas de diseño como parte de la capacitación para prestadores de servicios de alojamiento de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía de especificaciones técnicas para prestadores de servicio de alojamiento</li> </ul> <p>Fecha: semana 4 Ejecuta: Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá Encargado: Técnico subcontratado (Consultor en hotelería y turismo)</p>
	11.1	11.1.1	<p>Entrega de guía de especificaciones técnicas como parte de la capacitación para restaurantes de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía de especificaciones técnicas para servicios de restaurante</li> </ul> <p>Fecha: semana 5 Ejecuta: Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá Encargado: Técnico subcontratado (Consultor de turismo gastronómico)</p>
	12.1	12.1.1	<p>Capacitación sobre buenas prácticas turísticas para tour operador de acuerdo a la información incluida en el Plan</p> <p>Contenido de la capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente</li> <li>• Procedimientos para establecer un programa de calidad</li> <li>• Funciones y conocimientos de los guías de turismo</li> </ul> <p>Fecha: semana 13 Dirigida a: Cooperativa de turismo de Intipucá</p>

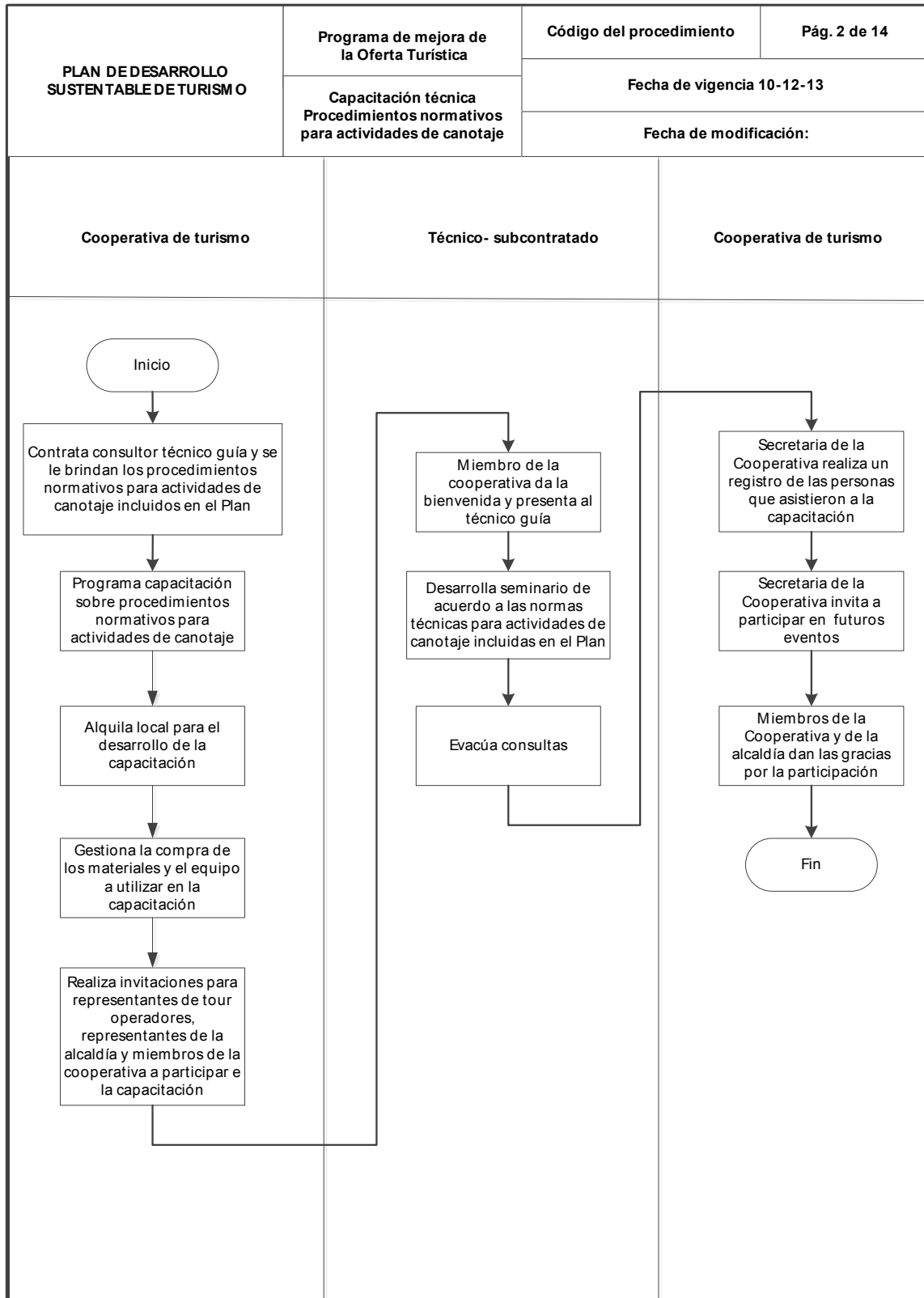
		Encargado: Técnico subcontratado (Consultor en turismo tour operadores)
13.1	13.1.1	Entrega de manual de buenas prácticas de desarrollo de habilidades y destrezas para restaurantes de acuerdo a la información incluida en el Plan Video foro sobre habilidades y destrezas para restaurantes Fecha: semana 15 Ejecuta: Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá Encargado: Técnico subcontratado (Consultor en turismo gastronómico)
14.1	14.1.1	Capacitación sobre buenas prácticas de manipulación de alimentos a restaurantes de acuerdo a la información incluida en el Plan Contenido de la capacitación: Instalaciones sanitarias Almacenamiento de equipos y utensilios Procedimientos sanitarios Requisitos para la cocción de alimentos específicos Fecha: semana 17 Ejecuta: Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá Encargado: Técnico subcontratado (Consultor en turismo gastronómico)

**VIII.6.10.3. Procedimientos De Las Actividades Del Programa De Mejora De La Oferta Turística**

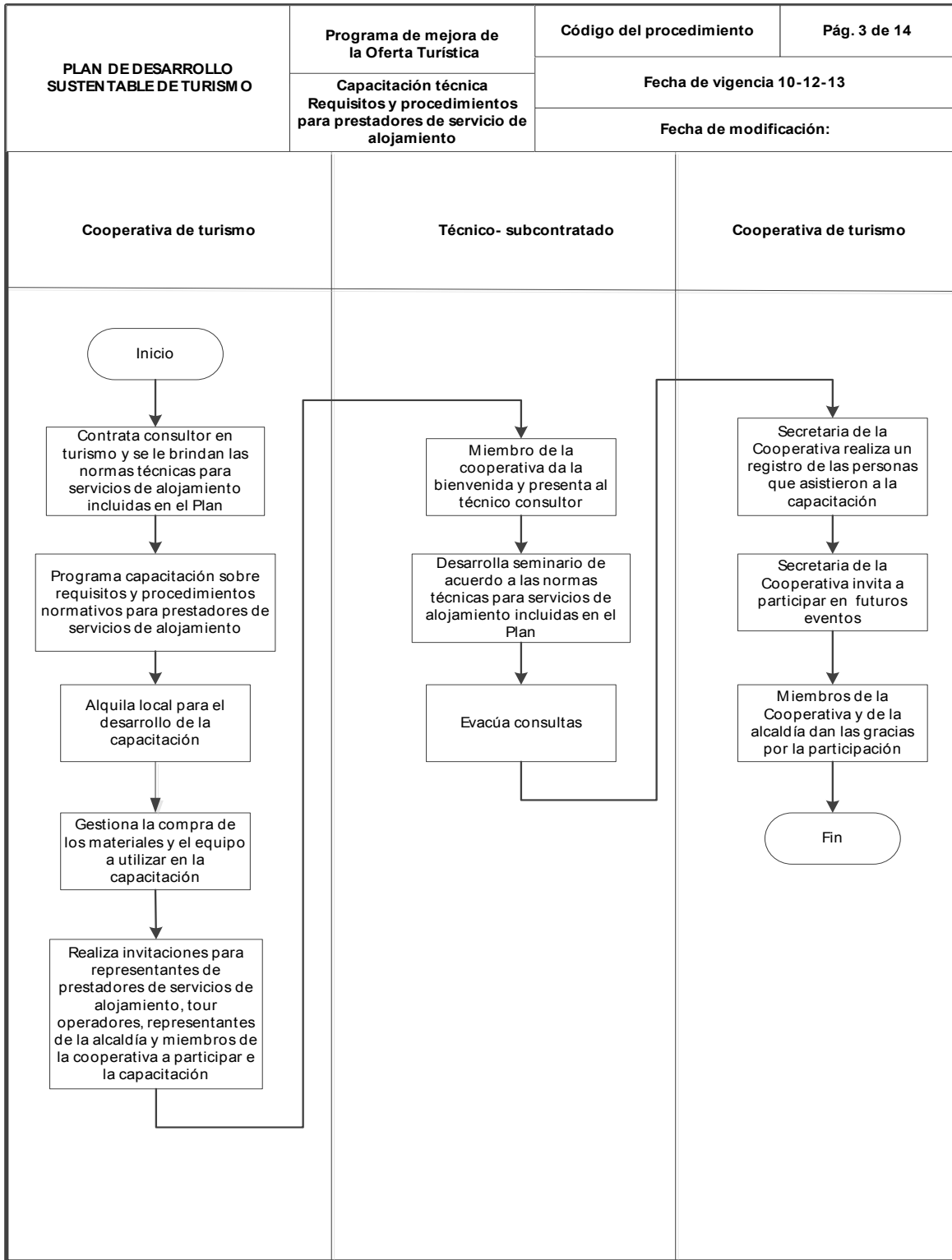
**VIII.6.10.3.1. Procedimiento de la actividad 1.1.1 Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para tour operadores**



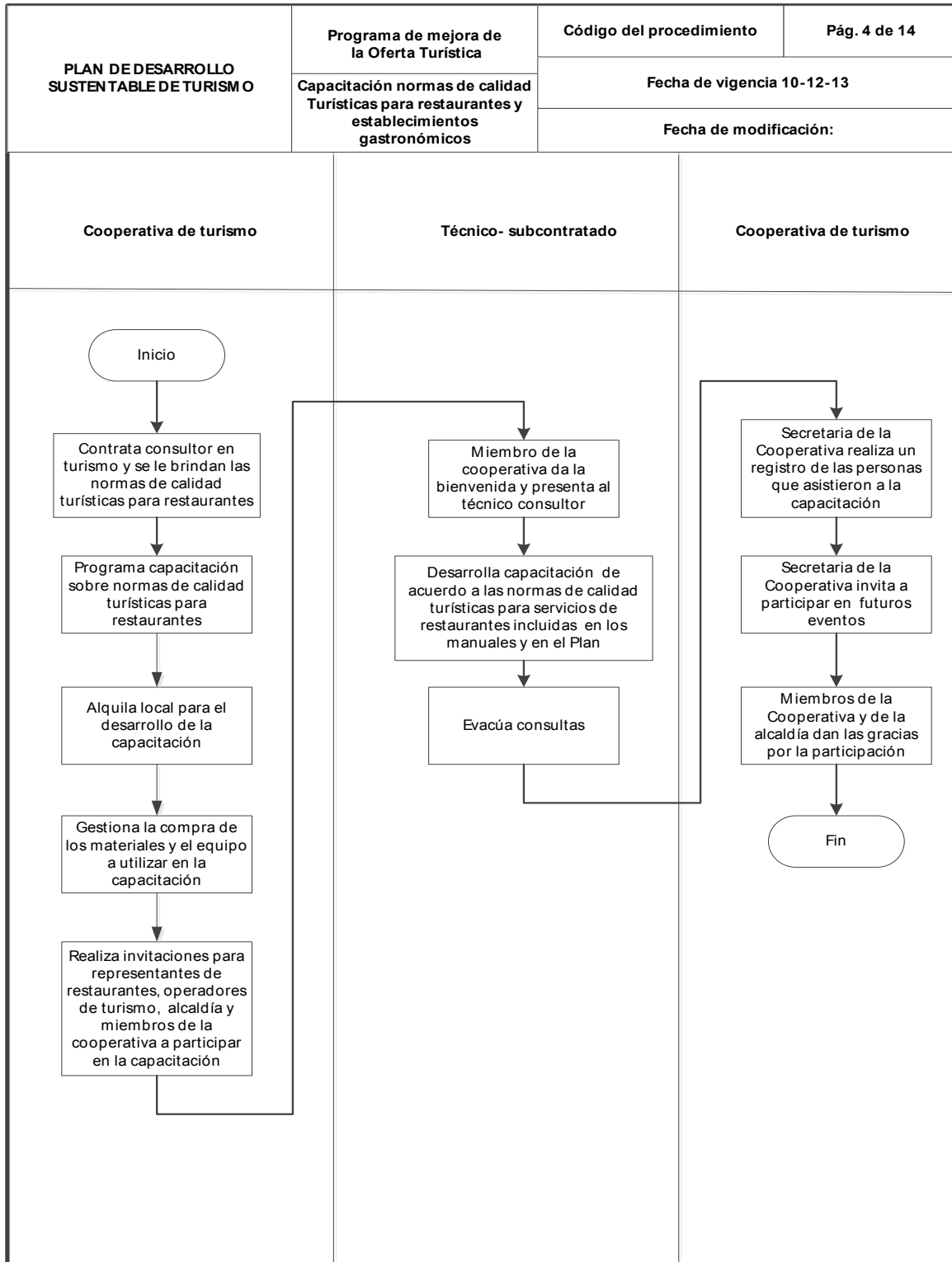
**VIII.6.10.3.2. Procedimiento de la actividad 2.1.1 Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para actividades de canotaje**



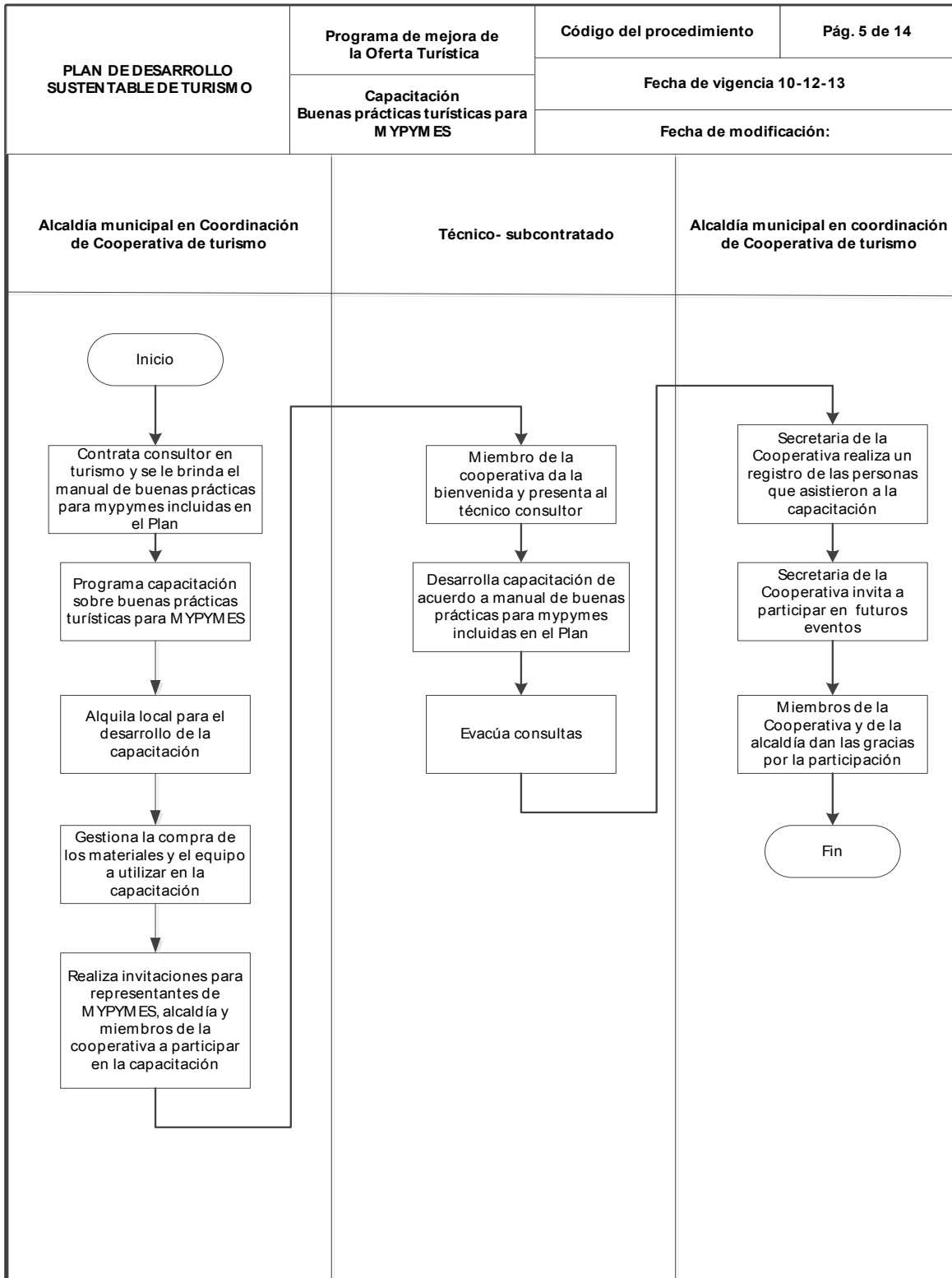
**VIII.6.10.3.3. Procedimiento de la actividad 3.1.1 Capacitación técnica sobre requisitos y procedimientos para prestadores de servicio de alojamiento**



**VIII.6.10.3.4. Procedimiento de la actividad 4.1.1 Capacitación sobre normas de calidad turísticas para restaurantes y establecimientos gastronómicos**

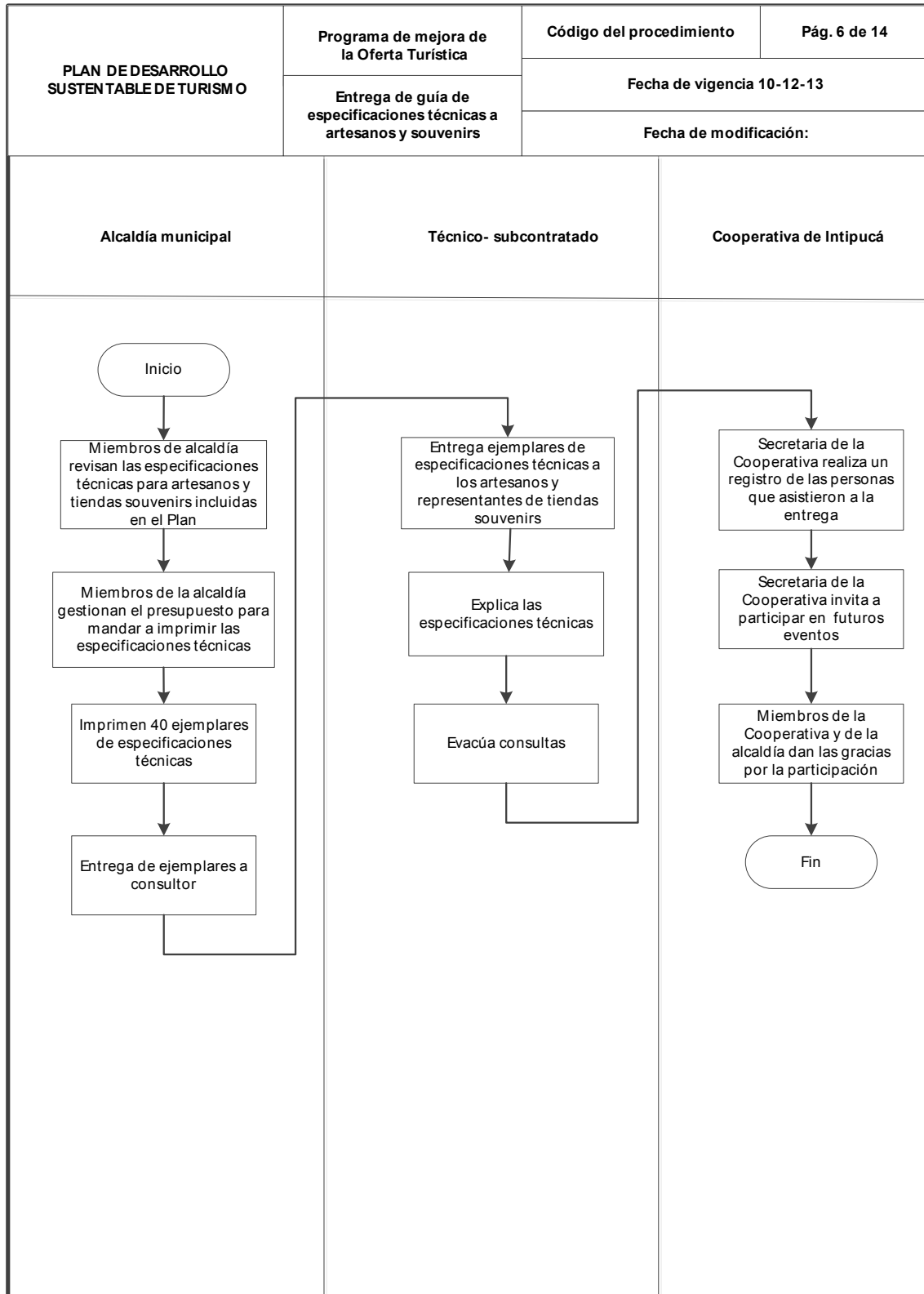


**VIII.6.10.3.4. Procedimiento de la actividad 5.1.1 Capacitación sobre buenas prácticas turísticas para MYPYMES**

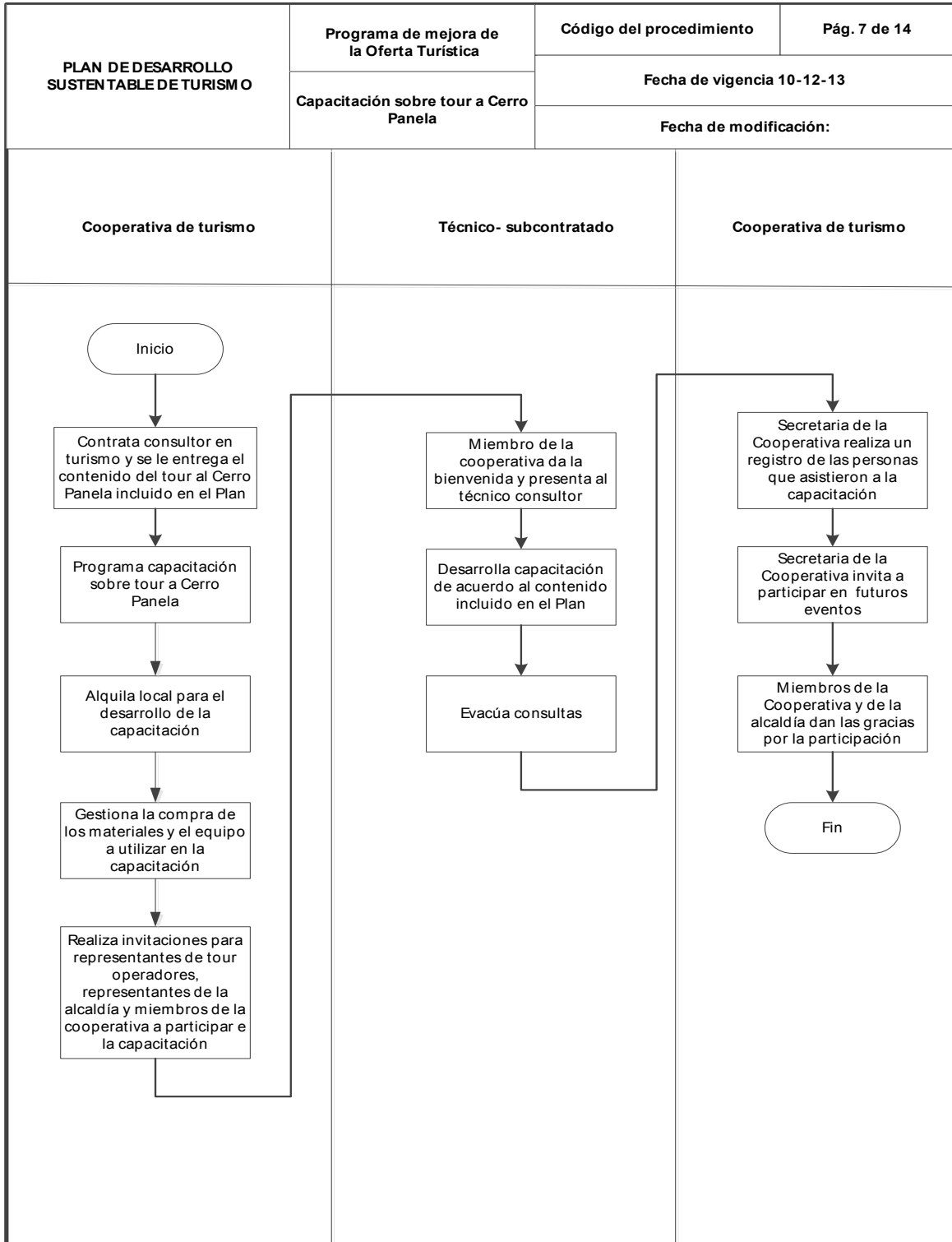




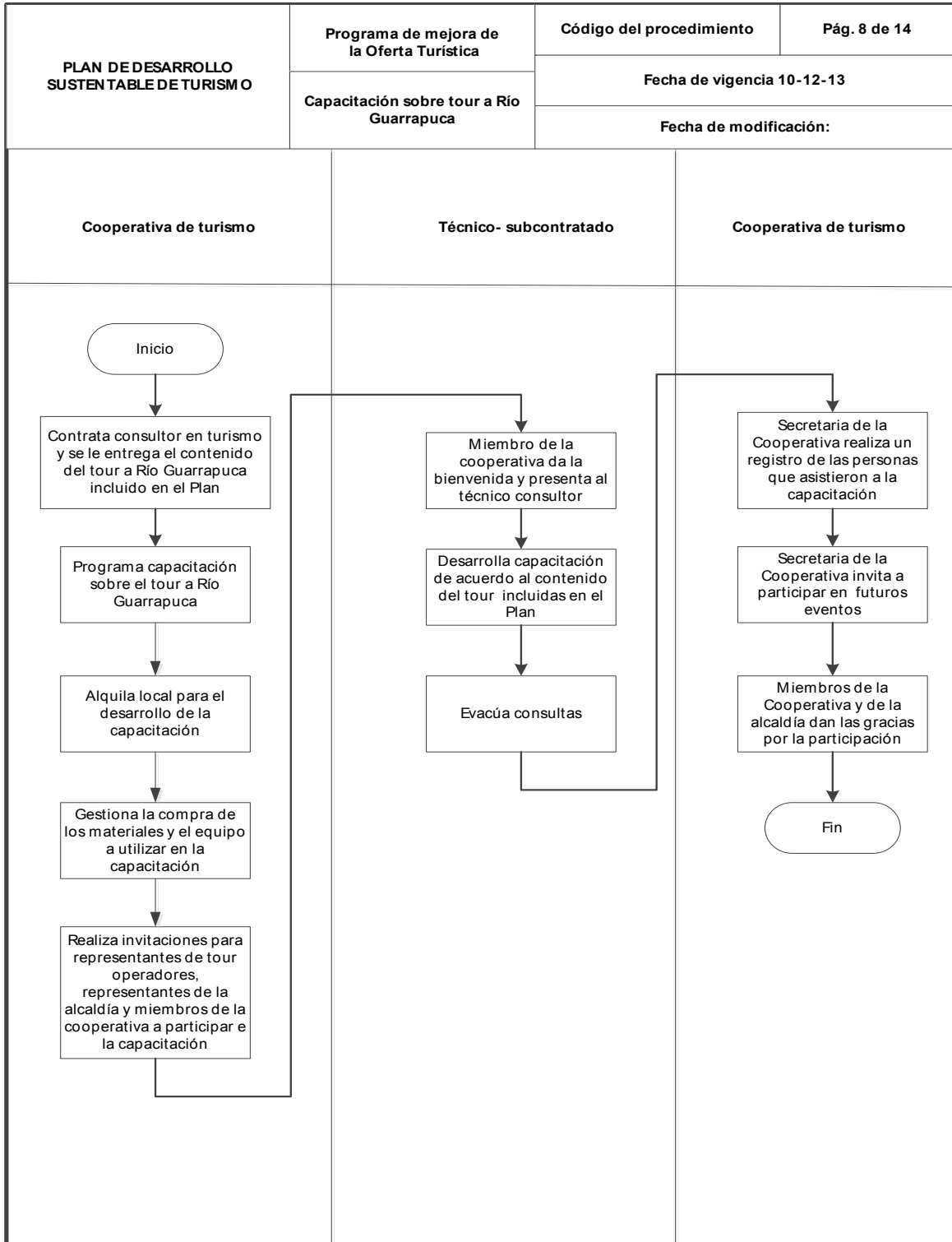
**VIII.6.10.3.5. Procedimiento de la actividad 6.1.1 Entrega de guía de especificaciones técnicas a artesanos y tiendas souvenirs**



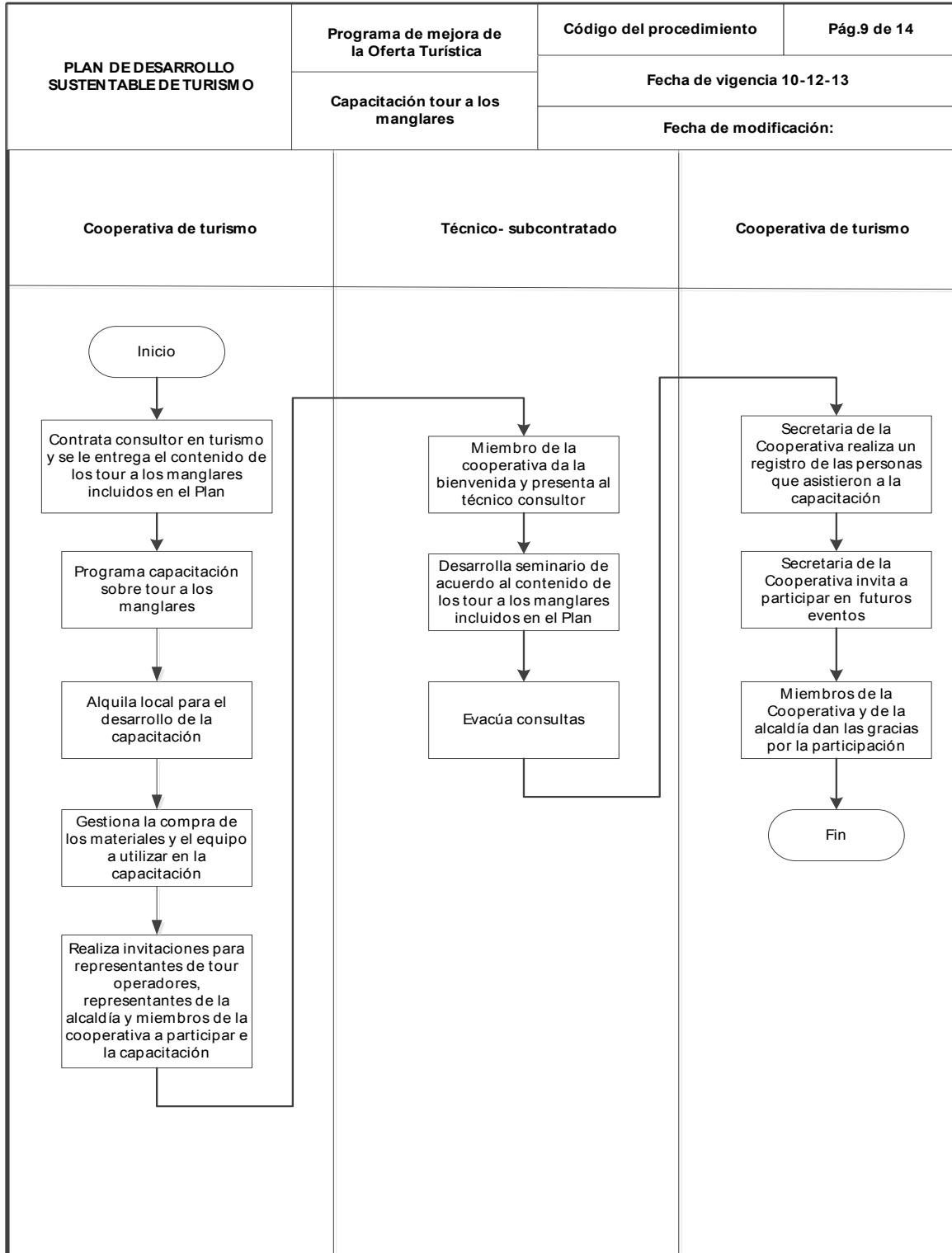
**VIII.6.10.3.6. Procedimiento de la actividad 7.1.1 Capacitación sobre tour a Cerro Panela**



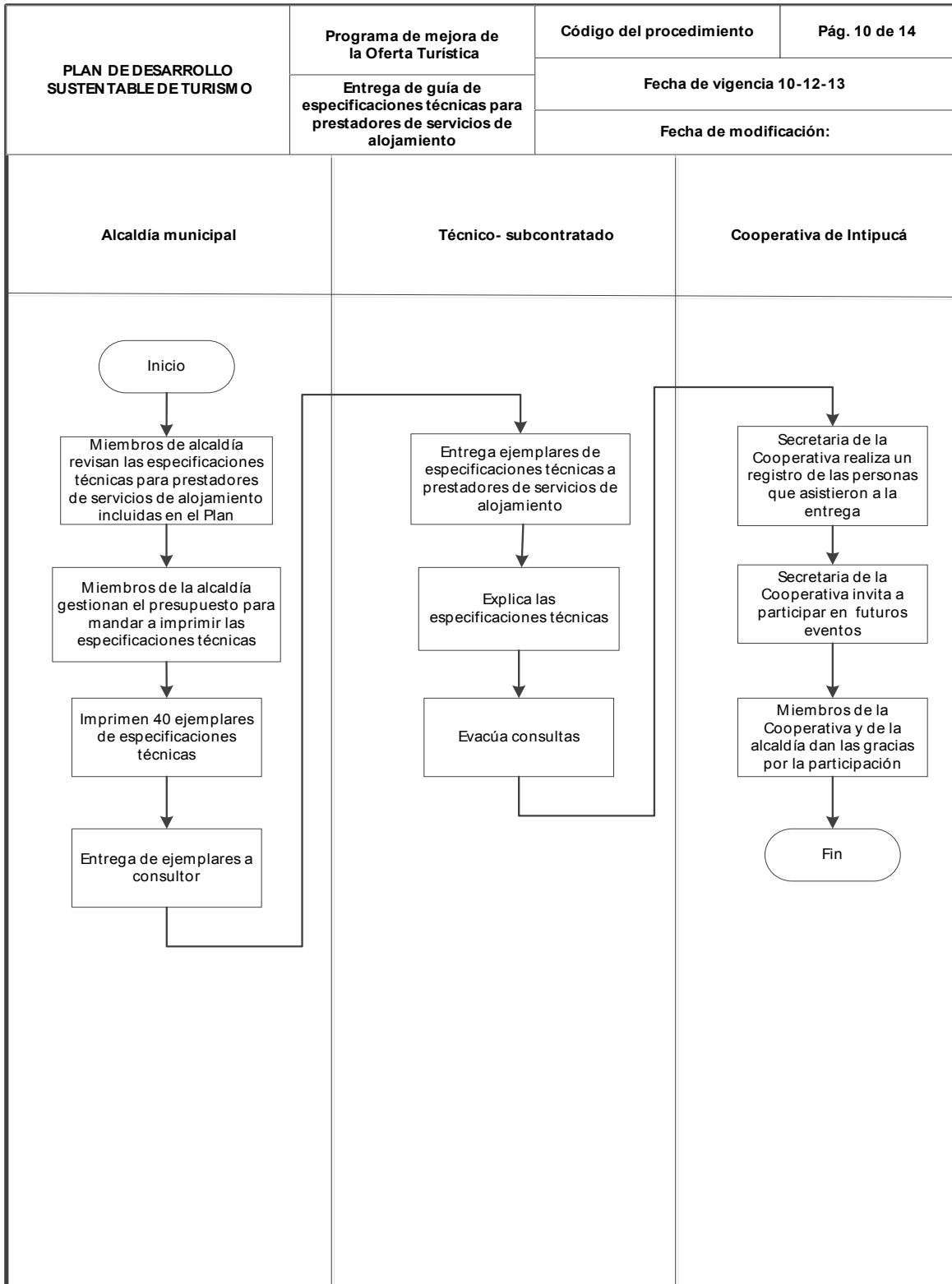
**VIII.6.10.3.7. Procedimiento de la actividad 8.1.1 Capacitación sobre tour a Río Guarrapuca**



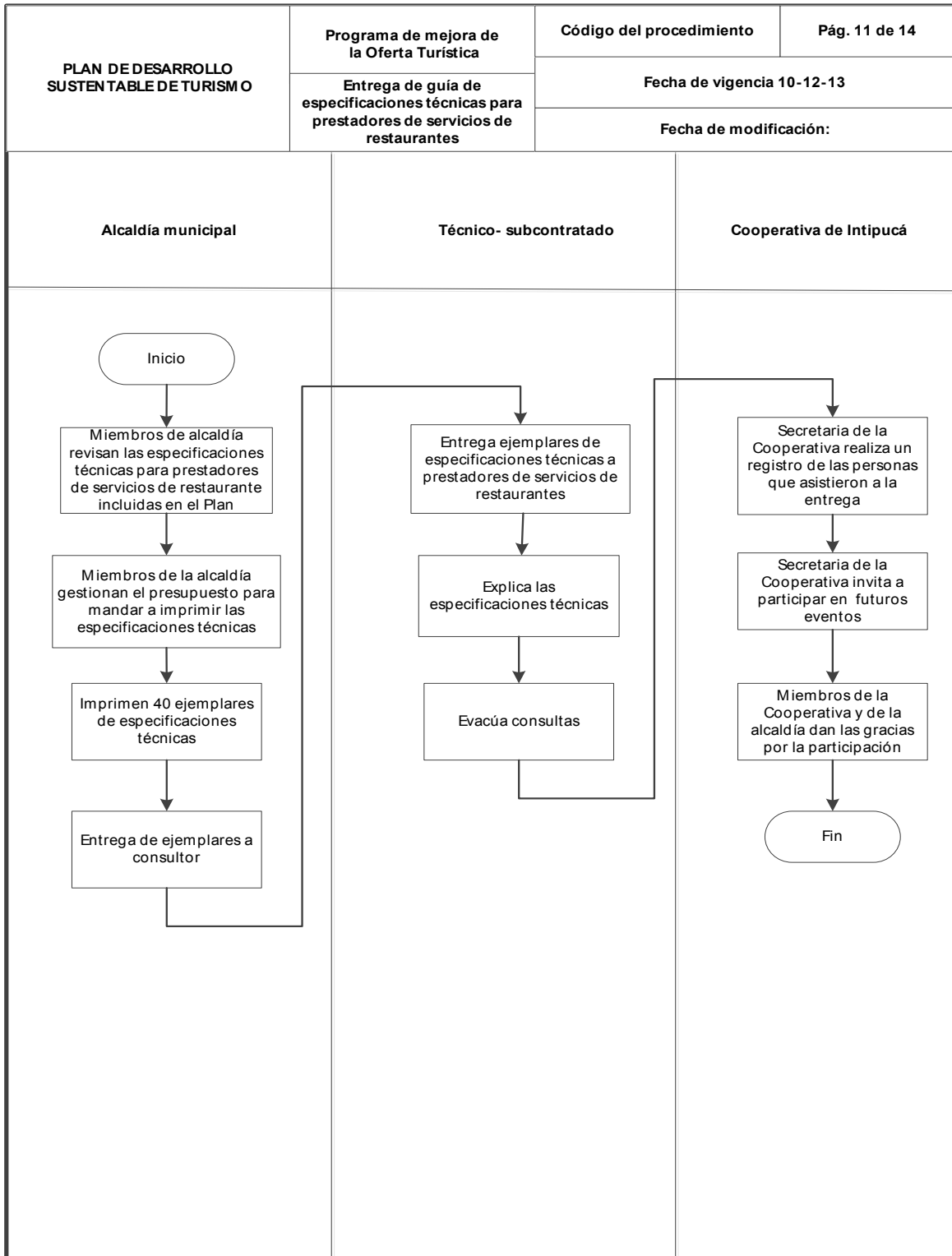
**VIII.6.10.3.8. Procedimiento de la actividad 9.1.1 Capacitación sobre tour a los manglares**



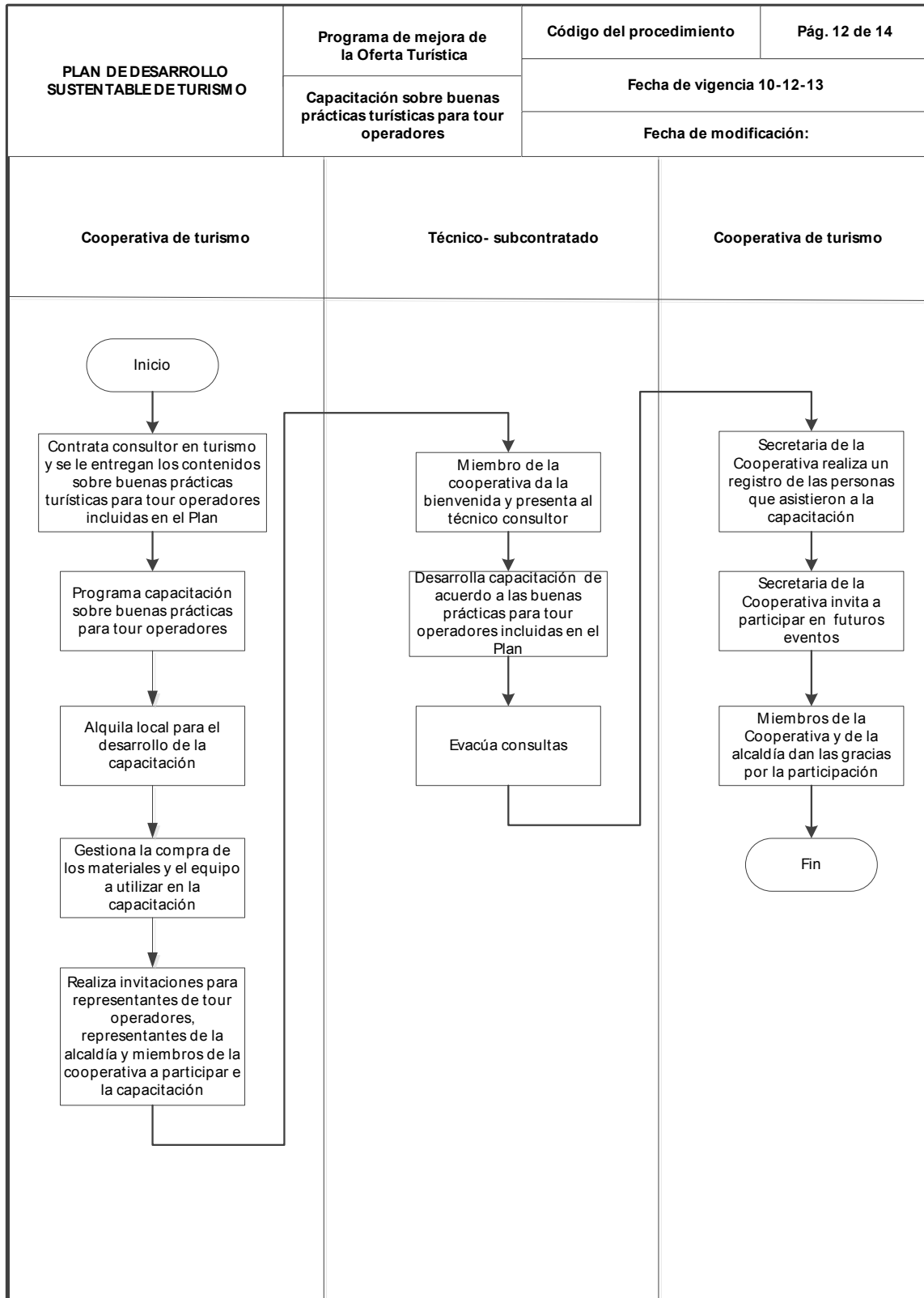
**VIII.6.10.3.9. Procedimiento de la actividad 10.1.1 Entrega de guía para prestadores de servicios de alojamiento**



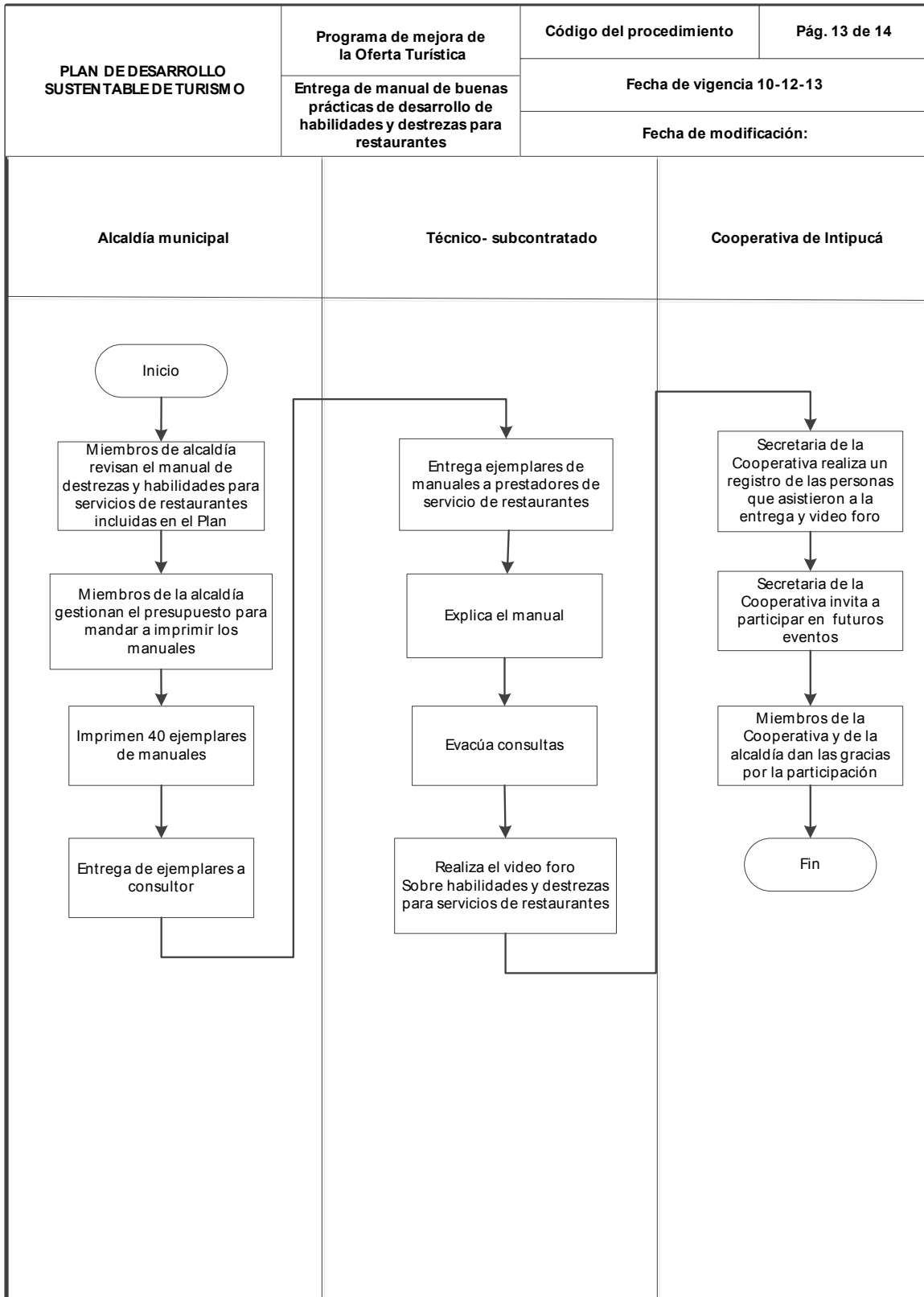
**VIII.6.10.3.10. Procedimiento de la actividad 11.1 Entrega de guía para prestadores de servicios de restaurantes**



**VIII.6.10.3.11. Procedimiento de la actividad 12.1.1 Capacitación sobre buenas prácticas turísticas para tour operadores**

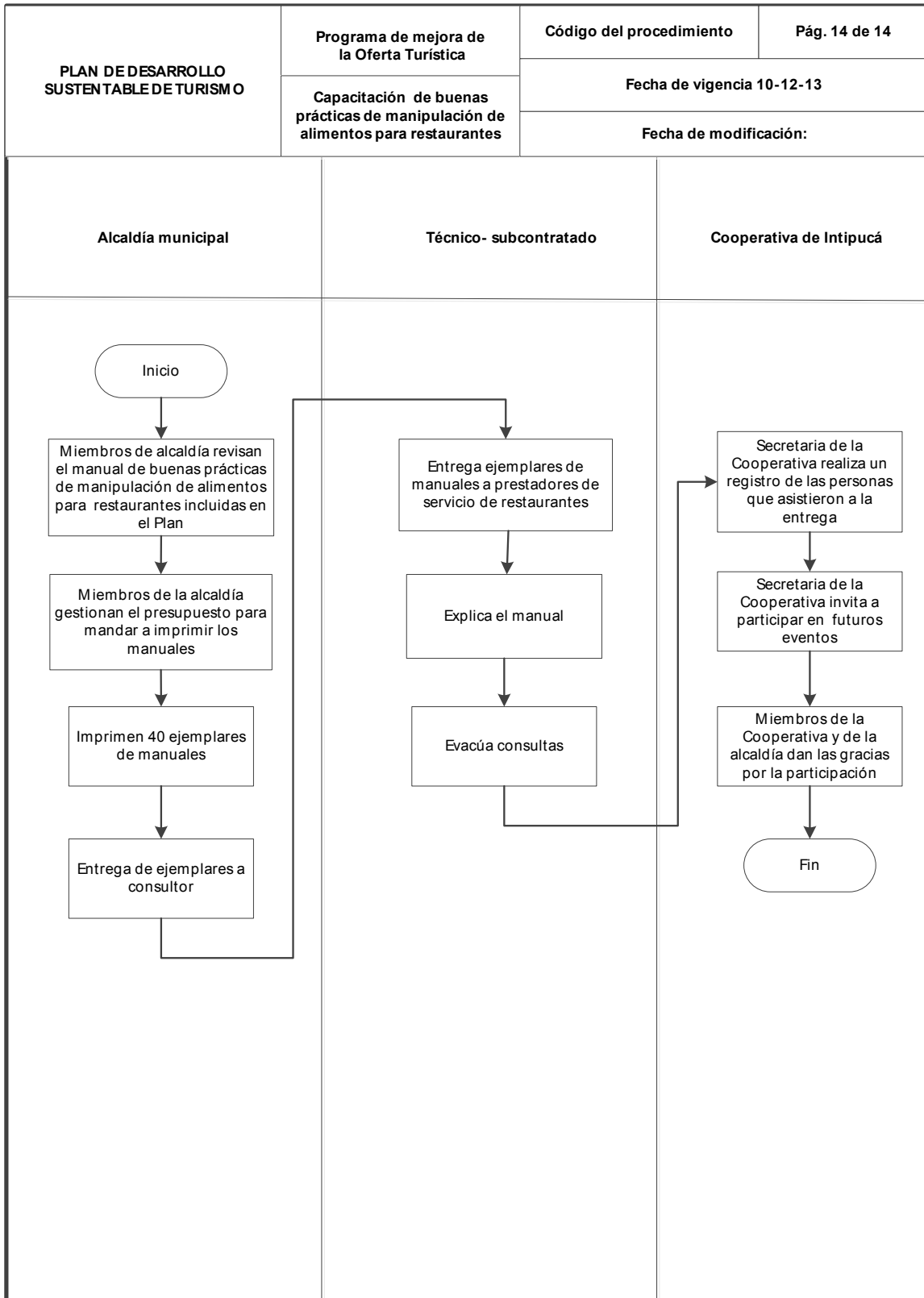


**VIII.6.10.3.12. Procedimiento de la actividad 13.1.1 Entrega de manual de buenas prácticas de desarrollo de habilidades y destrezas para restaurantes**





**VIII.6.10.3.13. Procedimiento de la actividad 14.1.1 Capacitación sobre buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes**



#### VIII.6.10.4. Asignación De Recursos

ACT.	RESPONSABLE	BENEFICIARIO	RECURSOS			
			HH	\$	LUGAR	MATERIAL
1.1.1	Cooperativa de turismo de Intipucá	Tour operadores	6	\$719.70	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
2.1.1	Cooperativa de turismo de Intipucá	Tour operadores	6	\$263.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
3.1.1	Cooperativa de turismo de Intipucá	Prestaciones de servicios de alojamientos	6	\$263.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
4.1.1	Cooperativa de turismo de Intipucá	Establecimientos de restaurantes	6	\$263.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
5.1.1	Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá	MYPYMES de Intipucá	8	\$293.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
6.1.1	Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá	Artesanos		\$19.20	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
6.1.2	Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá	Artesanos		\$13.62	Parque Central de Intipucá	Mesas y sillas
7.1.1	Cooperativa de turismo de Intipucá	Tour operadores	3	\$218.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
8.1.1	Cooperativa de turismo de Intipucá	Tour operadores	3	\$218.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
9.1.1	Cooperativa de turismo de Intipucá	Tour operadores	3	\$218.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
10.1.1	Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá	prestadores de servicios de alojamiento		\$19.20	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
11.1.1	Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá	Establecimientos de restaurantes		\$19.20	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
12.1.1	Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá	Tour operadores	6	\$263.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
13.1.1	Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá	Establecimientos de restaurantes		\$70.27	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
14.1.1	Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá	Establecimientos de restaurantes		\$263.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual
Total				\$3,132.01		

### VIII.6.10.5. Detalle De Costos

El detalle de los costos se muestra a continuación:

Act.	Clasificación	Descripción	Cant	puestos	HH	Costo unitario	Costo total	
1.1.1	humano	consultor	1	1	6	\$15	\$90	
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50	
		Folder tamaño carta	40			\$3	\$3	
		Caja de fastener	1			\$5	\$5	
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60	
		fotocopias	40			\$0.05	\$2	
		engrapadora	1			\$3	\$3	
		Caja de Repuestos para engrapadora	1			\$3.75	\$3.75	
		Pizarra acrílica	1			\$35	\$35	
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80	
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95	
		laptop	1			\$500	\$500	
		Alquiler de cañón	1			\$35	\$35	
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20	
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50	
		Alquiler de mesas	4			\$0.83	\$3.32	
		Alquiler de sillas	24			\$0.24	\$0.24	
		manteles	4			\$0.83	\$3.32	
	local	alquiler				\$80	\$80	
alimentación	refrigerio	24			\$0.95	\$22.80		
<b>Sub - Total</b>							\$719.70	
2.1.1	humano	consultor	1	1	6	\$15	\$90	
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50	
		Folder tamaño carta	40			\$3	\$3	
		Caja de fastener	1			\$5	\$5	
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60	
		fotocopias	40			\$0.05	\$2	
		engrapadora	1			\$3	\$3	
		Caja de Repuestos para engrapadora	1			\$3.75	\$3.75	
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80	
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95	
		Alquiler de cañón	1			\$35	\$35	
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20	
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50	
		Alquiler de mesas	4			\$0.83	\$3.32	
		Alquiler de sillas	24			\$0.24	\$0.24	
		manteles	4			\$0.83	\$3.32	
		local	alquiler				\$80	\$80
		alimentación	refrigerio	24			\$0.95	\$22.80

						Sub - Total	\$263.98	
3.1.1	humano	consultor	1	1	6	\$15	\$90	
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1				\$4.50	\$4.50
		Folder tamaño carta	40				\$3	\$3
		Caja de fastener	1				\$5	\$5
		Impresiones	4				\$0.15	\$0.60
		fotocopias	40				\$0.05	\$2
		engrapadora	1				\$3	\$3
		Caja de Repuestos para engrapadora	1				\$3.75	\$3.75
		Plumones para pizarra	2				\$0.40	\$0.80
		Borrador para pizarra acrílica	1				\$3.95	\$3.95
		Alquiler de cañón	1				\$35	\$35
		1 caja de lápices	1				\$1.20	\$1.20
		1 caja de lapiceros	1				\$1.50	\$1.50
		Alquiler de mesas	4			7	\$0.83	\$3.32
	Alquiler de sillas	24			7	\$0.24	\$0.24	
manteles	4			7	\$0.83	\$3.32		
local	alquiler				7	\$80	\$80	
alimentación	refrigerio	24				\$0.95	\$22.80	
						Sub - Total	\$263.98	
4.1.1	humano	consultor	1	1	6	\$15	\$90	
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1				\$4.50	\$4.50
		Folder tamaño carta	40				\$3	\$3
		Caja de fastener	1				\$5	\$5
		Impresiones	4				\$0.15	\$0.60
		fotocopias	40				\$0.05	\$2
		engrapadora	1				\$3	\$3
		Caja de Repuestos para engrapadora	1				\$3.75	\$3.75
		Plumones para pizarra	2				\$0.40	\$0.80
		Borrador para pizarra acrílica	1				\$3.95	\$3.95
		Alquiler de cañón	1				\$35	\$35
		1 caja de lápices	1				\$1.20	\$1.20
		1 caja de lapiceros	1				\$1.50	\$1.50
		Alquiler de mesas	4				\$0.83	\$3.32
	Alquiler de sillas	24				\$0.24	\$0.24	
manteles	4				\$0.83	\$3.32		
local	alquiler					\$80	\$80	
alimentación	refrigerio	24				\$0.95	\$22.80	
						Sub - Total	\$263.98	
5.1.1	humano	consultor	1	1	8	\$15	\$120	
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50	
	Papelería y equipo	Folder tamaño carta	40			\$3	\$3	
		Caja de fastener	1			\$5	\$5	

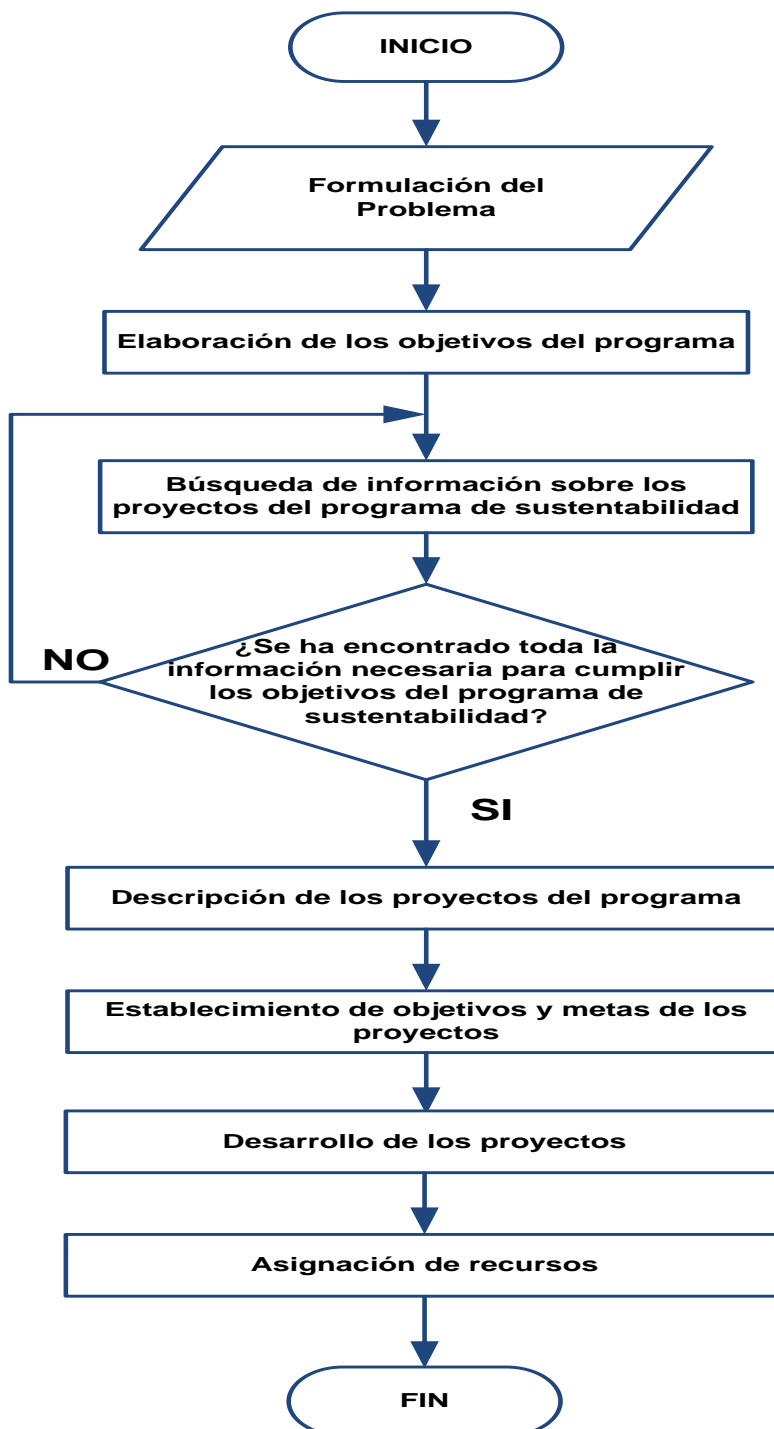
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60
		fotocopias	40			\$0.05	\$2
		engrapadora	1			\$3	\$3
		Caja de Repuestos para engrapadora	1			\$3.75	\$3.75
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95
		Alquiler de cañón	1			\$35	\$35
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50
		Alquiler de mesas	4			\$0.83	\$3.32
		Alquiler de sillas	24			\$0.24	\$0.24
		manteles	4			\$0.83	\$3.32
	local	alquiler				\$80	\$80
	alimentación	refrigerio	24			\$0.95	\$22.80
<b>Sub - Total</b>							\$293.98
<b>6.1.1</b>	Papelería y equipo	fotocopias	24			\$0.80	\$19.20
<b>6.1.2</b>	equipo	Alquiler de mesas	6			\$0.83	\$4.98
		Alquiler de sillas	36			\$0.24	\$8.64
<b>7.1.1</b>	humano	consultor	1	1	3	\$15	\$45
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50
		Folder tamaño carta	40			\$3	\$3
		Caja de fastener	1			\$5	\$5
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60
		fotocopias	40			\$0.05	\$2
		engrapadora	1			\$3	\$3
		Caja de Repuestos para engrapadora	1			\$3.75	\$3.75
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95
		Alquiler de cañón	1			\$35	\$35
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50
		Alquiler de mesas	4			\$0.83	\$3.32
		Alquiler de sillas	24			\$0.24	\$0.24
		manteles	4			\$0.83	\$3.32
local	alquiler				\$80	\$80	
alimentación	refrigerio	24			\$0.95	\$22.80	
<b>Sub - Total</b>							\$218.98
<b>8.1.1</b>	humano	consultor	1	1	3	\$15	\$45
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50
		Folder tamaño carta	40			\$3	\$3
		Caja de fastener	1			\$5	\$5
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60
		fotocopias	40			\$0.05	\$2
		engrapadora	1			\$3	\$3

		Caja de Repuestos para engrapadora	1			\$3.75	\$3.75
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95
		Alquiler de cañón	1			\$35	\$35
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50
		Alquiler de mesas	4			\$0.83	\$3.32
		Alquiler de sillas	24			\$0.24	\$0.24
		manteles	4			\$0.83	\$3.32
	local	alquiler				\$80	\$80
	alimentación	refrigerio	24			\$0.95	\$22.80
<b>Sub - Total</b>							\$218.98
<b>9.1.1</b>	humano	consultor	1	1	3	\$15	\$45
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50
		Folder tamaño carta	40			\$3	\$3
		Caja de fastener	1			\$5	\$5
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60
		fotocopias	40			\$0.05	\$2
		engrapadora	1			\$3	\$3
		Caja de Repuestos para engrapadora	1			\$3.75	\$3.75
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95
			1			\$35	\$35
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50
		Alquiler de mesas	4			\$0.83	\$3.32
		Alquiler de sillas	24			\$0.24	\$0.24
	manteles	4			\$0.83	\$3.32	
local	alquiler				\$80	\$80	
alimentación	refrigerio	24			\$0.95	\$22.80	
<b>Sub - Total</b>							\$218.98
<b>10.1.1</b>	Papelería y equipo	fotocopias	24			\$0.80	\$19.20
<b>11.1.1</b>	Papelería y equipo	fotocopias	24			\$0.80	\$19.20
<b>12.1.1</b>	humano	consultor	1	1	6	\$15	\$90
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50
		Folder tamaño carta	40			\$3	\$3
		Caja de fastener	1			\$5	\$5
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60
		fotocopias	40			\$0.05	\$2
		engrapadora	1			\$3	\$3
		Caja de Repuestos para engrapadora	1			\$3.75	\$3.75
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80
Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95		

		Alquiler de cañón	1			\$35	\$35
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50
		Alquiler de mesas	4			\$0.83	\$3.32
		Alquiler de sillas	24			\$0.24	\$0.24
		manteles	4			\$0.83	\$3.32
	local	alquiler				\$80	\$80
	alimentación	refrigerio	24			\$0.95	\$22.80
<b>Sub - Total</b>							\$263.98
13.1.1	Papelería y equipo	fotocopias	24			\$0.80	\$19.20
		Alquiler de cañón	1			\$30	\$30
		Alquiler de mesas	6			\$0.83	\$4.98
		Alquiler de sillas	36			\$0.24	\$8.64
		1 caja de lapiceros				\$1.50	\$1.50
		1 caja de lapices				\$1.20	\$1.20
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95
		Sub - Total					
14.1.1	humano	consultor	1	1	6	\$15	\$90
	Papelería y equipo	Resma de papel bonnd	1			\$4.50	\$4.50
		Folder tamaño carta	40			\$3	\$3
		Caja de fastener	1			\$5	\$5
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60
		fotocopias	40			\$0.05	\$2
		engrapadora	1			\$3	\$3
		Caja de Repuestos para engrapadora	1			\$3.75	\$3.75
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95
		Alquiler de cañón	1			\$35	\$35
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50
		Alquiler de mesas	4			\$0.83	\$3.32
		Alquiler de sillas	24			\$0.24	\$0.24
		manteles	4			\$0.83	\$3.32
	local	alquiler				\$80	\$80
	alimentación	refrigerio	24			\$0.95	\$22.80
<b>Sub - Total</b>							\$263.98
<b>Total</b>							<b>\$3102.04</b>

## VIII.7. DISEÑO DEL PROGRAMA DE SUSTENTABILIDAD

### VIII.7.1. Metodología De Diseño Del Programa De Sustentabilidad



Esquema 17: Metodología del Programa de Sustentabilidad

Fuente: Elaboración Propia



## VIII.7.2. Objetivos Del Programa De Sustentabilidad

### *Objetivo General*

Establecer la una metodología para la determinación de la capacidad de acogida y las acciones para la conservación de los recursos turísticos y la integración social y cultural.

### *Objetivos Específicos*

- ✓ Proponer una metodología para la determinación de la capacidad de carga turística y dar a conocer la importancia de como ésta puede ayudar a evitar una alteración irreversible en el entorno natural y que se produzca un deterioro evidente en la calidad de experiencia de los visitantes;
- ✓ Preparar un programa de preservación de los recursos turísticos para poder mantenerlos y no degradar el medio ambiente;
- ✓ Realizar un plan de Concientización Turística dirigido a los pobladores del municipio con iniciativas de negocio turístico así como a los comerciantes actuales, que facilite la identificación y el acceso a fuentes de financiamiento de interés propiciando mayores oportunidades para el crecimiento de la zona.
- ✓ Fortalecer el rescate y conservación de la identidad y difusión del Patrimonio Cultural en los habitantes del municipio de Intipucá a través de una Estrategia de Animación Socio Cultural<sup>73</sup>;

---

<sup>73</sup> Ver Anexo 5, Definiciones de Animación Socio Cultural.

### VIII.7.3. Descripción De Los Proyectos Del Programa

Tabla 56: Descripción de los proyectos de sustentabilidad

Cod.	Nombre del proyecto	Descripción
1	“Capacitación de la Importancia de la Capacidad de Carga Turística y la Metodología para su Determinación”	Éste proyecto se crea con la intención de dar a conocer a los prestadores de servicios turísticos, miembros del comité turístico y representantes de la alcaldía la importancia que la capacidad de carga turística presenta, tanto para la conservación de los recursos turísticos y cómo influye en la satisfacción de las experiencia turística. También se les propone una metodología para que puedan establecerla en sus negocios.
2	“Fortalecimiento del rescate y conservación de la identidad y difusión del Patrimonio Cultural en los habitantes del municipio de Intipucá” <sup>74</sup>	Éste proyecto se logra a través de una estrategia que implica 2 diferentes tipos de actividades. La primera que es la de Formación: ésta consiste en entregar información a los Miembros del Comité de Apoyo de La casa de La Cultura de Intipucá; la segunda, La Difusión Cultural: Se basa en la transmisión al público de toda su herencia cultural para la mejor comprensión de las raíces de su cultura.
3	“Plan de Preservación de los Recursos Turísticos” <sup>75</sup>	El presente plan es una herramienta para mejorar el manejo de los desechos sólidos en el área costera y urbana del municipio de Intipucá tomando en cuenta las condiciones y tradiciones locales. El enfoque es integral considerando el manejo integral de los desechos sólidos. El concepto básico del plan está basado en el logro de los siguientes aspectos: disminución de la generación de basura, ahorro de recursos naturales, reuso y reciclaje de materiales recuperables, disminución de la contaminación, producción de compost, disminución del uso de fertilizantes químicos, mejoramiento del suelo y creación de plazas de trabajo.
4	“Plan de Concientización Turística” <sup>76</sup>	Éste plan se crea con la intención de dar a conocer a la población la importancia que el turismo presenta, tanto para el desarrollo local de los municipios como para el desarrollo económico del país. Además el plan de concientización turística busca informar a la población sobre las diferentes maneras de apoyo al sector turismo, partiendo desde el trato de los pobladores y comerciantes locales hacia los visitantes y las acciones a tomar por parte de las autoridades locales correspondientes, generando de esta manera beneficios para todos los involucrados en éste proyecto.

<sup>74</sup> Fuente: Elaboración a partir de: Estrategia de Animación Socio Cultural para el proceso de rescate, conservación y difusión del Patrimonio Cultural en la comunidad “La Paila” en el municipio de San Cristóbal, en la zona del Plan Turquino, AUTOR: Lic. Teresita Tellería Iturriagoitia, TUTOR: Msc. Juan Carlos Rodríguez Díaz, FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS, SOCIALES (FLACSO), UNIVERSIDAD DE LA HABANA, Pinar del Río, 2009.

<sup>75</sup> Fuente: Elaboración propia a partir de la publicación del CESTA, Gestión Integral de los Desechos Sólidos de la Ciudad de Suchitoto 1998.

<sup>76</sup> ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA ZONA SUR-ESTE DE AHUACHAPÁN Y OESTE DE SONSONATE, HERMES ANTONIO LEONEL AQUINO HENRÍQUEZ - JOSÉ RIGOBERTO FLORES ABREGO - ALICIA DEL CARMEN VILLANUEVA GUILLÉN, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL- 2011.

### VIII.7.4. Establecimiento De Objetivos Y Metas De Los Proyectos

En la siguiente tabla se presentan los objetivos que se deben cumplir para lograr que los proyectos del programa de sustentabilidad se lleven a cabo:

**Tabla 57: Objetivos y Resultados Esperados de los Proyectos**

<b>COD. PROY.</b>	<b>COD. OBJ.</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Resultados Esperados</b>	<b>Metas</b>
1	1.1	Formar a los gerentes o representantes de los negocios dedicados al turismo y con potencial turístico, miembros del comité de desarrollo turístico y representantes de la alcaldía del municipio de Intipucá en el tema de Capacidad de Carga Turística para que éstos puedan utilizar ésta como una herramienta de planificación que permite obtener una aproximación de uso de las áreas destinadas al disfrute público y el número de personas que es capaz de soportar acorde con las decisiones de manejo.	Los gerentes, miembros del CDT y representantes de la alcaldía cuentan con el conocimiento suficiente para saber comprender la importancia de ésta herramienta y que puedan utilizarla para planificar las actividades turísticas sin perjudicar el medio ambiente.	Lograr la participación de todos los miembros del CDT; 3 miembros de la alcaldía el alcalde, el gerente y el encargado de la unidad de medio ambiente; y la participación de todos los negocios dedicados al turismo y al menos el 75% de los potenciales prestadores de servicio.  Con la ayuda de un técnico estimar por lo menos la capacidad de carga de los principales atractivos turísticos (la playa y el manglar) y de los actuales prestadores de servicio turístico.
2	2.1.	Formar los miembros del comité de apoyo de la casa de la cultura de Intipucá para el desarrollo de la labor de animación socio-cultural en la comunidad.	Los miembros del comité de apoyo de la casa de la cultura y los representantes de comités de festejos de fiestas patronales de barrios y colonias de Intipucá cuentan con los contenidos fundamentales relacionados con el Patrimonio Cultural para su trabajo en las comunidades, herramientas principales para un mejor trabajo de Animación socio-cultural.	Formación de todos los miembros del comité de apoyo de la casa de la cultura de Intipucá, los representantes de comités de festejos de fiestas patronales de barrios, colonias, cantones y personas que estén en pro al rescate del patrimonio cultural.
	2.2.	Difundir los valores patrimoniales culturales y naturales del Municipio de Intipucá con la participación de la población, donde los miembros del comité de apoyo de la casa de la cultura desempeñen correctamente su papel de facilitador para el proceso de rescate, conservación y difusión del Patrimonio Cultural.	La comunidad apoya las actividades de animación socio-cultural de manera directa participando en éstas o de manera indirecta asistiendo a los actos, festivales, talleres, excursiones entre otros.	Lograr la participación activa de por lo menos 3 mujeres y 3 hombres de los caseríos y cantones más retirados del lugar del evento y de 5 mujeres y 5 hombres de los caseríos, cantones, barrios y colonias más próximas al evento.

				<p>Lograr la participación de presencia de por lo menos 5 mujeres y 5 hombres de los caseríos y cantones más retirados del evento y 10 mujeres y 10 hombres de los caseríos, cantones barrios y colonias.</p> <p>Lograr la participación de 5 alumnos y 5 alumnas por cada grado de cada escuela del municipio de Intipucá.</p>
3	3.1	Socializar la problemática de los desechos sólidos y su solución para reducir la generación de éstos.	Bajar la generación al menos en un 5% a partir del 2do año de funcionamiento del proyecto.	<p>Lograr la colaboración de al menos el 80% de la población de Intipucá;</p> <p>Lograr en los talleres de educación ambiental la participación de 15 mujeres y 15 hombres;</p> <p>Crear un plan que sirva de ejemplo para los municipios vecinos;</p> <p>Eliminar por completo los promontorios de basura del municipio;</p> <p>Lograr del 100% de los desechos recolectados solo enviar un 53% de estos al relleno sanitario.</p>
	3.2	Convertir los desechos putrecibles en compost.	Aprovechar un 36% de los desechos para producir compost.	
	3.3	Reusar y reciclar materiales recuperables.	Reusar y reciclar el 100% de los desechos no orgánicos como metal, papel, vidrio y plástico. Éstos representan el 11% de los desechos generados.	
	3.4	Asegurar un manejo adecuado de los desechos para su disposición final.	Construcción de un relleno sanitario municipal para la disposición final de los desechos no reciclables.	
4	4.1.	Realizar charlas con el fin de concientizarlos acerca de la importancia del desarrollo turístico.-	La comunidad apoya el desarrollo del turismo, directamente a través de la creación de negocios y desarrollo de los atractivos turísticos, o indirectamente en el desarrollo de programas de limpieza, ornato entre otros.	Lograr la participación de por lo menos 15 hombres y 15 mujeres por cada cantón, caserío, barrio y colonia del municipio.
	4.2.	Crear en la población una cultura que promueva el buen trato a los turistas contribuyendo en una experiencia turística satisfactoria.	Lograr que la población local se vuelvan agentes de promoción turística a través de buenas relaciones con los visitantes.	<p>Lograr que el 75% de la población está consciente que el buen trato a los turistas es indispensable para la mejora del turismo en su municipio a mediano plazo.</p> <p>Lograr que el 100% de los comerciantes de la zona pongan en práctica el buen trato a los turistas por ser esto beneficioso para sus negocios</p>

### VIII.7.5. Definición De Las Actividades De Los Objetivos De Los Proyectos

La tabla que se presenta a continuación contiene las actividades que se generan a partir de los objetivos planteados para cada proyecto del ítem B4, éstas binen hacer el ¿Qué? Se debe hacer para poder cumplir los objetivos:

**Tabla 58 Actividades de los objetivos de los proyectos de sustentabilidad**

COD. Proyecto	COD. Objetivos	COD. actividad	Actividades
1	1.1.	1.1.1.	<p>Seminario acerca de la importancia de la capacidad de carga y la metodología para poder determinarla.</p> <p>Contenido del seminario:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definiciones de capacidad de carga;</li> <li>➤ Importancia de por qué realizar un estudio de capacidad de carga en el turismo;</li> <li>➤ Metodología para determinar la capacidad de carga, según, Cifuentes (1992);</li> </ul> <p>En la capacita citación se entregara material de apoyo con la metodología.</p> <p>Fecha: inicio del proyecto;</p> <p>Encargado: Técnico sub: Ing. Industrial<sup>77</sup>.</p>
		1.1.2.	<p>Determinación de la capacidad de carga de los negocios y principales atractivos turísticos. Esto se realizara con la ayuda de un técnico para aquellos negocios que estén con la intención de hacerlo.</p> <p>Fecha: después de actividad 1.1.1.;</p> <p>Encargado: Técnico sub contratado: Ing. Industrial.</p>
.2	2.1.	2.1.1.	<p>Seminario en temas de animación socio cultural<sup>78</sup>.</p> <p>Contenido del seminario:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Concepto de animación;</li> <li>➤ Concepto de Animación Socio-Cultural;</li> <li>➤ Actividades de la animación socio cultural:</li> <li>➤ Formación,</li> <li>➤ Difusión cultural,</li> <li>➤ Creación artístico-cultural no profesional,</li> <li>➤ Los valores que constituyen el eje de la animación sociocultural.</li> <li>➤ Cualidades del animador socio cultural.</li> </ul>

<sup>77</sup> Se recomienda que los técnicos en cargados de las capacitaciones sean contratados por CONAMYPE, ya que ésta institución posee consultores que brindan éste tipo de capacitaciones de manera gratuita, y en caso el consultor solicitado no éste disponible ellos se encargan de buscarlo para que brinde la capacitación. Sin embargo, los consultores serán presupuestados por si un organismo que apoya el proyecto financia el proyecto incluyendo consultores.

<sup>78</sup> Ezequiel. Ander-EGG: Metodología y Práctica de la Animación Socio-Cultural. Publicaciones del Instituto Ciencias Sociales Aplicadas.

		<p>Fecha: inicio del proyecto.</p> <p>Ejecuta: Comité de apoyo de la casa de la cultura de Intipucá, los representantes de comités de festejos de fiestas patronales de barrios, colonias y cantones;</p> <p>Encargado: Técnico sub: Lic. En Antropología.</p>
	2.1.2.	<p>Taller en temas relacionados con el patrimonio cultural.</p> <p>Contenido del seminario:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tradiciones de El Salvador y tradiciones propias del municipio de Intipucá;</li> <li>➤ Cuentos y leyendas de Intipucá;</li> <li>➤ Danzas tradicionales de El Salvador y de Intipucá;</li> <li>➤ Artesanías propias de Intipucá;</li> <li>➤ Gastronomía típica de Intipucá;</li> </ul> <p>Fecha: inicio del proyecto;</p> <p>Ejecuta: Comité de apoyo de la casa de la cultura de Intipucá, los representantes de comités de festejos de fiestas patronales de barrios, colonias y cantones.</p> <p>Encargado: Técnico sub contratado: Lic. En Antropología. y conocedores de las costumbres de Intipucá.</p>
	2.1.3.	<p>Presentar a los habitantes, en el parque del municipio los temas aprendidos del patrimonio cultural haciendo uso de técnicas de animación socio cultural al culminar ambas capacitaciones.</p> <p>Invitar a los habitantes con una invitación boca a boca.</p> <p>Fecha: después de la actividad 2.1.2.</p> <p>Organiza: Comité de la casa de la cultura.</p>
	2.2.	<p>Realizar un Festival gastronómico de platillos tradicionales donde se premie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El plato más original;</li> <li>El plato más económico;</li> <li>El plato más estético.</li> </ul> <p>Realizar éste evento 2 veces al año: las fechas se acordaran en los talleres de patrimonio cultural.</p> <p>Ejecuta: miembros de caseríos, cantones y barrios de Intipucá.</p> <p>Invitados: municipios vecinos.</p> <p>Responsables: Miembros del comité de desarrollo turístico y del comité de la casa de la cultura.</p>
	2.2.2.	<p>Realizar en las comunidades investigaciones, donde, sus miembros puedan rescatar tradiciones que se han perdido y sean necesarias revitalizarlas, éstas serán presentadas en un evento realizado en el parque municipal donde se premiaran las mejores tres presentadas.</p> <p>Realizar éste evento 1 vez al año: la fecha se acordara en los talleres de patrimonio cultural.</p> <p>Invitados: población de Intipucá.</p>

			<p>Ejecuta: miembros de caseríos, cantones y barrios de Intipucá.</p> <p>Responsables: Miembros del comité de desarrollo turístico y del comité de la casa de la cultura.</p>
		2.2.3.	<p>Realizar un concurso con la población escolar donde a través de representaciones artísticas se expongan temas sobre la historia del municipio de Intipucá, se le otorgara premios a los primeros 3 lugares.</p> <p>La modalidad del concurso será por nivel: primaria secundaria, tercer ciclo etc., se espera que al menos concursen 1 alumna y 1 alumno por grado.</p> <p>Fecha: una vez por año, mes y día determinado en los talleres de formación.</p> <p>Ejecuta: Estudiantes de los centros escolares de Intipucá.</p> <p>Invitados: población de Intipucá.</p> <p>Responsables: Miembros del comité de la casa de la cultura, directores y profesores de las escuelas.</p>
		2.2.4.	<p>Creación en la comunidad de una sala de extensión del museo. Creada por los propios pobladores, con objetos que estos tengan y sirvan para promover el patrimonio de su comunidad, esto puede hacerse en algún lugar dentro de sus escuelas lo que le permitirá a sus estudiantes y miembros de las comunidades contar con sus propios exponentes para conservar y difusión del patrimonio.</p> <p>Fecha: permanente</p> <p>Ejecuta: miembros de caseríos, cantones y barrios de Intipucá.</p> <p>Responsables: Miembros del comité de desarrollo turístico y del comité de la casa de la cultura.</p>
		2.2.5.	<p>Además de estas nuevas actividades realizar las actividades que actualmente se ejecutan año con año en las fiestas patronales, festival de la sandía y del maíz, día de la cruz entre otras.</p>
3	3.1.	3.1.1.	<p>Campañas sectoriales de prevención de desechos, orientada hacia los hogares, el comercio, oficinas y centros educativos.</p> <p>Acciones a proponer:</p> <p>En los hogares:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Substituir la compra de productos desechables por reusables;</li> <li>➤ Compra de agua y bebidas en envases retornables;</li> <li>➤ Evitar el uso innecesario de toallas de papel, usar tollas de tela;</li> <li>➤ Compra de productos que tienen menos componentes tóxicos;</li> <li>➤ Con las y los bebés es preferible usar pañales reusables en vez de desechables.</li> </ul> <p>En comercio, oficinas y alcaldía:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El comercio debe reducir el empaquetado al mínimo de artículos;</li> <li>➤ Los establecimientos de comida deben de evitar el uso de materiales desechables como platos y cubiertos;</li> <li>➤ Vender bebidas en envases reusables y fomentar bebidas naturales en vez de las envasadas;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Suministrar azúcar y condimentos, como sal y pimientas, en envases reusables;</li> <li>➤ Los talleres deben promover la relación de piezas para incrementar la vida útil;</li> <li>➤ Uso de papel en ambos lados y posterior recolección.</li> </ul> <p>Centros educativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prohibición de envases desechables;</li> <li>➤ Uso de papel en ambos lados y posterior recolección;</li> <li>➤ Uso de toallas de tela para la comida;</li> <li>➤ Elaboración de compost;</li> <li>➤ Reutilización de materiales de desechos;</li> </ul> <p>Estas acciones se darán a conocer a la población a través de 3 vías:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Charlas informativas;</li> <li>2. Elaboración de materiales educativos;</li> <li>3. Difusión a través de medios de comunicación radio local.</li> </ol> <p>Fecha: permanente para centros educativos y al inicio del proyectos para comercios y hogares.</p> <p>Responsables: Unidad medio ambiental de la Alcaldía, Comité de desarrollo turístico, directores y maestros de los centros escolares.</p>
3.2. y 3.3.	3.2y3.3.1.	<p>Programa de concientización para la implementación del compostaje y el reciclaje.</p> <p>Contenidos del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Para usuaria/os y funcionaria/os de la alcaldía y otras instituciones:</li> <li>➤ Situación ambiental nacional;</li> <li>➤ Los desechos sólidos concepto;</li> <li>➤ Efectos de los desechos sólidos en la salud;</li> <li>➤ Efectos de los desechos sólidos en el medio ambiente;</li> <li>➤ Diversas formas de tratamiento de los desechos sólidos: <ul style="list-style-type: none"> <li>Compostaje, Reuso y reciclaje y Rellenos sanitarios</li> </ul> </li> <li>➤ Temática para los centros educativos: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La situación medio ambiental nacional;</li> <li>➤ Que son los desechos sólidos;</li> <li>➤ Impactos de la basura en la salud de las personas y el medio ambiente;</li> <li>➤ Como elaborar compost;</li> <li>➤ Reutilización de materiales de desechos, por ejemplo, elaboración de artesanías etc.;</li> <li>➤ Reducción y aprovechamiento máximo de los recursos.</li> </ul> </li> <li>➤ Temática para responsables del manejo de la computadora, centro de acopio y encargados del tren de aseo: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La situación ambiental nacional;</li> <li>➤ Tratamiento de los desechos orgánicos;</li> <li>➤ Separación los desechos para la recolección y almacenamiento;</li> </ul> </li> </ul>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La técnica de compostaje y su importancia;</li> <li>➤ Registro de datos experimentales;</li> <li>➤ Cuidado de las composturas;</li> <li>➤ Reducción y aprovechamiento máximo de los recursos.</li> </ul> <p>Estas charlas irán acompañadas de material de educativo.</p> <p>Fecha: permanente para los centros educativos y una vez para los ciudadanos y responsables de la comotera.</p> <p>Responsables: Unidad medio ambiental de la Alcaldía y Comité de desarrollo turístico.</p>
	3.2y3.3.2.	<p>Separación y almacenamiento domiciliarios de los desechos putrecibles y no putrecibles.</p> <p>Componentes de la actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Compra de recipientes para el almacenamiento separado de los desechos;</li> <li>➤ Repartir recipientes a la población para que lleven a cabo la separación, ésta actividad se llevara a cabo en las charlas de concientización;</li> </ul> <p>La separación se llevara de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Material orgánico (para compoteras);</li> <li>➤ Material para reuso y reciclaje (para el centro de acopio);</li> <li>➤ Material no utilizable.</li> </ul> <p>Fecha: al inicio del proyecto y para cada caserío, cantón o barrio que se incluya en el proyecto.</p> <p>Responsables: Unidad medio ambiental de la Alcaldía y Comité de desarrollo turístico.</p>
	3.2y3.3.3.	<p>Elaboración de una ordenanza municipal sobre los desechos sólidos que regule y controle su manejo. Es decir, que la separación de los desechos sea obligatorio para las/los habitantes del municipio.</p> <p>Fecha: antes de implementar la recolección mixta de los desechos.</p> <p>Responsable: consejo municipal.</p>
	3.2y3.3.4.	<p>Implementar un sistema de recolección mixta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pasar un día por los desechos orgánicos (2-3 veces /semana);</li> <li>➤ Otro día por los inorgánicos (2-3 veces por semana);</li> <li>➤ Y un día exclusivo para los destinados al reciclaje (1 vez por semana): plástico, metal, vidrio papel y cartón.</li> </ul> <p>Fecha: después de impartida las charlas de concientización y repartido los recipientes para la separación. – de manera permanente.</p> <p>Responsables: trabajadores del tren de aseo de la alcaldía.</p>
	3.2y3.3.5.	<p>Procesamiento de la fracción putrecible en compoteras</p> <p>Esta actividad consta de los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Diseño físico y preparación del terreno</li> <li>➤ Compra de herramientas</li> <li>➤ Producción de compost</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comercialización</li> <li>➤ Tipo de manejo y recurso humano</li> </ul> <p>Fecha: permanente después implementar recolección mixta. Responsable de la administración: alcaldía municipal</p>
		3.2y3.3.6.	<p>Construcción de un centro de acopio para la descarga, posterior separación y almacenamiento de las fracciones de papel, vidrio, plástico y metal.</p> <p>Elemento a considerar en el diseño del centro de acopio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Almacenar los materiales en contenedores que faciliten el proceso de separación y el transporte al lugar de la comercialización;</li> <li>➤ Almacenar los materiales en un lugar seco;</li> <li>➤ Proteger los contenedores del impacto del viento;</li> <li>➤ Asegurar la protección por la noche;</li> <li>➤ El centro de acopio será construido en el mismo terreno de la complotera.</li> </ul> <p>Fecha: permanente después implementar recolección mixta. Responsable de la administración: alcaldía municipal</p>
	3.4.	3.4.1.	<p>Construcción de un relleno sanitario manual<sup>79</sup></p> <p>Éste es viable para poblaciones urbanas y rurales menores de 40 mil personas y una generación de desechos sólidos inferior a 20 Ton diarias.</p> <p>Fecha: inicio del proyecto. Responsable: Alcaldía Municipal</p>
4	4.1.	4.1.1.	<p>Charlas informativas sobre el turismo, las diferentes maneras o formas que existen para apoyar el desarrollo turístico y los beneficios para el municipio.</p> <p>Contenido de la charla:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definición de turismo</li> <li>➤ Estadísticas del turismo a nivel internacional</li> <li>➤ Estadísticas del turismo a nivel nacional</li> <li>➤ Destinos turísticos presentes en el país</li> <li>➤ Instituciones que rigen la actividad turística en el país</li> <li>➤ El turismo y su impacto económico</li> </ul> <p>Fecha: inicio del proyecto Responsables: Asociación de desarrollo turístico.</p>
	4.2.	4.2.2.	<p>Charlas informativas acerca de cómo tratar a los visitantes (turistas nacional o internacional) y Dar a conocer los beneficios que representa la actividad turística para los negociantes locales y sus familias.</p> <p>Contenido de la charla:</p>

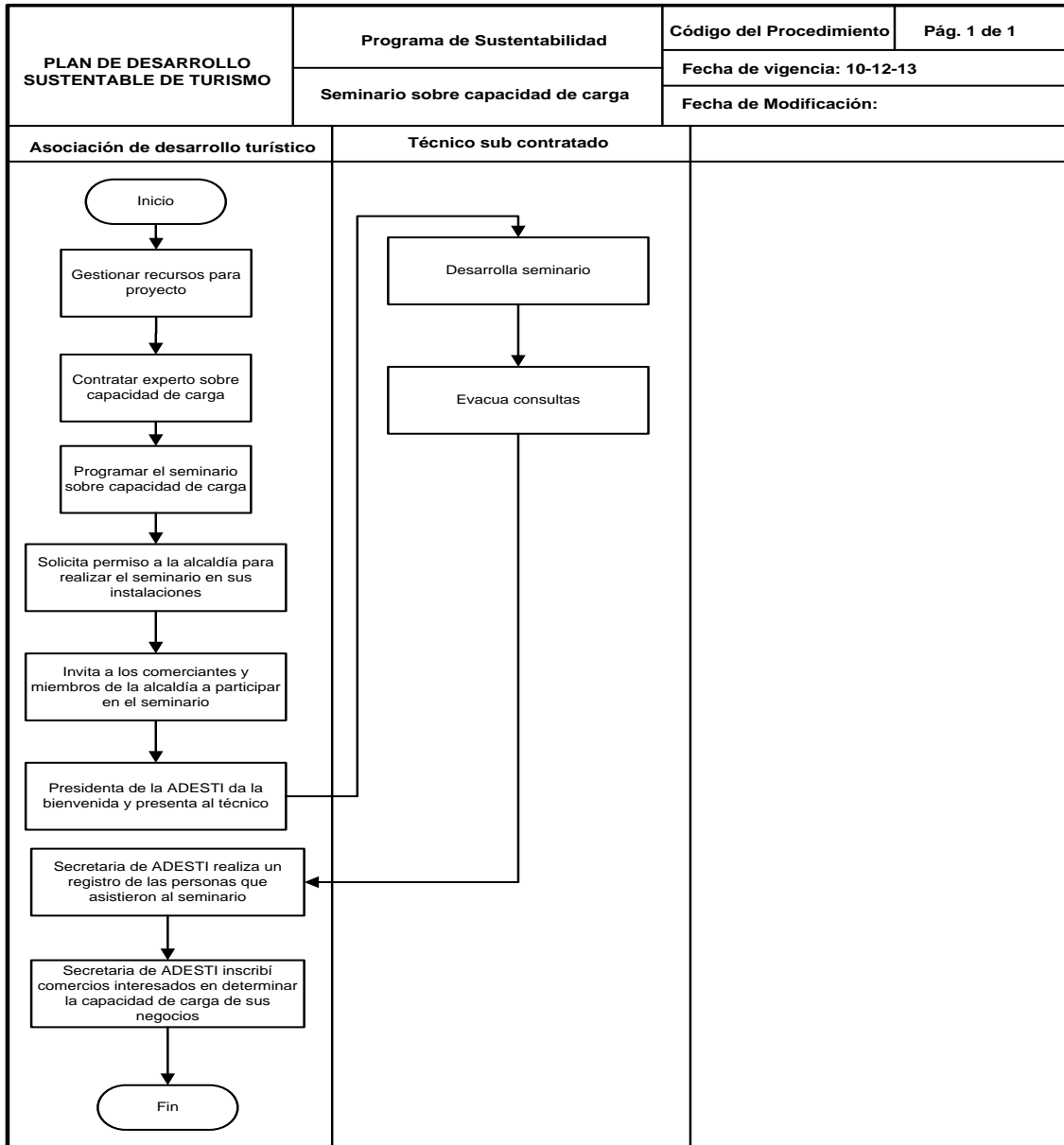
<sup>79</sup> Un relleno sanitario manual es una técnica de eliminación final de los desechos sólidos en el suelo que intenta disminuir las molestias y peligros para la salud y seguridad pública y el medio ambiente. La técnica utiliza principios de ingeniería para confinar la basura en un área menor posible, cubriéndola con capas de tierra diariamente y compactándola para cubrir su volumen. Además, disminuyen los problemas que pueden causar los líquidos y gases en el relleno, por efecto de la descomposición de la materia orgánica. Fuente: Jorge Jaramillo, operación de rellenos sanitarios manuales, OPS, Washington, 1991.

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de servicio turístico</li> <li>- Tipos de servicios turísticos; alojamiento, restaurantes y tour operadores</li> <li>- Emprendedurismo local; creación de nuevos negocios locales</li> <li>- Programas de limpieza y ornato local</li> <li>- Trato adecuado hacia los visitantes o turistas</li> <li>- Festivales gastronómicos</li> <li>- Eventos de índole religioso</li> </ul> <p>Fecha: inicio del proyecto.</p> <p>Responsables: Asociación de desarrollo turístico.</p>
--	--	--	---

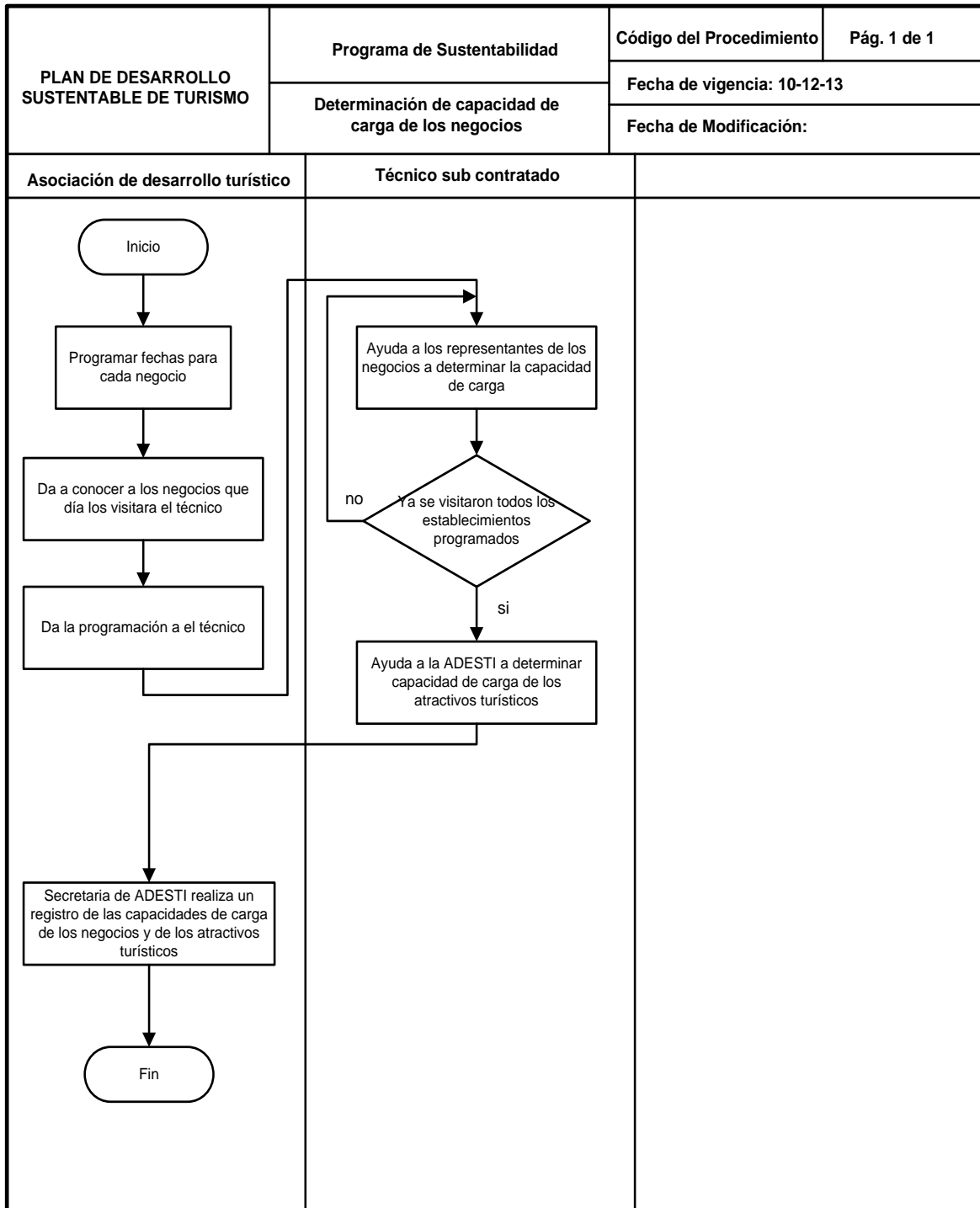
## VIII.7.6. Procedimientos Para El Desarrollo De Las Actividades De Los Proyectos Del Programa De Sustentabilidad

A continuación se describe el ¿Cómo? Se realizaran las actividades de cada objetivo de los proyectos de sustentabilidad:

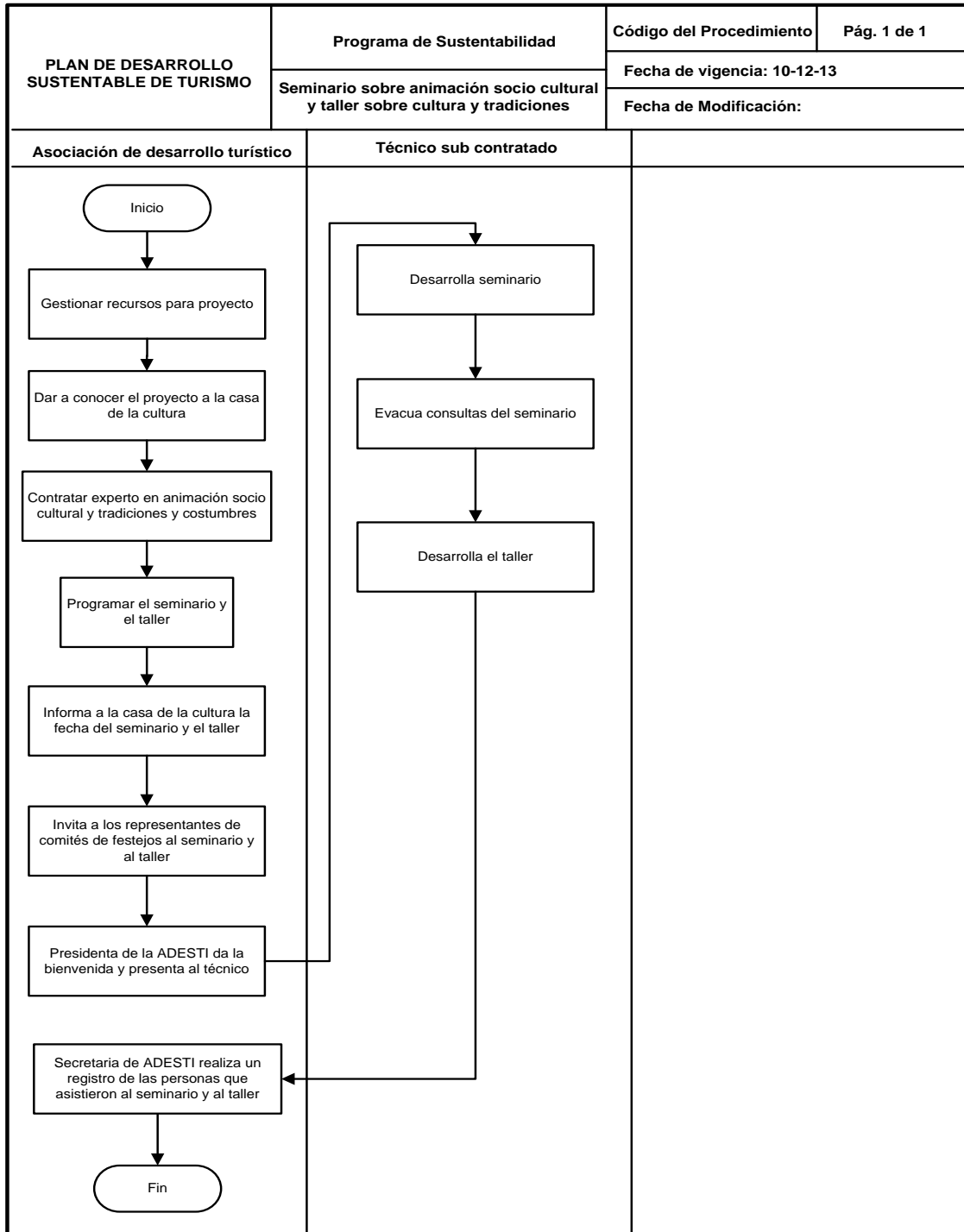
### VIII.7.6.1. Procedimiento de la actividad 1.1.1.: Seminario sobre capacidad de carga



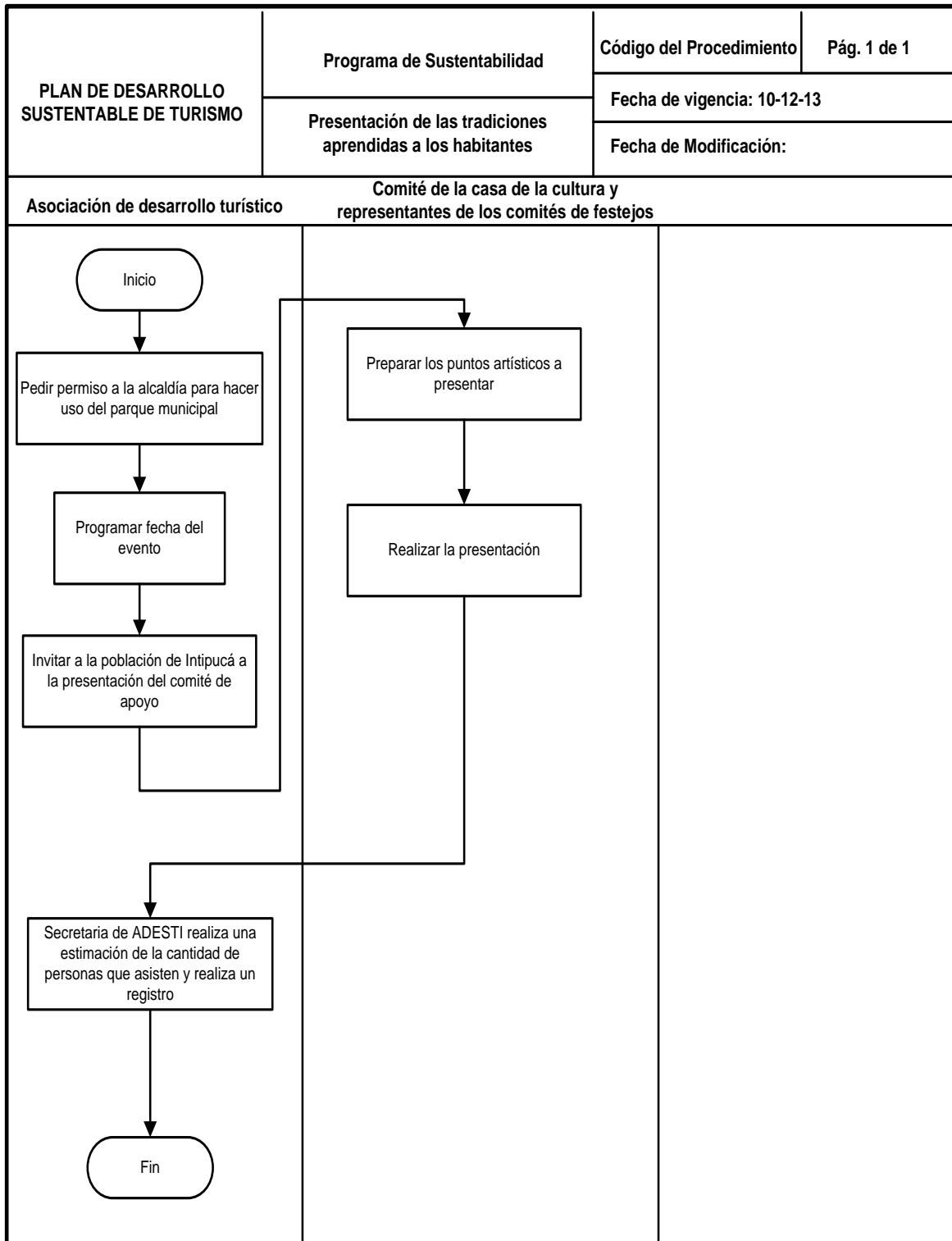
*VIII.7.6.2. Procedimiento de la actividad 1.1.2.: determinación de las capacidades de carga de los negocios y los atractivos turísticos*



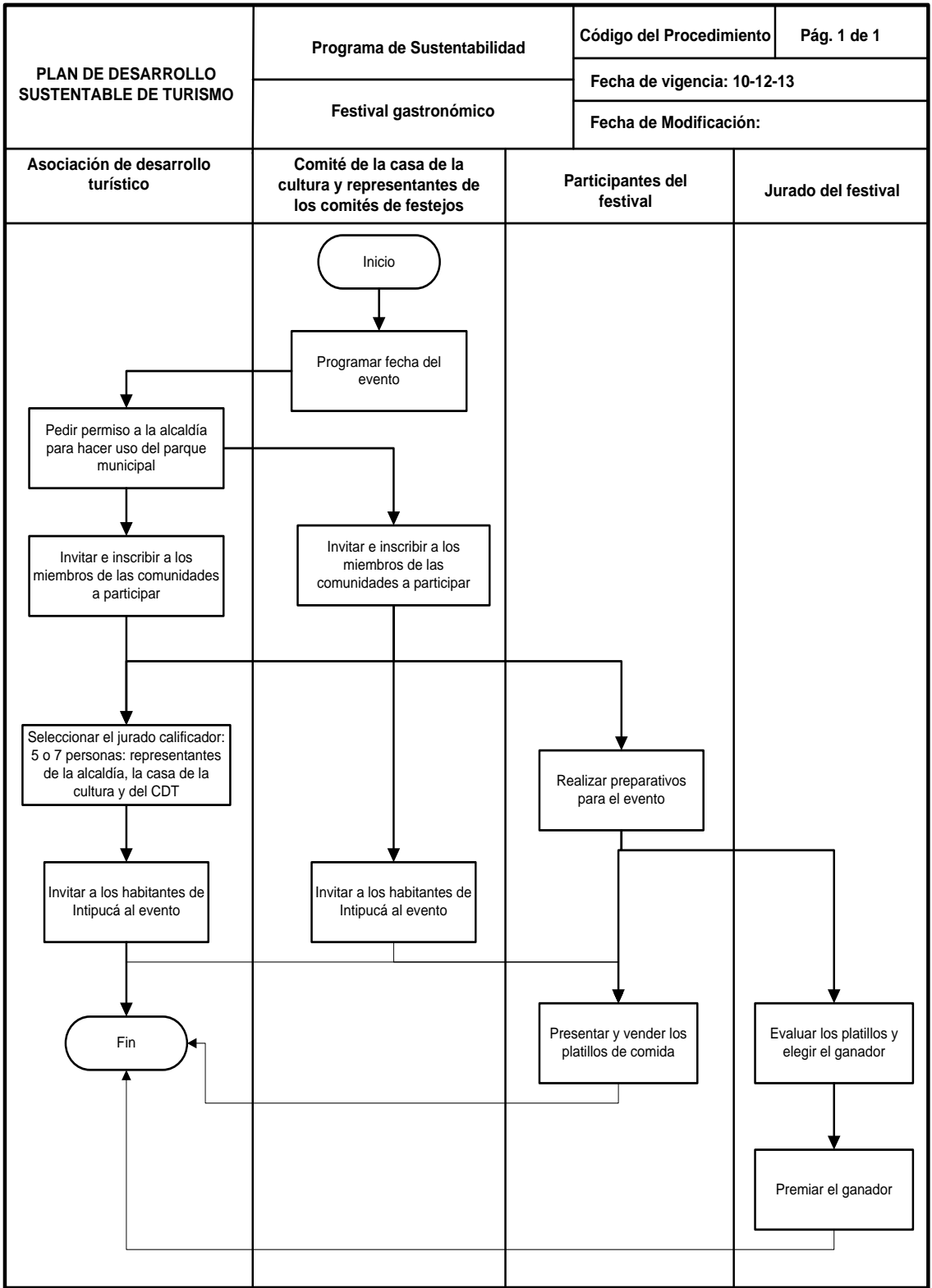
**VIII.7.6.3. Procedimiento para la actividad 2.2.1 y 2: Seminario de animación socio cultural y taller sobre cultura y tradiciones**



VIII.7.6.4. Procedimiento para la actividad 2.1.3.: presentación de las tradiciones

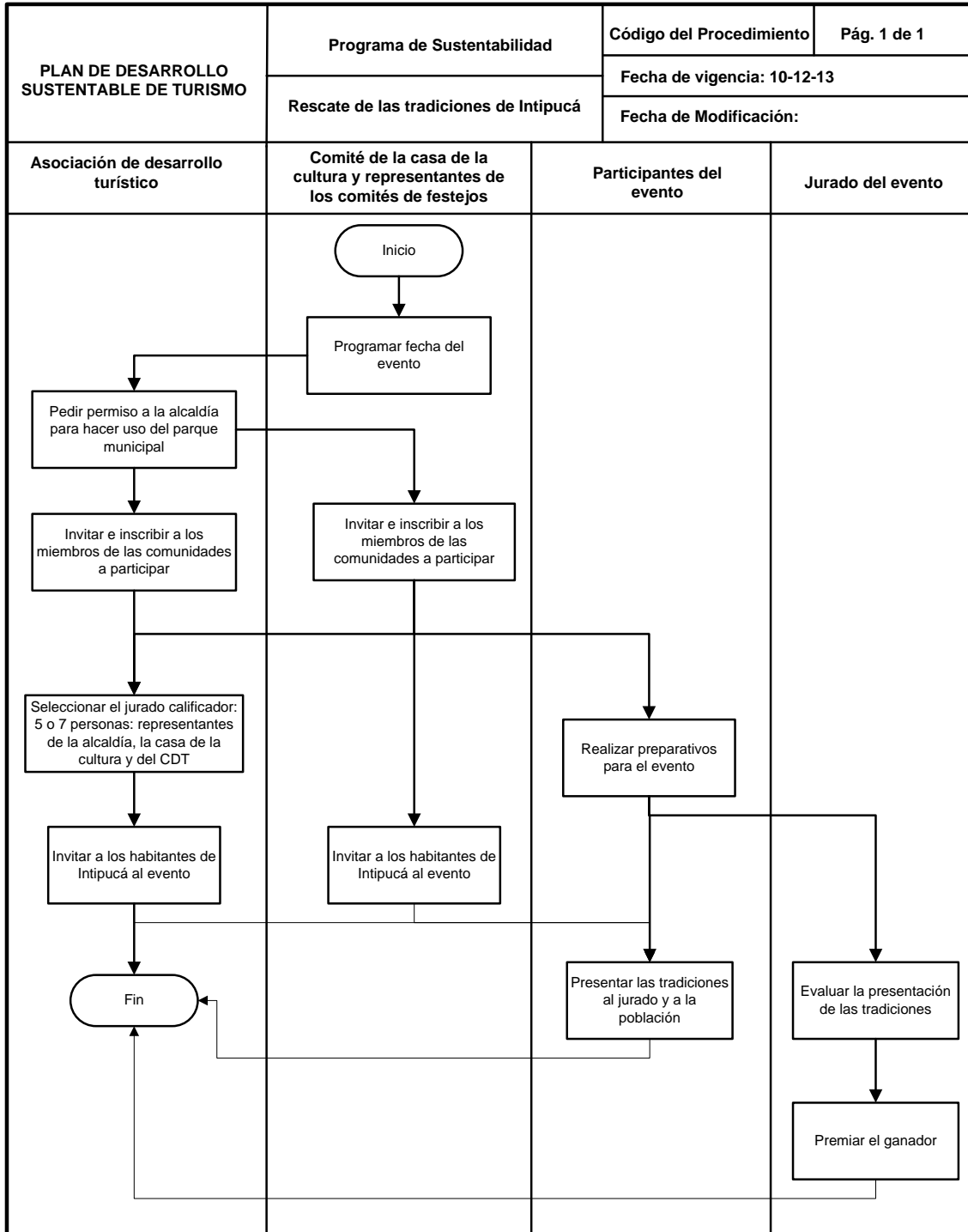


VIII.7.6.5. Procedimiento para la actividad 2.2.1.: Festival Gastronómico

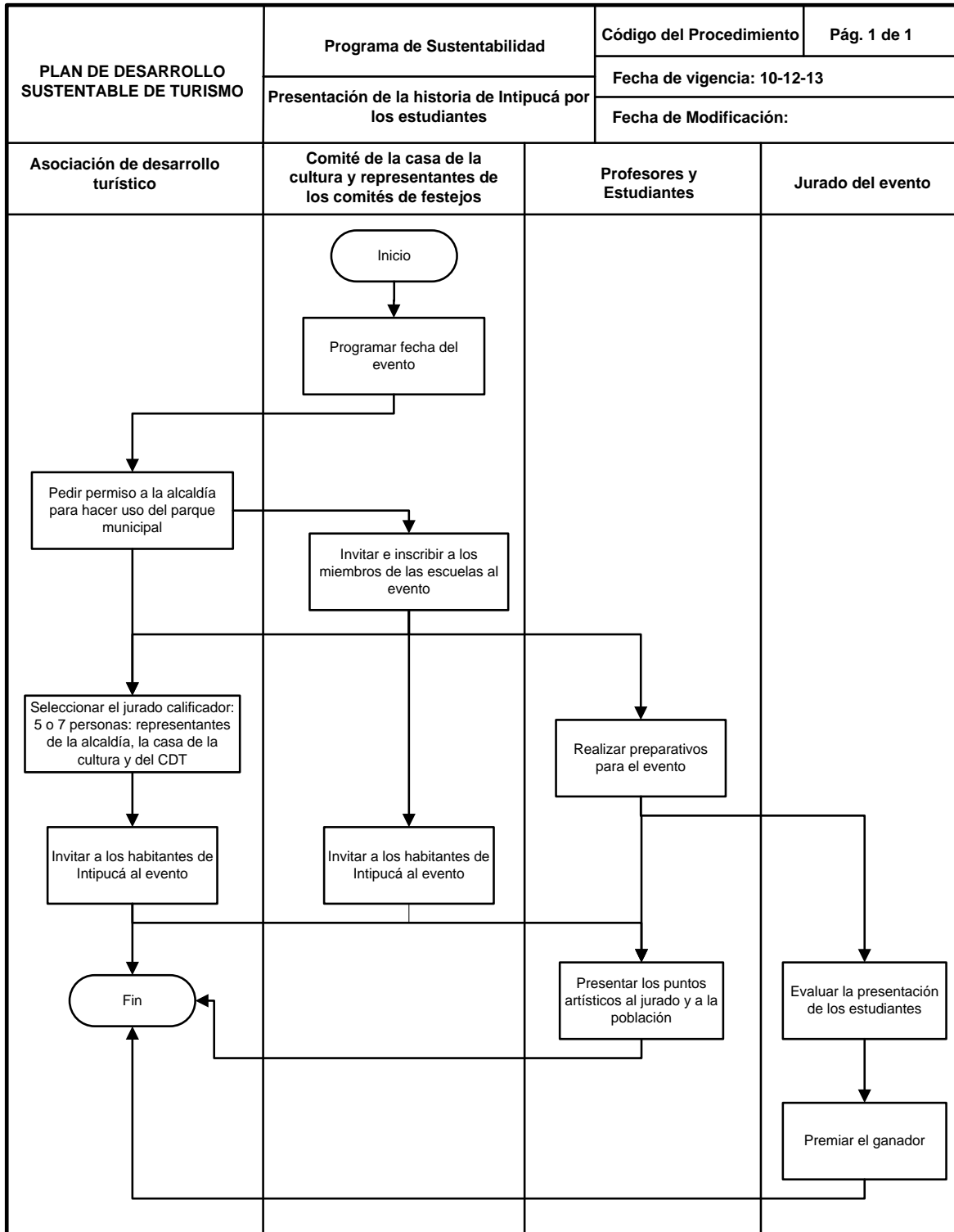




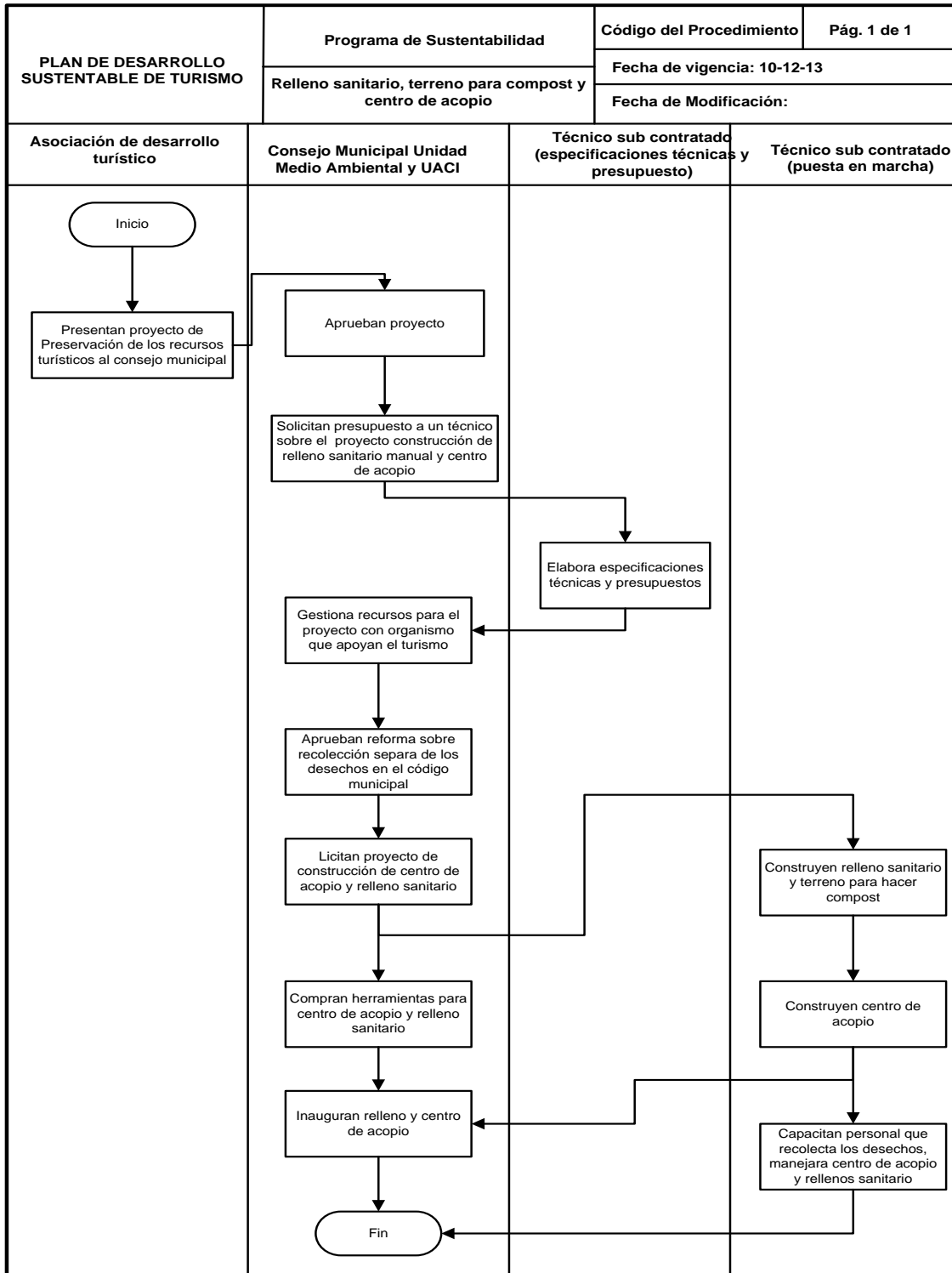
VIII.7.6.6. Procedimiento para la actividad 2.2.2.: Rescate de las tradiciones de Intipucá



**VIII.7.6.7. Procedimiento para la actividad 2.2.3.: Presentación de la historia de Intipucá a través de puntos artísticos**

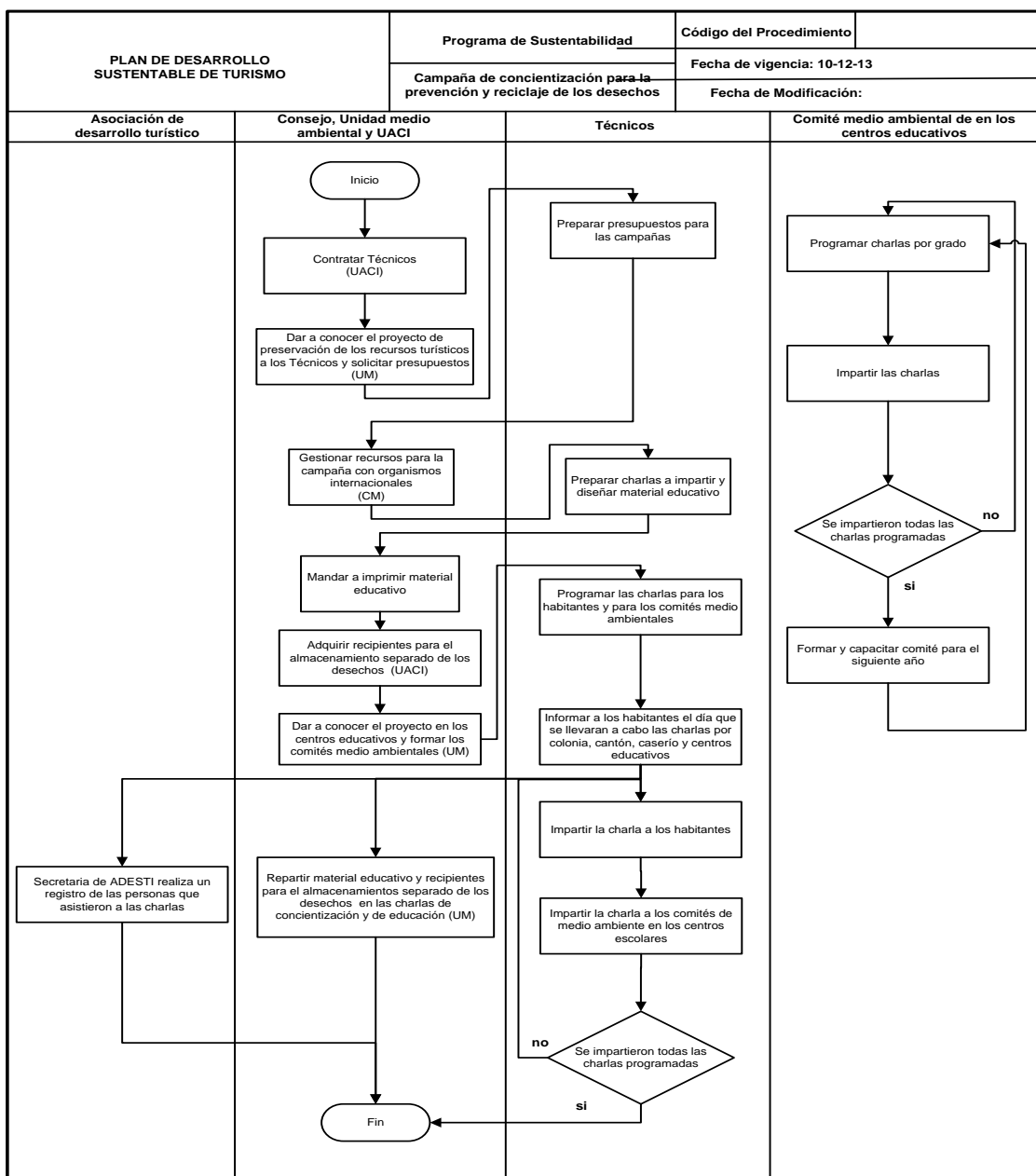


VIII.7.6.8. *Procediendo de la actividad 3.2y3.3.3., 3.2y3.3.5., 3.2y3.3.6. Y 3.4.1.: Presentación del proyecto de desechos sólidos, ordenanza municipal y construcción de relleno sanitario y centro de acopio:*



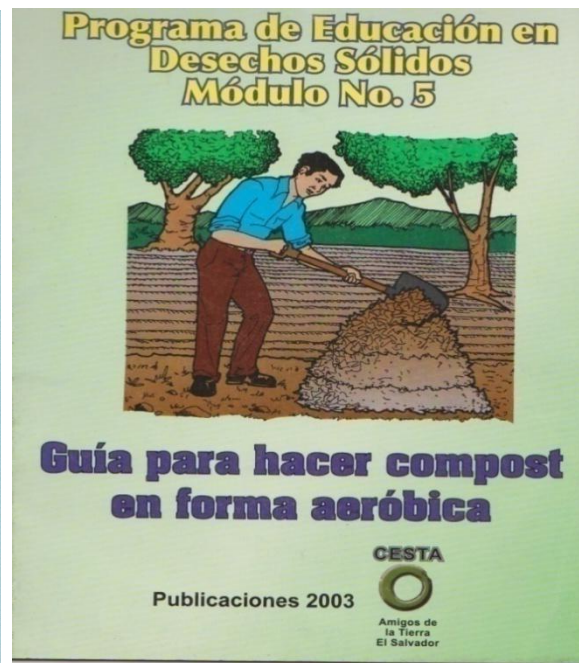
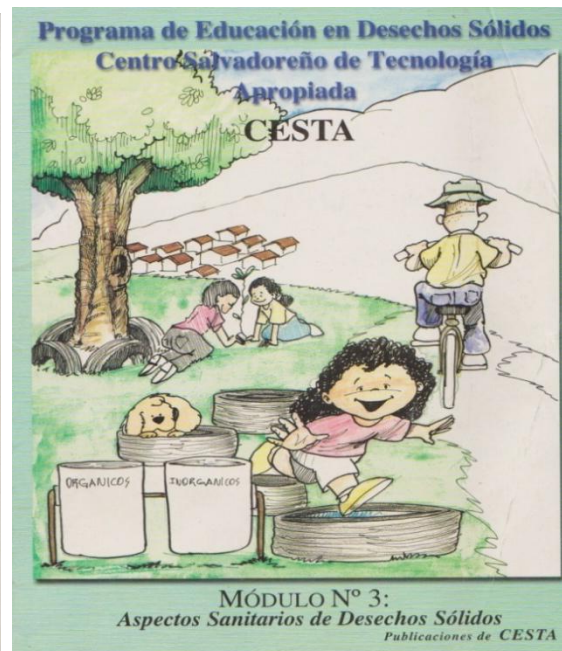
**VIII.7.6.9. Procedimiento para la actividad 3.1.1. y 3.2y3.3.1.: charlas de concientización para la prevención de la generación de desechos sólidos e implementar el compost y el reciclaje**

A continuación se presenta el procedimiento para el desarrollo de las campañas ambientales, es de aclarar que el personal que desarrollaría las charlas serian técnicos contratados al inicio del proyecto y pertenecerían a la unidad medio ambiental de la alcaldía.



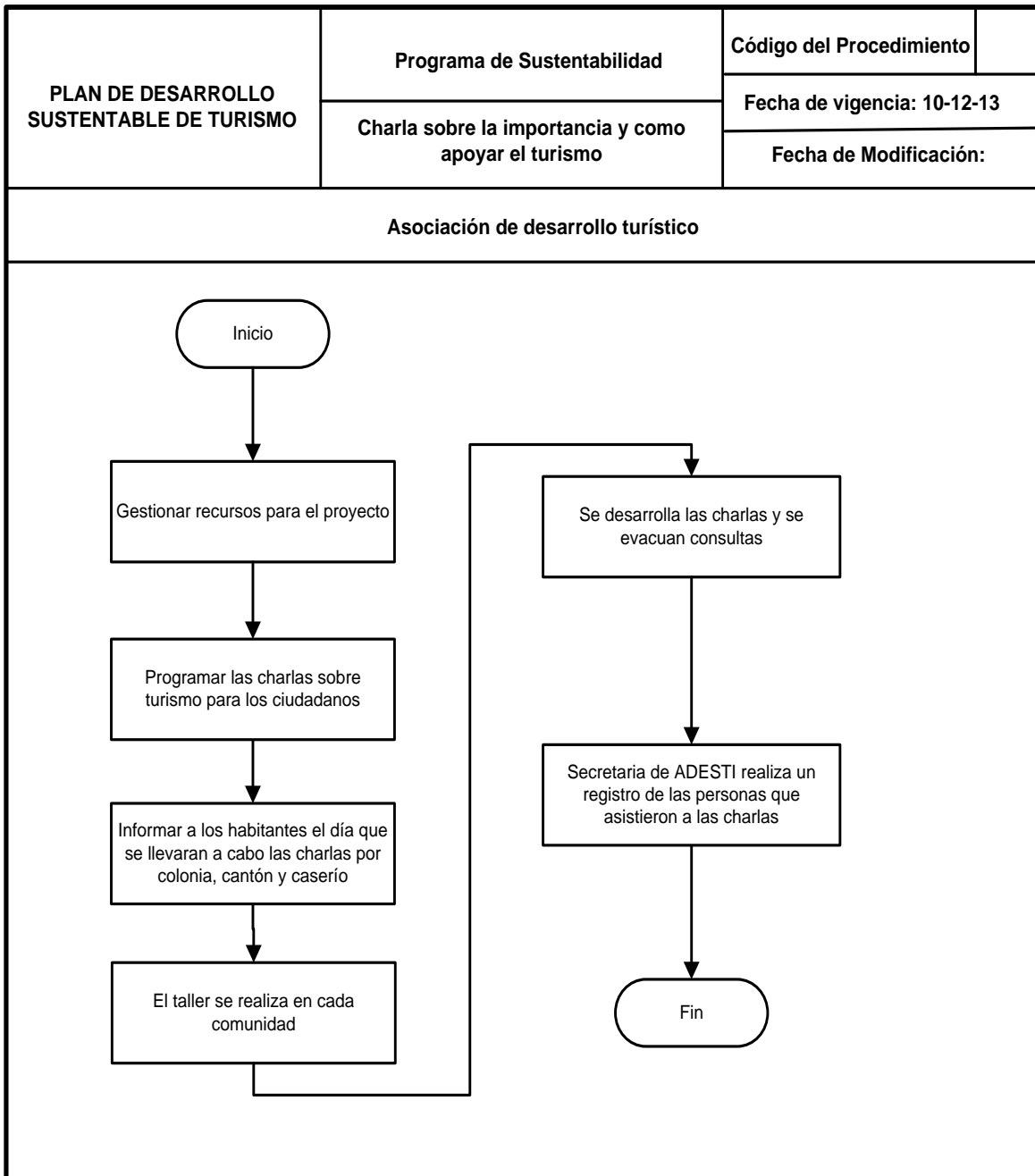
Además de las charlas en estos eventos se repartía el material educativo y los recipientes para que la población pueda realizar el almacenamiento separado de los desechos.

Para el diseño del material educativo se tomara como referencia el material propuesto por el CESTA:



Las charlas se recomienda que sean impartidas en cada colonia, cantón, caserío por separado.

**VIII.7.6.10. Procedimiento de las actividades 4.1.1. y 4.2.2.: charlas sobre la importancia y como apoyar el turismo**



### VIII.7.7. Recursos Del Programa De Sustentabilidad

A continuación se presenta una estimación de los recursos de las actividades de los proyectos del programa de sustentabilidad:

#### VIII.7.7.1. Resumen De Los Costos Del Programa De Sustentabilidad

Cod.	Nombre del proyecto			Costo Total
1	“Capacitación de la Importancia de la Capacidad de Carga Turística y la Metodología para su Determinación”			\$ 500.25
2	“Fortalecimiento del rescate y conservación de la identidad y difusión del Patrimonio Cultural en los habitantes del municipio de Intipucá”	Costos de inversión	\$590.55	\$ 1040.55
		Costos de operación	\$450.00	
3	“Plan de Preservación de los Recursos Turísticos”	Costos de inversión	\$ 100,012.05	\$137946.72
		Costos de operación	\$ 37,934.67	
4	“Plan de Concientización Turística”			\$829.65
<b>Costo total de programa de Sustentabilidad</b>		Costos de inversión	\$ 96,440.95	\$ 132903.04
		Costos de operación	\$ 36,462.09	

Fuente: elaboración propia

Tabla 59: Resumen de los costos de los proyectos del programa de sustentabilidad

### VIII.7.7.2. Detalle de los Costos

En las siguientes 2 tablas se presenta el detalle de los Recursos de las actividades de los proyectos: Capacidad de Carga Turística, Fortalecimiento y Rescate de la Identidad Cultural, Preservación de los recursos turísticos y Concientización Turística:

**Tabla 60: Detalle de los costos de los proyectos del programa de sustentabilidad**

Actividad	Clasificación recurso	Descripción	Cantidad	# de charlas	HH	Costo unitario	Sub-Costo total	Costo Total
1.1.1	Humano	Consultor	1	1	6	\$15	\$ 90.00	
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$ 4.50	
		Folder tamaño carta	20			\$0.15	\$ 3.00	
		Caja de fastener	1			\$5	\$ 5.00	
		Impresiones fotocopias	2			\$0.15	\$ 0.30	
		Caja de plumones para pizarra	20			\$0.05	\$ 1.00	
		Caja de plumones para pizarra	1			\$4.00	\$ 4.00	
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$ 3.95	
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$ 1.20	
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$ 1.50	
Alimentación	refrigerio	20			\$0.95	\$ 19.00		
							Sub total	\$133.45
1.1.2	humano	consultor	1	1	24	\$15	\$360.00	
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50	
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20	
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50	
							Sub total	\$367.20
2.1.1	Humano	Consultor	1	1	24	\$15	\$360.00	
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50	
		Folder tamaño carta	30			\$0.15	\$4.50	
		Caja de fastener	1			\$5	\$5.00	
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60	
		fotocopias	30			\$0.05	\$1.50	
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20	
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50	
Alimentación	Refrigerio	30			\$0.95	\$28.50		
							Sub total	\$407.30
2.1.2	Humano	Consultor	1	1	6	\$15	\$90.00	



	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50	
		fotocopias	25			\$0.05	\$1.25	
	Alimentación	Refrigerio	25			\$1.50	\$37.50	
Sub total								\$133.25
2.2.1	Papelería	Fotocopias	100			\$0.05	\$5.00	
	Premiación	Premios				\$150	\$150	
	Sub total							
2.2.2	Humano	Encuestadores	5			\$8	\$40	
	Papelería	Fotocopias	100			\$0.05	\$5.00	
	Premiación	Premiación				\$150	\$150	
	Sub total							
2.2.3	Premiación	Premiación				\$150	\$150	\$150
4.1..1. y 2	Humano	Encargado de charla	1	9	6	\$15	\$810.00	
	Papelería	Impresiones	4			\$0.15	\$4.15	
		Fotocopias	40	9		\$0.05	\$2.00	
		1 caja de lapiceros	1	9		\$1.50	\$13.50	
	Sub total							
<b>Total</b>								\$2,370.85

Fuente: elaboración propia a partir de las fuentes citadas en ítem 3, y cotizaciones por teléfono a diferentes Librerías.

**Tabla 61: Estimación de los Recursos del Proyecto de Conservación de los Recursos Turísticos**

	Suchitoto	Intipucá <sup>80</sup>
<b>Gastos Campañas de Prevención</b>		
<b>Costos Operativos</b>		
<b>Recurso Humano</b>	\$ -	
<b>Capacitaciones, eventos y acciones ambientales*</b>	\$ 1,142.86	\$ 1,502.23
<b>Materiales educativos**</b>	\$ 1,714.29	\$ 2,253.34
<b>Difusión a través de la radio local</b>	\$ 571.43	\$ 751.11
<b>Sub Total-Inversión</b>		\$ 4,506.69
*Aproximadamente 3 eventos **Tripcos, afiches, boletines, folletos etc.		
<b>Costos del Proyecto de Compostaje</b>		
<b>Inversión</b>		
<b>Recipientes domiciliarios*</b>	\$ 3,737.14	\$ 5,110.68

<sup>80</sup> Precios de la publicación del CESTA, Gestión Integral de los Desechos Sólidos de la Ciudad de Suchitoto 1998, ajustados con tasa de inflación promedio de 1998 a 2012 de 3.5 % (anexo 8, **Tasa de Inflación 1997- 2013**, tabla 121) y un recargo de 27% por la diferencia de población de Intipucá respecto a Suchitoto.

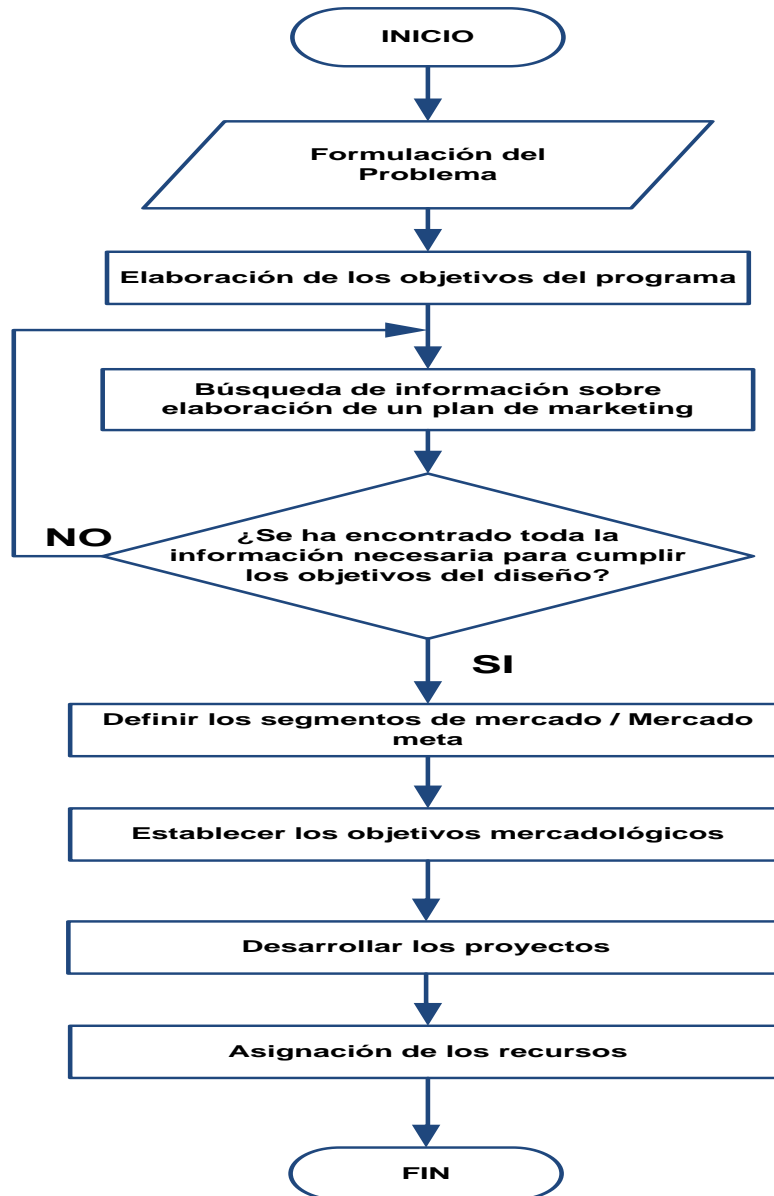
Terreno para compostera	\$ 982.86	\$ 1,344.09
Preparación, equipo y herramientas	\$ 1,142.86	\$ 1,562.90
<b>Costos Operativos</b>		
Promoción - Charlas y material educativo**	\$ 12,342.86	\$ 16,224.07
Asistencia Técnica ***	\$ 6,857.14	\$ 9,013.37
<b>Sub Total-Inversión</b>		\$ 34,274.36
<b>*1 recipiente por familia, ** 3 a 4 personas y ***1 persona</b>		
<b>Recolección</b>		
Aumento de personal*	\$ 1,920.00	\$ 2,523.74
Aumento de disel	\$ 1,097.14	\$ 1,442.14
Aumento de mantenimiento y equipo	\$ 768.00	\$ 1,009.50
<b>Costos Operativo de Compostera</b>		
Salarios**	\$ 10,285.71	\$ 13,520.06
Materiales y equipo	\$ 800.00	\$ 1,051.56
Comercialización***	\$ 1,371.43	\$ 1,802.67
<b>Sub Total-Operativo</b>		\$ 22,211.91
<b>* 1 persona extra, ** 5 a 6 personas a tiempo completo y *** 1 persona a medio tiempo</b>		
<b>Costos Proyecto de Reuso y Reciclaje</b>		
<b>Inversión</b>		
Recipientes domiciliare*	\$ 3,737.14	\$ 4,912.29
Centro de Acopio**	\$ 3,428.57	\$ 4,506.69
<b>Costos Operativos</b>		
Promoción - Charlas y material educativo	\$ -	\$ -
Asistencia Técnica	\$ -	\$ -
<b>Sub Total - Inversión</b>		\$ 9,418.97
<b>* 1 recipiente extra por familia y ** éste estará en el terreno de la compostera</b>		
<b>Recolección</b>		
Aumento de Personal*	\$ 3,840.00	\$ 5,047.49
Aumento de Disel	\$ 342.86	\$ 450.67
Aumento de Mantenimiento	\$ 228.57	\$ 300.45
<b>Centro de Acopio</b>		
Personal	\$ 960.00	\$ 1,261.87
Materiales y equipo	342.857143	\$ 450.67
<b>Comercialización</b>		
Personal **	365.71	\$ 480.71

<b>Transporte</b>	731.42	\$ 961.43
<b>Sub Total -Operativo</b>		\$ 9,314.87
<b>* 1 persona extra de las de compostaje y ** 1 persona eventual 1 mes en el año</b>		
<b>Costos para el Proyecto del Relleno Sanitario</b>		
<b>Inversión: Diseño y Construcción</b>		
<b>Estudio y Diseño</b>	\$ 4,554.17	\$ 5,986.23
<b>Compra de terreno ( 1 manzana)</b>	\$ 5,714.29	\$ 7,511.14
<b>Construcción</b>	\$ 8,698.29	\$ 11,433.46
<b>Materiales y equipo</b>	\$ 1,213.71	\$ 1,595.37
<b>Alquiler maquinaria y transporte materiales</b>	\$ 1,213.71	\$ 1,595.37
<b>Salarios (técnico, topográfico, eco-tecnólogo)</b>	\$ 3,641.14	\$ 4,786.10
<b>salarios (albañiles)</b>	\$ 12,440.57	\$ 16,352.51
<b>Sub Total - Inversión</b>		\$ 51,249.62
<b>Costo de Operación y Mantenimiento</b>		
<b>Salarios (3 personas )</b>	4114.28571	\$ 5,408.02
<b>Herramientas</b>	228.571429	\$ 300.45
<b>Limpieza de drenaje</b>	114.285714	\$ 150.22
<b>Mantenimiento - vía de acceso-</b>	228.571429	\$ 300.45
<b>Sub Total -Operativo</b>		\$ 6,407.88
<b>Total Costo de Inversión: Proyecto Conservación de los Recurso Turísticos</b>		
		\$ 96,440.95
<b>Total Costos de Operativos: Proyecto Conservación de los Recurso Turísticos</b>		
		\$ 36,462.09

Fuente: Elaboración propia a partir de la publicación del CESTA, Gestión Integral de los Desechos Sólidos de la Ciudad de Suchitoto 1998.

## VIII.8. DISEÑO DEL PROGRAMA DE MARKETING

### VIII.8.1. Metodología Del Programa De Marketing<sup>81</sup>



Esquema 18: Metodología del Programa de Marketing

<sup>81</sup> Fuente: Metodología elaborada a partir del trabajo de grado: "PROPUESTA DE UN PLAN DE MERCADEO PARA AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y LA RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS DE PRODUCTOS DE SOYA, DE LA EMPRESA ALIMENTOS NATURALES DE LA MONTAÑA Y EQUIPOS EL REY, DE LA CIUDAD DE CHALCHUAPA, SANTA ANA", PRESENTADO POR: ALFARO LINARES, MANUEL ORLANDO; HENRÍQUEZ, ORENA GUADALUPE; RODRÍGUEZ SANTILLANA, CESAR ANTONIO, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE, DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA, Marzo de 2011.

## VIII.8.2. Objetivos Del Programa De Marketing

### *Objetivos General*

Dar a conocer la riqueza turística natural con que cuenta el municipio, las características diferenciadoras de los productos y servicios (en especial el producto diferenciador “el tour en kayak a los manglares”), establecer los segmentos de mercado o mercado meta para posicionar el municipio de Intipucá como uno de los principales destinos turístico de la zona oriental.

### *Objetivos Específicos*

- ✓ Establecer los segmentos de mercado o mercado meta para que sirva como punto de partida para el diseño de las estrategias de mercadeo;
- ✓ Presentar una propuesta de señalización vial que detalle las características, actividades y el proceso necesario a seguir para su implantación tanto dentro como fuera del municipio para atraer a los turistas a los diferentes atractivos turísticos del municipio y orientarlos una vez estos lleguen a su destino a los diferentes puntos de interés turístico como hoteles, restaurantes y playas;
- ✓ Plantear un proyecto de “Promoción y Publicidad” en el que se detalle el proceso a seguir por la Asociación de Desarrollo Turístico para que de manera formal se empiece un esfuerzo publicitario que informe al turista acerca de la existencia de la oferta de turismo ofrecida por las cooperativa de kayak, hoteles, restaurantes y sobre los principales atractivos turísticos de Intipucá;
- ✓ Proponer un proyecto de “promoción de ventas” en el que se establezca el trato que se debe tener con los consumidores y los principales instrumentos de promoción para animar a los turistas a probar éste nuevo sitio turístico y tener la posibilidad de incrementar las ventas a corto plazo o utilizarse para ayudar a crear una participación en el mercado a largo plazo.

### VIII.8.3. Segmentos De Mercado Identificados

Los segmentos encontrados son los siguientes:

#### *A. Turistas nacionales*

- Tienen una estacionalidad pronunciada, practicando turismo durante la semana santa, Vacaciones de agosto y durante las vacaciones de fin de año;
- El turismo preferido es el turismo de sol y playa, seguido del turismo cultural y turismo de montaña;
- Los atractivos que más les gusta visitar son la playa, montañas y ríos;
- Prefieren paquetes que les incluya un visita a un atractivo turístico, transporte, estadía en un hotel, comida y guía local;
- Los turistas prefieren su estadía en hostales, seguido de hoteles;
- Los medios donde buscan información de sitios turísticos son programas turísticos por TV, internet a través de redes sociales y periódicos;
- Prefieren sobre todo las visitas de uno y dos días.

#### *B. Turistas internacionales<sup>82</sup>*

- Su estadía es de alrededor de 5 días, y prefiere la estadía en hoteles;
- Su gasto promedio diario es de \$69;
- Procede principalmente del área centroamericana;
- Sus motivos de viaje son el ocio, los negocios y visitas a amigos y familiares;
- Sus principales destinos son las playas, y los pueblos.

#### *C. Salvadoreños no residentes*

- Su estadía es de alrededor de 11 días;
- Prefiere la estadía con parientes;
- Su motivo de viaje es la visita a familiares y amigos;
- Los principales destinos son las playas y los pueblos;
- Las llegadas de este tipo de turista así como de los turistas internacionales es prácticamente constante, con incrementos principalmente en diciembre.

---

<sup>82</sup> Fuente literal B y C: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA ZONA SUR-ESTE DE AHUACHAPÁN Y OESTE DE SONSONATE, HERMES ANTONIO LEONEL AQUINO HENRÍQUEZ - JOSÉ RIGOBERTO FLORES ABREGO - ALICIA DEL CARMEN VILLANUEVA GUILLÉN, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL- 2011.

#### VIII.8.4. Descripción De Los Proyectos Del Programa De Marketing<sup>83</sup>

Cod.	Proyecto	Descripción
1	“Señalización turística”	Lo que se busca con éste proyecto es definir el proceso general a seguir mediante el cual se logre llevar a cabo la señalización vial que guíe a los turistas a las instalaciones y atractivos turísticos, para lo cual se presenta la propuesta del tipo y los medios de señalización que es más conveniente utilizar, las características y especificaciones necesarias para llevar a cabo la fabricación de dichos medios y la forma en que será llevado a cabo el proceso de colocación de éstos tanto dentro como fuera del municipio.
2	“Promoción y Publicidad”	El presente proyecto está enfocado en describir cómo se llevaran a cabo los esfuerzos de publicidad de los servicios y atractivos turísticos del municipio en diferentes medios. Se definirán cuáles son los medios idóneos para publicitar, el lugar, 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 el municipio.
3	“Promoción de Ventas”	Éste Proyecto consiste en ofrecer incentivos a corto plazo para fomentar la venta de los productos y atractivos turísticos. También 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).

**Tabla 62: Descripción de los Proyectos del Programa de Marketing**

<sup>83</sup>Fuente: Elaboración propia a partir de: 1. “GESTIÓN INTEGRAL TURÍSTICA RURAL SOSTENIBLE: APLICADA AL MUNICIPIO DE TAMANIQUE, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”, PRESENTADO POR: PATRICIA ERLINDA AGUIRRE CUBÍAS, DAYSI DEL CARMEN BLANCO FUENTES, EDITH GRICELDA SOLÍS VÁSQUEZ, Docentes Directores: ING. ADALBERTO BENITEZ ALEMÁN Y ING. JUAN ENRIQUE REYES RUIZ, San Salvador, Abril 2010.

2. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA ZONA SUR-ESTE DE AHUACHAPÁN Y OESTE DE SONSONATE, HERMES ANTONIO LEONEL AQUINO HENRÍQUEZ - JOSÉ RIGOBERTO FLORES ABREGO - ALICIA DEL CARMEN VILLANUEVA GUILLÉN, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL- 2011.

## VIII.8.5. Establecimientos De Objetivos/Estrategias Del Programa De Marketing

En la siguiente tabla se presentan los objetivos/estrategias que se deben cumplir para lograr que los proyectos del programa de marketing se lleven a cabo:

**Tabla 63: objetivos y resultados esperados de los proyectos del programa de marketing**

<b>Proy. No.</b>	<b>Cod. Obj.</b>	<b>Objetivos/Estrategias</b>	<b>Resultados Esperados</b>	<b>Metas</b>
<b>1</b>	1.1.	Señalizar las 4 carreteras que conducen al municipio (San miguel - Intipucá, Usulután – Intipucá, La Unión – Intipucá y El Cuco – Intipucá) en puntos estratégicos para que aumenten el flujo de turistas mediante la presentación de información que le permitan guiarse de manera rápida y segura.	Municipio y carreteras con la señalización necesaria para conducir a los turistas hasta los diferentes atractivos e instalaciones turísticas.	Las 4 vías de acceso al municipio señalizadas con información de los diferentes servicios y atractivos que se ofrecen en Intipucá y la distancia desde la señal hasta el municipio.
	1.2.	Mejorar la señalización del municipio de Intipucá con información de interés para los turistas, características, datos históricos y señales que le permitan orientarse hacia los diferentes puntos de interés como el parque, hoteles, farmacias, la alcaldía, las playas etc.		Municipio con la señalización suficiente para orientar e informar a los turistas.
<b>2</b>	2.1.	Realizar un relanzamiento de de la oferta turística a través de redes sociales para aprovechar la penetración que éstas tienen actualmente en la sociedad Nacional e Internacional.	Intipucá posicionado como uno de los principales destinos turísticos de la zona oriental: habiendo informado a la población de sus playas, ríos, esteros y excelentes servicios	Presencia de más 40 mil seguidores en redes sociales al cabo de 3 a 5 años;
	2.2.	Realizar viajes de familiarización para tour operadores, medios de comunicación como canales, radios y periódicos de mayor		Presencia en los principales medios



		circulación, para que estos puedan hacer publicidad gratuita con sus lectores y espectadores en el caso de los medios de comunicación y que los tour operadores promuevan el destino turístico con sus clientes.	turísticos como el tour de kayak.  Incremento significativo del flujo de turistas en un corto plazo, teniendo una participación importante en el mercado turístico a largo plazo.	de comunicación del país: Canales de TCS, cana 33 y canal 12; y las radios de Grupo Samix y Grupo Radio Sterio;  Publicidad en las rutas de buses que cubren el gran san salvador y San Miguel; Publicidad en paradas de buses y principales arterias del Gran Salvador;  Al menos 10 operadores recomendando Intipucá como destino turístico.  Incremento de al menos 10% del flujo de turistas de la demanda actual que se posee el municipio.
	2.3	Realizar publicidad a través de medios escritos, medios visuales concentrados, y traseras de buses a nivel de la zona oriental y en el gran San Salvador, para brindar gran cantidad de información con una rápida cobertura, mayor frecuencia y bajo costo de producción.		
3	3.1	Planificar los paquetes turísticos el último fin de semana de cada mes durante todo el año, hacia los diferentes sitios turísticos del Municipio ya que cada uno cuenta con atractivos específicos que son de interés para la población, lo cual ayudará a incrementar el número de visitantes.		
	3.2	Promover excursiones y caminatas en periodo vacacional (Semana Santa, Agosto y fin de año), finales de curso, y fiestas patronales, a precios accesibles, brindando buenos medios de transporte para centros escolares, colegios, ministerios del gobierno, iglesias, entre otros.		
	3.4	Estimular a la población regalando a los visitantes que hayan comprado un paquete turístico, artículos promocionales como gorras, camisetas, entre otros. Éstos deberán hacer referencia de los diferentes sitios turísticos de la localidad.		

### VIII.8.6. Definición De Las Actividades De Los Proyectos

Proy. No.	Cod. Obj.	Cod. Act.	Actividad
1	1.1.	1.1.1.	<p>Realizar una solicitud de permiso para colocar las señales turísticas a las alcaldías de Conchagua, Chirilagua, Intipucá, Usulután, Santa Elena y El Transito.</p> <p>En la solicitud incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una solicitud dirigida al consejo municipal;</li> <li>• Las medidas del rotulo;</li> <li>• El punto kilométrico donde se va colocar la señal, así, como una fotografía del lugar;</li> <li>• Copia de DUI, NIT y solvencia municipal del presidente de la Asociación;</li> <li>• Las solicitudes deben entregarse en físico.</li> </ul> <p>Para el caso de las solicitudes de Intipucá y Chirilagua en las solicitudes deben ir orientadas a lo que se pretende es formar una alianza estratégica para que la alcaldía de Chirilagua le brinde permiso gratuito a Intipucá con la condición que Intipucá le brinde permiso gratuito a Intipucá de colocar señales.</p> <p>Los lugares estratégicos serian:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una salida de Usulután hacia el Delirio;</li> <li>• Tres señales del Delirio hacia Intipucá;</li> <li>• Tres señales en la carretera de El Senfa - La Unión hacia Intipucá;</li> <li>• Dos señales del Cuco hacia Intipucá.</li> <li>• No se incluye una señal de San Miguel al Delirio por que el costo de impuestos es demasiado elevados, el doble que los impuestos en las otras alcaldía, que asilan entre 140 y 150 dólares / año.</li> </ul> <p>Fecha: Inicio del proyecto;</p> <p>Estas señales deben estar colocadas de manera permanente.</p> <p>Responsable: Asociación de Desarrollo Turístico.</p>

		<p>Contratar una empresa publicitaria para que se encargue de colocar las señales, éstas deben incluir la distancia a la que se encuentra, los principales atractivos y servicios que éste posee como playas, ríos, montañas, hoteles y tour de kayak.</p> <p>Revisar todos los años que las señales estén en buenas condiciones y cancelar los impuestos anuales para que las señales permanezcan sin que las alcaldías manden a retirarlas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El tamaño debe ser el tamaño estándar de 2x0.60 m.;</li> <li>• Las principales empresas que brindan los mejores precios son: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ VEO – Estación Visual, Tel.: 2528-7400</li> <li>○ ROTULOS CREATIVOS, Tel.: 2542-3462</li> <li>○ Maquila Digital San Miguel: 2634-4503, Cel.: 7886-7180, Gerber García – Propietario.</li> </ul> </li> </ul> <p>➤ La decisión de compra se recomienda que se tome en base a que ofrezca el mejor precio y precio de mantenimiento.</p> <p>➤ El presupuesto de adquisición de cada señal oscila de 300 a 350 dólares.</p> <p>Fecha: después de adquiridos los permisos de la alcaldía</p> <p>Responsable: asociación de desarrollo turístico de Intipucá;</p>
	1.2.	<p>1.2.1. Formar una comisión de 4 personas para la elaboración y colocación de la señalización turística;</p> <p>Los miembros de ésta comisión pueden o no ser parte de la asociación, es decir, si en la asociación no hay personas con capacidad de elaborarlas se optara por incluir personas con capacidad de realizar dicha obra. (comisión de señalización de ventas)</p> <p>Fecha: inicio del proyecto;</p> <p>Responsable: asociación de desarrollo turístico de Intipucá;</p>
	1.2.	<p>1.2.2. Solicitar permiso a la alcaldía de colocar las señales turistas en el municipio de Intipucá.</p> <p>La solicitud debe ir dirigida al consejo municipal, debe detallarse el tamaño y los lugares donde se coloran dichas señales. Incluir que el permiso incluya que se apruebe una ordenanza municipal donde se otorgue un permiso permanente y que no se cobre impuestos por esta señalización ya que es de carácter beneficiario para todo el municipio.</p> <p>Fecha: antes de la actividad 1.2.3.</p> <p>Responsable: presidente de la Asociación de Desarrollo turístico.</p>

		1.2.3.	<p>Diseñar, elaborar y colorar las señales que les permitan a los turistas obtener la información que le digan hacia donde puede desplazarse para encontrar lugares que le permitan desarrollar su visita turística:</p> <p>Las señales a construir serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Flechas que indiquen hacia donde, y a qué, distancia se encuentran los diferentes servicios y atractivo turísticos: hoteles, la alcaldía, restaurantes, el parque, playas y servicio de kayak y tour a ríos y montañas etc.</li> <li>➤ Datos históricos del municipio: fecha en que se funda Intipucá, cantidad de familias, su primer nombre etc.</li> <li>➤ Cantidad de personas en la actualidad, numero de negocios, entre otros.</li> <li>➤ Los diseños tienen que tener un enfoque rustico de madera, con colores llamativos verde y rojo, el tamaño 0.75 mts. de ancho por 0.50 mts., a una altura de 1.90 y 2.0 mts.</li> <li>➤ La colocación se hará cada 2 kilómetros y en cada crus calle o desvió.</li> <li>➤ Fecha: inicio del proyecto</li> <li>➤ Responsable: comisión formada la elaboración de las señales.</li> </ul>
		1.2.4.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ -Realizar mantenimiento de las señales turísticas en el municipio, cambiar las que estén deterioradas, reponer las que ya no se encuentren. Ésta actividad inicia con la revisión de las señales y realizar un inventario de las que necesitan mantenimiento y las que haya que volver a colocar.</li> <li>➤ -Solicitarle a la comisión de señalización que realice las respectivas reparaciones, reemplazos y colocar nuevamente las que se hayan robado.</li> <li>➤ -Fecha: Permanente cada 6 meses.</li> <li>➤ -Responsable: Comisión de señalización.</li> </ul>
2	2.1.	2.1.1.	<p>Formar una comisión de 3 personas que se encarguen de publicitar los atractivos turísticos, actividades turísticas, ofertas turísticas a través de las redes sociales. (Comisión de fotografía y comunicaciones).</p> <p>Los miembros de ésta comisión pueden ser miembros o no de la asociación de desarrollo turístico.</p> <p>Estas personas deben tener conocimientos básicos de computación y educación a nivel de bachillerato.</p>

		<p>Se buscaron 3 personas para que sea un trabajo temporal, es decir, que cada uno trabaje 4 meses cada uno por año.</p> <p>Fecha: inicio del proyecto.</p> <p>Responsables: asociación de desarrollo turístico:</p>
	2.1.2.	<p>Capacitar la comisión de fotografía y comunicaciones que se encargara de difundir la información turística del municipio en los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía: para que las personas tengan la capacidad de capturar imágenes que verdaderamente muestran la riqueza turística del municipio;</li> <li>• Diseño grafico básico: para que puedan crear los anuncios y publicaciones adecuadas;</li> <li>• Materiales apropiados a difundir en redes sociales: para que no se divulguen contenidos inapropiados y la interacción con los turistas sea profesional.</li> <li>• Como crear canales en youtube y paginas en redes sociales;</li> <li>• Como publicar contenidos.</li> <li>• Equipo idóneo para la difusión.</li> </ul> <p>Fecha: inicio del proyecto.</p> <p>Responsable: Técnico sub contratado: Diseñador grafico.</p>
	2.1.3.	<p>Adquisición de equipo de fotografía, video y computadora portátil;</p> <p>Fecha: después de la actividad 2.1.2.</p> <p>Responsables: Asociación de desarrollo turístico con accesoria de la comisión fotografía y comunicaciones.</p>


2.1.4.	<p>Realizar un recorrido por los diferentes atractivos turísticos como montañas, ríos, playas, manglar entre otros; servicios turísticos como hoteles, restaurantes, tour de kayak. Y realizar un reportaje de fotos y videos, que contengan entrevistas a los dueños, empleados de los servicios y turistas para que cuenten su experiencia.</p> <p>Estos luego se prepararían para posteriormente publicarlos en las diferentes redes sociales.  Fecha: después de la actividad 2.1.3., realizarlo al menos una vez al año, para actualizar el repertorio de imágenes y experiencias.  Responsable: comisión de fotografía y comunicaciones.</p>
2.1.5.	<p>Creación de un canal de youtube y perfiles en las principales redes sociales como facebook y google. Y difusión del reportaje realizado.</p> <p>Las páginas tienen que tener nombres alusivos a turismo e Intipucá.  Fecha: después de la actividad 2.1.4. Y luego realizarla permanente al menos 3 veces en el año un mes antes de vacaciones.  Responsable: Comisión encargada de publicar en redes sociales.</p>
2.1.6.	<p>Difusión de las diferentes actividades turísticas como festivales, excursiones, promociones y paquetes turísticos.</p> <p>Fecha: permanente después de la actividad 2.1.5.  Responsable: comisión de fotografía y comunicaciones.</p>
2.1.7	<p>Realizar un concurso en Facebook con los turistas que han visitado el municipio de Intipucá. Con esto se pretenden interactuar con los clientes y dar a conocer las actividades turísticas que se pueden realizar en Intipucá a través de los mismos turistas.</p> <p>El concurso consistirá en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sugerirle la pagina de Facebook a por lo menos 10 amigos que sepan que les gusta el turismo de sol y playa para que le den like;</li> <li>• Publicar una foto de la persona haciendo turismo en Intipucá en la página de facebook y agregando al pie de la foto me la pase bien en Intipucá y quiero regresar!</li> <li>• El premio seria un paquete para 2 personas para un fin de semana para que disfruten de 2 tour de los 4 que ofrece el municipio, estadia en un hotel y un vale para 6 platos de comida.</li> <li>• Este concurso se realizara una vez por año;</li> <li>• El premio se entregaría una o dos semana antes de las vacaciones de agosto;</li> <li>• El concurso iniciaría el 1 de junio y finalizaría el 15 de julio;</li> </ul>


		<ul style="list-style-type: none"> <li>• La publicación se haría además del perfil del municipio en los perfiles de los tour operadores;</li> </ul> <p>Fecha: éste concurso inicia después de tener al menos 25 participantes, es decir, que se tengan agregados como amigos al perfil de facebook a 25 personas que hayan visitado Intipucá y que tengan fotografías.</p> <p>Responsable: comisión de fotografía y comunicaciones.</p>
	2.2.1.	<p>Invitar a 2 persona por cada tour operador interesado en realizar tour en Intipucá, que, para la investigación de los entes de interés, se determina que son 5 tour operadores los que se invitarían a realizar un tour de kayak y uno de montaña.</p> <p>En éste tour se les entregaría una lista con los tour que ofrece el municipio y las diferentes rutas a ríos y montañas.</p> <p>Fecha: después de recibidas las diferentes capacitaciones de reforzamientos de la oferta turística, éste tour se realiza solo una vez para cada tour operado que se vaya haciendo alianza estratégica.</p> <p>Responsable: asociación de desarrollo turístico.</p>
2.2.	2.2.2.	<p>Invitar a los reporteros y periodistas encargados de escribir y realizar reportajes turísticos a realizar un tour de manera gratuita para que estos puedan hacer publicidad mediante un reportaje, noticiero, o artículo.</p> <p>Los videos, fotografías y entrevistas que tomarían de fuente para realizarlo serian la levantada en la actividad 2.1.4.</p> <p>Para verificar la posible realización de ésta actividad se contacto con canal 33 y se recabo la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En cargada del programa Descubriendo El Salvador Canal 33: Ana Martínez;</li> <li>• Tel.: 2559-3333, Cel.: 7115-8806, email: descubriendoelsalvador@hotmail.es;</li> <li>• Es posible llevar a cabo el reportaje siempre y cuando se le brinde al el equipo técnico (4 personas): almuerzo y combustible por un valor de \$60, esa sería la única inversión, debido a que se trata de una cooperativa y asociación;</li> <li>• La solicitud del reportaje se tiene que hacer con 15 días de antelación para que pueda programarse el reportaje;</li> <li>• La solicitud la pueden realizar todos los meses no hay restricciones;</li> <li>• El reportaje que sale al aire tiene una duración de 7 min;</li> <li>• El reportaje lo publican en la web y facebook lo mantienen durante 6 meses;</li> <li>• Luego el reportaje sale 15 días después de realizado durante 2 fines de semana;</li> <li>• Si en un futuro solicitan un reportaje con una duración y mayor presencia en los medios tiene un precio de \$250 a \$400.</li> </ul>

		<p>Fecha: después de la actividad 2.1.4., al inicio del proyecto y se recomienda al menos 6 a 8 veces por año de manera permanente.</p> <p>Responsable: asociación de desarrollo turístico.</p>
	2.2.3.	<p>Realizar una alianza con grupo Radio Stereo y Grupo Samix intercambiando publicidad a través de las radios por paquetes turísticos, ósea, por producto.<sup>84</sup></p> <p>Propuesta a realizar :</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>Tengan un saludo cordial, por favor tome en consideración la siguiente propuesta:</p> <p>Partiendo que somos una asociación de desarrollo turístico sin fines de lucro,</p> <p>1) La propuesta es que nos concedan en 3 radios diferentes, 3 entrevistas por cada radio, de 2 min, 2 o 1 semana anterior a cada periodo vacacional es decir realizar esta actividad 3 veces por año a cambio de:</p> <p>a- Nosotros les firmamos un documento de aceptación de donativo por el valor total de el tiempo en el aire que sería como 1100 dólares, para que ustedes puedan reflejarlo en su contabilidad y descontarlo de la renta.</p> <p>b- En cada entrevista rifaríamos con todas las personas que llamen para anotarse y que digan el slogan de nuestra tour, 1 paquete turístico para 2 personas: transporte de San Salvador a Intipucá, tour en kayak, almuerzo y estadía durante el día en un hotel para el disfrute de la playa.</p> <p>En espera de sus comentarios,</p> <p style="text-align: center;">Asociación de desarrollo turístico de Intipucá</p> <p>Saludos</p> </div>


<sup>84</sup> Ver anexo 6: costos de espacios en radios de Grupo Samix



		<p>La propuesta se tiene que presentar a las siguientes personas vía email o haciendo una cita y presentándola por escrito:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asesor publicitario: Sr. Marco Mendizabal: marco.mendizabal@gruporadiostereo.con.sv, y Cel.: 7101-2145.</li> </ul> <p><b>RINA CAMPOS</b>  <b>• Directora comercial</b></p> <p>Directo: (503) 2261-7142  Celular : (503) 7887-2206  www.gruporadialsamix.com</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Email: rina.campos@gruporadialsamix.com</li> </ul> <p>Fecha: Al inicio del proyecto y de manera permanente.</p> <p>Responsable: Asociación de desarrollo turístico.</p>
2.3	2.3.1.	<p>Diseñar brochures y hojas volantes con los diferentes tour y rutas turistas que ofrece el municipio para repartir en centros escolares para alumnos de fin de curso; ministerios, alcaldías, hospitales, clínicas iglesias, líderes de pueblos, cantones y equipos de futbol y realicen excursiones.</p> <p>Éstos pueden ser repartidos a nivel de la zona oriental y en el gran Salvador.</p> <p>Los precios a ofertar tienen que estar segmentados o diferenciados por tipo de organización a entregar la propuesta, en las siguientes categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Los paquetes ofrecidos para los centros escolares públicos que sean más económicos ósea, que los precios sean de un 30 a 35% menos, que los precios ofrecidos a clientes en general, en éste paquete se puede tener la opción de que las personas lleven comida y solo ofrecer el resto de servicios del paquete. Éste paquete puede ser el ofrecido en municipios, cantones y equipos de futbol de la zona oriental;</li> <li>Incrementar el precio un 5 al 10% en los mismos paquetes ofrecidos en los centros escolares públicos, a los paquetes ofertados a colegios, ósea, solo rebajar un 5 a 10% de los precios a clientes en general, en éste paquete de igual forma incluir la opción de que las personas lleven comida. Éste paquete puede ser el ofrecido en ministerios, alcaldías, iglesias, etc.;</li> <li>El precio de los paquetes de los niños y personas mayores a 60 años considerar un descuento del 25 al 50% del precio normal de los paquetes. Y que se vendan como paquetes infantiles y para personas de la tercera edad.</li> </ul>

		<p>Este material será utilizado por la comisión de ventas formada en la actividad 3.2.1.</p> <p>Fecha: después de recibidas las diferentes capacitaciones de reforzamientos de la oferta turística y la actividad 2.1.4., de manera permanente.</p> <p>Responsable: comisión de fotografía y comunicaciones.</p>
	2.3.2.	<p>Contratar una empresa publicitaria que se encargue de realizar la publicidad en Mopis y traseras de buses. Se recomienda hacer publicidad en estos medios ya que, son los más económicos y la cobertura es a nivel del gran San Salvador.</p> <p>La empresa publicitarias de mayor cobertura, es decir, con cobertura a nivel de centro América y que estaría dispuesta a recibir parte o pago completo por la publicidad a través de canje por servicios turísticos es:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo Publimovil:</li> </ul> <div data-bbox="667 662 1094 805" style="text-align: center;">  <p><b>Cecilia Vaquero de Fuentes.</b>  Outdoor Specialist.  Tel. : (503)2560-1100  Pbx.: (503)2560-1165  Cel. : (503)7696-1483  Fax: (503)2560-1129  cecilia.vaquero@grupopublimovil.com  www.grupopublimovil.com</p> </div> <p>Contacto:</p> <p>Fecha: después de recibidas las diferentes capacitaciones de reforzamientos de la oferta turística y la actividad 2.1.4.</p> <p>Inicio del proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda realizar una campaña a través de Mopis de 3 meses con una cantidad de 10 unidades en todo el circuito disponible por la empresa.<sup>85</sup></li> <li>• También se recomienda que se haga publicidad en 5 traseras de buses durante 4 meses, las rutas que se recomiendan son: 34, 7D, 42B y la 44 del gran San Salvador y la R91 de San Miguel. Con esto se garantiza que se tendría cobertura en las principales calles y municipios del gran San Salvador.</li> </ul> <p>Permanente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda realizar una campaña a través de Mopis de 1 meses antes de cada temporada vacacional, incluyendo la</li> </ul>

<sup>85</sup>Ver Anexo 7: Detalle de los precios y cobertura

		<p>semana vacacional con una cantidad de 10 unidades en todo el circuito disponible por la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>También se recomienda que se haga publicidad en 5 traseras de buses durante 2 meses antes de cada periodo vacacional, incluyendo la semana vacacional, las rutas que se recomiendan son: 34, 7D, 42B, 44 y R91 de San Miguel. Con esto se garantiza que se tendría cobertura en las principales calles y municipios del gran San Salvador.</li> </ul> <p>Responsable: Asociación de desarrollo turístico.</p>
	2.3.3.	<p>Realizar una alianza estratégica con los hoteles y restaurantes de playa el cuco, las tunas e Intipucá, en el sentido de solicitarles que brinden un espacio en su local para colocar un <b>roll up en Barcelona</b> (rotulo de lona de 2x0.80 m. con impresión digital), en el que se anunciaría el tour en kayak, montaña y rio, fotografías de tour realizados etc. La información para poder realizar el tour se colocaría que se brinda en el establecimiento para que sea el hotel o restaurante el que se encargue de contactar con la cooperativa y de ésta manera se lleve un control de los clientes que envía cada hotel y restaurante para que posteriormente se entregue las comisiones acordadas por venta.</p> <p>El recargo en el precio se recomienda que sea de 3 a 5 dólares para que los precios sean accesibles.</p> <p>Para el caso de playa las tunas en el playa las tunas se recomienda que el transporte en la lancha se un monto fijo que reparta entre el número de personas que vayan a realizar el tour.</p> <p><b>Roll up en Barcelona</b></p>  <p>Fecha: inicio del proyecto</p> <p>Responsables: cooperativa de kayak.</p>
	2.3.4.	<p>Contratar una empresa de impresión digital para que elabore los <b>Roll up en Barcelona</b>.</p> <p>La información a colocar en el rotulo sería el nombre de los tour que se brindan: el de kayak, caminata a la montaña y rio, el lugar donde se realiza que en éste caso es Intipucá, Fotografías de personas realizando el tour, así como fotografías de los lugares que se</p>

		<p>visitan en el tour, los servicios que se incluyen en los tour y precios de los diferentes tour.  Se recomienda proponer a la empresa publicitaria pagar con viajes turísticos a Intipucá.  Se recomienda cambiar la lona, así como los diseños de éstas y actualizar la información cada 6 meses para que la lona no se vea deteriorada y que las imágenes siempre estén llamando la atención y no entren en la monotonía;  Las imágenes las proporcionarán la comisión de fotografía y comunicaciones.  La empresa que mejor precio brinda en este servicio es:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Maquila Digital San Miguel: 2634-4503, Cel.: 7886-7180, Gerber García – Propietario.</li> <li>○ El precio de cada Roll up en Barcelona es de 80 dólares, incluye estructura y elaboración de los diseños;</li> <li>○ El valor de la lona para su posterior cambio es de 18 dólares.</li> </ul> <p>Fecha: después de haber realizado las alianzas estratégicas con los hoteles y restaurantes.  Responsable: cooperativa de kayak.</p>
3	3.1	<p>3.1.1. Asignar a la comisión de fotografía y comunicaciones que elaboren afiches para publicarlo en las redes sociales donde se describa el tour, el precio por persona o grupo, teléfono adonde pueden inscribirse al tour, lugar de reunión y hora de salida y nombre de persona encargada;  Fecha: permanente después de implementadas las rutas, señalizaciones de las rutas realizar una vez al mes.  Responsable: Cooperativa de kayak.</p>
		<p>3.1.2. Coordinar las reservaciones de transporte, comida y guía turístico.  Fecha: una semana antes de llevar a cabo el tour.  Responsable: Cooperativa de Kayak.</p>
		<p>3.1.4. Controlar que todos los servicios hayan sido satisfactorios para los turistas pasando un cuestionario a los turistas por las condiciones del viaje, la comida, amabilidad y profesionalismo del guía etc.  Responsable: presidente de la cooperativa de kayak.</p>
	3.2	<p>3.2.1. Formar una comisión de ventas por parte de la cooperativa de 3 a 5 vendedores que se encarguen de visitar centros escolares, colegios, ministerios del gobierno, iglesias, alcaldías, grandes empresas como bancos, telefonías, entre otros.  Esta comisión trabajaría exclusivamente por comisión.  Fecha: inicio del proyecto;  Responsable: presidente de la cooperativa de kayak.</p>

		<p>Capacitar la comisión de ventas para brindar herramientas de trabajo para la motivación y el desarrollo de habilidades profesionales en ventas.</p> <p>El contenido de la capacitación:</p> <table border="0"> <tr> <td>1. Tendencias en las ventas</td> <td>7. La preselección</td> </tr> <tr> <td>2. Conceptualización de las ventas</td> <td>8. La obtención de la cita</td> </tr> <tr> <td>3. Tipología de clientes</td> <td>9. El momento de la verdad: la entrevista</td> </tr> <tr> <td>4. Características del vendedor actual</td> <td>10. La oferta</td> </tr> <tr> <td>5. El proceso de venta activa:</td> <td>11. Manejo de las objeciones</td> </tr> <tr> <td>6. La prospectación</td> <td>12. Cierre de ventas</td> </tr> </table> <p>Presentar la solicitud a CONAMYPE del tipo de charla que se necesita y el temario a desarrollar, para que, recomienden el consultor.</p> <p>Responsable: Técnico sub contratado por la ADESTI a través de CONAMYPE.</p>	1. Tendencias en las ventas	7. La preselección	2. Conceptualización de las ventas	8. La obtención de la cita	3. Tipología de clientes	9. El momento de la verdad: la entrevista	4. Características del vendedor actual	10. La oferta	5. El proceso de venta activa:	11. Manejo de las objeciones	6. La prospectación	12. Cierre de ventas
1. Tendencias en las ventas	7. La preselección													
2. Conceptualización de las ventas	8. La obtención de la cita													
3. Tipología de clientes	9. El momento de la verdad: la entrevista													
4. Características del vendedor actual	10. La oferta													
5. El proceso de venta activa:	11. Manejo de las objeciones													
6. La prospectación	12. Cierre de ventas													
	3.2.2.	<p>Asignar una línea de clientes a cada vendedor para que empiecen su labor de promover las excursiones: la línea de centros escolares y colegios al vendedor No. 1, línea de ministerios del gobierno y alcaldías al vendedor No. 2, la línea de hospitales y clínicas privadas y públicas al vendedor No. 3., asignar las grandes empresas privadas al vendedor No. 4, y asignar las iglesias y líderes de equipos al vendedor 5.</p> <p>El programa de que se recomienda para los vendedores es:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La semana 1: 5 o 6 municipios de La Unión;</li> <li>• La semana 2: 5 o 6 municipios de San Miguel;</li> <li>• La semana 3: 5 o 6 municipios de Usulután;</li> <li>• La semana 4: 5 o 6 municipios de San Salvador;</li> <li>• Volver a iniciar con diferentes municipios del departamento.</li> </ul> <p>Se recomienda que a ésta comisión de ventas se les brinde un salario base para los viáticos más una comisión de 10% por paquete.</p> <p>Fecha: después de la capacitación de ventas, permanente para cautivar clientes en los municipios en la zona oriental y del gran San Salvador.</p>												

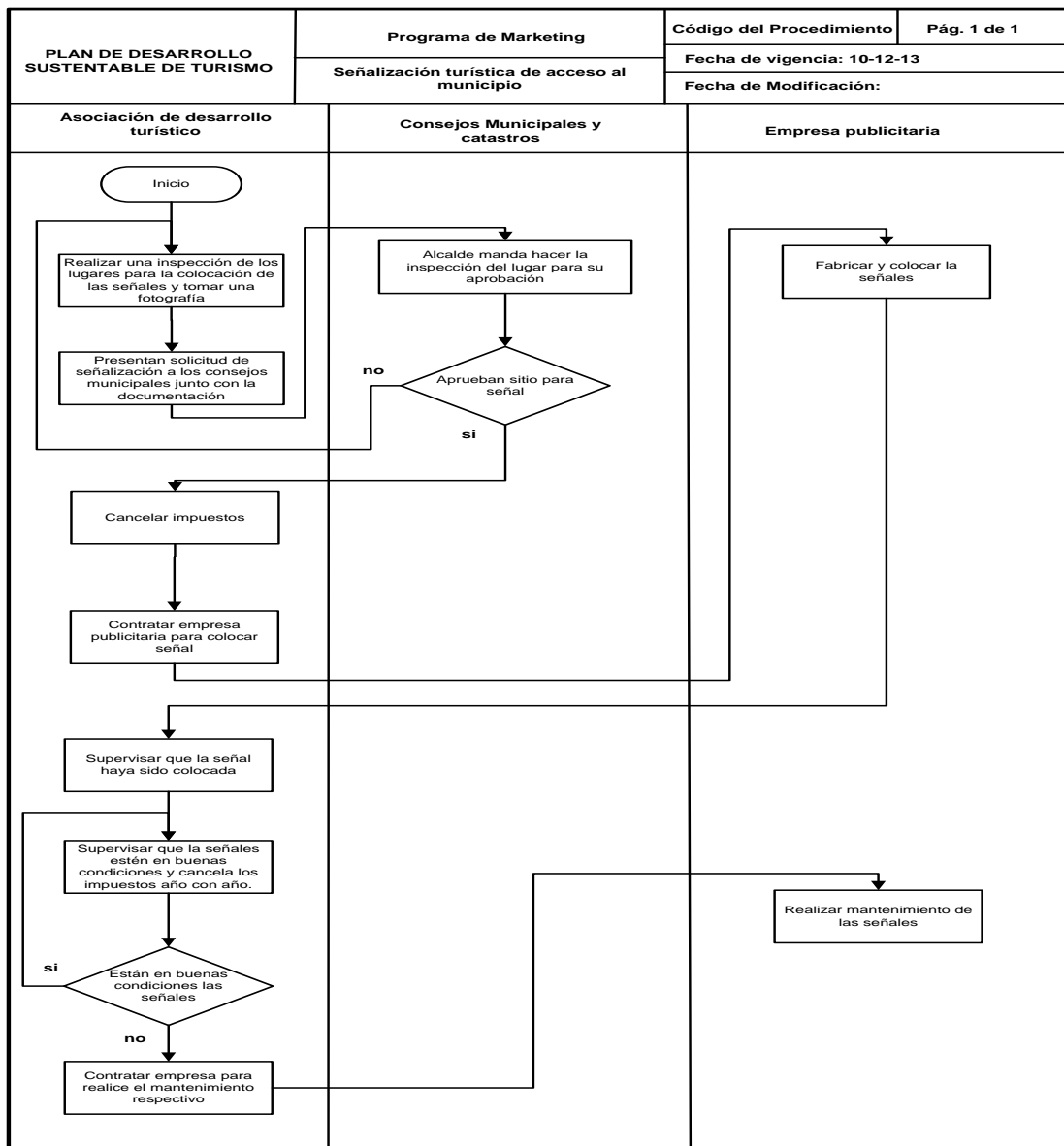
		Responsable: presidente de la cooperativa.
3.4	3.4.1.	<p>Contratar una empresa que se dedique a realizar artículos promocionales y solicitarle que los visite en el municipio de Intipucá para que presenten muestra de las diferentes calidades de camiseta, camisas estilo polo y gorras que fabrican, junto con la cotización de los artículos que se describen en las actividades 3.4.2. y 3.4.3.</p> <p>Además de la cotización, ésta debe ir acompañada de una muestra del producto que están ofertando. Para el caso de la camiseta ésta debe contener un estampado similar al solicitado.</p> <p>Debe aclararle a las empresas ofertante que a las camisas de muestra se realizaran de 3 a 5 lavadas para comprobar la calidad de las telas. Y que si ésta dispuesta a participar en la licitación las camisas se le regresaría en esas condiciones. Al final de la compra o en caso no califique después del proceso de contratación.</p> <p>Para la el caso de la empresa que se contrate las muestras se le entregarían después de que se hayan recibo el producto. Para que en el momento de recibir el producto se compare que es la misma calidad la entregada por la empresa.</p> <p>Además se recomienda que se haga un contrato con un notario en el que se establezcas las condiciones de tiempos de entrega, garantía de cambio de productos defectuosos, y las respectivas condiciones en caso no se cumplan con los acuerdos establecidos.</p> <p>Algunas empresas a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Uniformes RZ, Te.: 22609999;</li> <li>➤ Industrias Flores, Tel: 22602245;</li> <li>➤ Proditex, Tel.: 22701450.</li> </ul>

		<p>-Adquirir 150 camisetas color blancas por cada atractivos turístico de cada ruta o tour que se éste brindando en el municipio para cada temporada. Con la imagen del sitio más llamativo que se encuentre en dicha ruta. La camiseta puede tener una sola imagen o varias imágenes, que contenga el nombre de la ruta y el nombre del municipio en la parte frontal de un tamaño 12x14 pulgadas y en la parte de atrás que contenga el logo del municipio en pequeño 4x3 pulgadas como marca en la parta de arriba 4 pulgadas abajo del cuello.</p> <p>- Las imágenes utilizadas serán las recolectadas en la actividad 2.14.</p> <p>3.4.2. -En las 100 camisetas que sean 50 camisetas de niño, 50 unidades de mujer y 50 unidades de hombre.</p> <p>Las camisetas incluir las y costearlas en cada paquete recuperando el 50 a 60% de costo, para no encarecer el paquete, recuperar parte de la inversión, y estar haciendo publicidad constantemente.</p> <p>-El presupuesto por camiseta que sea de 4.50 dólares, para que sea una camiseta que el turista luzca, es decir, que no sea una camiseta de mala calidad.</p> <p>Fecha: permanente para cada temporada vacacional.</p> <p>Encargados: cooperativa de kayak</p>
	3.4.3.	<p>Adquirir camisas estilo polo y gorras para los guías, miembros de la cooperativa y de la asociación de desarrollo turístico.</p> <p>Se recomiendan los colores verde menta, agrícola, color blanco y turquesa;</p> <p>Se recomienda darle 4 camisas y 2 gorras a cada miembro;</p> <p>En la camisas en parte frontal a lado izquierdo que se borde el logo del municipio y en la manga el logo de la organización que les brindo el apoyo.</p> <p>En la gorra que se borde el logo del municipio en la parte de atrás el nombre de la organización que les brindo el apoyo.</p> <p>Las camisas hacerlas todos los años para que siempre se tenga una imagen ordena de los miembros de la cooperativa y de la asociación.</p>

## VIII.8.7. Procedimientos Para El Desarrollo De Las Actividades De Los Proyectos Del Programa Marketing <sup>86</sup>

A continuación se describe el ¿Cómo? Se realizaran los objetivos del proyecto de marketing, es de aclarar que la primera actividad a realizar es la de gestionar los recursos para desarrollar el programa de marketing:

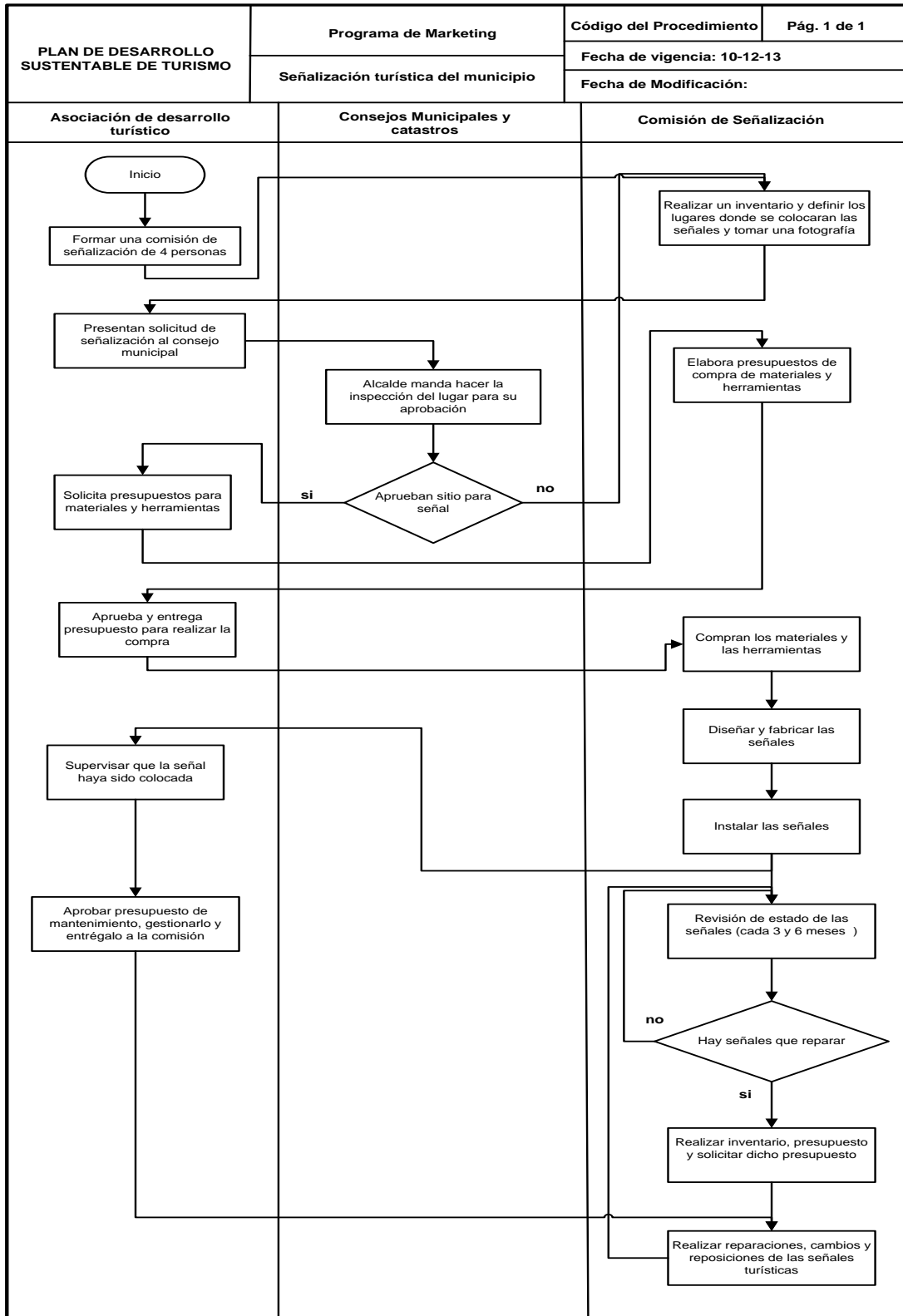
### VIII.8.7.1. Procedimiento para realizar las actividades del objetivo C1.1. Señalización en las carreteras de acceso al municipio



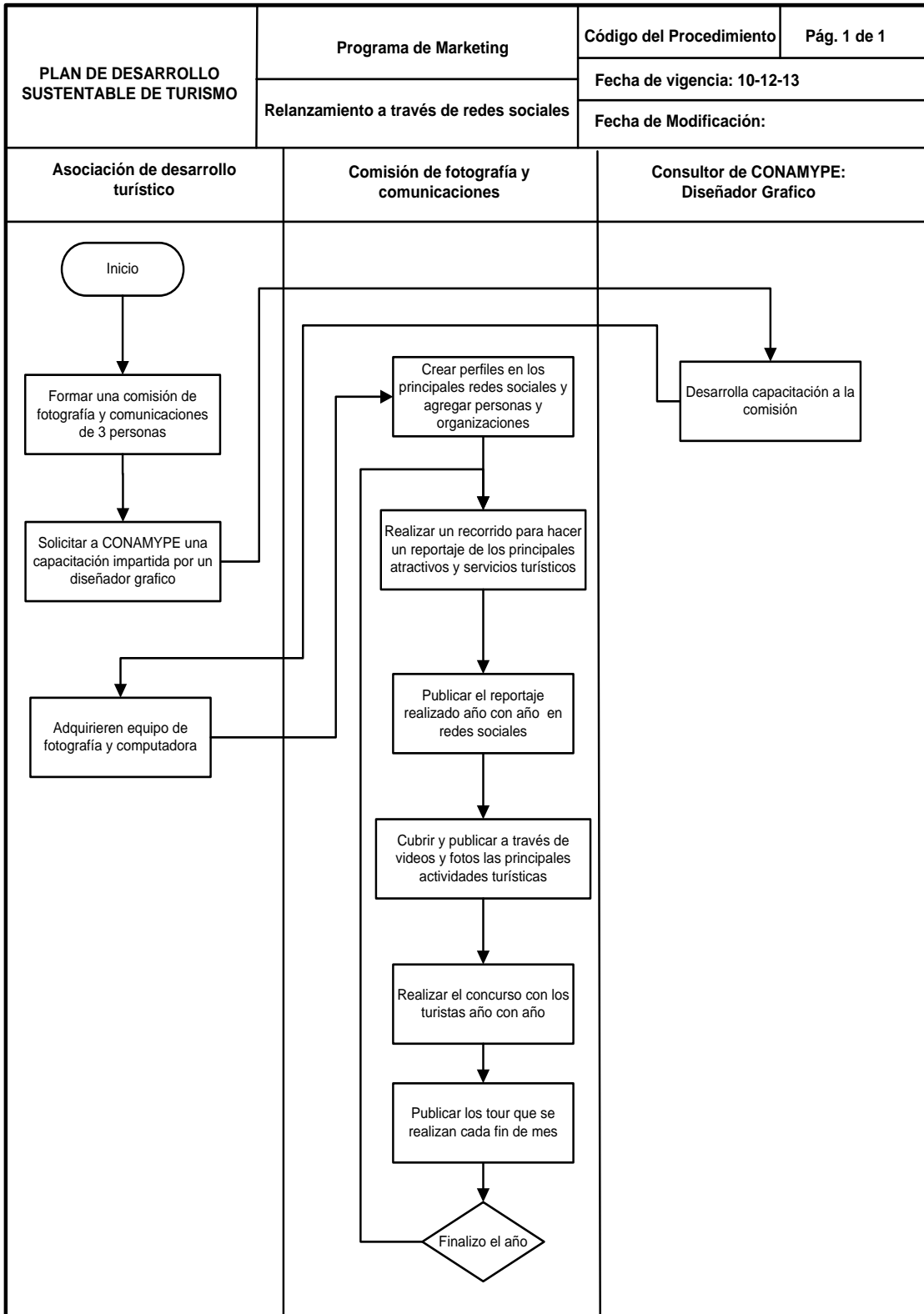
<sup>86</sup> Fuente: elaboración propia a partir de las fuentes citadas en el ítem C4.



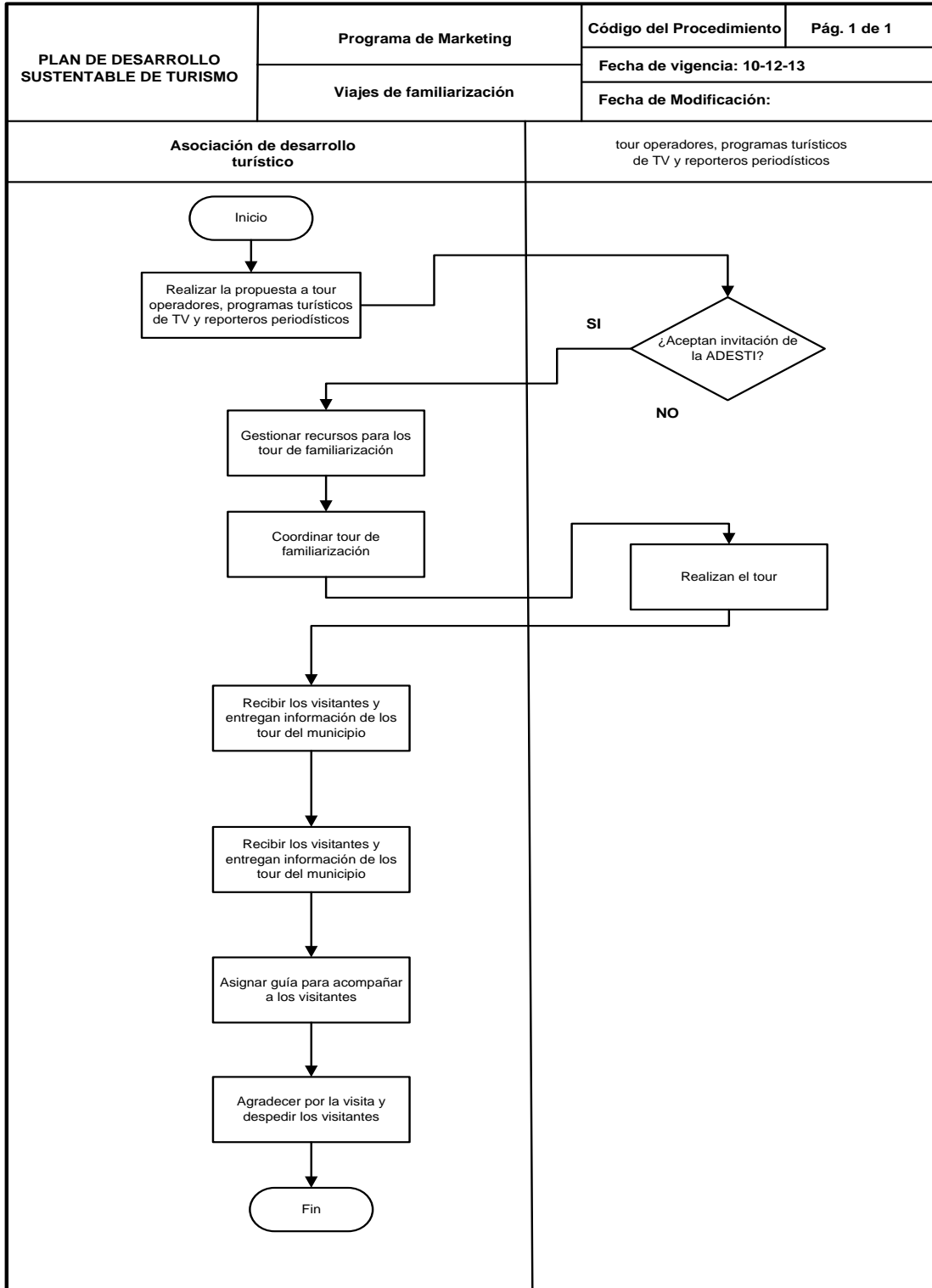
VIII.8.7.2. Procedimiento para realizar las actividades del objetivo C1.2. : Señalización turística del municipio



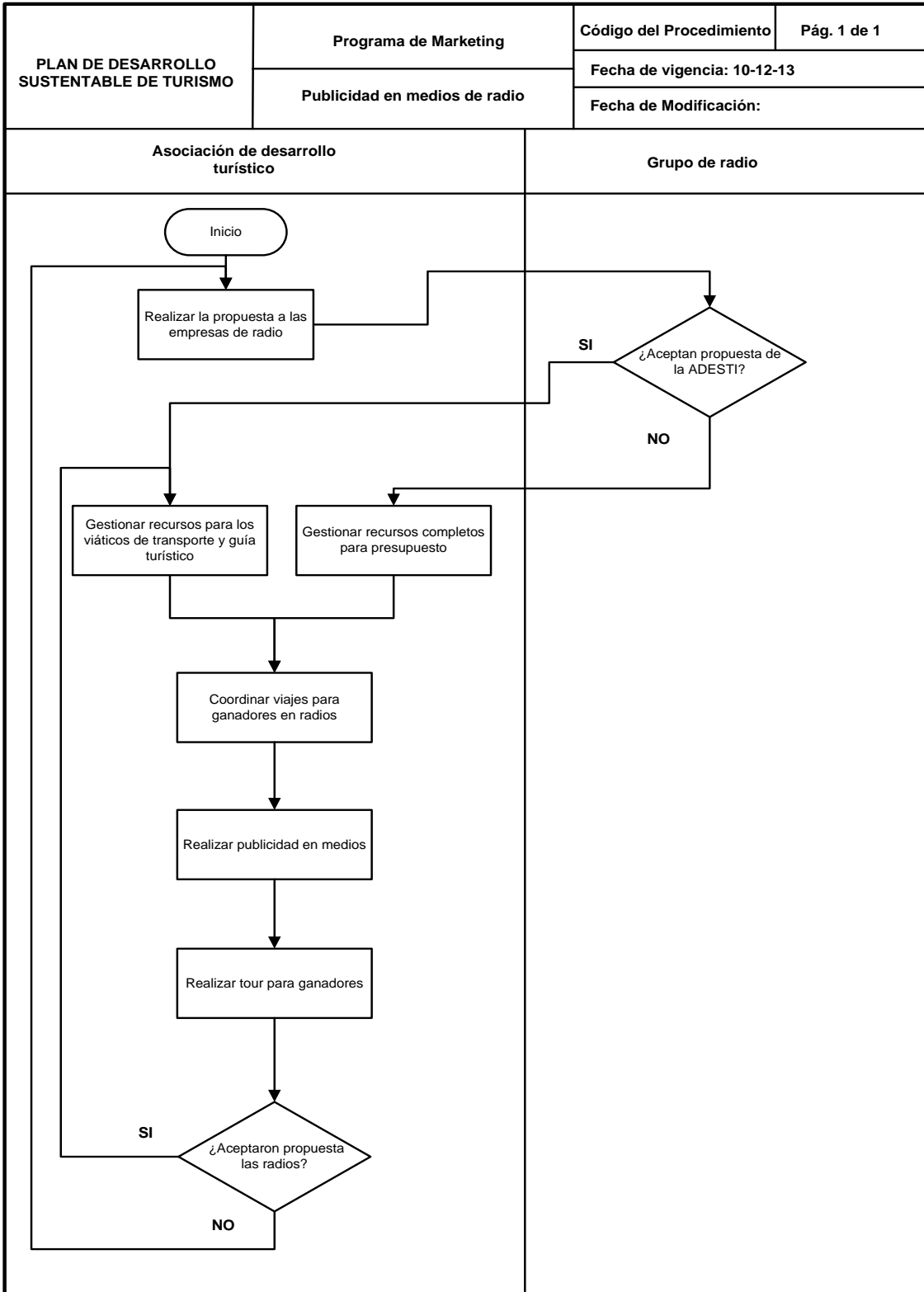
**VIII.8.7.3. Procedimiento para realizar las actividades del objetivo C2.1.: Relanzamiento en redes sociales**



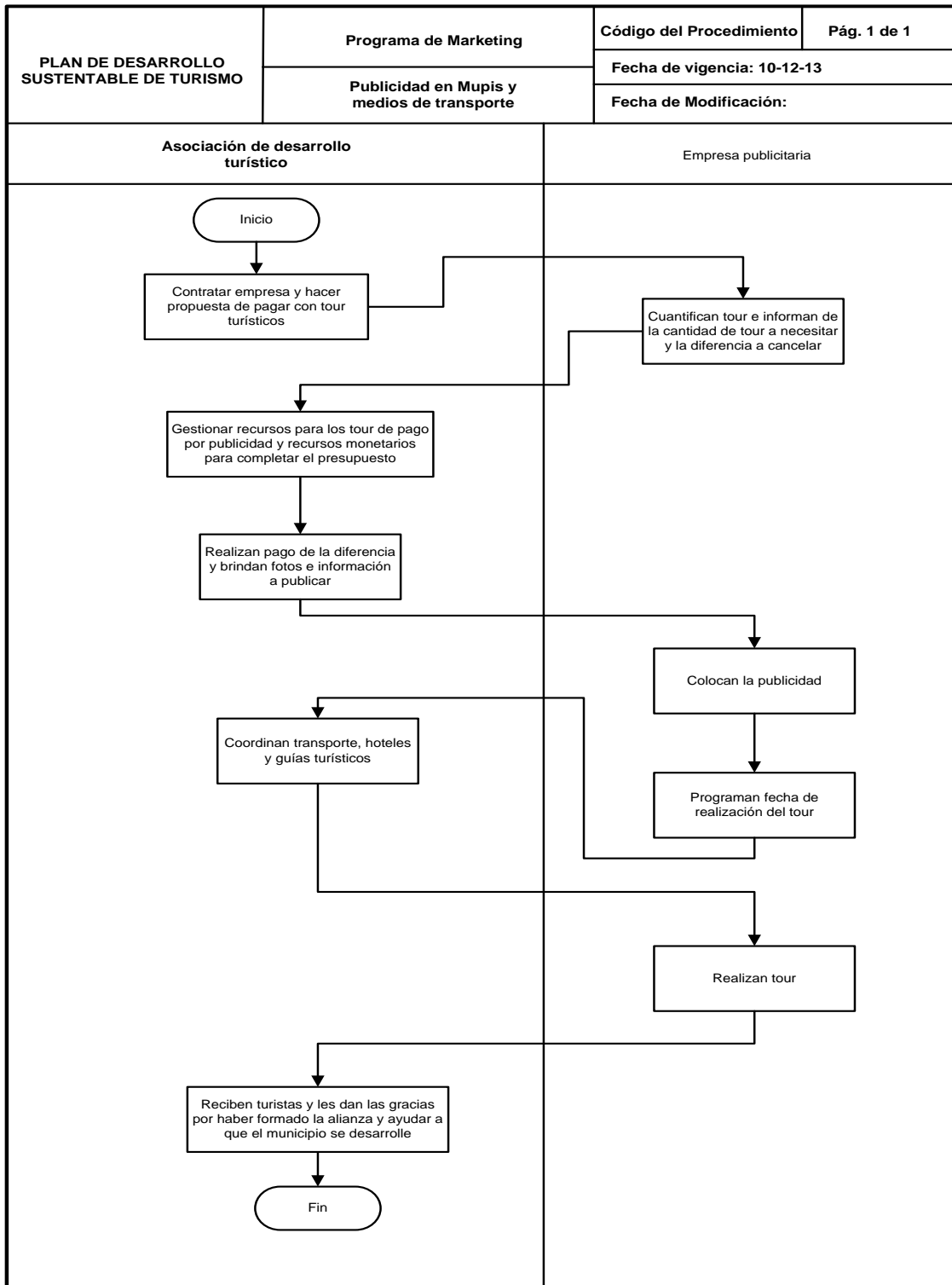
VIII.8.7.4. Procedimiento para realizar las actividades C.2.2.1 y 2: Viajes de familiarización



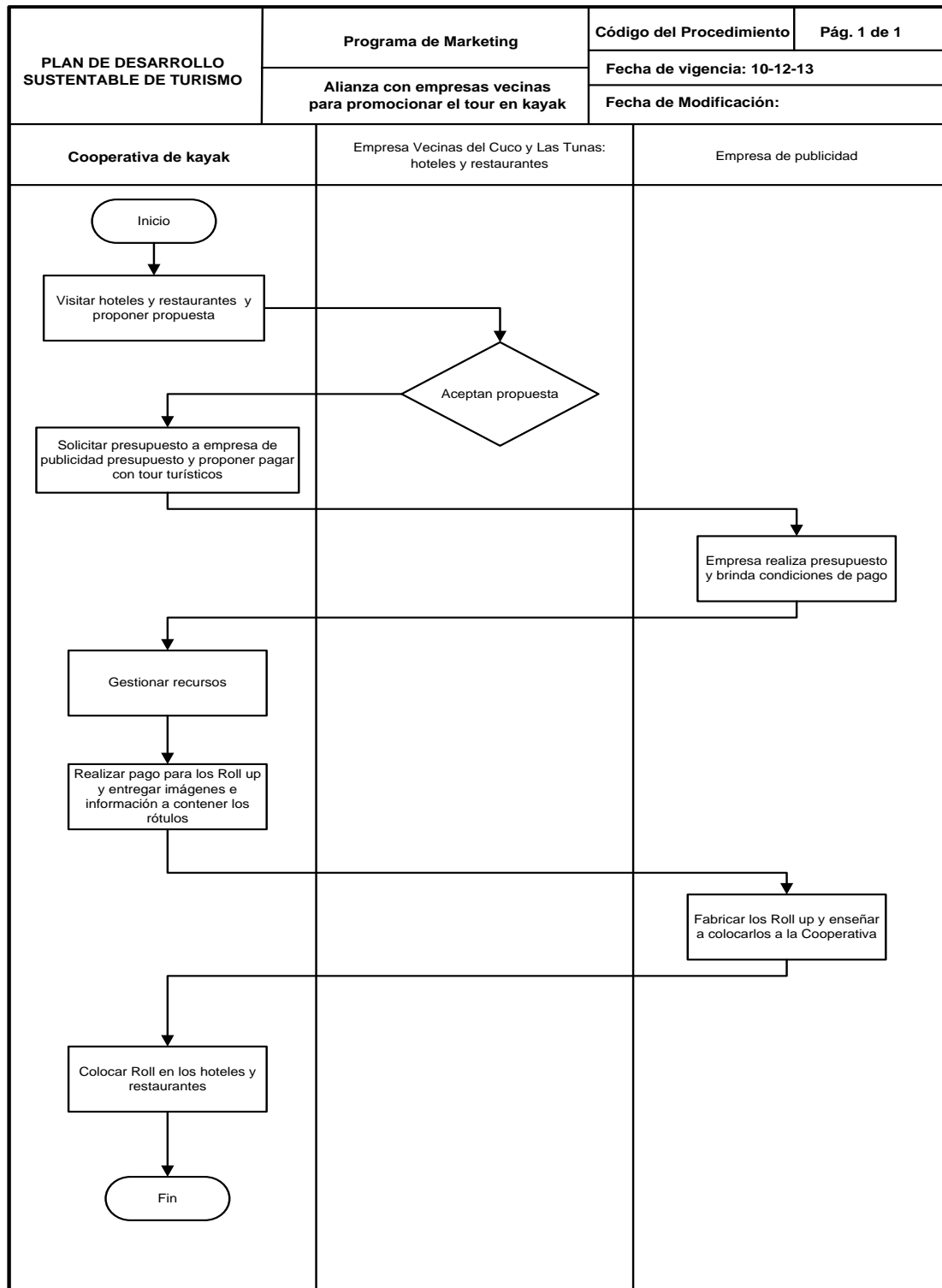
VIII.8.7.5. Procedimiento para realizar la actividad C2.2.3. : Publicidad en medios de radios



VIII.8.7.6. Procedimiento para realizar la actividad C2.3.2.: Publicidad en mupis y medios de transporte



VIII.8.7.7. Procedimiento para las actividades C2.3.3 y 4: Alianza con empresas vecinas para promocionar tour de kayak



### VIII.8.8. Recursos Del Programa De Marketing

A continuación se presenta una estimación de los recursos de las actividades de los proyectos del programa de sustentabilidad:

#### VIII.8.8.1. Resumen De Los Costos Del Programa De Marketing

Tabla 64: Resumen de los costos de los proyectos programa de marketing

Cod.	Nombre del proyecto		Costo Total
1	"Señalización turística"	Inversión	\$5,293.50
		Operativo	\$880.00
2	"Promoción y Publicidad"	Inversión	\$11,640.60
		Operativo	\$16,195.00
3	"Promoción de Ventas"	Inversión	\$227.50
		Operativo	\$15345.00
		<b>Inversión</b>	\$17,161.60
		<b>Operativo</b>	\$32,420.00

Fuente: elaboración propia

#### VIII.8.8.2. Detalle de los Costos

En la siguiente tabla se presenta el detalle de los costos de los recursos necesario para desarrollar las actividades de los proyectos: "Señalización turística", "Promoción y Publicidad" y "Promoción de Ventas":

Tabla 65: detalle de los costos de las actividades de los proyectos del programa de marketing

Act.	Clasificación de Recursos	Descripción	Cant.	Uni.	HH	Costo unitario	Sub-Costo Total	Costo Total
1.1.1.	Inspección	Inspección de los lugares	1	P	16	\$ 1.50	\$ 24.00	
	Papelería	Impresiones	5	Un.		\$ 0.15	\$ 0.75	
	Permisos	Impuestos	4	Alcald.		\$150.00	\$600.00	
	Viáticos	Entrega de permisos	4	viajes		\$ 5.00	\$20.00	

	Sub - Total							\$ 644.75
1.1.2.	Publicidad	Señales	9	Un.		\$ 350.00	\$3150.00	
	Viáticos	Inspección de señales	9	viajes		\$2.00	\$18.00	
			1	P	8	\$1.50	\$12.00	
Sub - Total							\$3180.00	
1.2.2	Inspección	Inspección de los lugares	4	P	8	\$ 1.50	\$ 48.00	
	Papelería	Impresiones	25	Un.		\$ 0.15	\$3.75	
Sub - Total							\$48.75	
1.2.3	Publicidad	Señales	35	Un.		\$20.00	\$ 700.00	
	Humano	Fabricación	4	P	120	\$1.50	\$720.00	
Sub - Total							\$1420.00	
1.2.4.	Mantenimiento	Señales	10	Un./año		\$20.00	\$200.00	
	Humano	Inspección y fabricación	4	p.	40	\$1.50	\$60.00	
							\$260.00	
2.1.2.	Humano	Consultor	1	p	44	\$15	\$660.00	
	Papelería y equipo	Copias	12	Un.		\$0.05	\$0.60	
Sub - Total							\$660.60	
2.1.3.	Equipo	Computadora	1	Un.		\$ 800.00	\$800.00	
		Cámara	1	Un.		\$ 150.00	\$150.00	
		Video Cámara	1	Un.		\$350.00	\$350.00	
Sub - Total							\$1300.00	
2.1.4, 5, 6 y 7	Humano	Reportajes y publicaciones	3	P	1/año	\$1200.00	\$3600.00	
	Concurso	Paquete turístico	1	Tour/año		\$100.00	\$100.00	
	Comunicación	Acceso a internet	12	meses		\$50.00	\$600	
Sub - Total							\$4100.00	
2.2.1, 2, y 3.	Viaje de familiarización	Tour operadores	5	tour/inicio		\$50.00	\$250.00	
			2	tour/año		\$50.00	\$100.00	
		Radio oyentes	27	tour/año		\$35.00	\$945.00	



		Periodistas	3	tour/año		\$50.00	\$150.00	
	Sub - Total							\$1445.00
2.3.1.	Publicidad	Brochures	5000	Un./ año		\$0.15	\$750.00	
		Hojas volantes	1000 0	Un./ año		\$0.02	\$400.00	
	Sub - Total							\$1150.00
2.3.2.	Inicio del proyecto							
	Publicidad	Mopis	10	Un./ 3 meses		\$190.00	\$5700.00	
		Traseras de buses	5	Un./ 2 periodos		\$250.00	\$2500.00	
	Sub total							\$8200.00
	Permanente							
	Publicidad 1ros 3 años	Mopis	10	Un. / 3 meses / año		\$ 190.00	\$5700.00	
Traseras de Buses		5	Un. / 3 periodos / año		\$250.00	\$3750.00		
Sub total							\$9450.00	
2.3.3., y 4	Publicidad	Roll up en Barcelona	15	Uni.		\$80.00	\$1200.00	
	Alianza y colocación	Viáticos	2	días		\$15.00	\$30.00	
	Sub total							\$1230.00
	Mantenimiento	Impresiones	15	Un.		\$18.00	\$270.00	
		Viáticos	2	días		\$15.00	\$30.00	
Sub total							\$300.00	
3.2.1.	Humano	Consultor	1	P	15	\$15	\$225.00	
	Papelería	Copias	50			\$ 0.05	\$2.50	
	Sub total							\$227.50
3.2.2	Humano	Comisión de ventas	5	P	1 año	\$2400	\$12,000.00	\$12000.00
3.4.3 y 3.	Publicidad	Camisetas	450	Camisetas/año		\$4.50	\$2025.00	
	Uniformes	Camisas estilo polo	120	Camisas /año		\$9.00	\$1080.00	
		Gorras	60	Gorras / año		\$4.00	\$240.00	
	Sub - total							\$ 3345.00

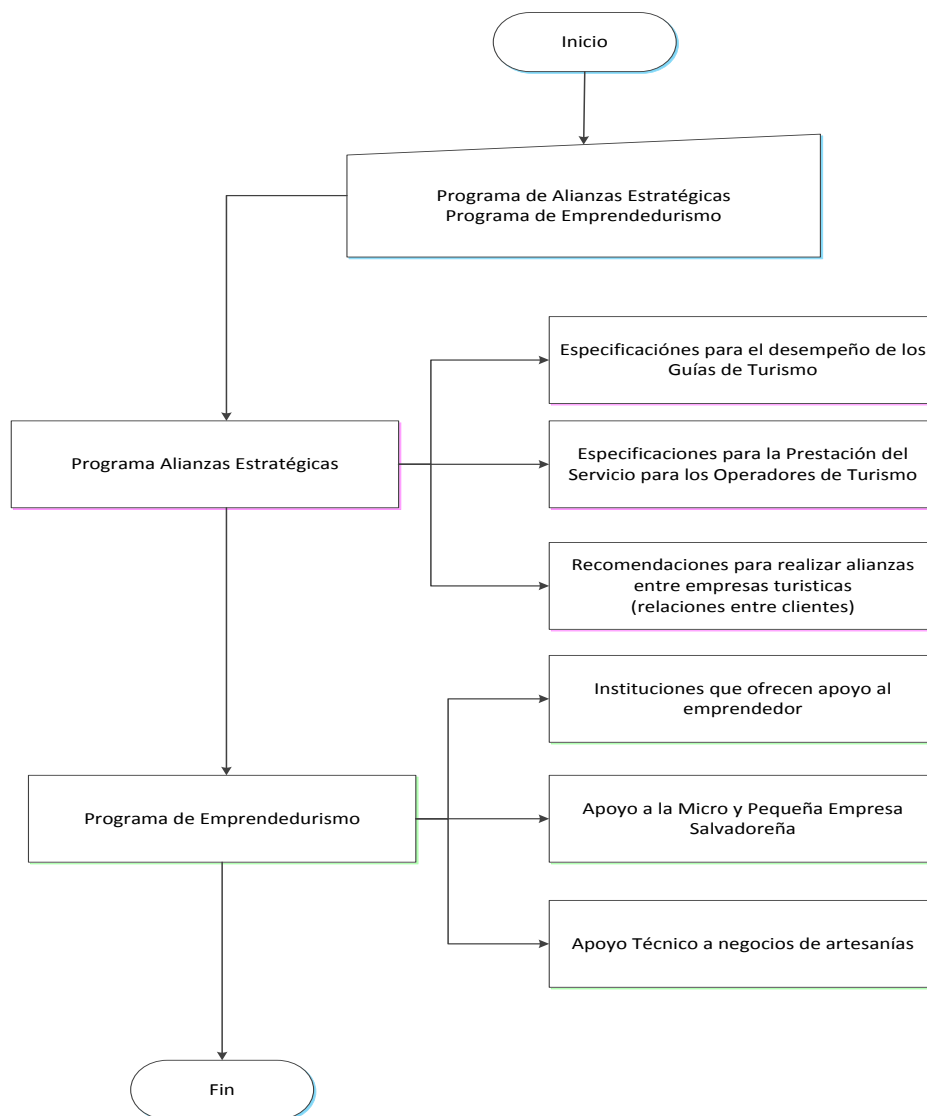
## VIII.9. PROGRAMAS COMPLEMENTARIOS

### PROGRAMAS COMPLEMENTARIOS (ALCANCE ESTRATÉGICO)

- ALIANZAS ESTRATÉGICAS
- EMPRENDEDURISMO

#### VIII.9.1. Contenido de los Programas Complementarios

- Estrategias para el Programa de Alianzas Estratégicas
- Estrategias para el Programa de Emprendedurismo



### **VIII.9.2. Programa de Alianzas estratégicas**

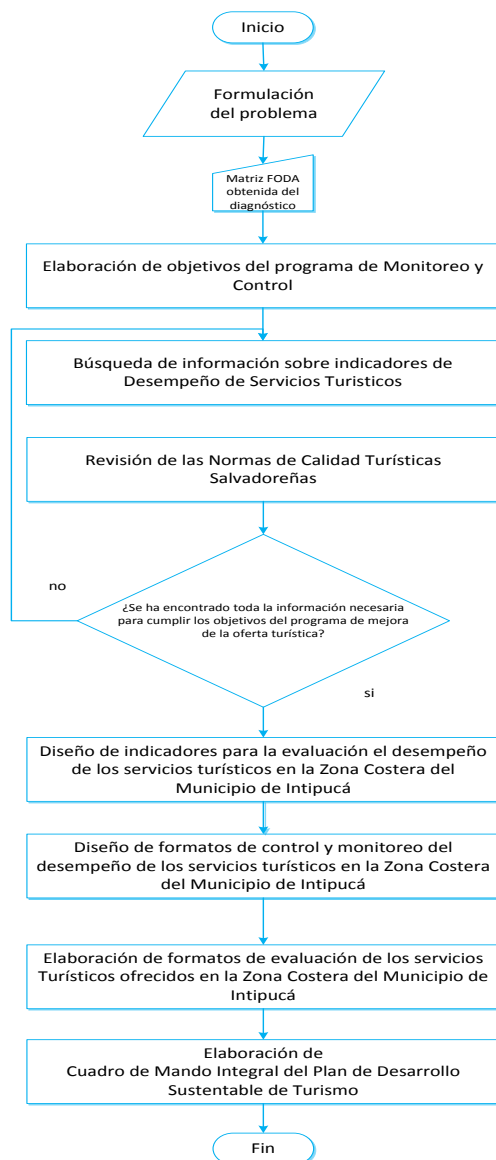
- Gestionar capacitaciones sobre cadenas productivas con INSAFORP o CONAMYPE.
- Gestionar capacitaciones sobre liderazgo con INSAFORP o CONAMYPE.
- Asistir a eventos y buscar la Asociatividad empresarial.
- Asistir a reuniones empresariales en la Zona Costera del Municipio para intercambiar problemáticas de sus negocios y mejorarlos entre todos.
- Gestionar capacitaciones sobre herramientas para clúster de turismo.
- Incorporar las tecnologías de información entre empresas del mismo rubro.
- Gestionar capacitaciones sobre calidad para garantizar la calidad en el proceso de trazabilidad.
- Aprovechar las economías de escala para la comercialización de sus productos.

### **VIII.9.3. Programa de Emprendedurismo**

- Gestionar capacitación sobre manejo de estados financieros para el desarrollo de habilidades gerenciales impartida por el programa CRECES MIPYME
- Participar en la capacitación denominada: Cómo participar con éxito en ferias y exposiciones comerciales impartida por CDMYPE-CONAMYPE
- Participar en el Encuentro Nacional MYPE.
- Buscar apoyo a través de INSAFORP para los talleres que se imparten para empresarios juveniles.
- Gestionar capacitación sobre técnicas de investigación de mercado impartida por CDMYPE-CONAMYPE
- Gestionar la participación en la Capacitación denominada Buen Manejo del Crédito impartida por el programa CRECES MIPYMES
- Participar en eventos realizados en el Hotel Crown Plaza San Salvador sobre oferta de créditos para la Micro y Pequeña empresa.
- Hacer uso de las redes sociales para promocionar sus negocios.
- Para recibir éstas capacitaciones solamente deben acercarse a la Regional de Oriente en San Miguel: CDMYE-CONAMYPE y solicitar ingresar al Programa. Solamente con su NIT y DUI. No tienen ningún costo y los detalles de las capacitaciones las envían al correo personal.

## VIII.10. PROGRAMA DE MONITOREO Y CONTROL

### VIII.10.1. Metodología Del Programa De Monitoreo Y Control



Fuente: Elaboración propia

Esquema 19: Metodología del Programa de Monitoreo y Control

## VIII.10.2. Objetivos De Monitoreo Y Control

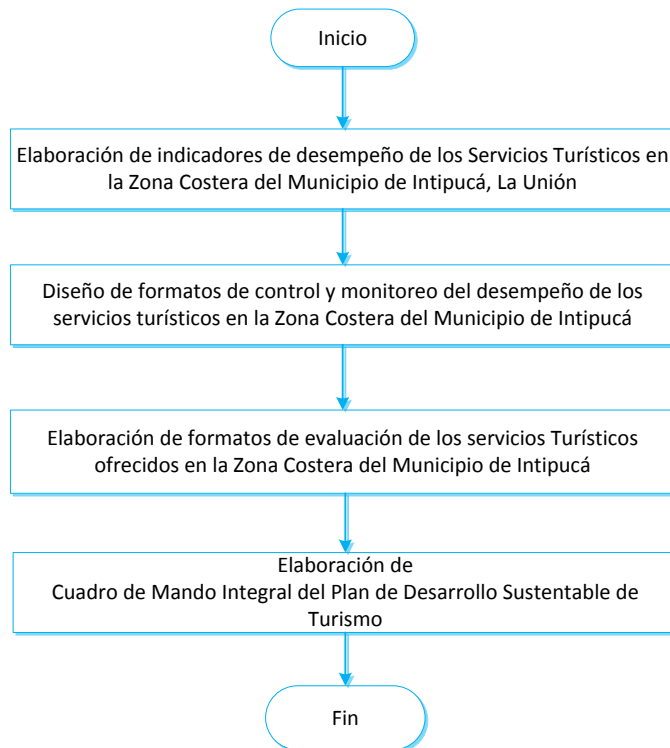
### *Objetivo General*

Elaborar un programa de monitoreo y control para los proyectos que se desarrollan en los programas del plan de desarrollo sustentable de turismo y así verificar el logro de las metas de los objetivos.

### *Objetivos específicos*

- Elaborar indicadores para el monitoreo y control de las actividades que realizan los turistas en la Zona Costera del Municipio de Intipucá con el propósito de conservar los recursos del municipio.
- Diseñar instrumentos de control de los servicios turísticos que se prestan en la Zona Costera del Municipio de Intipucá con el propósito de hacerlos más eficientes.
- Establecer medidas de manejo que ayuden a prevenir o mitigar los efectos negativos derivados de las actividades de los proyectos propuestos para la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

### VIII.10.3. Contenido De Las Fases Del Programa De Monitoreo Y Control



**Fuente:** Elaboración propia

**Esquema 20:** Contenido de las fases del Programa de Monitoreo y Control

#### VIII.10.4.Ciclo De Monitoreo Y Control

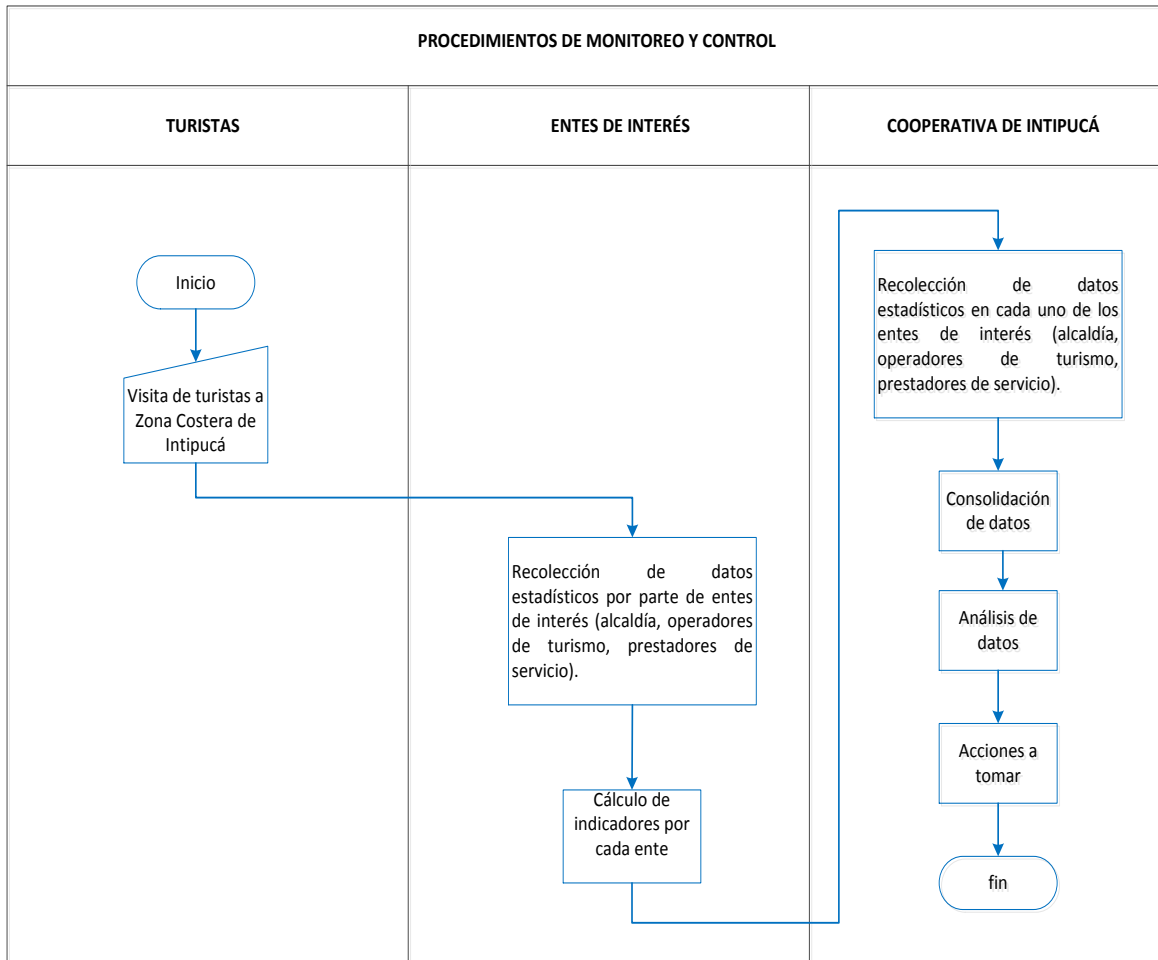
A continuación se presenta el Ciclo de monitoreo y control para la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.



Fuente: Elaboración propia a partir de las necesidades de la Zona Costera del Municipio de Intipucá

**Figura 16: Ciclo de Monitoreo y Control para la Zona Costera de Intipucá**

### VIII.10.5. Procedimientos De Monitoreo Y Control





### VIII.10.6. Indicadores De Desempeño De Los Servicios Turísticos En La Zona Costera Del Municipio De Intipucá, La Unión.<sup>87</sup>

Programa	Cód. act.	Aspecto	Criterio	Indicador	Objetivo
Sustentabilidad	1.1.1 y 1.1.2	Sustentabilidad	Los sitios turísticos conservan los recursos para las generaciones futuras	Capacidad de carga turística	Determinar la cantidad de turistas que pueden visitar en determinado momento la Zona Costera de Intipucá que asegure el no comprometimiento y deterioro de los recursos para generaciones futuras.
			El ecosistema no se ve afectado ni desequilibrado por actividades turísticas	Cambios visibles en el hábitat de la zona costera	Valorar la existencia de cambios estructurales en el hábitat de especies en la Zona Costera de Intipucá
		Manejo	Los sitios turísticos son utilizados sin afectar su atractivo	Número de visitas hacia la ruta de ríos	Definir el nivel de uso de los diferentes sitios de visita así como la afluencia de turistas en general
				Número de visitas hacia ruta de montaña	
				Número de visitas hacia los manglares	
		Socioeconómico	Generación de empleo a la Zona Costera de Intipucá	Número de empleos generados	Conocer la cantidad de empleos generados con la puesta en marcha de el Plan de Desarrollo en Intipucá
		2.1.1	Socioeconómico	Fomento de actividades de animación sociocultural	Número de participantes a la capacitación sobre animación sociocultural
2.1.2	Socioeconómico	Patrimonio cultural	Número de participantes en: el taller sobre patrimonio cultural, en la presentación en el parque sobre patrimonio sociocultural	Lograr la participación de al menos 5 alumnos y 5 alumnas por cada grado de cada escuela del municipio de Intipucá.	

<sup>87</sup> Fuente: Elaboración propia a partir de las necesidades de control de las actividades de los programas.

	2.2.1	Socioeconómico	Patrimonio Cultural	Número de hombres y Número de mujeres participantes en el festival gastronómico de platillos tradicionales	Lograr la participación de presencia de por lo menos 5 mujeres y 5 hombres de los caseríos y cantones más retirados del evento
	2.2.2	Socioeconómico	Patrimonio Cultural		Lograr la participación de al menos 10 mujeres y 10 hombres de los caseríos, cantones barrios y colonias.
	2.2.3	Socioeconómico	Patrimonio Cultural	Número de alumnos en el concurso por grado Número de alumnas en el concurso por grado	Lograr la participación de al menos 1 alumna y 1 alumno por grado para el concurso sobre historia de Intipucá. ➤
	2.2.4	Socioeconómico	Patrimonio Cultural	Número de hombres participantes en la sala de extensión del museo Número de mujeres participantes en la sala de extensión del museo	➤ Lograr la participación de al menos 10 mujeres y 10 hombres de los caseríos, cantones barrios y colonias.
	2.2.5	Socioeconómico	Patrimonio Cultural	Número de hombres participantes en el festival de la sandía y del maíz. Número de mujeres participantes en el festival de la sandía y el maíz.	➤ Lograr la participación de al menos 10 mujeres y 10 hombres de los caseríos, cantones barrios y colonias.
	3.2 y 3.1.1	Socioeconómico	Prevención	Número de participantes en la campaña de prevención de desechos y el programa de concientización para la implementación del compostaje y el reciclaje	➤ Lograr la colaboración de al menos el 80% de la población de Intipucá;
	3.2,	Socioeconómico	Ordenamiento preventivo	Número de participantes en la	➤ Lograr la colaboración de al

	3.3.2 y 3.3.3			separación y almacenamiento domiciliarios de los desechos putrecibles y no putrecibles	menos el 80% de la población de Intipucá;
	3.3.4	Socioeconómico	Ordenamiento preventivo	Número de veces por semana que se recogen los desechos orgánicos Número de veces que se recogen los desechos inorgánicos Número de veces a la semana que se recogen desechos destinados al reciclaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lograr que la ordenanza municipal realice lo siguiente: Pasar un día por los desechos orgánicos (2-3 veces /semana);</li> <li>➤ Otro día por los inorgánicos (2-3 veces por semana);</li> <li>➤ Y un día exclusivo para los destinados al reciclaje (1 vez por semana): plástico, metal, vidrio papel y cartón.</li> </ul>
	3.4.1	Socioeconomico	Mantenimiento preventivo	Número de toneladas diarias que se generan para el relleno sanitario manual	Controlar que las toneladas diarias que se generan y que son trasladadas al relleno sanitario manual son menores a 20 Toneladas diarias
	4.1.1	Socioeconómico	Informativo	Número de mujeres participantes de la charla informativa sobre turismo Número de hombres participantes en la charla informativa sobre turismo	➤ Lograr la participación de al menos 15 hombres y 15 mujeres por cada cantón, caserío, barrio y colonia del municipio.
	4.2.2	Satisfacción	Informativo proactivo	Número de establecimiento de servicio que ponen en práctica el buen trato a los turistas	➤ Lograr que el 100% de los prestadores de servicios de la

					zona pongan en práctica el buen trato a los turistas.
Mejora de la oferta turística	1.1.1	Conocimiento turístico	Mejoramiento de los procesos relacionados al turismo	Número de tour operadores que participan en la capacitación	➤ Lograr la participación del 100% de tour operadores en Intipucá
		Socioeconómico	Porcentaje de nueva oferta en la industria turística generada en la Zona Costera del Municipio de Intipucá	Contribución económica turística	Medir las contribuciones realizadas por los empresarios en la Zona Costera del municipio
		Satisfacción	Satisfacción de turistas por la seguridad en las operaciones turísticas	Accidentes en el desarrollo de las operaciones turísticas	Evaluar los niveles de seguridad que manejan los operadores turísticos en Intipucá
		Conocimiento turístico	Mejoramiento de los procesos relacionados al turismo	Numero de capacitaciones generadas por la actividad turística en Intipucá	Conocer las capacitaciones que se han impartido a los establecimientos de servicios turísticos en la Zona Costera de Intipucá
	2.1.1	Conocimiento turístico	Mejoramiento de los procesos para la realización de actividades de canotaje	Número de prestadores de servicios de actividades de canotaje que participan en la capacitación	Lograr la participación del 100% de los prestadores de servicios para actividades de canotaje en Intipucá
	3.1.1	Conocimiento técnico- normativo	Mejoramiento de los procesos para la prestación de servicios de alojamiento	Número de prestadores de servicios de alojamiento que participan en la capacitación	Lograr la participación de al menos el 80% de los prestadores de servicios de alojamiento en Intipucá
	4.1.1	Conocimiento técnico	Mejoramiento de los procesos para la prestación de servicios de restaurante	Número de quejas mensuales en los servicios de restaurante	Lograr un porcentaje de quejas de menos del 20% al mes para los prestadores de servicios de restaurantes
	5.1.1	Conocimiento técnico	Buenas prácticas turísticas	Número de MYPYMES que participan en la capacitación sobre Buenas Prácticas Turísticas.	Lograr la participación de al menos el 80% de las MYPYMES en la capacitación sobre Buenas Prácticas Turísticas.

	6.1.1	Conocimiento técnico	Buenas prácticas turísticas	Número de representantes de las MYPYMES que reciben las especificaciones técnicas sobre Buenas Prácticas Turísticas	Verificar la entrega de especificaciones técnicas al 100% de los participantes en la capacitación sobre Buenas Prácticas Turísticas.
	7.1.1, 8.1.1 y 9.1.1	Conocimiento técnico	Contenido de paquetes turísticos	Número de representantes de tour operadores que reciben las capacitaciones sobre los paquetes turísticos	Lograr la participación del 100% de los tour operadores en las capacitaciones sobre los tours a: Tour a Cerro Panela Tour a Río Guarrapuca Tour a los manglares
	10.1.1	Conocimiento técnico	Calidad en los servicios de alojamiento	Número de representantes de los prestadores de servicios de alojamientos que reciben las especificaciones técnicas	Verificar la entrega de especificaciones técnicas al 100% de los participantes en la capacitación sobre prestadores de servicio de alojamiento.
	11.1.1	Conocimiento técnico	Calidad en los servicios de alojamiento	Número de representantes de los prestadores de servicios de restaurantes que reciben las especificaciones técnicas	Verificar la entrega de especificaciones técnicas al 100% de los participantes en la capacitación sobre prestadores de servicio de restaurante.
	12.1.1	Conocimiento técnico	Buenas prácticas turísticas	Número de representantes operadores de turismo que reciben capacitación	Lograr la participación de al menos el 80% de los Operadores de Turismo en Intipucá en la capacitación sobre Buenas Prácticas Turísticas.
	13.1.1	Conocimiento técnico	Buenas prácticas de habilidades y destrezas	Número de representantes de los prestadores de servicios de restaurantes que reciben el manual	Verificar la entrega al 100% de los participantes del manual sobre habilidades y destrezas para restaurantes
	14.1.1	Conocimiento técnico	Buenas prácticas de manipulación de alimentos		Lograr la participación de al menos el 80% de los representantes de servicios de restaurantes en Intipucá en la capacitación sobre Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos.

Marketing	1.1.1, 1.1.2, 1.2.1, 1.2.2, 1.2.3, 1.2.4	Publicidad	Socioeconómico	Número de carreteras con señalización publicitaria	Lograr la señalización publicitaria de al menos 4 carreteras hacia Intipucá
	2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 2.1.5, 2.1.6	Promoción y satisfacción de clientes	Uso de TICS	Número de likes en 5 años	Lograr más de 40 mil likes en la red de Facebook al cabo de 3 a 5 años;
	2.1.7	Promoción y satisfacción de clientes	Uso de TICS	Número de participantes agregados al perfil de facebook	Lograr más de 25 participantes que suban sus fotografías en visitas que hayan tenido en Intipucá
		Tecnología	Uso de las tecnologías de información y comunicación para promocionar los sitios turísticos de la Zona Costera de Intipucá	Porcentaje de utilización de las TIC'S para mercadear la oferta turística en la Zona Costera de Intipucá	Conocer si los establecimientos que ofrecen servicios turísticos utilizan las tecnologías de la información y comunicación para darse a conocer
	2.3.2	Promoción	Promocional	Número de mopis instalados	Lograr un mínimo de 10 mopis ubicados en la zona cubierta por la empresa contratada
	3.1.4	Satisfacción	Porcentaje de quejas presentadas por los turistas	Porcentaje de quejas presentadas por los turistas	Conocer las principales fuentes de insatisfacción de los turistas

Tabla 66 Indicadores de desempeño de los servicios turísticos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.

**Tabla 67: Indicadores de desempeño para el Programa de Monitoreo y Control**

<b>Indicador</b>	<b>Método de medición</b>	<b>Frecuencia de medición</b>
<b>Capacidad de carga turística</b>	Visitas periódicas a cada uno de los establecimientos de servicios turísticos para recolectar datos de la capacidad de carga que cada establecimiento puede soportar para ofrecer un turismo sustentable	Debe realizarse un monitoreo anual
<b>Cambios visibles en el hábitat de la zona costera</b>	Visitas periódicas a los manglares, ríos y montañas de la Zona Costera de Intipucá recolectando información del deterioro del medio ambiente debido a la actividad turística	Debe realizarse un monitoreo anual
<b>Número de visitas hacia la ruta de ríos</b>	Recolectar información a través de los operadores turísticos en Intipucá del número de turistas que visitan la ruta de los ríos	Debe realizarse un monitoreo anual
<b>Número de visitas hacia ruta de montaña</b>	Recolectar información a través de los operadores turísticos en Intipucá del número de turistas que visitan la ruta de montañas	Debe realizarse un monitoreo anual
<b>Número de visitas hacia los manglares</b>	Recolectar información a través de los operadores turísticos en Intipucá del número de turistas que visitan la ruta de los manglares	Debe realizarse un monitoreo anual
<b>Número de empleos generados</b>	Recolectar información sobre la cantidad de empleos generados en cada uno de los establecimientos que brindan servicios turísticos en Intipucá	Debe realizarse un monitoreo anual
<b>Contribución económica turística</b>	Recolectar información en el ministerio de hacienda de la contribución económica que aportó el municipio de Intipucá	Debe realizarse un monitoreo por lo menos 2 veces al año
<b>Accidentes en el desarrollo de las operaciones turísticas</b>	Recolectar información a través de las instituciones de salud en el Municipio de Intipucá sobre emergencias que se atendieron causadas por la actividad turística	Debe realizarse un monitoreo por lo menos 2 veces al año
<b>Número de capacitaciones generadas</b>	Recolectar información sobre capacitaciones que se brindaron hacia los establecimientos que brindan servicios turísticos realizando visitas y entrevistas o visitando instituciones que brindan capacitaciones a las MYPES en el país.	Debe realizarse un monitoreo anual
<b>Porcentaje de quejas presentadas por los turistas</b>	Visitas periódicas a cada uno de los establecimientos turísticos para recolectar información de la cantidad de quejas a causa de las actividades de servicio turístico que brindan	Debe realizarse un monitoreo mensual
<b>Porcentaje de utilización de las TIC'S por los ofertantes de turismo en Intipucá</b>	Visitas periódicas a cada uno de los establecimientos turísticos para recolectar información de los niveles de utilización de las TIC'S para promocionar sus servicios	Debe realizarse un monitoreo anual

A partir de los indicadores de medición de desarrollo las empresas que operan en la Zona Costera del Municipio las empresas podrán llevar un mejor control del avance que van desarrollando para ir mejorando sus servicios turísticos.

A continuación se procede al diseño del formato general de Integración del desarrollo del turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá que servirá

### VIII.10.7. Formato General De Integración Del Desarrollo Del Turismo Zona Costera Del Municipio De Intipucá

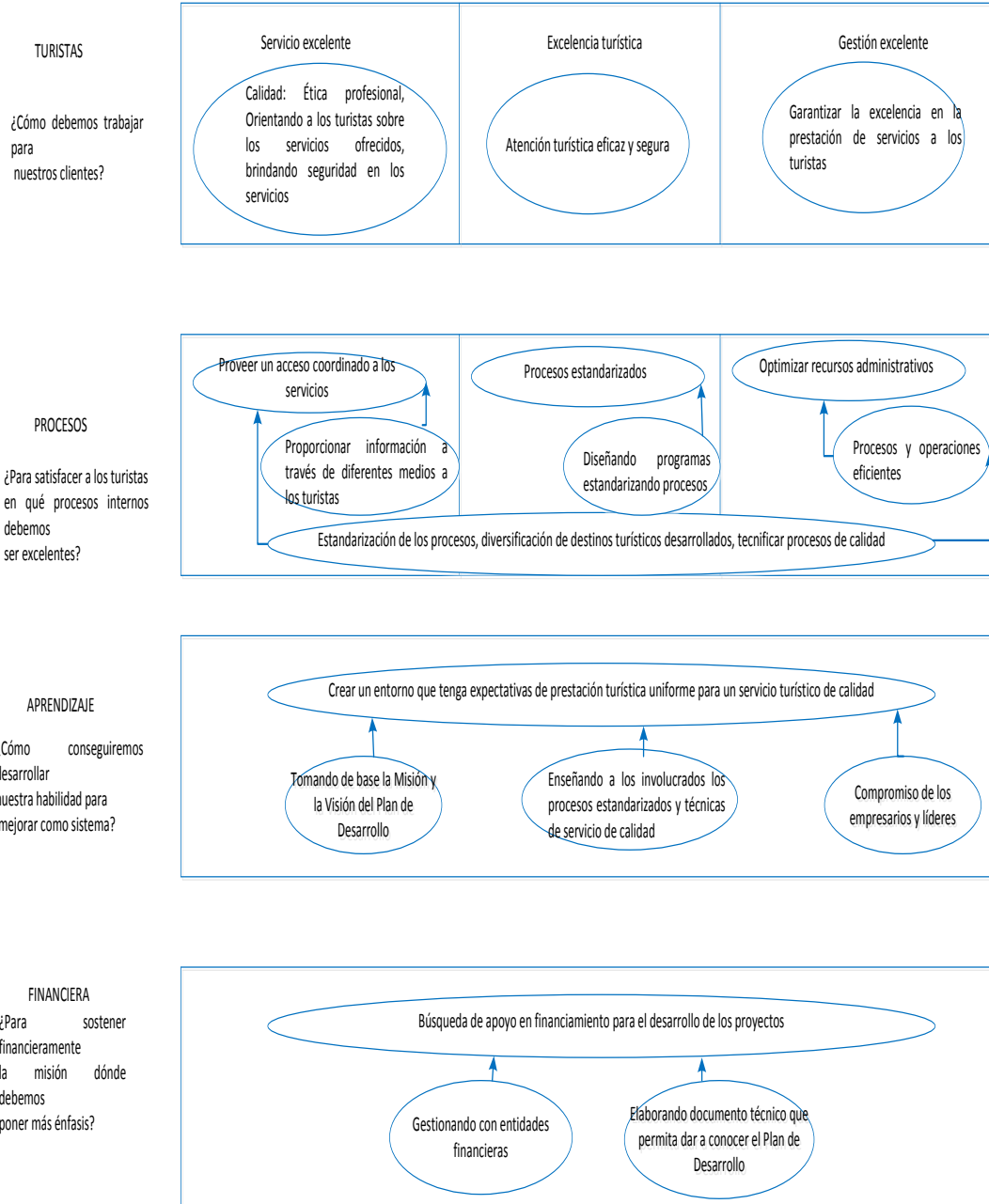
En el esquema 21, se describen los *elementos de integración para el desarrollo del turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá*. En lo más alto se encuentra la misión y la visión que permitirá direccionar la actuación de las empresas en los servicios turísticos. Luego se describen los 4 elementos básicos a intervenir. El primero de ellos Los turistas este elemento describe las acciones a realizar para lograr satisfacer las expectativas de los turistas. El segundo elemento es la intervención en los procesos que son los cambios y la innovación en los procesos que las empresas deben realizar para satisfacer a los turistas. El tercer elemento a intervenir es en el aprendizaje es decir involucrando a toda la comunidad de la Zona Costera en procesos de aprendizaje desde las escuelas hasta los mismos empresarios con su personal transmitiéndoles la visión para lograr alcanzar una mejora sustancial en los servicios turísticos. Finalmente El cuarto elemento la gestión financiera que son los esfuerzos de la alcaldía, los operadores de turismo y demás empresas por mejorar la gestión empresarial específicamente para conseguir financiamiento y para administrar las finanzas de los negocios para crear servicios turísticos autosostenibles.



## Esquema 21: Formato General de Integración del Plan de Desarrollo

Misión: Contribuimos al desarrollo Sustentable de la Zona Costera de Intipucá a través del desarrollo de proyectos de carácter turístico.

Visión: Posicionar al Municipio como uno de los principales destinos turísticos de Oriente del país y así contribuir al desarrollo de la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.



Fuente: Elaboración propia a partir de las necesidades turísticas en la Zona Costera de Intipucá

Para poder medir el desarrollo de los servicios turísticos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá se propone la utilización del Cuadro de Mando Integral el cual toma los 4 elementos de integración anteriores. El Cuadro de Mando Integral servirá a las empresas como instrumento de monitoreo y control para medir el grado de cumplimiento de los objetivos que se plantean en el Cuadro de Mando Integral y poder tomar acciones en el que hacer de las empresas para llevar integralmente el rumbo de operar con servicios de calidad y así ser más competitivos lo que permitirá transformar a la Zona Costera de Intipucá como un modelo turístico de Calidad para la Zona Oriental.

### VIII.10.8. Cuadro De Mando Integral Zona Costera Intipucá

PROGR AMA	Perspect iva	Objetivo	Indicador	Unidad de medida	Cálculo	Frecuencia de medición	Cod. Act.	Ópti mo	Defici ente	Resulta do	Responsable
OFERT A	Turista	Incrementar la satisfacción de los clientes así como aumentar su afluencia	PQT= Satisfacción del turista y del empleado (% de quejas presentadas)	Porcentaj e	$PQT=(TQ/TA)*100$ TA=Turistas atendidos TQ=Turistas que se quejan	Anual	1.1.1.2. 1.1.3.1. 1.4.1.1, 5.1.1.7. 1.1.8.1. 1.9.1.1, 12.1.1, 14.1.				Operadores de turismo y empresarios de la Zona Costera de Intipucá
	Apren dizaje	Dar a conocer especificaciones técnicas	PRE= Personas que recibieron especificaciones técnicas	Porcentaj e	$PRE=(RRE/RE)*100$ RRE=Representantes que recibieron especificaciones RE= Representantes que llegaron a la entrega	Anual	6.1.1,1 0.1.1,1 1.1.1,1 3.1.1				Operadores de turismo y empresarios de la Zona Costera de Intipucá
	Turista	Control de accidentes	PAT=Porcentaje de accidentes turísticos ocurridos	% de accidente s	$PAT=(CAO/CTV)*100$ CAO=Cantidad de accidentes ocurridos CTV= Cantidad de turistas que visitan y reciben el servicio turístico	Semestral	1.1.1				Operadores de Turismo
	Proceso	Llegar hacia los turistas en coordinación con los involucrados en el Desarrollo del Turismo en Intipucá	NT Número de turistas que visitan la Zona Costera de intipucá	# de turistas	$NT = \text{sumatoria de turistas}$	Anual	7.1.1, 8.1.1, 9.1.1				Operadores de turismo, alcaldía municipal y empresarios de la Zona Costera de Intipucá
	Proceso	Determinar la cantidad de turistas que visitan el tour de río	TVR= Número de turistas que visitan los Ríos	# de turistas tour río	$TVR = \text{SUMATORIA DE TURISTAS QUE VISITAN RIOS}$	Anual	8.1.1				Operadores de turismo, alcaldía municipal
	Proceso	Determinar la cantidad de turistas que visitan el tour de montaña	TVMO= Número de turistas que visitan las montañas	# de turistas tour de montaña	$TVMO = \text{SUMATORIA DE TURISTAS QUE VISITAN LA MONTAÑA}$	Anual	7.1.1				Operadores de turismo, alcaldía municipal
	Proceso	Determinar la cantidad de turistas que visitan los tours de manglares	TVMA= Número de turistas que visitan los manglares	# de visitas de manglares	$TVMA = \text{SUMATORIA DE TURISTAS QUE VISITAN LOS MANGLARES}$	Anual	9.1.1				Operadores de turismo, alcaldía municipal
	Apren dizaje	Facilitar la gestión del capital humano	NC=Número de capacitaciones generadas	# de capacitaci ones	$NC = \text{SUMATORIA DE CAPACITACIONES}$	Anual	1.1.1.2. 1.1.3.1. 1.4.1.1, 5.1.1.7. 1.1.8.1. 1.9.1.1, 12.1.1, 14.1.1				Operadores de turismo y empresarios de la Zona Costera de Intipucá
	Finanza s	Garantizar la sostenibilidad del turismo	CET= Contribución económica turística (utilidades)	porcentaj e	$CET=(IRT/IR)*100$ IRT= IMPUESTO RECAUDADOS TURISMO IR= TOTAL DE IMPUESTOS RECAUDADOS	Semestral	1.1.1.2. 1.1.3.1. 1.4.1.1, 5.1.1.7. 1.1.8.1. 1.9.1.1, 12.1.1, 14.1.1				Operadores de turismo y empresarios de la Zona Costera de Intipucá
	Finanza	Generar empleos	GE=	# de	$GE = \text{SUMATORIA}$	Anual					Operadores de turismo y

	s		Generación de empleos en la Zona Costera de Intipucá	empleos	DE EMPLEOS GENERADOS POR ACTIVIDADES TURISTICAS					empresarios de la Zona Costera de Intipucá
SUSTENTABILIDAD	Apren dizaje	Calcular la capacidad de carga física	Respetar los principios de sustentabilidad	Capacidad de carga física	$CCF = S/AG \times NV$ S=superficie disponible en metros lineales SP= Superficie usada por una persona (1 metro lineal) NV= $Hv/Tv$ número de veces que el lugar puede ser visitado por la misma persona en un día Hv=horario de visita Tv= tiempo necesario para visitar el lugar	Anual	1.1.1			Prestadores de servicio en Intipucá
	Apren dizaje	Calcular la capacidad de carga real	Respetar los principios de sustentabilidad	Capacidad de carga real	$NG = Mtx / \text{distancia requerida por cada grupo}$ Mtx= largo del lugar NG= Número de grupos $P = NG \times \text{Número de personas por grupo}$ P=número de personas que pueden estar simultáneamente dentro del lugar Mlx=magnitud limitante $Mlx = Mtx - P$ $FCx = 1 - (Mlx/Mtx)$ <b>FCx= factor social</b> Mlx= factor limitante (espacio ocupado) Mtx= longitud del lugar $FCbrillos = 1 - (hsl/ht \times ms/mt)$ Donde: <b>FCx: Factor brillo solar.</b> hsl: horas de sol limitantes al año. ht: horas al año que lugar está abierto. ms: metros de espacio sin cobertura. Factor biológico= $FCx = 1 - (Mlx/Mtx)$ <b>Fcx= factor biológico</b> Mlx= longitud del lugar, zonas de alimentación y estacionamiento de aves afectadas por las actividades de visitación Mtx= longitud total del lugar $CCR = CCF \times (FCsoc \times Fcbio \times Fcbrill)$ CCR= capacidad de carga real	Anual	1.1.1			Prestadores de servicio en Intipucá
	Apren dizaje	Capacidad de carga efectiva	Respetar los principios de sustentabilidad	Capacidad de carga efectiva	$CCE = CCR \times CM$ CCE= capacidad de carga efectiva CCR= capacidad de carga real CM= capacidad de manejo $CM = (Infraestructura + \text{equipamiento} + \text{personal} / 3) \times 100$ Donde: Infraestructura Equipamiento Personal Son evaluados con un porcentaje de acuerdo a la experiencia de personas expertas y las	Anual	1.1.1			Prestadores de servicio en Intipucá

				opiniones de los expertos como lo indica Cifuentes en su metodología					
Aprendizaje	Facilitar la gestión del capital humano	NC=Número de capacitaciones generadas	# de capacitaciones	<i>NC = SUMATORIA DE CAPACITACIONES</i>	Anual	1.1.1, 1.1.2, 2.1.1			Operadores de turismo y empresarios de la Zona Costera de Intipucá
Aprendizaje	Conocer sobre el patrimonio cultural	NA= Número de alumnos que participan	# de alumnos que participan en la actividad	<i>NA = SUMATORIA DE ALUMNOS QUE PARTICIPAN</i>	Anual	2.1.2, 2.2.3			Operadores de turismo y centros educativos
Proceso	Determinar los participantes de la actividad	NM= Número de mujeres que participan en la actividad NH=Número de hombres que participan en la actividad	# de mujeres que participan en la actividad  # de hombres que participan en la actividad	NM=SUMATORIA DE MUJERES QUE PARTICIPAN NH=SUMATORIA DE HOMBRES QUE PARTICIPAN	Anual	2.1.2, 2.1.2.2, 2.2.2.4, 2.2.5.3, 3.1.3.3, 2.3.3.3			Población de Intipucá
Publicidad	Publicidad a través de TICS	NL= Número de likes	# de likes en la página de facebook	<i>NL = SUMATORIA DE LIKES EN FACEBOOK</i>	Hasta 5 años	2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 2.1.5, 2.1.6			Operadores de turismo
Publicidad	Publicidad a través de TICS	NF=Número de participantes con fotografía	# de participantes con fotografía	<i>NF =Sumatoria de participantes con fotografía</i>	mensual	2.1.7			Operadores de turismo
Publicidad	Publicidad	NPM=Número de personas que llegan a intipucá y se dieron cuenta de los atractivos turísticos a través de mupins	# de personas que han visto mupins de Intipucá	<i>NPM =Sumatoria de mupins</i>	anual	2.3.2			Asociación de Desarrollo Turístico de Intipucá

Fuente: Elaboración propia

Tabla 68: Cuadro de Mando Integral Zona Costera de Intipucá

### VIII.10.9. Matriz de Acciones a realizar según los resultados del Monitoreo y Control

programa	Cod. de actividad	NOMBRE DEL INDICADOR	META	ARRIBA DE LA META	ABAJO DE LA META
				ACCIONES DE MEJORA	ACCIONES CORRECTIVAS
Mejora de la oferta turística	1.1.1,2.1.1,3.1.1,4.1.1,5.1.1,7.1.1,8.1.1,9.1.1,12.1.1,14.1.	PQT= Satisfacción del turista y del empleado (% de quejas presentadas)	Lograr un máximo de 10% de quejas de clientes	Llevar el registro de las quejas de los turistas para mejorar esas áreas que demandan los turistas	Llevar el registro de quejas de los turistas y determinar las causas que originan la insatisfacción del cliente para que en las siguientes capacitaciones se haga énfasis en esas áreas deficientes
	6.1.1,10.1.1,11.1.1,13.1.1	PRE= Personas que recibieron especificaciones técnicas	Lograr que el 100% de los representantes de los negocios hayan recibido las especificaciones técnicas	Llevar el registro de las personas que reciben las especificaciones técnicas y darle seguimiento para ver si ponen en práctica lo aprendido	Llevar el registro de los representantes que recibieron y los que no recibieron las especificaciones para invitarlos nuevamente a que se acerquen a retirarlas especificaciones
	1.1.1	PAT=Porcentaje de accidentes turísticos ocurridos	Lograr que el porcentaje de accidentes ocurridos sea menor al 5%	Llevar el registro de control de accidentes y estar preparado con el equipo preventivo de primeros auxilios	Llevar el registro de control de accidentes estar preparado y detectar las causas que originan los accidentes para que en las capacitaciones siguientes se haga énfasis en los riesgos que implica la actividad turística
	7.1.1, 8.1.1, 9.1.1	NT Número de turistas que visitan la Zona Costera de Intipucá	Lograr que el número de turistas sea mayor o igual al número de turistas proyectado que es de 41527 para el año 2014	Seguir invitando y promocionándose como un destino turístico de calidad a través de los medios de comunicación	Intensificar el envío masivo de promocionales a través de Facebook y youtube así como invertir más en flyers y brochures
	8.1.1	TVR= Número de turistas que visitan los Ríos	Lograr que el número de turistas hacia ríos sea mayor o igual al número de turistas	Seguir invitando a las personas sobre la experiencia inolvidable en los ríos de Intipucá	Investigar porqué las personas no están prefiriendo la ruta de los ríos y corregir los problemas por los que los turistas no llegan

			proyectado que fue del 10% según los resultados obtenidos en el diagnóstico que es de 4153		
	7.1.1	TVMO= Número de turistas que visitan las montañas	Lograr que el número de turistas hacia montañas sea mayor o igual al número de turistas proyectado que es de 4983	Seguir invitando a las personas sobre la experiencia inolvidable en el cerro de Intipucá	Investigar porqué las personas no están prefiriendo la ruta de montañas y corregir los problemas por los que los turistas no llegan
	9.1.1	TVMA= Número de turistas que visitan los manglares	Lograr que el número de turistas a manglares sea mayor o igual al número de turistas proyectado que es de 71% del total de turistas que les gustaría visitar intipucá según los resultados del diagnóstico que es de 29484 turistas	Intensificar a través de brochures y flyers la promoción hacia los manglares así como el uso de las TICS	Investigar porqué las personas no están prefiriendo la ruta a los manglares y corregir los problemas por los que los turistas no llegan
	1.1.1,2.1.1,3.1.1,4.1.1,5.1.1,7.1.1,8.1.1,9.1.1,12.1.1,14.1.1	NC=Número de capacitaciones generadas	Lograr que las capacitaciones generadas sean mayores o iguales a las programadas	Seguir invitando a los interesados a asistir a las capacitaciones y la importancia que éstas tienen para el desarrollo de la comunidad	Investigar si es por falta de recursos o falta de colaboración que no se están impartiendo la totalidad de las capacitaciones
		CET= Contribución económica turística	Lograr que la contribución económica turística sea	Mantenerse o incrementar las utilidades en los negocios a través de la mejora de los	Hacer énfasis en las capacitaciones sobre el manejo de finanzas para las MYPES para mejorar éstas habilidades

		(utilidades)	mayor a 50% en utilidades	servicios ofrecidos	
		GE= Generación de empleos en la Zona Costera de Intipucá	Lograr una generación de empleos mayor al 40% que para el año 2014	Mantener motivados a los trabajadores que sostienen el turismo en Intipucá	Incluir a los residentes de la Zona en la oferta de empleos y capacitarlos técnicamente para que puedan insertarse al mundo laboral del turismo
Sustentabilidad	1.1.1, 1.1.2, 2.1.1	NC=Número de capacitaciones generadas	Lograr que las capacitaciones generadas sean mayores o iguales a las programadas	Seguir motivando a las personas encargadas que sigan formándose técnicamente y a la vez invitándolos a las próximas capacitaciones	Determinar porque los entes de interés no llegan a las capacitaciones sobre sustentabilidad y mandarles invitaciones y concientizarlos en la importancia que ésta tiene para el turismo en su comunidad
	2.1.2, 2.2.3	NA= Número de alumnos que participan	Lograr que el número de alumnos que participan sea mayor o igual a 5 tanto en niños como en niñas	Fomentar y motivar a los alumnos a que sigan participando en las actividades	Investigar porqué los alumnos no están participando en las actividades
	2.1.2, 2.2, 1, 2.2.2, 2.2.4, 2.2.5, 3.1, 3.3.2, 3.3.3	NM= Número de mujeres que participan en la actividad NH=Número de hombres que participan en la actividad	Lograr que el número de mujeres que participan así como el número de hombres que participan sea mayor o igual a 10	Felicitar y motivar a los hombre y mujeres que participan en las actividades en pro del turismo en la comunidad	Investigar porqué hombres y mujeres no están participando en las actividades y darles las herramientas para que se incorporen a las actividades
	4.1.1	NM=Número de mujeres NH=Número de hombres Que participan en	Lograr la participación de al menos 15 hombres y 15 mujeres	Motivar a hombres y mujeres para que sigan participando en las charlas y concientizarlos que es una oportunidad muy beneficiosa para ellos mismos	Investigar porqué hombres y mujeres no están participando en las charlas e invitarlos con más publicidad para que se acerquen y participen



		las charlas			
	2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 2.1.5, 2.1.6	NL= Número de likes	Lograr más de 40 mil likes en la red de Facebook al cabo de 3 a 5 años;	Agregar a más usuarios de Facebook y motivarlos a que inviten a amigos a que le den like a la página	Hacer uso de técnicas de ventas a través de TICS tal como se dan en el CDMYPE que sugiere 3 actualizaciones diarias por la web
	2.1.7	NF=Número de participantes con fotografía	Lograr más de 25 participantes que suban sus fotografías en visitas que hayan tenido en Intipucá	Seguir invitando a los cibernautas a que suban sus fotografías	Incentivar a los usuarios de Facebook a que suban sus fotografías
	2.3.2	PMU=Número de personas que adquieren un servicio turístico en Intipucá y se dieron cuenta a través de mupin	Determinar si las personas que llegan a los tours se han dado cuenta por medio de la publicidad de los mupin y si ésta cubre los costos de venta para generar utilidades	Monitorear si la publicidad de mupins está dando el resultado esperado y si es así darle mantenimiento a cada uno.	Mercadear los tours con otro tipo de publicidad por ejemplo incrementar el uso de las redes sociales

**Fuente:** Elaboración propia adaptada de la tesis: Plan de Desarrollo turístico para la zona sur este de Ahuachapán y Oeste de Sonsonate, el diagnóstico del Plan de Desarrollo de Intipucá y los datos de los indicadores recomendados según las necesidades del municipio de Intipucá.

Para reforzar los elementos de integración del desarrollo del turismo, se plantea a continuación el diagrama de los involucrados en la concientización de la conservación del patrimonio turístico en la Zona Costera de Intipucá. Como centro del diagrama se encuentra el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo. Alrededor de ellos, se encuentra la alcaldía que debe apoyar en los procesos con recursos, infraestructura, gestión financiera. Luego se encuentran los directores de centros educativos que se encargarán de promover en la enseñanza de educación turística y de ser posible se deben hacer esfuerzos por la creación de centros de enseñanza técnica en turismo para que los jóvenes tengan oportunidad de desarrollarse en áreas tales como: gestión de empresas de restaurantes, aprendizaje de lenguas extranjeras, gestión de empresas de hospedaje, gestión de empresas de gastronomía.

También los empresarios de la Zona Costera deben participar activamente en la generación de inversión y creación de fuentes de trabajo producto de las actividades turísticas. Los padres de familia niños y los habitantes de la Zona deben tomar un rol importante en la transmisión de valores para que los habitantes conserven su patrimonio y sostengan prácticas sustentables. El indispensable rol de los docentes en el Municipio para motivar a los jóvenes a seguir estudiando y hacerles ver que son el motor que sostendrá la economía del Municipio. Finalmente y no menos importante se encuentra el rol del turista que es el encargado de hacer buen uso de las actividades turísticas en las que participa y es fuente de retroalimentación en la calidad de los servicios para contribuir en el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.

### VIII.10.10. Involucrados En La Concientización De La Conservación Del Patrimonio Turístico En La Zona Costera Del Municipio De Intipucá



Esquema 22: Involucrados en la Concientización del Patrimonio Turístico

Fuente: Elaboración propia a partir de las necesidades de la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

## VIII.10.11. Formatos Específicos De Monitoreo Y Control Del Desarrollo Del Turismo En La Zona Costera Del Municipio De Intipucá

### GESTIÓN DE LA MEJORA

NSR 03.56.01:08

#### <sup>88</sup>MODELO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Fecha: \_\_\_\_\_ N° (Correlativo de encuesta)

Nombre del establecimiento gastronómico: \_\_\_\_\_

Aspectos evaluados	Calificación		
	Excede expectativas	Cumple expectativas	No cumple las expectativas
Limpieza del establecimiento			
Ambiente del establecimiento			
Atención del personal			
Tiempos del servicio			
Presentación de los alimentos			
Sabor de los alimentos			

Tabla 69: Modelo de Encuesta de Satisfacción al Cliente

Regresaría a nuestro establecimiento?  si  no

Nos recomendaría con otras personas?  si  no

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

(opcional, si desea recibir información de nuestras promociones)

\_\_\_\_\_

<sup>88</sup> Fuente: Recopilación de Normas de Calidad Turísticas Salvadoreñas

<sup>89</sup>Capacidad de carga para establecimientos de turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá

Establecimiento	Nombre del establecimiento	Capacidad de carga (# de turistas)
Operador de turismo		
Restaurante		
Hospedaje		

Tabla 70: Capacidad de Carga para Establecimientos de Turismo

**Modelo de encuesta para evaluar la conservación ambiental en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.**

La Cooperativa de turismo en coordinación con la alcaldía Municipal de Intipucá Desarrollan una investigación orientada a la conservación ambiental en la Zona Costera del Municipio de Intipucá con el propósito de desarrollar proyectos de carácter sustentable.

Tus respuestas serán confidenciales y serán utilizadas con fines estadísticos los cuáles permitirán desarrollar estrategias que contribuyan al Desarrollo Sustentable del turismo en la Zona Costera de Intipucá.

**Indicaciones: Marca con una X la respuesta que consideres necesaria.**

**Datos generales:**

1. Tipo de turismo que realizó en la Zona Costera de Intipucá:

tour de montaña  tour de río  tour de kayak

2. ¿Qué cambios visibles observas en el medio ambiente de la Zona Costera de Intipucá?

Deterioro de la higiene ambiental  Degradación del suelo  Pérdida de bosques

Disminución de especies animales  Disminución de especies vegetales  Deterioro de la vida marina

Contaminación del agua  mal manejo de la basura  Presencia de ruido

3. ¿Encuentras basureros inmediatos en los lugares turísticos?

Si  No

**Muchas Gracias por tu participación**

Tabla 71: Modelo de Encuesta para evaluar la Conservación ambiental

<sup>89</sup> Fuente: Elaboración propia a partir de las necesidades de la Zona Costera de Intipucá

**Modelo de encuesta general para monitoreo y control de servicios turísticos en la Zona Costera de Intipucá.**

La Cooperativa de turismo en coordinación con la alcaldía Municipal de Intipucá Desarrollan una investigación orientada a monitorear los servicios turísticos en la Zona Costera de Intipucá.

Tus respuestas serán confidenciales y serán utilizadas con fines estadísticos los cuáles permitirán desarrollar estrategias que contribuyan al Desarrollo Sustentable del turismo en la Zona Costera de Intipucá.

**Indicaciones: Marca con una X la respuesta que consideres necesaria.**

**Datos generales:**

1. Tipo de servicio turístico que brinda en la Zona Costera de Intipucá:  
Tour operador  Restaurante  Alojamiento
2. Número de turistas que visitan la montaña al año: \_\_\_\_
3. Número de turistas que visitan el río al año: \_\_\_\_
4. Número de turistas que visitan a manglares al año: \_\_\_\_
5. Cantidad de empleos generados: \_\_\_\_
6. Cantidad de accidentes reportados durante la actividad turística: \_\_\_\_
7. Cantidad de capacitaciones generadas por el establecimiento: \_\_\_\_
8. Porcentaje de quejas realizadas por los turistas: \_\_\_\_
9. Porcentaje de utilización de las TIC'S para promocionar los servicios turísticos de la empresa: \_\_\_\_

**Muchas Gracias por tu participación**

**Tabla 72: Modelo de encuesta general para Monitoreo y Control**

Ahora que se cuenta con la información necesaria para el desarrollo de los proyectos se procede a desglosar cada proyecto y sus respectivas actividades.

### VIII.10.12. Establecimiento De Objetivos Y Metas De Los Proyectos

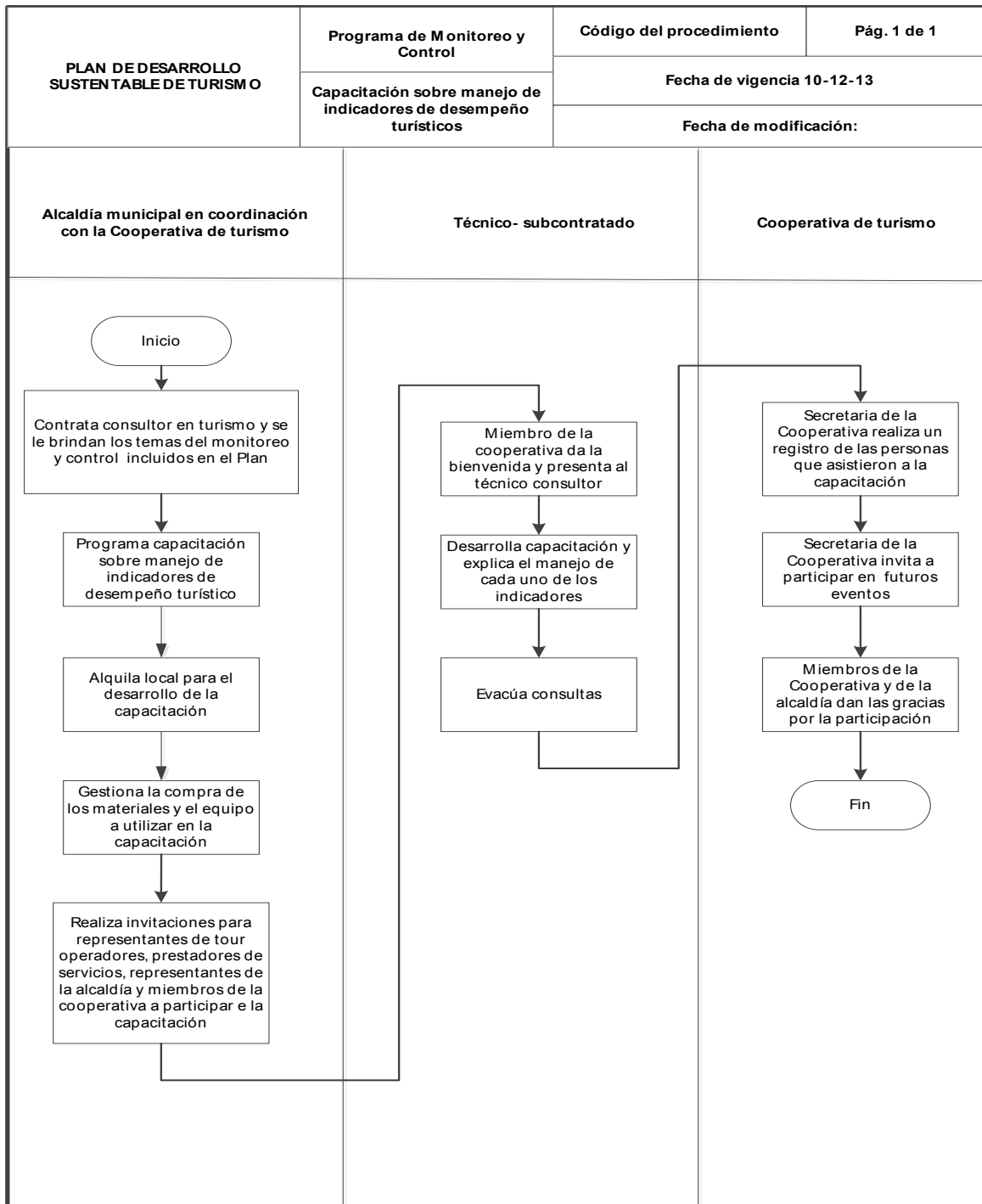
COD. PROY.	Nombre del proyecto	COD. OBJ.	Objetivos	Resultados esperados	Metas
1	Monitoreo y control turístico	1.1	Capacitar sobre el manejo de indicadores y desempeño turístico	Dar a conocer los indicadores y el manejo de estos en el desempeño turístico y contribuir a mejorar los servicios turísticos en general	Mejorar la productividad en el municipio producto de la buena administración turística

### VIII.10.13. Definición De Las Actividades De Los Proyectos

COD. Proyecto	COD. Objetivos	COD. Actividad	Actividades
1	1.1	1.1.1	<p>Capacitación a todos los entes involucrados sobre el manejo de indicadores de desempeño turístico</p> <p>Contenido de capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicadores de desempeño turístico</li> <li>• Manejo de indicadores</li> </ul> <p>Fecha: semana 4</p> <p>Ejecuta: Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá</p> <p>Encargado: Consultor turístico</p>

## VIII.10.14. Procedimientos De Las Actividades Del Programa De Monitoreo Y Control

### VIII.10.14.1. Procedimiento de la actividad 1.1.1. Capacitación sobre manejo de indicadores de desempeño turísticos





### VIII.10.15. Asignación De Recursos

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	BENEFICIARIO	RECURSOS			
			HH	\$	LUGAR	MATERIAL
1.1.1	Alcaldía municipal en coordinación con Cooperativa de turismo de Intipucá	Todos los pobladores de la zona	6	\$263.98	Local alquilado por la cooperativa de turismo	Equipo audiovisual

### VIII.10.16. Detalle De Costos

El detalle de los costos se muestra a continuación:

Actividad	Clasificación recurso	Descripción	Cantidad	puestos	HH	Costo Unitario	Costo total	
1.1.1	humano	consultor	1	1	6	\$15	\$90	
	Papelería y equipo	Resma de papel bond	1			\$4.50	\$4.50	
		Folder tamaño carta	40			\$3	\$3	
		Caja de fastener	1			\$5	\$5	
		Impresiones	4			\$0.15	\$0.60	
		fotocopias	40			\$0.05	\$2	
		engrapadora	1			\$3	\$3	
		Caja de Repuestos para engrapadora	1			\$3.75	\$3.75	
		Plumones para pizarra	2			\$0.40	\$0.80	
		Borrador para pizarra acrílica	1			\$3.95	\$3.95	
		Alquiler de cañón	1			\$35	\$35	
		1 caja de lápices	1			\$1.20	\$1.20	
		1 caja de lapiceros	1			\$1.50	\$1.50	
		Alquiler de mesas	4			\$0.83	\$3.32	
		Alquiler de sillas	24			\$0.24	\$0.24	
		manteles	4			\$0.83	\$3.32	
		local	alquiler				\$80	\$80
		alimentación	refrigerio	24			\$0.95	\$22.80
<b>total</b>							<b>\$263.98</b>	

## VIII.11. SÍNTESIS DE LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO

### VIII.11.1. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se realiza para poder visualizar en qué medida incrementara el uso de la capacidad ociosa de la oferta a partir de la mejora que se propone en la prestación de servicios y con el programa de marketing.

A continuación se presentan los datos del diagnóstico que servirán como base para realizar dicha proyección:

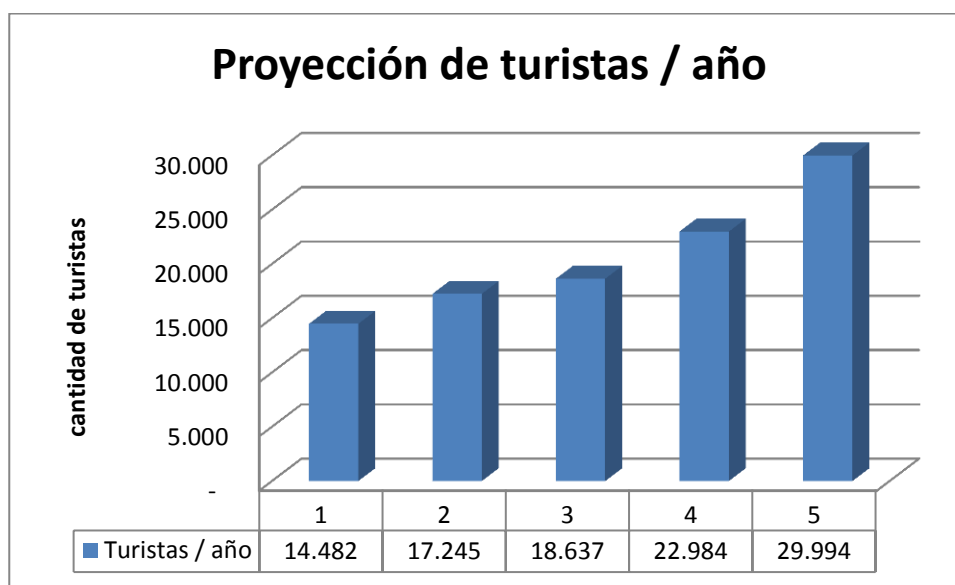
- La capacidad de acogida semanal de servicios turísticos de hotelería de la zona costera de Intipucá es de 1372 personas;
- La capacidad en cuento a mesas para que las personas coman cómodamente de los restaurantes de los hoteles y del único restaurante de Intipucá en la zona costera es de 2156 personas/semana;
- La capacidad de servicios turísticos de hotelería no utilizada en semanas de no vacaciones es del 87.6% y de 35.5% en semanas de vacaciones;
- La capacidad en cuanto a estadía de un día y de restaurante no utilizada es de 67.06% en semanas de no vacaciones y de 24.16% en semanas de vacaciones;
- La capacidad de servicio de tour en kayak es: 420 personas / semana;
- La capacidad de tour de kayak no utilizada en semanas de no vacaciones es de 80.9% y en semanas de vacaciones es de 64.28%;
- Los niveles de ocupación promedio para los periodo de vacaciones es de 58.69% y para los periodos de no vacaciones es de 21.48%.
- La capacidad promedio de servicios turísticos es de 859 turistas por semana, en los diferentes servicios turísticos;
- También se determino que la demanda promedio que podría llegar a tener el destino turístico de Intipucá es de 45095 personas en promedio para los próximos 5 años;
- En cuanto en que época del año realizan las actividades turísticas se tiene:
  - En primer lugar están las vacaciones de fin de año con 56%;
  - En segundo lugar las vacaciones de semana santa con 55%;
  - En tercer lugar las vacaciones de agosto con 49%;
  - Y en último lugar otros con 26%, ésta última referida mayormente a fines de semana.

Partiendo de la información anterior y considerando que se implementen los proyectos de los programas de mejora de la oferta y de marketing se estima que la ociosidad disminuya paulatinamente en 25% en los 2 primeros años, 50% en los segundos 2 años y 75% en el 5to. Año, esto para las semanas de vacaciones y en 15% en los primeros 2 años, 30% en los segundos 2 años y 50% en el 5to. Año. Es decir, el grado de ocupación promedio que se estima a lo largo de los 5 años es de:

**Tabla 73: Niveles de ocupación de la capacidad turística**

Años	Nivel de ocupación estimada	
	Vacaciones	No Vacaciones
1	63.85%	27.37%
2	69.02%	33.26%
3	74.18%	39.15%
4	84.51%	45.04%
5	89.67%	60.74%

A continuación se presenta la proyección de ventas de los paquetes turísticos propuestos<sup>90</sup>:



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 28: Pronostico mensual de la oferta**

<sup>90</sup> Turistas / año (año 1) = (9 X 4X capacidad turística promedio X nivel de ocupación época no vacacional año 1) + [(0.45+0.56+0.55) X 3 X capacidad turística promedio X nivel de ocupación época vacacional año 1] = (9 X 4 X 859 X 0.2737) + [(0.45+0.56+0.55 {preferencia vacacional}) X 3 X 859 X 0.6385]= 14,482 turistas, y así sucesivamente para los 5 años de evaluación, sustituyendo los niveles de ocupación para cada año.

## Proyeccion de Turistas / mes

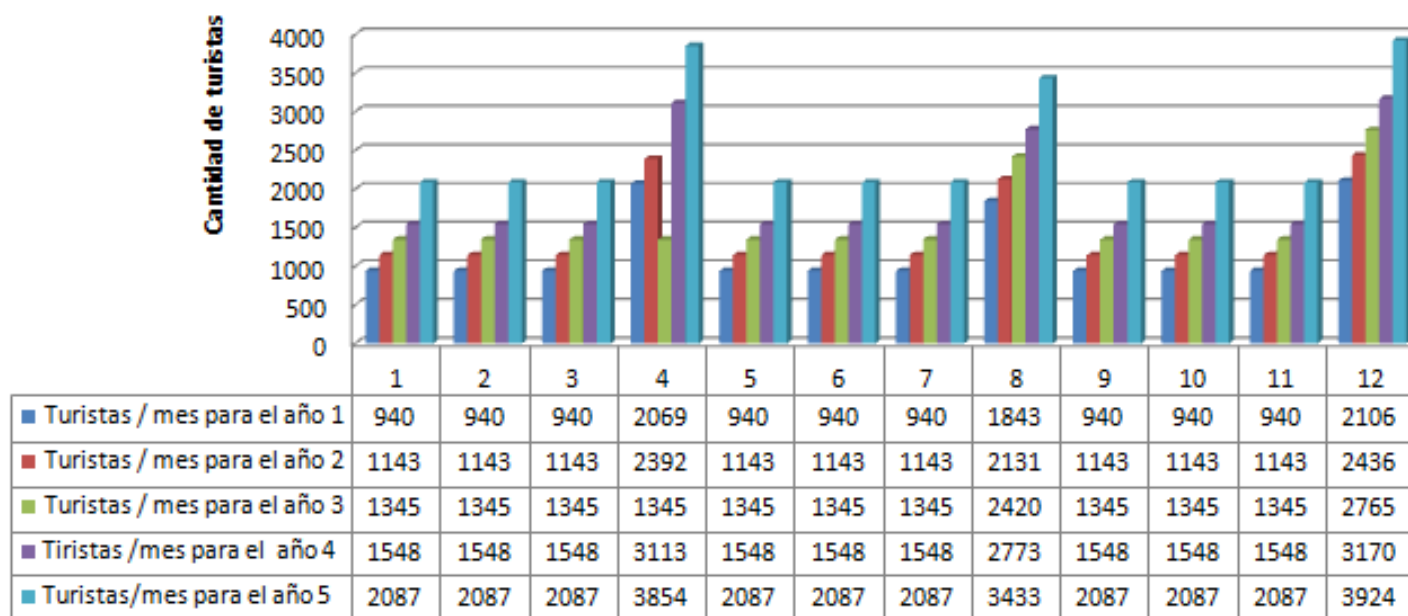


Gráfico 29: Pronostico de la oferta mensual <sup>91</sup>

Fuente: elaboración propia

<sup>91</sup> Turistas / mes de ene., feb., mar., ~~may., junio, julio, sept. oct., nov.~~ (año 1) = 4 X capacidad turística promedio X nivel de ocupación época no vacacional año 1= 4 X 859 X 0.2737 = 940 turistas por mes;

Turistas / mes de vacación = Preferencia vacacional abril, agosto, o dic. X { 3 X [ capacidad turística promedio X (nivel de ocupación época vacacional año 1 + 3 X nivel de ocupación época no vacacional año 1 ) ] } = 0.55 { 3 X [ 859 X (0.6385 + 3 X 0.2737) ] } = 2069 turistas en abril, = 0.49 X { 3 X [ 859 X (0.6385 + 3 X 0.2737) ] } = 1843 turistas en agosto, = 0.56 X { 3 X [ 859 X (0.6385 + 3 X 0.2737) ] } = 2106 turistas en el mes de diciembre. Y así sucesivamente sustituyendo los niveles de ocupación para cada año.

### VIII.11.2. Ordenamiento de los planes de acuerdo a su implementación

La ejecución de los programas del Plan Desarrollo implica la participación de los elementos del sistema turístico, es decir, del Espacio Geográfico, Los entes interesados, La oferta y la demanda, por ello es necesario definir un orden de acuerdo al cual se afectarán cada uno de estos elementos, en los que la clave será la inmediatez del contacto que se puede tener con los mismos. Así ordenando los programas de acuerdo al elemento del sistema turístico al que pertenece tenemos que:

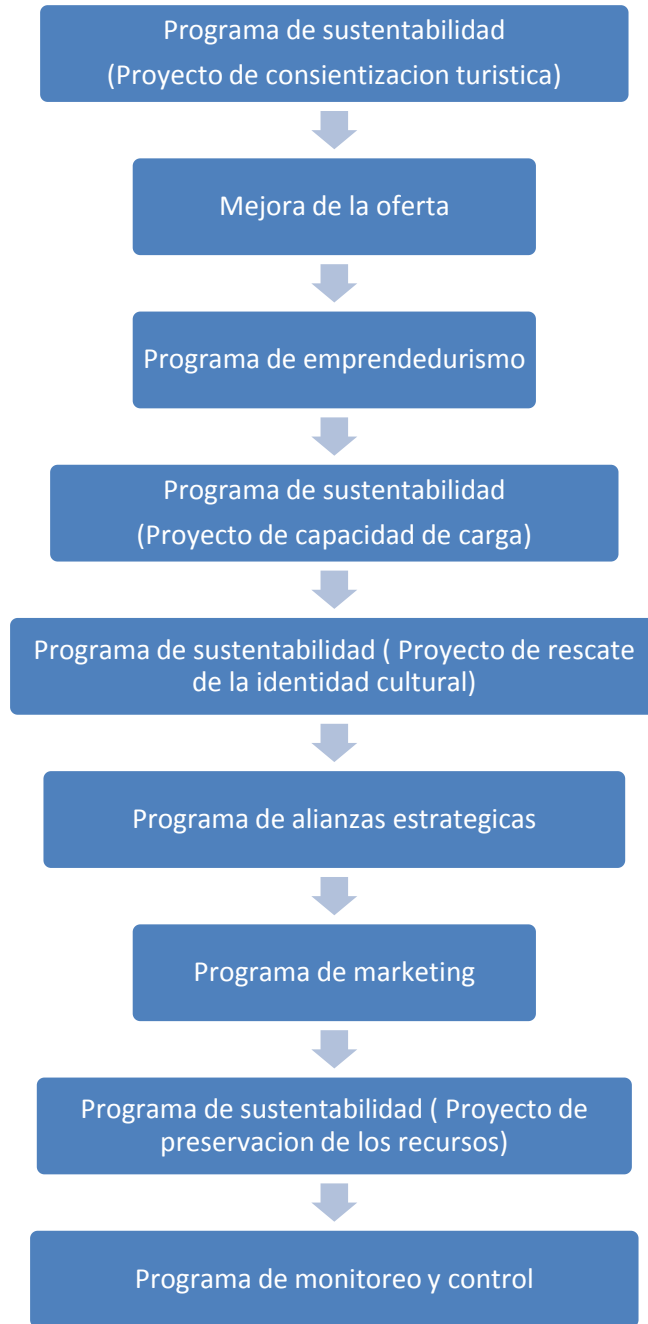
<b>Elementos del Sistema</b>	<b>Programa</b>
<b>Espacio Geográfico</b>	Programa de sustentabilidad Programa de marketing
<b>Entes de interés</b>	Programa de marketing Programa de alianzas estratégicas Programa de sustentabilidad
<b>Oferta</b>	Mejora de la oferta Programa de emprendedurismo
<b>Demanda</b>	Programa de marketing

Los criterios para ordenar los planes son los siguientes:

1. Dar a conocer los atractivos y servicios turísticos hasta que haya una concientización sobre la importancia del turismo para que las personas sean parte impulsadora del proyecto y no oponentes;
2. Fortalecer las debilidades de los servicios turísticos para que la nueva demanda sea permanente;
3. Reforzar la identidad cultural para que ésta no se termine de perder con los nuevos turistas;
4. Partiendo del hecho que la principal riqueza turística del municipio de Intipucá es natural, se debe garantizar la preservación de estos recursos.

En el esquema 23, se presentan los programas ordenados según su implementación, considerando los criterios mencionados anteriormente:

Esquema 23: Orden de implementación de los programas



### VIII.11.3. Síntesis de las Actividades, Recursos y Periodicidad de los Programas

#### VIII.11.3.1. . Programa de Mejora de la Oferta

Proyectos	Objetivos
<b>Documentación y estandarización de servicios de oferta: tour operadores, kayak, hospedaje, restaurantes.</b>	Documentar y estandarizar procesos para los prestadores de servicios.
<b>Desarrollo de buenas prácticas turísticas a MYPYMES</b>	Elaborar un manual de buenas prácticas para MYPYMES para Proporcionar especificaciones técnicas para tiendas de artesanías y souvenirs.
<b>Diseño de rutas turísticas</b>	Diseñar y documentar las rutas turísticas de los principales atractivos turísticos.
<b>Desarrollo técnico de servicios de oferta turística</b>	Documentar las especificaciones técnicas para los servicios turísticos.

NO. ACT.	ACTIVIDAD	TIEMPO	ENCARGADO	PERIODICIDAD
<b>A.0.</b>	Elaboración de guías y manuales <sup>91</sup>	20 días	ADESTI	1 ves
<b>Documentación y estandarización de servicios de oferta</b>				
<b>A.1.1.</b>	Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para tour el operador de Intipucá	3 días	Técnico sub-contratado	1 ves
<b>A1.2.</b>	Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para la realización de actividades de Canotaje	3 días	Técnico sub-contratado	1 ves

<sup>91</sup> La entrega de las guías y manuales se realizara en las capacitaciones

<b>A.1.3.</b>	Capacitación técnica sobre requisitos y procedimientos para prestadores de servicios de alojamiento	3 días	Técnico sub-contratado	1 ves
<b>A.1.4.</b>	Capacitación a restaurantes y establecimientos gastronómicos en normas de calidad turísticas	3 días	Técnico sub-contratado	1 ves
<b>Desarrollo de buenas prácticas turísticas a MYPYMES</b>				
<b>A.2.1.</b>	Capacitación a las MYPYMES de Intipucá sobre buenas prácticas turísticas	4	Técnico subcontratado (Consultor de MYPYMES)	2 veces por año
<b>Diseño de rutas turísticas</b>				
<b>A.3.1.</b>	Capacitación a tour operador sobre tour a Cerro Panela	1 día	Guía turístico de Intipucá	1 ves
<b>A.3.2.</b>	Capacitación a tour operador sobre tour a Río Guarrapuca	1 día	Guía turístico de Intipucá	1 ves
<b>A.3.3.</b>	Capacitación a tour operadores sobre tour a Manglares	1 día	Guía turístico de Intipucá	1 ves
<b>Desarrollo técnico de servicios de oferta turística</b>				
<b>A.4.3.</b>	Capacitación sobre buenas prácticas turísticas para tour operador	3 días	Técnico subcontratado	1 ves
<b>A.4.5.</b>	Capacitación sobre buenas prácticas de manipulación de alimentos a restaurantes	3 días	Técnico subcontratado	1 ves



Diagrama de implementación del programa de mejora oferta turística

ACT.	ENE				FEB				MAR				AGO				SEP				OCT			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
A.0.	■	■	■																					
A.1.1.				■																				
A.1.2.				■																				
A.1.3.					■																			
A.1.4.					■																			
A.2.1.					■															■				
A.3.1.						■																		
A.3.2.						■																		
A.3.3.						■																		
A.4.3.							■																	
A.4.5.							■																	

### VIII.11.3.2. Programa de Marketing

Proyecto	Objetivo
<b>“Señalización turística”</b>	Presentar una propuesta de señalización vial que detalle las características, actividades y el proceso necesario a seguir para su implantación tanto dentro como fuera del municipio para atraer a los turistas a los diferentes atractivos turísticos del municipio y orientarlos una vez estos lleguen a su destino a los diferentes puntos de interés turístico como hoteles, restaurantes y playas.
<b>“Promoción y Publicidad”</b>	Plantear un proyecto de “Promoción y Publicidad” en el que se detalle el proceso a seguir por la Asociación de Desarrollo Turístico para que de manera formal se empiece un esfuerzo publicitario que informe al turista acerca de la existencia de la oferta de turismo ofrecida por las cooperativa de kayak, hoteles, restaurantes y sobre los principales atractivos turísticos de Intipucá.
<b>“Promoción de Ventas”</b>	Proponer un proyecto de “promoción de ventas” en el que se establezca el trato que se debe tener con los consumidores y los principales instrumentos de promoción para animar a los turistas a probar éste nuevo sitio turístico y tener la posibilidad de incrementar las ventas a corto plazo o utilizarse para ayudar a crear una participación en el mercado a largo plazo.

NO. ACT.	ACTIVIDAD	TIEMPO	ENCARGADO	PERIODICIDAD
<b>“Señalización turística”</b>				
<b>B.1.1.</b>	Realizar una solicitud de permiso para colocar las señales turísticas a las alcaldías de Conchagua, Chirilagua, Intipucá, Usulután, Santa Elena y El Transito.	15 días	Presidente de de la ADESTI	1 ves / año
<b>B1.2.</b>	Contratar una empresa publicitaria para que se encargue de colocar las señales, éstas deben incluir la distancia a la que se encuentra, los principales atractivos y servicios que éste posee como playas, ríos, montañas, hoteles y tour de kayak.	15 días	Presidente de de la ADESTI	1 ves

<b>B.1.3.</b>	Formar una comisión de 4 personas para la elaboración y colocación de la señalización turística.	5 días	Presidente de de la ADESTI	1 ves
<b>B.1.4.</b>	Solicitar permiso a la alcaldía de colocar las señales turísticas en el municipio de Intipucá.	15 días	Presidente de de la ADESTI	1 ves
<b>B.1.5.</b>	Diseñar, elaborar y colorar las señales que les permitan a los turistas obtener la información que le digan hacia donde puede desplazarse para encontrar lugares que le permitan desarrollar su visita turística.	30 días	Comisión de señalización	1 ves
<b>B.1.6.</b>	Realizar mantenimiento de las señales turísticas en el municipio, cambiar las que estén deterioradas, reponer las que ya no se encuentren	15 días	Comisión de señalización	2 veces / año
<b>“Promoción y Publicidad”</b>				
<b>B.2.1.</b>	Formar una comisión de 3 personas que se encarguen de publicitar los atractivos turísticos, actividades turísticas, ofertas turísticas a través de las redes sociales.	5 días	Presidente de de la ADESTI	1 ves
<b>B.2.2.</b>	Capacitar la comisión de fotografía y comunicaciones.	30 días	Técnico sub contratado	1 ves
<b>B.2.3.</b>	Adquisición de equipo de fotografía, video y computadora portátil	5 días	Presidente de de la ADESTI	1 ves
<b>B.2.4.</b>	Realizar un recorrido por los diferentes atractivos turísticos como montañas, ríos, playas, manglar entre otros.	15 días	Comisión de fotografía	3 ves / año
<b>B.2.5.</b>	Realizar un concurso en Facebook con los turistas que han visitado el municipio de Intipucá. Con esto se pretenden interactuar con los clientes y dar a conocer las actividades turísticas que se pueden realizar en Intipucá a	30 días	Comisión de fotografía	1 ves / año

	través de los mismos turistas.			
<b>B.2.6.</b>	Invitar a 2 persona por cada tour operador interesado en realizar tour en Intipucá.	10 días	ADESTI	1 ves / año
<b>B.2.7.</b>	Invitar a los reporteros y periodistas encargados de escribir y realizar reportajes turísticos a realizar un tour de manera gratuita para que estos puedan hacer publicidad mediante un reportaje, noticiero, o artículo.	5 días	ADESTI	1 ves / año
<b>B.2.8.</b>	Realizar una alianza con grupo Radio Stereo y Grupo Samix intercambiando publicidad a través de las radios por paquetes turísticos, ósea, por producto.	10 días	ADESTI	3 veces / año
<b>B.2.9.</b>	Diseñar brochures y hojas volantes con los diferentes tour y rutas turistas que ofrece el municipio para repartir en centros escolares para alumnos de fin de curso; ministerios, alcaldías, hospitales, clínicas iglesias, líderes de pueblos, cantones y equipos de futbol y realicen excursiones.	5 días	ADESTI	3 veces / año
<b>B.2.10.</b>	Contratar una empresa publicitaria que se encargue de realizar la publicidad en Mopis y traseras de buses. Se recomienda hacer publicidad en estos medios ya que, son los más económicos y la cobertura es a nivel del gran San Salvador.	5 días	ADESTI	3 veces / año
<b>B.2.11.</b>	Realizar una alianza estratégica con los hoteles y restaurantes de playa el cuco, las tunas e Intipucá, en el sentido de solicitarles que brinden un espacio en su local para colocar un <b>roll up en Barcelona</b>	5 días	Cooperativa de kayak	1 ves
<b>B.2.12.</b>	Contratar una empresa de impresión digital para que elabore los <b>Roll up en Barcelona.</b>	5 días	Presidente de Cooperativa de kayak	2 veces / año

<b>“Promoción de Ventas”</b>				
<b>B.3.1.</b>	Asignar a la comisión de fotografía y comunicaciones que elaboren afiches para publicarlo en las redes sociales donde se describa el tour	5 días	Comisión de fotografía	12 veces / año
<b>B.3.2.</b>	Formar una comisión de ventas por parte de la cooperativa de 3 a 5 vendedores que se encarguen de visitar centros escolares, colegios, ministerios del gobierno, iglesias, alcaldías, grandes empresas como bancos, telefonías, entre otros.	5 días	Presidente de Cooperativa de kayak	1 ves
<b>B.3.3.</b>	Capacitar la comisión de ventas para brindar herramientas de trabajo para la motivación y el desarrollo de habilidades profesionales en ventas.	7 días	Técnico sub contratado	1 ves
<b>B.3.4.</b>	Asignar una línea de clientes a cada vendedor para que empiecen su labor de promover las excursiones.	3 días	Presidente de Cooperativa de kayak	1 ves
<b>B.3.5.</b>	Contratar una empresa que se dedique a realizar artículos promocionales, y mandar hacer camisetas.	15 días	Presidente de Cooperativa de kayak	3 veces / año
<b>B.3.6.</b>	Contratar una empresa que se dedique a realizar artículos promocionales, comprar camisetas, estilo polo y gorras.	15 días	Presidente de Cooperativa de kayak	1 veces / año

Diagrama de implementación del programa de marketing para el año 1

ACT.	FEB				MAR				ABR				MAY				JUN				JUL				AGO				SEP				OCT				NOV				DIC
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	
B.1.1.	■	■																																							
B.1.2.			■	■																																					
B.1.3.	■																																								
B.1.4.		■	■																																						
B.1.5.			■	■	■	■																																			
B.1.6.																											■	■													
B.2.1.	■																																								
B.2.2.		■	■	■	■																																				
B.2.3.						■																																			
B.2.4.							■	■									■	■																		■	■				
B.2.5.			■	■												■	■	■																							
B.2.6.						■																																			
B.2.7.							■	■																																	
B.2.8.						■	■										■	■																		■	■				
B.2.9.		■														■																									
B.2.10.						■																																			
B.2.11.																																									
B.2.12.																																									
B.3.1.																																							■		
B.3.2.																																									
B.3.3.																																									
B.3.4.																																									
B.3.5.																																							■		
B.3.6.																																									

Diagrama de implementación del programa de marketing para el año 2 y los siguientes años

ACT.	ENE				FEB				MAR		ABR		MAY		JUN		JUL				AGO		SEP		OCT		NOV		DIC
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	1	4	1	4	1	4	1	2	3	4	1	4	1	2	1	4	1	2	1
B.1.1.	■	■																											
B.1.6.					■	■																	■	■					
B.2.4.							■	■									■	■									■	■	
B.2.5.					■	■											■	■	■	■									
B.2.6.						■																							
B.2.7.							■	■																					
B.2.8.					■	■											■	■									■	■	
B.2.9.	■															■									■	■			
B.2.10.					■											■									■	■			
B.2.12.									■	■													■	■					
B.3.1.	■				■				■	■	■	■	■	■	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■	■
B.3.4.						■																							
B.3.5.							■	■									■	■									■	■	
B.3.6.			■	■																									

### VIII.11.3.3. Programa de Sustentabilidad

Nombre del proyecto	Objetivo
<b>“Capacitación de la Importancia de la Capacidad de Carga Turística y la Metodología para su Determinación”</b>	Proponer una metodología para la determinación de la capacidad de carga turística y dar a conocer la importancia de como ésta puede ayudar a evitar una alteración irreversible en el entorno natural y que se produzca un deterioro evidente en la calidad de experiencia de los visitantes.
<b>“Plan de Concientización Turística”</b>	Realizar un plan de Concientización Turística dirigido a los pobladores del municipio con iniciativas de negocio turístico así como a los comerciantes actuales, que facilite la identificación y el acceso a fuentes de financiamiento de interés propiciando mayores oportunidades para el crecimiento de la zona.
<b>“Plan de Preservación de los Recursos Turísticos”</b>	Preparar un programa de preservación de los recursos turísticos para poder mantenerlos y no degradar el medio ambiente.
<b>“Fortalecimiento del rescate y conservación de la identidad y difusión del Patrimonio Cultural en los habitantes del municipio de Intipucá”</b>	Fortalecer el rescate y conservación de la identidad y difusión del Patrimonio Cultural en los habitantes del municipio de Intipucá a través de una Estrategia de Animación Socio Cultural.

NO. ACT.	ACTIVIDAD	TIEMPO	ENCARGADO	PERIODICIDAD
<b>“Capacitación de la Importancia de la Capacidad de Carga Turística y la Metodología para su Determinación”</b>				
C.1.1.	Seminario acerca de la importancia de la capacidad de carga y la metodología para poder determinarla.	15 días	Técnico sub: Ing. Industrial	1 ves
C.1.2.	Determinación de la capacidad de carga de los negocios y principales atractivos turísticos.	5 días	Técnico sub: Ing. Industrial	1 ves



<b>“Plan de Concientización Turística”</b>				
<b>C.2.1.</b>	Charlas informativas sobre el turismo, las diferentes maneras o formas que existen para apoyar el desarrollo turístico y los beneficios para el municipio	20 días	ADESTI	1 ves
<b>C.2.2.</b>	Charlas informativas acerca de cómo tratar a los visitantes	20 días	ADESTI	1 ves
<b>“Fortalecimiento del rescate y conservación de la identidad y difusión del Patrimonio Cultural en los habitantes del municipio de Intipucá”</b>				
<b>C.3.1.</b>	Seminario en temas de animación socio cultural	7 días	Téc. Sub: Lic. En Antropología	1 ves
<b>C.3.2.</b>	Taller en temas relacionados con el patrimonio cultural	5 días	Téc. Sub: Lic. En Antropología. y conocedores de las costumbres	1 ves
<b>C.3.3.</b>	Presentar a los habitantes, en el parque del municipio los temas aprendidos del patrimonio cultural haciendo uso de técnicas de animación socio cultural al culminar ambas capacitaciones.	5 días	Comité de la casa de la cultura.	1 ves
<b>C.3.4.</b>	Realizar un Festival gastronómico de platillos tradicionales	10 días	ADESTI y Comité de la casa de la cultura.	1 ves / año
<b>C.3.5.</b>	Realizar en las comunidades investigaciones, donde, sus miembros puedan rescatar tradiciones que se han perdido y sean necesarias revitalizarlas, éstas serán presentadas en un evento realizado en el parque municipal	15 días	ADESTI y Comité de la casa de la cultura.	1 ves / año
<b>C.3.6.</b>	Realizar un concurso con la población escolar donde a través de representaciones artísticas se expongan temas sobre la historia del municipio de Intipucá	15 días	ADESTI y Comité de la casa de la cultura.	1 ves / año
<b>C.3.7.</b>	Creación en la comunidad de una sala de extensión	10 días	ADESTI y Comité de	1 ves

	del museo		la casa de la cultura.	
<b>“Plan de Preservación de los Recursos Turísticos”</b>				
<b>C.4.1.</b>	Campañas sectoriales de prevención de desechos, orientada hacia los hogares, el comercio, oficinas y centros educativos	30 días	UMA	1 ves
<b>C.4.2.</b>	Programa de concientización para la implementación del compostaje y el reciclaje	30 días	UMA	1 ves
<b>C.4.3.</b>	Separación y almacenamiento domiciliarios de los desechos putrecibles y no putrecibles	15 días	UMA	1 ves
<b>C.4.4.</b>	Elaboración de una ordenanza municipal sobre los desechos sólidos que regule y controle su manejo	15 días	UMA	1 ves
<b>C.4.5.</b>	Procesamiento de la fracción putrecible en composteras	30 días	UMA	1 ves
<b>C.4.6.</b>	Construcción de un centro de acopio para la descarga, posterior separación y almacenamiento de las fracciones de papel, vidrio, plástico y metal	60 días	UMA	1 ves
<b>C.4.7.</b>	Construcción de un relleno sanitario manual	30 días	UMA	1 ves

Diagrama de implementación del programa de sustentabilidad

ACT.	ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN				JUL				AGO
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
C.1.1.								■	■																				
C.1.2.										■																			
C.2.1.	■	■	■																										
C.2.2.					■	■	■																						
C.3.1.	■																												
C.3.2.		■																											
C.3.3.								■																					
C.3.4.								■	■																				
C.3.5.									■	■	■																		
C.3.6.												■	■	■															
C.3.7.															■	■	■												
C.4.1.																					■	■							
C.4.2.																						■	■	■	■				
C.4.3.																								■	■	■	■		
C.4.4.																							■	■					
C.4.5.																								■	■	■	■		
C.4.6.																								■	■	■	■		
C.4.7.																								■	■	■	■		

Diagrama de implementación del programa de sustentabilidad año 2 y siguientes

ACT.	ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN				JUL			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
C.3.4.									■	■																		
C.3.5.										■	■	■																
C.3.6.													■	■	■													

### VIII.11.3.4. Implementación integrada

A continuación se presenta el resumen de la implementación del plan de desarrollo sustentable de turismo:

**Tabla 74: Diagrama de la implementación integrada**

ACT.	1												2												3												4												5											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	9	11	12	1	2	3	4	8	9	12	1	2	3	4	9	12	1	2	3	4	9	11	12																				
Proyecto de concientización turística	■	■																																																										
Mejora de la oferta	■	■						■					■					■							■																																			
Proyecto de capacidad de carga		■	■																																																									
Proyecto de rescate de la identidad cultural)	■	■	■	■									■	■										■	■																																			
Programa de marketing	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																						
Preservación de los recursos				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																						

**Tabla 75: Programación de egresos anual para el desarrollo del plan de desarrollo sustentable de turismo**

Programa o Proyecto	Costos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyecto de concientización turística	\$829.65				
Mejora de la oferta	\$ 3,132.01	\$293.98	\$293.98	\$293.98	\$293.98
Proyecto de capacidad de carga	\$806.65				
Proyecto de rescate de la identidad cultural	\$1,040.55	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00
Programa de marketing	\$17,821.60	\$32,420.00	\$32,420.00	\$32,420.00	\$32,420.00
Preservación de los recursos	\$100,012.05	\$38,384.67	\$38,384.67	\$38,384.67	\$38,384.67
<b>Total</b>	<b>\$123,642.51</b>	<b>\$71,598.65</b>	<b>\$71,598.65</b>	<b>\$71,598.65</b>	<b>\$71,598.65</b>

Fuente: elaboración propia

## CAPITULO IX. EVALUACIONES DEL PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO

### IX.1. OBJETIVOS

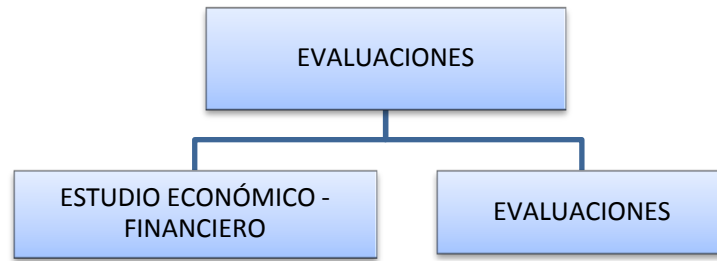
#### Objetivo General

Realizar las evaluaciones económica- financiera, social, de género y ambiental, para determinar la factibilidad del plan de desarrollo sustentable de turismo; así como un plan de implementación que sirva como una guía de ejecución de los programas.

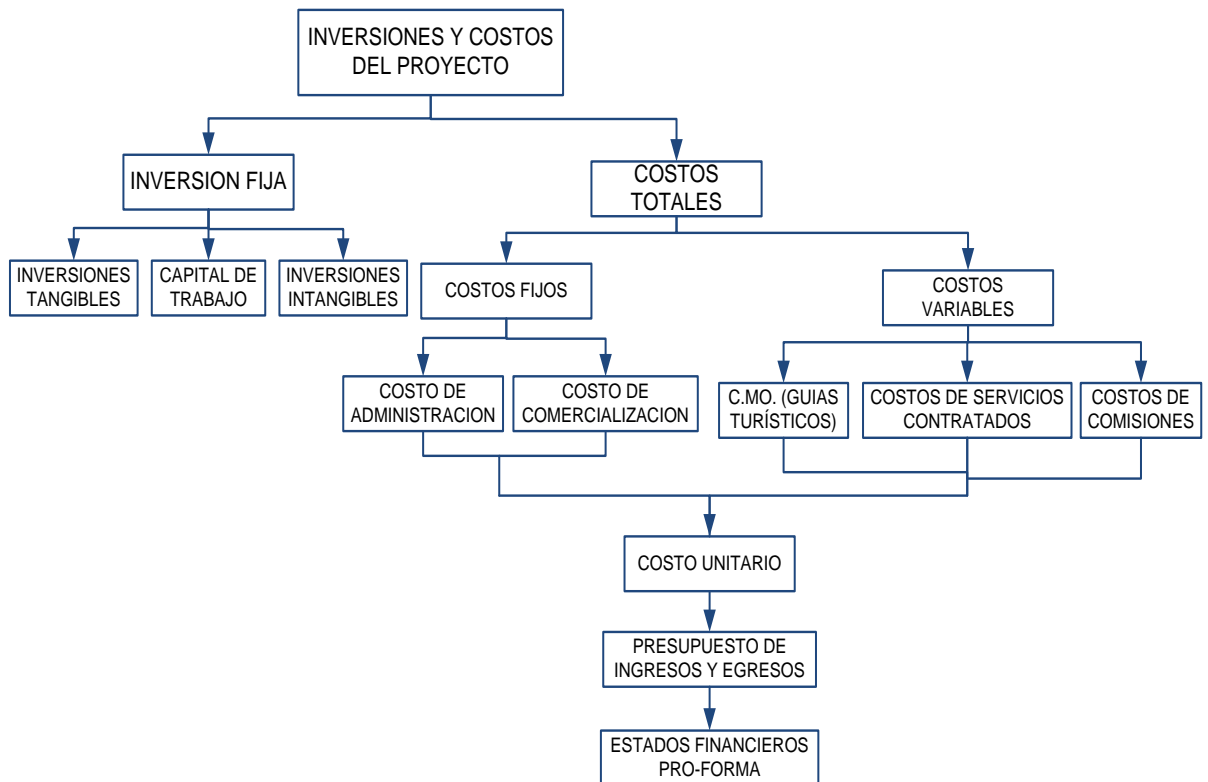
#### Objetivos Específicos

- Hacer una evaluación económica- financiera de los paquetes turísticos que se le proponen a la cooperativa “ElGran Arco De La Boca” para determinar la rentabilidad de los mismos;
- Evaluar el impacto ambiental generado por la ejecución del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo y así contribuir a minimizar los efectos negativos al medio ambiente en la Zona Costera del Municipio de Intipucá;
- Realizar una evaluación socioeconómica a través de indicadores para determinar los efectos que genera la ejecución del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá;
- Evaluar desde la perspectiva de género la participación equitativa de hombres y mujeres que las acciones de las actividades de los proyectos generan en la Zona Costera del Municipio de Intipucá;
- Planear y organizar las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá mediante la administración del Proyecto.

## IX.2. METODOLOGÍA DE LAS EVALUACIONES

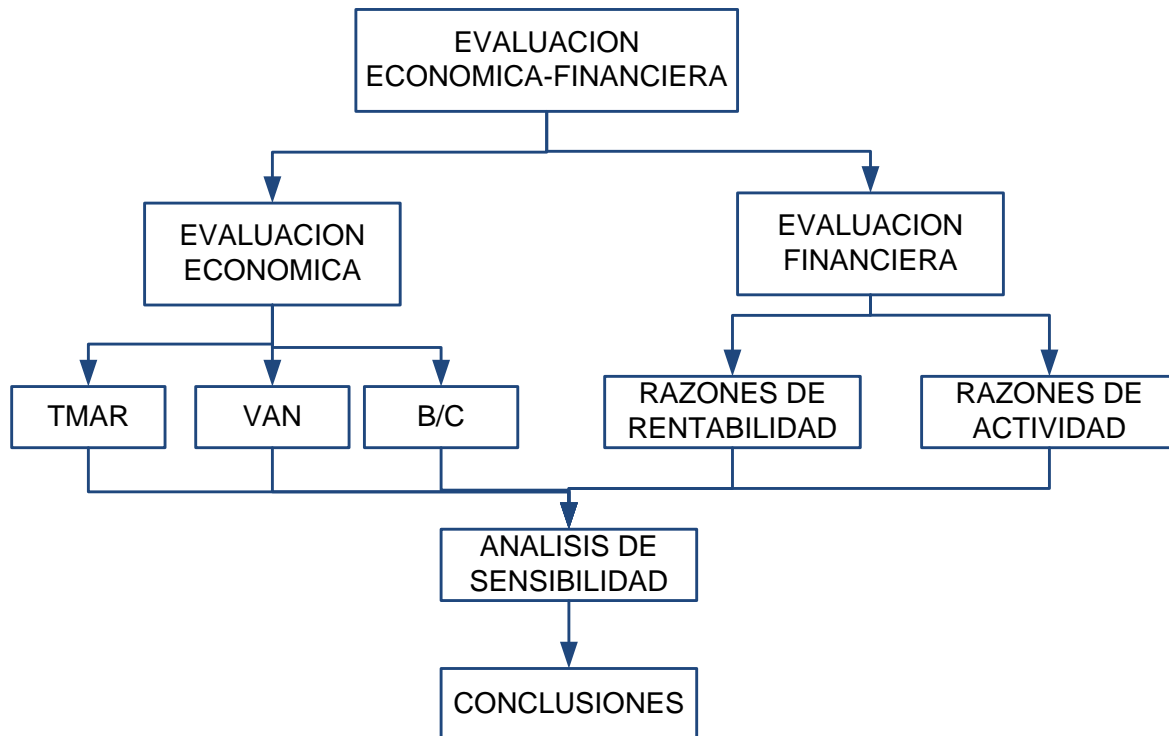


### IX.2. 1. Metodología del Estudio Económico



Fuente: Elaboración Propia

## IX.2.2. Metodología de la Evaluación Económica- Financiera



Fuente: Elaboración Propia

## IX.3. ESTUDIO ECONOMICO

### IX.3.1. Costos De Inversión De Los Paquetes Turísticos

#### IX.3.1. 1. Inversiones Tangibles

Nombre	CANT.	C.U.	C.T.
<b>Programa: Mejora de la oferta</b>			
Laptop	1	\$ 500.00	\$ 500.00
<b>Programa de Marketing</b>			
Señales en carretera	9	\$ 353.3333	\$3180.00
Señales en el municipio	35	\$ 41.9643	\$1468.75
Computadora	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Cámara	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Video Cámara	1	\$350.00	\$350.00
Impresora Multifunción	1	\$100.00	\$100.00
<b>TOTAL</b>			\$ 6548.75

Fuente: elaboración propia, a partir del presupuesto de diseño



### IX.3.1. 2. Inversiones Intangibles

Actividad	C.T.
<b>Programa: Mejora de la Oferta</b>	
Capacitación sobre Documentación y estandarización de servicios de oferta: tour operadores, kayak, hospedaje, restaurantes	\$ 1,011.640
Capacitación sobre Desarrollo de buenas prácticas turísticas a MYPYMES	\$326.80
Capacitación sobre Diseño de rutas turísticas	\$656.94
Capacitación sobre Desarrollo técnico de servicios de oferta turística	\$636.63
<b>Programa de Marketing</b>	
Permisos en alcaldía	\$ 644.75
Capacitación en T.I. y fotografía	\$1320.60
Servicios de publicidad	\$9430.00
Capacitación a la comisión de ventas	\$227.50
<b>Proyecto de capacidad de carga y concientización turística</b>	
Capacitación y determinación de la capacidad de carga	\$ 806.65
Concientización turística	\$829.65
<b>Presupuesto de administración de la implementación de los proyectos</b>	
Administración de la implementación de los proyectos (29% del total de presupuesto) <sup>92</sup>	\$8034.45
<b>Total</b>	<b>\$23925.61</b>

Fuente: elaboración propia, a partir del presupuesto de diseño

### IX.3.1. 3. Total Inversión Fija Tangible E Intangible

Rubro	Total
<b>Total inversión fija tangibles</b>	\$ 6548.75
<b>Total inversión fija intangibles</b>	\$23925.61
<b>Total inversión fija</b>	<b>\$30474.36</b>

Fuente: elaboración propia

<sup>92</sup> Se toma el 29% del presupuesto de implantación que se muestra en la tabla 119, porque, es el porcentaje de participación de la inversión de los proyectos A, B, C Y D, del presupuesto total que se muestra en la tabla del ítem X.12.

#### IX.3.1. 4. Capital De Trabajo

Con este apartado se garantiza que la cooperativa cuente con el suficiente capital en efectivo o liquidez para afrontar los gastos de salarios y pago de servicios correspondientes al tiempo que se espera pase para que el proyecto empiece a recibir ingresos o utilidades provenientes de las actividades de los proyectos involucrados en la implantación de los paquetes turísticos, el periodo que se estima es el que se necesita para la implementación de dichos proyectos que es aproximadamente de 6 meses.

- Salarios
- Pago de servicios
- 5% de los imprevistos

#### A. Salarios

En la tabla 76, se presentan los salarios fijos de la cooperativa de kayak, y las prestaciones de ley incluyendo las prestaciones de ley para los guías turísticos en base al salario minio.

El salario de los guías turísticos no se considera porque es un salario variable.

**Tabla 74: Salarios de la planilla fija de la cooperativa**

Plazas	Salario mensual*	Total semestral
<b>Administrador de la cooperativa</b>	\$ 400.00	\$ 2400.00
<b>Asistente del administrador</b>	\$ 250.00	\$1500.00
<b>Comisión de fotografía</b>	\$ 300.00	\$ 1800.00
<b>Comisión de ventas (salario base)</b>	\$ 200.00 x (5 pe)	\$ 6 000.00
<b>Sub-total</b>		\$ 11700.00
<b>ISSS %7.5</b>		\$ 819.00
<b>AFP %6.75</b>		\$ 789.75
<b>AFP Y ISSS - GUIAS TURÍSTICOS (9 guías)</b>		\$ 1539.00
<b>Vacaciones (15 días+30%)</b>		\$ 1267.50
<b>Aguinaldos</b>		\$ 325.00
<b>TOTAL</b>		\$ 15806.50

Fuente: elaboración propia

## **B. Pago de servicios**

Tabla 75: pago de suministros y servicios

Suministro	Costo mensual	Costo anual
Papelería y equipo	\$ 40.00	\$ 240.00
Teléfono e Internet	\$ 45.00	\$ 270.00
Agua y electricidad	\$ 31.23	\$ 187.38
Alquiler	\$ 125.00	\$ 750.00
Vigilancia	\$ 150.00	\$ 900.00
<b>Total</b>		<b>\$ 2347.38</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los gastos actuales de la cooperativa

## **Total capital de trabajo**

Rubro	Total
Salarios	\$ 15806.50
Servicios	\$ 2347.38
Sub- total	\$ 18153.88
5% imprevistos	\$ 907.694
<b>Total</b>	<b>\$ 19061.58</b>

Fuente: elaboración propia

## **IX.3.1.5. Total de la Inversión**

**Total Inversión: \$ 49535.94**

## IX.3.2. Depreciación Y Amortizaciones De La Inversión

### IX.3.2.1. Depreciación De La Inversión Tangible

Nombre	VALOR	Vida útil	Recuperación	Depreciación
<b>Programa: Mejora de la oferta</b>				
Laptop	\$500.00	5	0	\$ 100.00
<b>Programa de Marketing</b>				
Señales en carretera	\$3,180.00	5	0	\$ 636.00
Señales en el municipio	\$1,468.75	5	0	\$ 293.75
Computadora	\$800.00	5	0	\$ 160.00
Cámara	\$150.00	5	0	\$ 30.00
Video Cámara	\$350.00	5	0	\$ 70.00
Impresora Multifunción	\$100.00	5	0	\$ 20.00
<b>Total</b>				\$ 1,309.75

Fuente: elaboración propia

### IX.3.2.2. Amortización De La Inversión Intangible

Descripción	Valor	TR <sup>93</sup>	Amortización anual
<b>Inversión fija intangible</b>	\$23925.61	5 años	\$ 4785.12

Fuente: elaboración propia

---

<sup>93</sup> TR: tiempo de recuperación

### IX.3.3. Costeo De Los Paquetes Turísticos

#### IX.3.3.1. Costos Fijos

##### A. Costos de Administración

Tabla 76: costos de administración de los paquetes turísticos

Rubro	Costo mensual	Costo Anual
Salarios	\$ 1950.00	\$ 23,400.00
Prestaciones de ley ISSS Y AFP	\$ 524.62	\$ 6295.50
Vacaciones y Aguinaldos	\$ 159.79	\$ 1917.50
Suministros y servicios	\$ 391.23	\$ 4,694.76
Depreciación	\$ 109.16	\$ 1,309.75
Amortización	\$ 398.76	\$ 4785.12
<b>Total</b>	<b>\$3533.55</b>	<b>\$ 42402.632</b>

Fuente: elaboración propia a partir de la determinación del capital de trabajo

##### B. Costos de Comercialización

Tabla 77: costos de comercialización de los paquetes turísticos

Rubro	Costo mensual	Costo Anual
Impuestos por señales	\$ 50.00	\$ 600.00
Mantenimientos de señales turísticas del municipio	\$ 21.67	\$260.00
Reemplazo de Publicidad en hoteles y restaurantes	\$ 25.00	\$300.00
Publicidad de blochur y afiches	\$ 95.83	\$1150.00
Publicidad en carretera ( traseras de buses y mupis)	\$ 787.50	\$9450.00
Publicidad de artículos promocionales ( T-shirt)	\$ 168.75	\$2025.00
Publicidad en radios, tv y viajes de familiarización	\$ 128.75	\$1545.00
Uniformes del personal	\$ 110.00	\$1320.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,387.50</b>	<b>\$ 16,650.00</b>

Fuente: elaboración a partir del costeo del programa de marketing

### IX.3.3.2. Costos Variables

#### A. Costo de Guías Turísticos

Tabla 78: Costos de los guías turísticos

Tipo de actividad	Costo / persona	Costo Unitario
Guía turístico para canoas o kayaks dobles 1:8	\$ 15 / 8 personas	\$ 1.88 / persona
Guías turísticos para caminadas a montaña o rio 1:10	\$ 15 / 10 personas	\$1.50 / persona
Guía turístico para canoas o kayaks dobles 1:8 (2 guías)	\$ 30.00 (20 per.)	\$1.50 / persona
Guías turísticos para caminadas a montaña o rio 1:10 (2 guías)	\$ 30.00 (20 per.)	\$1.50 / persona

Fuente: información proporcionada por el Presidente de la cooperativa

#### B. Costo de servicios sub-contratados

Tabla 79: Costo de servicios sub - contratados

Tipo de servicio	C.U. / P
Pescado frito: con arroz, ensalada, 2 tortillas; ò Churrasco argentino: carne de res, chorizo, ensalada, 2 tortillas y arroz; ò Pollo a la plancha o a la crema: con arroz, ensalada, 2 tortillas; Estos van con una soda incluida.	\$ 11.00
Mariscada ( pescado, camarones, langosta y jaiba); ò Plato marinero: (langosta, filete de pescado y camarón ) ò Mar y tierra: ( camarones, carne de res, pollo y chorizo) ò Curbina frita al ajillo, en tomatada ò Camarones al ajillo o en tomatada ò Todos con arroz, ensalada y 2 tortillas con soda.	\$ 17.00
Hamburguesa con papas fritas y una soda ò Pechuguita de pollo con papas y ensalada con una soda ò Filete de pescado con papas y ensalada y una soda	\$ 7.00
Habitación 24 horas con desayuno incluido, 2 personas ( \$ 60 )	\$30.00
Habitación 24 horas con desayuno incluido, 5 personas ( \$ 70.00 )	\$14.00
Habitación 24 horas con desayuno incluido, grupo de 15 personas ( \$ 180 )	\$ 12.00
Uso de instalaciones del hotel sin consumo: mesa 4 personas, baños, 1 hamaca	\$ 5.00
Servicio de lancha para 5 personas ( 2 horas ) (\$ 30.00 )	\$6.00
Servicio de lancha para 15 personas ( 2 horas ) (\$ 50.00 )	\$ 3.33
Servicios de transporte ida y vuelta de San Salvador a Intibucá, ida y vuelta Para 15 personas con aire acondicionado incluido (\$150.00)	\$ 10.00
Servicios de transporte ida y vuelta de San Salvador a Intibucá, ida y vuelta Para 50 personas en bus - sin aire acondicionado (\$350.00)	\$ 7.00

Fuente: información proporcionada por hoteles de la zona y empresa de transporte

## **B. Costos de comisión**

**Tabla 80: Costos de comisión por paquete**

<b>Descripción</b>	<b>Costo x Comisión</b>
<b>Comisión para los hoteles y restaurantes</b>	10% del costo
<b>Comisión para vendedores</b>	10% del costo

Fuente: política de comisión es de la cooperativa

### IX.3.4. Determinación Del Costo Total Unitario Por Paquete

#### IX.3.4. 1. Costo Fijo Unitario

Para la determinación del costo fijo unitario se utilizara la cantidad mínima de turistas de la proyección de la oferta, para determinar una tasa de costo fijo que permita recolectar el total de costos fijos con un mínimo de turistas que visiten y consuman los productos costeados.

CFU= (Costos de administración + costos de comercialización) / pronostico de ventas mensual proyectado = \$ 4921.05 /940 turistas= \$5.23.

En los siguientes cuadros del 83 al 88, se presentan la determinación del costo unitario de los paquetes turísticos: Tour a los Manglares o a la Montaña:

**Tabla 81: determinación del costo unitario en base a 2 personas**

Descripción	Sin estadía		con estadía 24 horas		con estadía 48 horas	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.
<b>Costo fijo</b>	\$5.23	\$5.23	\$5.23	\$5.23	\$5.23	\$5.23
<b>Costo de comida</b>	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 36.00	\$ 36.00
<b>Costo de los guías</b>	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ 7.50
<b>Costo de transporte</b>		\$ 67.00		\$ 88.00		\$100.00
<b>Costo estadía en un hotel</b>			\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 60.00	\$ 60.00
<b>Costo unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión</b>	\$ 23.73	\$ 90.73	\$ 60.73	\$148.73	\$108.73	\$208.73
<b>Costo del servicio de lancha</b>	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00
<b>Costo unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión</b>	\$ 38.73	\$105.73	\$ 75.73	\$163.73	\$123.73	\$223.73
<b>Costo de comisión - 10% - tour en kayak a los manglares o a la montaña</b>	\$ 2.37	\$ 9.07	\$ 6.07	\$ 14.87	\$ 10.87	\$ 20.87
<b>Costo unitario de los tour en kayak y a la montaña - comisión incluida</b>	\$ 26.10	\$ 99.80	\$ 66.80	\$163.60	\$119.60	\$229.60
<b>Costo de comisión - 10% - tour a los manglares en lancha</b>	\$ 3.87	\$ 10.57	\$ 7.57	\$ 16.37	\$ 12.37	\$ 22.37
<b>Costo unitario de los tour a los manglares en lancha - comisión incluida</b>	\$ 42.60	\$116.30	\$ 83.30	\$180.10	\$136.10	\$246.10

Fuente: elaboración propia



**Tabla 82: determinación del costo unitario en base a 2 personas – sin comida y estadía**

Descripción	Sin estadía	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.
<b>Costo fijo</b>	\$5.23	\$5.23
<b>Costo de los guías</b>	\$ 7.50	\$ 7.50
<b>Costo de transporte</b>		\$ 67.00
<b>Costo estadía en un hotel de día</b>	\$ 5.00	\$ 5.00
<b>Costo unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión</b>	\$ 17.73	\$ 84.73
<b>Costo del servicio de lancha</b>	\$ 15.00	\$ 15.00
<b>Costo unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión</b>	\$ 32.73	\$ 99.73
<b>Costo de comisión - 10% - tour en kayak a los manglares o a la montaña</b>	\$ 1.77	\$ 8.47
<b>Costo unitario de los tour en kayak y a la montaña - comisión incluida</b>	\$ 19.50	\$ 93.20
<b>Costo de comisión - 10% - tour a los manglares en lancha</b>	\$ 3.27	\$ 9.97
<b>Costo unitario de los tour a los manglares en lancha - comisión incluida</b>	\$ 36.00	\$109.70

Fuente: elaboración propia

**Tabla 83: El precio unitario en base de 4 a 6 personas**

Descripción	Sin estadía		con estadía 24 horas		con estadía 48 horas	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.
Costo fijo	\$5.23	\$5.23	\$5.23	\$5.23	\$5.23	\$5.23
Costo de comida	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 36.00	\$ 36.00
Costo de los guías	\$ 3.75	\$ 3.75	\$ 3.75	\$ 3.75	\$ 3.75	\$ 3.75
Costo de transporte		\$ 37.50		\$ 45.83		\$ 54.16
Costo estadía en un hotel			\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Costo unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión	\$ 19.98	\$ 57.48	\$ 41.98	\$ 87.81	\$ 74.98	\$129.14
Costo del servicio de lancha	\$ 3.33	\$ 3.33	\$ 3.33	\$ 3.33	\$ 3.33	\$ 3.33
Costo unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión	\$ 23.31	\$ 60.81	\$ 45.31	\$ 91.14	\$ 78.31	\$132.47
Costo de comisión - 10% - tour en kayak a los manglares o a la montaña	\$ 2.00	\$ 5.75	\$ 4.20	\$ 8.78	\$ 7.50	\$ 12.91
Costo unitario de los tour en kayak y a la montaña - comisión incluida	\$ 21.98	\$ 63.23	\$ 46.18	\$ 96.59	\$ 82.48	\$142.05
Costo de comisión - 10% - tour a los manglares en lancha	\$ 2.33	\$ 6.08	\$ 4.53	\$ 9.11	\$ 7.83	\$ 13.25
Costo unitario de los tour a los manglares en lancha - comisión incluida	\$ 25.64	\$ 66.89	\$ 49.84	\$100.25	\$ 86.14	\$145.72

Fuente: elaboración propia

**Tabla 84: Costo unitario en base a 4 a 6 personas, sin comida y estadía**

Descripción	Sin estadía	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.
Costo fijo	\$5.23	\$5.23
Costo de los guías	\$ 3.75	\$ 3.75
Costo de transporte		\$ 37.50
Costo estadía en un hotel de día	\$ 5.00	\$ 5.00
Costo unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión	\$ 13.98	\$ 51.48
Costo del servicio de lancha	\$ 3.33	\$ 3.33
Costo unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión	\$ 17.31	\$ 54.81
Costo de comisión - 10% - tour en kayak a los manglares o a la montaña	\$ 1.40	\$ 5.15
Costo unitario de los tour en kayak y a la montaña - comisión incluida	\$ 15.38	\$ 56.63
Costo de comisión - 10% - tour a los manglares en lancha	\$ 1.73	\$ 5.48
Costo unitario de los tour a los manglares en lancha - comisión incluida	\$ 19.04	\$ 60.29

Fuente: elaboración propia

**Tabla 85: costo unitario en base a un grupo de 12 a 15 personas**

Descripción	Sin estadía		con estadía 24 horas		con estadía 48 horas	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.
Costo fijo	\$5.23	\$5.23	\$5.23	\$5.23	\$5.23	\$5.23
Costo de comida	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 18.00	\$ 18.00	\$ 36.00	\$ 36.00
Costo de los guías	\$ 1.88	\$ 1.88	\$ 1.88	\$ 1.88	\$ 1.88	\$ 1.88
Costo de transporte		\$ 11.25		\$ 13.33		\$ 15.41
Costo estadía en un hotel			\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 24.00	\$ 24.00
Costo unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión	\$ 18.11	\$ 29.36	\$ 37.11	\$ 50.44	\$ 67.11	\$ 82.52
Costo del servicio de lancha	\$ 3.33	\$ 3.33	\$ 3.33	\$ 3.33	\$ 3.33	\$ 3.33
Costo unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión	\$ 21.44	\$ 32.69	\$ 40.44	\$ 53.77	\$ 70.44	\$ 85.85
Costo de comisión - 10% - tour en kayak a los manglares o a la montaña	\$ 1.81	\$ 2.94	\$ 3.71	\$ 5.04	\$ 6.71	\$ 8.25
Costo unitario de los tour en kayak y a la montaña - comisión incluida	\$ 19.92	\$ 32.30	\$ 40.82	\$ 55.48	\$ 73.82	\$ 90.77
Costo de comisión - 10% - tour a los manglares en lancha	\$ 2.14	\$ 3.27	\$ 4.04	\$ 5.38	\$ 7.04	\$ 8.59
Costo unitario de los tour a los manglares en lancha - comisión incluida	\$ 23.58	\$ 35.96	\$ 44.48	\$ 59.15	\$ 77.48	\$ 94.44

Fuente: elaboración propia

**Tabla 86 Tour sin incluir comida, en base a 12 a 15 personas:**

Descripción	Sin estadía	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.
Costo fijo	\$5.23	\$5.23
Costo de los guías	\$ 1.88	\$ 1.88
Costo de transporte		\$ 11.25
Costo estadía en un hotel de día		
Costo unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión	\$ 7.11	\$ 18.36
Costo del servicio de lancha	\$ 3.33	\$ 3.33
Costo unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión	\$ 10.44	\$ 21.69
Costo de comisión - 10% - tour en kayak a los manglares o a la montaña	\$ 0.71	\$ 1.84
Costo unitario de los tour en kayak y a la montaña - comisión incluida	\$ 7.82	\$ 20.20
Costo de comisión - 10% - tour a los manglares en lancha	\$ 1.04	\$ 2.17
Costo unitario de los tour a los manglares en lancha - comisión incluida	\$ 11.48	\$ 23.86

Fuente: elaboración propia

### IX.3.5. Determinación Del Precio De Ventas

Para determinar el precio de ventas se tomaran en cuenta dos criterios:

1. el margen de utilidad que los miembros de la cooperativa tienen la expectativa de percibir con la prestación del servicio, que según lo consultado con el presidente de dicha cooperativa es del 25% al 35% de los costos;
2. Los precios de paquetes similares ofrecidos actualmente por operadores turísticos dichos precios se presentan a continuación:

A. Precios consultados a [epictourselsalvador.com](http://epictourselsalvador.com):

Kayak en Bahía Jiquilisco Bahía de Jiquilisco es hábitat natural de la mayoría de aves marino costeras de el Salvador y visitada por 87 tipos de aves migratorias que hacen su hogar en lo profundo de los manglares, Iremos en kayak atreves de los canales de este bosque salado observando aves, cangrejos, peces, mapaches y muchas otras especies en este rico ecosistema. El recorrido es de alrededor de 2 a 3 horas. No se olvide de llevar su protector solar. Si usted lo prefiere un paseo en bote puede ser arreglado.

*Tiempo: 6 horas*

2 personas \$ 120 pp, 3 personas \$ 110 pp, 4 personas \$ 100 pp, 5 personas \$ 90 pp y 6 personas \$ 80 pp.

Todos los tours incluyen:

Almuerzo, Equipo, Guía de turismo según el itinerario, Transporte terrestre y excursiones en vehículos con aire acondicionado, Servicios guías bilingües de habla Inglés, Entradas a los lugares de turismo incluidos, Todos los traslados según el itinerario, con ayuda y manejo de equipaje.

En la tabla 89, se presenta una comparación de los precios vrs. los costos para determinar el beneficio que se podría llegar a tener según servicios similares en el mercado. Se tomaran los precios con comisión incluida partiendo que estos son precios de tour operadores:

**Tabla 87: Comparación de precios de la competencia (tour en Jiquilisco) vrs. Costos de la cooperativa**

Cantidad de personas	Precio de la competencia	Costo obtenido	Margen de utilidad	% de margen
2 personas	\$ 120 .00	\$ 99.80	\$20.20	20.24%
6 personas	\$ 80.00	\$ 63.23	\$16.77	26.52%

Fuente: elaboración propia

El beneficio promedio que se obtendría ajustando los precios a los de la competencia sería de 23.38%, sin embargo hay que considerar que sería en el primer año de operación y que el transporte para Intipucá es más caro que para Jiquilisco.

B. Precios consultados a Adventure Sports Tours El Salvador:

- Kayak Tour in La Libertad
- 1-2 personas: \$ 45.00
- 3-6 personas: \$ 40.00
- El precio incluye: guía local, kayak de mar, remos y chalecos salvavidas.

En el siguiente cuadro se presenta una comparación de los precios vrs. los costos para determinar el beneficio que se podría llegar a tener según servicios similares en el mercado:

**Tabla 88: Comparación de precios de la competencia (tour en Costa del Sol ) vrs. Costos de la cooperativa**

<b>Cantidad de personas</b>	<b>Precio de la competencia</b>	<b>Costo obtenido</b>	<b>Margen de utilidad</b>	<b>% de margen</b>
<b>2 personas</b>	\$45.00	\$ 19.50	\$25.50	130.77%
<b>6 personas</b>	\$40.00	\$ 15.38	\$24.62	160.08%

Fuente: elaboración propia

El beneficio obtenido es mucho mayor pero puede deberse a que el tour operador se está enfocando a un mercado extranjero con una capacidad de compra mayor al mercado nacional.

A continuación, se presentan los beneficios que se le recomiendan para la comercialización de los paquetes turísticos:

- Paquete para 2 personas: 35% de beneficio;
- Paquete de 4 a 6 personas: 30% de beneficio;
- Paquete de 12 a 15 personas 25% de beneficio.

### IX.3.5.1. Precios De Venta De Los Tour Propuestos

**Tabla 89: precios/persona de tour con comida y estadía incluida para parejas**

Descripción	2 personas					
	Sin estadía		con estadía 24 horas		con estadía 48 horas	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.
Precio unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión	\$ 32	\$ 122	\$ 82	\$ 201	\$ 147	\$ 282
Precio unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión	\$ 52	\$ 143	\$ 102	\$ 221	\$ 167	\$ 302
Precio unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña - comisión incluida	\$ 35	\$ 135	\$ 90	\$ 221	\$ 161	\$ 310
Precio unitario de los tour en lancha - comisión incluida	\$ 57	\$ 157	\$ 112	\$ 243	\$ 184	\$ 332

Fuente: elaboración propia

**Tabla 90: precios/persona de tour con comida y estadía incluida para familias**

Descripción	4 a 6 personas					
	Sin estadía		con estadía 24 horas		con estadía 48 horas	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.
Precio unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión	\$ 26	\$ 75	\$ 54	\$ 114	\$ 97	\$ 168
Precio unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión	\$ 30	\$ 79	\$ 59	\$ 118	\$ 102	\$ 172
Precio unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña - comisión incluida	\$ 28	\$ 82	\$ 60	\$ 125	\$ 107	\$ 184
Precio unitario de los tour en lancha - comisión incluida	\$ 33	\$ 87	\$ 65	\$ 130	\$ 112	\$ 189

Fuente: elaboración propia

**Tabla 91: precios/persona de tour con comida y estadía incluida para grupo de amigos**

Descripción	12 a 15 personas					
	Sin estadía		con estadía 24 horas		con estadía 48 horas	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.
<b>Precio unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión</b>	\$ 22	\$ 38	\$ 48	\$ 65	\$ 87	\$ 107
<b>Precio unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión</b>	\$ 27	\$ 42	\$ 52	\$ 70	\$ 91	\$ 111
<b>Precio unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña - comisión incluida</b>	\$ 25	\$ 42	\$ 53	\$ 72	\$ 96	\$ 118
<b>Precio unitario de los tour en lancha - comisión incluida</b>	\$ 29	\$ 47	\$ 58	\$ 77	\$ 101	\$ 123

Fuente: elaboración propia

**Tabla 92: Precios/persona sin estadía y sin comida**

Descripción	2 personas		4 a 6 personas		12 a 15 personas	
	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.	C.U sin trans.	C.U.con trans.
<b>Precio unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña sin comisión</b>	\$ 24	\$ 114	\$ 18	\$ 67	\$ 9	\$ 23
<b>Precio unitario del tour a los manglares realizado en lancha sin comisión</b>	\$ 44	\$ 134	\$ 22	\$ 71	\$ 13	\$ 27
<b>Precio unitario de los tour en kayak a los manglares o a la montaña - comisión incluida</b>	\$ 26	\$ 126	\$ 20	\$ 73	\$ 10	\$ 25
<b>Precio unitario de los tour en lancha - comisión incluida</b>	\$ 48	\$ 148	\$ 25	\$ 78	\$ 14	\$ 30

Fuente: elaboración propia

## IX.3.6. Presupuesto De Ingresos Y Egresos<sup>94</sup>

### IX.3.6.1. Presupuesto De Ingresos

Para realizar dicho presupuesto se deben hacer las siguientes consideraciones:

1. El tiempo de permanencia en el lugar turístico:
  - a. El 66% de las personas realizan turismo con una permanencia de 1 día;
  - b. El 26% de las personas realiza turismo con permanencia de 2 días;
  - c. El 8% de los turistas realizan turismo con una permanencia de 3 a 5 días;
2. Con quienes practican turismo usualmente:
  - a. El 67% realiza turismo con la familia: 4 a 6 personas;
  - b. El 24% lo realiza con amigos: 12 a 15 personas;
  - c. El 9% lo realiza en pareja: 2 personas.
3. Medio para transportarse:
  - a. El 68% en vehículo particular;
  - b. El 17% en transporte público;
  - c. El 15% en vehículo alquilado o tour operador.
4. La preferencia en cuanto al tipo de turismo que les gustaría realizar se tiene:
  - a. El 70% de los encuestados contestó que le gustaría realizar turismo de sol y playa:
    - El 99% le gustaría realizar el tour a los manglares
    - El 49% le gustaría realizarlo en kayak y el 51% en lancha
  - b. El 12% de los encuestados contestó que le gustaría realizar turismo cultural
  - c. El 7% contestó que le gustaría realizar turismo rural
  - d. El 12% contestó que le gustaría realizar turismo de montaña
5. Preferencia en cuanto a alimentación:
  - a. El 57% de las personas prefieren comprar comida en el lugar turístico y
  - b. El 43% de las personas prefieren llevar su comida.

---

<sup>94</sup> Ver anexo 9, se presenta las explicaciones y formulas de cómo se calcula el ingreso y egreso



En base a las preferencias anteriores se clasificarán el flujo de turistas para determinar el ingreso según el tipo de turismo, tipo de transporte y cantidad de tiempo a estar en el sitio turístico:

1. Ingresos de venta de paquetes sin comida y sin servicio de transporte: la cantidad que se considera es de 68% de los turistas, ya que, son la cantidad de turistas que utilizan vehículo propio para transportarse hasta el destino turístico y llegarían a un hotel u restaurante y posteriormente contratarían el servicio de tour de kayak, lancha, río o montaña a la cooperativa. En la tabla 95, se presentan dichos ingresos:

**Tabla 93: Ingresos de venta de paquetes sin comida y sin servicio de transporte**

	Tipo de tour	Años				
		1	2	3	4	5
<b>2 personas</b>	Ingreso por tour en kayak a los manglares, montaña o río <sup>95</sup>	\$ 13,677.47	\$ 16,287.11	\$ 17,601.65	\$ 21,706.93	\$ 28,327.30
	Ingreso por tour a en lancha a los manglares <sup>96</sup>	\$ 13,922.09	\$ 16,578.40	\$ 17,916.45	\$ 22,095.16	\$ 28,833.93
<b>4 a 6 personas</b>	Ingreso por tour en kayak a los manglares, montaña o río <sup>97</sup>	\$ 76,365.88	\$ 90,936.36	\$ 98,275.88	\$ 121,197.02	\$ 158,160.77
	Ingreso por tour a en lancha a los manglares <sup>98</sup>	\$ 51,821.12	\$ 61,708.50	\$ 66,689.02	\$ 82,243.08	\$ 107,326.31
<b>12 a 15 personas</b>	Ingreso por tour en kayak a los manglares, montaña o río <sup>99</sup>	\$ 13,677.47	\$ 16,287.11	\$ 17,601.65	\$ 21,706.93	\$ 28,327.30
	Ingreso por tour a en lancha a los manglares <sup>100</sup>	\$ 10,968.92	\$ 13,061.77	\$ 14,115.99	\$ 17,408.30	\$ 22,717.64
<b>Total</b>		\$ 175,885.42	\$ 180,432.96	\$ 214,859.24	\$ 232,200.65	\$ 286,357.41

Fuente: Elaboración propia

<sup>95</sup> (precio del tour por cada actividad x cantidad de turistas por actividad de la tabla 123, anexo 9) = \$ 24.00 x 570 = \$ 13,677.47

<sup>96</sup> \$ 44.00 x 316 = \$ 13,922.09

<sup>97</sup> \$ 18.00 x 4,243 = \$ 76,365.88

<sup>98</sup> \$ 22.00 x 2,356 = \$ 51,821.12

<sup>99</sup> \$ 9.00 x 1,520 = \$ 13,677.47

<sup>100</sup> \$ 13.00 x 844 = \$ 10,968.92, y así sucesivamente para todos los años manteniendo el precio constante y cambiando la cantidad de turistas.

2. Ingreso de ventas de paquetes con comida y transporte incluido: la cantidad que se considera es de 32%, ya que, es la cantidad de turistas que utiliza tour operadores y transporte público:

**Tabla 94: Ingreso de ventas de paquetes con comida y transporte incluido**

	Tipo de tour	Estadía	Años				
			1	2	3	4	5
2 personas	Ingreso por tour en kayak a los manglares, montaña o río	1 día Precio=\$135 <sup>101</sup>	\$ 23,895.35	\$ 28,454.54	\$ 30,751.12	\$ 37,923.28	\$ 49,489.46
		2 día Precio=\$221	\$ 15,409.95	\$ 18,350.14	\$ 19,831.19	\$ 24,456.47	\$ 31,915.43
		3 día Precio=\$310	\$ 6,651.01	\$ 7,920.01	\$ 8,559.23	\$ 10,555.53	\$ 13,774.85
	Ingreso por tour a en lancha a los manglares	1 día Precio=\$157	\$ 15,428.95	\$ 18,372.77	\$ 19,855.65	\$ 24,486.63	\$ 31,954.78
		2 día Precio=\$243	\$ 9,407.46	\$ 11,202.39	\$ 12,106.54	\$ 14,930.18	\$ 19,483.72
		3 día Precio=\$332	\$ 3,954.77	\$ 4,709.33	\$ 5,089.42	\$ 6,276.44	\$ 8,190.69
4 a 6 personas	Ingreso por tour en kayak a los manglares, montaña o río	1 día Precio=\$82	\$ 108,050.24	\$ 128,666.03	\$ 139,050.73	\$ 171,481.90	\$ 223,781.98
		2 día Precio=\$125	\$ 64,886.04	\$ 77,266.18	\$ 83,502.38	\$ 102,977.86	\$ 134,384.97
		3 día Precio=\$124	\$ 29,388.39	\$ 34,995.64	\$ 37,820.16	\$ 46,641.05	\$ 60,866.05
	Ingreso por tour a en lancha a los manglares	1 día Precio=\$87	\$ 63,648.53	\$ 75,792.55	\$ 81,909.81	\$ 101,013.85	\$ 131,821.96
		2 día Precio=\$130	\$ 37,466.39	\$ 44,614.91	\$ 48,215.81	\$ 59,461.31	\$ 77,596.35
		3 día Precio=\$189	\$ 16,760.11	\$ 19,957.91	\$ 21,568.73	\$ 26,599.26	\$ 34,711.74
12 a 15 personas	Ingreso por tour en kayak a los manglares, montaña o río	1 día Precio=\$42	\$ 19,824.29	\$ 23,606.73	\$ 25,512.04	\$ 31,462.28	\$ 41,057.93
		2 día Precio=\$72	\$ 13,387.83	\$ 15,942.20	\$ 17,228.91	\$ 21,247.25	\$ 27,727.43
		3 día Precio=\$118	\$ 6,751.13	\$ 8,039.23	\$ 8,688.08	\$ 10,714.43	\$ 13,982.21
	Ingreso por tour a en lancha a los manglares	1 día Precio=\$47	\$ 12,316.96	\$ 14,667.01	\$ 15,850.79	\$ 19,547.71	\$ 25,509.55
		2 día Precio=\$77	\$ 7,949.24	\$ 9,465.94	\$ 10,229.94	\$ 12,615.90	\$ 16,463.61
		3 día Precio=\$123	\$ 3,907.12	\$ 4,652.59	\$ 5,028.10	\$ 6,200.8	\$ 8,092.00
<b>Total</b>			\$ 459,083.76	\$ 546,676.11	\$ 590,798.64	\$ 728,592.14	\$ 950,804.71

Fuente: elaboración propia

<sup>101</sup> (precio del tour por cada actividad x cantidad de turistas por actividad de la tabla 124, anexo 9)=\$135 x 177= \$ 23,895.35, y al igual que en la tabla 95 se sigue el mismo procedimiento de cambiar el precio según la actividad realizada y la cantidad de turistas por año y actividad.

### **Ingresos totales de la cooperativa**

A continuación se presenta el ingreso total de la cooperativa durante los 5 años de operación del proyecto considerando los ingresos por paquetes con y sin comida incluida:

**Tabla 95: Presupuesto de ingresos totales de la cooperativa**

Tipo de tour	Años				
	1	2	3	4	5
<b>Ingreso por tour a Intipucá sin comida y transporte</b>	\$ 180,432.96	\$ 214,859.24	\$ 232,200.65	\$ 286,357.41	\$ 373,693.26
<b>Ingreso por tour a Intipucá con comida y transporte incluida</b>	\$ 459,083.76	\$ 546,676.11	\$ 590,798.64	\$ 728,592.14	\$ 950,804.71
<b>Total</b>	\$ 639,516.72	\$ 761,535.35	\$ 822,999.29	\$1014,949.55	\$1324,497.97

Fuente: elaboración propia

### IX.3.6.2. Presupuesto De Egresos

Para el caso de los costos fijos, la variación de año con año se considera por la tasa de inflación 1.9% (determinada en el anexo 8), y para los costos variables, se utilizan los costos unitarios de las tablas 80, 81 y 82; multiplicándolos por las cantidades de flujo de turistas presentadas en el anexo 9, según sea el caso. Por ejemplo costos de transporte, hotel, comida y comisión solo la tendrán los turistas de la tabla 124, y al igual que el precio según la cantidad de personas que tomen el tour así será el costo unitario, ya que, este varía según la cantidad de personas que estén tomando el tour.

Rubro	Tipo	Años				
		1	2	3	4	5
Costos Fijos	Costos de Administración	\$42,402.63	\$ 43,208.28 <sup>102</sup>	\$ 44,029.24	\$ 44,865.79	\$ 45,718.25
	Costos de Comercialización	\$ 16,650.00	\$ 16,966.35	\$ 17,288.71	\$ 17,617.20	\$ 17,951.92
Costos Variables	Salarios de Guías Turísticos	\$ 53,860.46 <sup>103</sup>	\$ 64,136.94	\$ 69,313.46	\$ 85,479.62	\$111,549.96
	Costo servicio de transporte	\$ 172,106.58	\$204,944.20	\$221,485.36	\$273,142.97	\$356,448.56
	Costos servicio de estadía en hoteles	\$ 45,715.31	\$ 54,437.71	\$ 58,831.40	\$ 72,552.80	\$ 94,680.61
	Costo servicios de comida	\$ 68,680.01	\$ 81,784.03	\$ 88,384.87	\$108,999.10	\$142,242.63
	Costo servicio de lancha	\$ 22,646.67	\$ 26,967.61	\$ 29,144.18	\$ 35,941.55	\$ 46,903.33
	Costos por comisión	\$ 42,206.17	\$ 49,244.51	\$ 52,847.72	\$ 63,859.90	\$ 81,549.53
<b>Total</b>		\$ 464,267.82	\$541,689.63	\$581,324.95	\$702,458.94	\$897,044.78

Fuente: elaboración propia

<sup>102</sup> 1.019 (inflación) x \$42,402.63 = \$ 43,208.28

<sup>103</sup> 7.5\*570+316\*7.5+4243\*3.87+2356\*3.87+1520\*1.88+844\*1.88+(177+70+21+98+39+12)\*7.5+(1318+519+160+732+288+89)\*3.87+(472+186+57+262+103+32)\*1.88= \$ 53,860.46, las cantidades de turistas fueron extraídas de las tablas 123 y 124, y los costos de las tablas de determinación del precio unitario tabla 83 a la tabla 88. Se sigue el mismo procedimiento para los demás costos.

### IX.3.6.3. Presupuesto De Ingresos Y Egresos

Año	1	2	3	4	5
Ingreso por venta (+)	\$ 639,516.72	\$ 761,535.35	\$ 822,999.29	\$ 1014949.55	\$1324497.97
Costo de prestación del servicio (-)	\$ 464,267.82	\$ 541,689.63	\$ 581,324.95	\$ 702,458.94	\$ 897,044.78
Utilidad antes de reserva (=)	\$ 175,248.90	\$ 219,845.72	\$ 241,674.34	\$ 312,490.61	\$ 427,453.19
Reserva legal (10%) (-)	\$ 17,524.89	\$ 21,984.57	\$ 24,167.43	\$ 31,249.06	\$ 42,745.32
Utilidad antes de ISR (=)	\$ 157,724.01	\$ 197,861.15	\$ 217,506.91	\$ 281,241.55	\$ 384,707.87
Impuestos (25%) (-)	\$ 39,431.00	\$ 49,465.29	\$ 54,376.73	\$ 70,310.39	\$ 96,176.97
Utilidad después de impuestos (=)	\$ 118,293.01	\$ 148,395.86	\$ 163,130.18	\$ 210,931.16	\$ 288,530.90
Depreciación (+)	\$ 4,785.12	\$ 3,178.23	\$ 3,178.23	\$ 3,178.23	\$ 3,178.23
Amortización (+)	\$ 124,387.88	\$ 152,883.84	\$ 167,618.16	\$ 215,419.14	\$ 293,018.88
Flujo neto de efectivo	\$ 124,387.88	\$ 152,883.84	\$ 167,618.16	\$ 215,419.14	\$ 293,018.88
Saldo Inicial	\$ 19,061.58	\$ 143,449.46	\$ 296,333.30	\$ 463,951.46	\$ 679,370.60
Saldo de efectivo	\$ 143,449.46	\$ 296,333.30	\$ 463,951.46	\$ 679,370.60	\$ 972,389.49

Fuente: elaboración propia

## IX.3.7. Estados Financieros Pro-Forma

### IX.3.7.1. Estado De Resultados Pro-Forma

COOPERATIVA EL GRAN ARCO DE LA BOCA INTIPUCÁ, LA UNIÓN					
ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS					
Expresado en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica					
Año	1	2	3	4	5
Ingreso por venta (+)	\$ 639,516.72	\$ 761,535.35	\$ 822,999.29	\$ 1014949.55	\$1324497.97
Costo de prestación del servicio (-)	\$ 464,267.82	\$ 541,689.63	\$ 581,324.95	\$ 702,458.94	\$ 897,044.78
Utilidad bruta (=)	\$ 175,248.90	\$ 219,845.72	\$ 241,674.34	\$ 312,490.61	\$ 427,453.19
Reserva legal (10%) (-)	\$ 17,524.89	\$ 21,984.57	\$ 24,167.43	\$ 31,249.06	\$ 42,745.32
Utilidad antes de ISR (=)	\$ 157,724.01	\$ 197,861.15	\$ 217,506.91	\$ 281,241.55	\$ 384,707.87
Impuestos (25%) (-)	\$ 39,431.00	\$ 49,465.29	\$ 54,376.73	\$ 70,310.39	\$ 96,176.97
Utilidad Neta	\$ 118,293.01	\$ 148,395.86	\$ 163,130.18	\$ 210,931.16	\$ 288,530.90

Fuente: elaboración propia

### IX.3.7.2. Balance Pro-forma

#### A. Balance General Inicial

COOPERATIVA EL GRAN ARCO DE LA BOCA INTIPUCÁ, LA UNIÓN					
BALANCE INICIAL PROYECTADO AL 1 DE ENERO DE 2015					
Expresado en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica					
ACTIVOS			PASIVOS		
Activo Circulante		\$ 19,061.57	Pasivos Circulantes		\$ -
Efectivo		\$ 19,061.57			
Activo Fijo		\$6,548.75	Pasivos Fijos		\$ -
Mobiliario y equipo		\$1,900.00			
Infraestructura vial		\$4,648.75	CAPITAL		\$49,535.94
			Capital social		\$49,535.94
Activo Intangible		\$23,925.61			
Gastos en capacitaciones		\$15,891.16			
Gastos de Implementación		\$8,034.45			
TOTAL ACTIVOS		\$49,535.94	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$49,535.94

Fuente: elaboración propia

**B. Balance General Final Año 1**

COOPERATIVA EL GRAN ARCO DE LA BOCA INTIPUCÁ, LA UNIÓN			
BALANCE INICIAL PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015			
Expresado en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica			
ACTIVOS		PASIVOS	
<b>Activo Circulante</b>	<b>\$160,974.35</b>	<b>Pasivos Circulantes</b>	<b>\$ -</b>
Efectivo	\$143,449.46		
Banco	\$17,524.89		
<b>Activo Fijo</b>	<b>\$5,239.00</b>	<b>Pasivos Fijos</b>	<b>\$ -</b>
Mobiliario y equipo	\$1,900.00		
Infraestructura Vial	\$ 4,648.75	<b>CAPITAL</b>	<b>\$ 185,353.84</b>
señalización			
Depreciación	(\$1,309.75)		
		Capital social	\$ 49,535.94
<b>Activo Intangible</b>	<b>\$19,140.49</b>	Utilidades del periodo	\$118,293.01
Gastos en capacitaciones		Reserva legal	\$17,524.89
	\$15,891.16		
Gastos de Implementación	\$8,034.45		
Amortizaciones	(\$4,785.12)		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$185,353.84</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 185,353.84</b>

Fuente: elaboración propia

## IX.4. EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos- Financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.

Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general. El valor presente neto y la tasa interna de rendimiento se mencionan juntos porque en realidad es el mismo método, sólo que sus resultados se expresan de manera distinta. Recuérdese que la tasa interna de rendimiento es el interés que hace el valor presente igual a cero, lo cual confirma la idea anterior. A continuación se muestra el cálculo de cada uno de los indicadores:

### IX.4. 1. Indicadores Económicos- Financieros

#### IX.4. 1.1. Tasa Mínima Atractiva De Rendimiento

Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico; la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable; inicialmente se calcula la TMAR individual que corresponde al inversionista, utilizando los siguientes valores:

$$\text{TMAR} = \text{TASA DE INFLACIÓN} + \text{PREMIO AL RIESGO}$$

$$\text{TMAR} = i + r + (i * r)$$

i : Tasa de inflación

r: Premio al riesgo (Para el proyecto en evaluación la tasa es 0% debido a que no hay endeudamiento) entonces;

$$\text{TMAR} = i$$

i : Tasa de inflación: Tasa de inflación promedio Extraída del BCR <sup>104</sup>: 1.90%

$$\text{TMAR del Proyecto} = 1.90 \%$$

---

<sup>104</sup>Ver Anexo 8: Tabla ¡Error! Sólo el documento principal.2: Índice de Precios al consumidor (IPC) Base dic. 2009 e Inflación



#### IX.4. 1.2. Valor Actual Neto

El método del Valor Actual Neto es muy utilizado por dos razones, la primera porque es de muy fácil aplicación y la segunda porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a dólares de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos. Cuando el VAN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés o por el contrario si el VAN es mayor que cero se presenta una ganancia. Cuando el VAN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente.

Se calculara el VAN para todo el proyecto, el cual se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -P + \frac{\text{FNE1}}{(I+1)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(I+1)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(I+1)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(I+1)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(I+1)^5}$$

Donde,

VAN: valor actual neto

FNE: Flujo neto de efectivo

P: Inversión inicial

Calculo:

$$\text{VAN} = \$ (49535.94) + \frac{\$ 124,387.88}{1.019} + \frac{\$ 152,883.84}{1.038361} + \frac{\$ 167,618.16}{1.11810712} + \frac{\$ 215,419.14}{1.2039777} + \frac{\$ 293,018.88}{1.2964432}$$

**VAN del Proyecto = \$844,681.55862**

VAN>0, lo que implica que el proyecto genera ganancias a lo largo de todo el periodo de valuación y el proyecto se acepta.

#### IX.4. 1.4. Relación Beneficio / Costo

Esta relación indica la rentabilidad del proyecto en términos de cobertura existente entre los ingresos y los egresos. El cálculo de la relación beneficio / costo es otra forma de determinar si la TMAR es alcanzada, esta relación se obtiene dividiendo los ingresos actualizados entre los egresos, luego:

Si la Relación B/C > 1 Se Acepta el Proyecto

Si la Relación B/C < 1 Se Rechaza el Proyecto

Primero se obtienen los ingresos actualizados mediante la fórmula:

$$\text{Ingresos actualizados} = \frac{\text{Ingresos 1}}{(TMAR+1)^1} + \frac{\text{Ingresos 2}}{(TMAR+1)^2} + \frac{\text{Ingresos 3}}{(TMAR+1)^3} + \frac{\text{Ingresos 4}}{(TMAR+1)^4} + \frac{\text{Ingresos 5}}{(TMAR+1)^5}$$
$$\text{I.A.P.} = \frac{\$ 639,516.72}{1.019} + \frac{\$ 761,535.35}{1.038361} + \frac{\$ 822,999.29}{1.11810712} + \frac{\$ 1,014,949.55}{1.2039777} + \frac{\$ 1,324,497.97}{1.2964432}$$

Ingresos actualizados del proyecto = \$4285,689.03

Luego, se determinan los costos o egresos actualizados, mediante la fórmula:

$$\text{Egresos actualizados} = \frac{\text{Egresos 1}}{(TMAR+1)^1} + \frac{\text{Egresos 2}}{(TMAR+1)^2} + \frac{\text{Egresos 3}}{(TMAR+1)^3} + \frac{\text{Egresos 4}}{(TMAR+1)^4} + \frac{\text{Egresos 5}}{(TMAR+1)^5}$$
$$\text{E.A.P.} = \frac{\$ 464,267.82}{1.019} + \frac{\$ 541,689.63}{1.038361} + \frac{\$ 581,324.95}{1.11810712} + \frac{\$ 702,458.94}{1.2039777} + \frac{\$ 897,044.78}{1.2964432}$$

Egresos actualizados del proyecto = \$ 2994,688.84

Finalmente se operan los dos resultados anteriores, obteniendo:

$$\text{B/C} = \text{Ingresos actualizados} / \text{Egresos actualizados} = \$4285,689.03 / \$ 2994,688.84$$

$$\text{B/C} = \mathbf{1.43}$$

Para el Proyecto de implementación de los paquetes turísticos la Relación Beneficio / Costo es de 1.43 por lo que el proyecto debe aceptarse, ya que, por cada dólar invertido se gana \$ 0. 43 de dólar, tomando la amortización y la depreciación como costos reales, es decir, que la ganancia es mayor si estos dos rubros se le descontaran al costo.

#### IX.4. 1.5. Tiempo De Recuperación De La Inversión

##### 1. Método del BNA

Para obtener el tiempo de recuperación de la inversión (TRI) se pasan los beneficios netos a valor presente, utilizando para ello una tasa de descuento igual a la TMAR, luego se divide el monto total obtenido entre el número de años de proyección, para el proyecto se tienen los beneficios para los próximos cinco años, de acuerdo a ello, el tiempo de recuperación de la inversión se determina de la siguiente manera:

Primero se determina el beneficio neto anual (BNA):

$$\text{BNA} = \frac{\text{BNA 1}}{(\text{TMAR}+1)^1} + \frac{\text{BNA 2}}{(\text{TMAR}+1)^2} + \frac{\text{BNA 3}}{(\text{TMAR}+1)^3} + \frac{\text{BNA 4}}{(\text{TMAR}+1)^4} + \frac{\text{BNA 5}}{(\text{TMAR}+1)^5}$$
$$\text{BNA} = \frac{\$ 124,387.88}{1.019} + \frac{\$ 152,883.84}{1.038361} + \frac{\$ 167,618.16}{1.11810712} + \frac{\$ 215,419.14}{1.2039777} + \frac{\$ 293,018.88}{1.2964432}$$

$$\text{BNA} = \underline{\underline{\$894,217.50}}$$

Luego, se usa la fórmula del TRI:

$$\text{TRI} = P / (\text{BNA}/n)$$

En donde:

P : Inversión total

BNA: Beneficio Actual Neto

n: Número de años

TRI: Tiempo de recuperación de la inversión

$$\text{TRI} = \frac{\$ 49535.94}{\frac{\$894,217.50}{5}}$$
$$\text{TRI} = \underline{\underline{0.28 \approx 3.3 \text{ meses}}}$$

## **2. Método de la utilidad promedio**

Para determinar el tiempo de recuperación se utiliza la siguiente ecuación:

$TRI = P / \text{Utilidad Promedio},$

$TRI = \$ 49535.94 / \$ 185856.224 = 0.266 = 3.2 \text{ meses}$

**TRI = 3.2 Meses**

De acuerdo al análisis anterior se determina que la inversión del proyecto se recupera en los primeros 4 meses de operación del proyecto.

#### IX.4.1.6. Razones Financieras

Las razones financieras son esenciales en el análisis financiero de un proyecto. Éstas resultan de establecer una relación numérica entre dos cantidades: las cantidades relacionadas corresponden a diferentes cuentas de los estados financieros de una empresa/proyecto.

El análisis por razones o indicadores permite observar puntos fuertes o débiles de un proyecto/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.

Tabla 96: razones financieras para la evaluación de los paquetes

NOMBRE	RAZON	DESCRIPCION
ROTACION DE CAJA Y BANCO	$\frac{\text{Caja y Banco} \times 360}{\text{Ventas}}$	Dan una idea sobre la magnitud de la caja y bancos para cubrir días de venta. Lo obtenemos multiplicando el total de Caja y Bancos por 360 (días del año) y dividiendo el producto entre las ventas anuales.
ROTACION ACTIVOS FIJOS	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos}}$	Esta razón mide la capacidad de la cooperativa de utilizar el capital en activos fijos. Mide la actividad de ventas de la cooperativa. Dice, cuántas veces podemos colocar entre los clientes un valor igual a la inversión realizada en activo fijo.
RENDIMIENTO S/PATRIMONIO	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital o patrimonio}}$	Esta razón lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.
MARGEN NETO DE UTILIDAD	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	Rentabilidad más específico que el anterior. Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada UM de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos. Cuanto más grande sea el margen neto de la empresa tanto mejor.

**Tabla 97: resultado y análisis de las razones financieras aplicadas a los paquetes turísticos**

NOMBRE	RESULTADO	ANALISIS
ROTACION DE CAJA Y BANCO	11	La magnitud de la caja es lo suficiente para cubrir 11 días de venta, por lo cual se concluye que se tendrá la liquidez suficiente para poder operar con normalidad en periodos que puedan generar crisis de ingresos.
ROTACION ACTIVOS FIJOS	20.99	La capacidad de la cooperativa de utilizar el capital en activos fijos es de 20.99 veces, es decir, que podemos colocar entre los clientes un valor igual a la inversión realizada en activo fijo, razón que es positiva para el proyecto.
RENDIMIENTO S/PATRIMONIO UTILIDAD POR ACTIVO	238.80%	Por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un rendimiento del patrimonio y los activos del 238.80% lo que es un índice muy alto y beneficia al proyecto por su gran capacidad de generar utilidad a favor de la cooperativa como destinatario de las utilidades provenientes de la inversión. Se obtiene el mismo rendimiento tanto de capital como de activos por qué no se adquirieron deudas para financiar el proyecto.
MARGEN NETO DE UTILIDAD	18.50%	Cada dólar generado en ventas dentro del proyecto de desarrollo tendrá un margen de utilidad de 18.50% que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos.

Fuente: elaboración propia

## IX.4. 2. Análisis de Sensibilidad

Con el objeto de facilitar la toma de decisiones para la aprobación del proyecto, se efectuara un análisis de sensibilidad, el cual indicará las variables que más afectan el resultado económico del proyecto.

El análisis de sensibilidad es una técnica de análisis de riesgos en la cual las variables fundamentales de cada etapa (de mercado, técnica y económica) son cambiadas y posteriormente se observan los resultados de la VAN y la TIR. Intuitivamente, se sabe que muchas de las variables que determinan los flujos de efectivo en un proyecto están sujetas a una distribución de probabilidad en lugar de conocerse con certeza.

Para el proyecto en estudio se han tomado en cuenta las variables que más pesan y que están fuera del alcance o que la cooperativa no las puede manejar, a continuación se describen los 3 escenarios, los cuales son:

### *IX.4.2.1. Escenario 1: reducción en el flujo de turistas, hasta identificar el punto donde el proyecto deja de ser rentable:*

a. Reducción en el flujo de turistas al 50% de la proyección de ventas:

**Tabla 98: proyección de ventas reducida 50%**

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Flujo de turistas</b>	7241	17245	18637	22984	29994

A continuación los resultados de los indicadores económicos, que establecen la rentabilidad del proyecto:

**Tabla 99: indicadores económicos con ventas reducidas al 50%**

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>	<b>Observación</b>
<b>VAN</b>	\$ \$765,123.37	Se acepta por ser > 0
<b>B/C</b>	\$ 1.419	Se acepta por ser > 1(se obtiene \$0.419 por cada dólar invertido)
<b>TRI</b>	3.65 meses	

b. Reducción del flujo de turistas al 22% de la proyección de ventas:

**Tabla 100: proyección de ventas reducida 40%**

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Flujo de turistas</b>	3186	3794	4100	5056	6599

A continuación los resultados de los indicadores económicos, que establecen la rentabilidad del proyecto:

**Tabla 101: indicadores económicos con ventas reducidas al 40%**

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>	<b>Observación</b>
<b>VAN</b>	(\$2,843.24495)	Se rechaza por ser < 0
<b>B/C</b>	\$ 1.039	Se acepta por ser > 1 (se obtiene \$0.03 por cada dólar invertido)
<b>TRI</b>	5.304 años	

c. Reducción el flujo de turistas al 22.30% de la proyección de ventas:

**Tabla 102: proyección de ventas reducida 42.65%**

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Flujo de turistas</b>	3230	3846	4156	5125	6689

A continuación los resultados de los indicadores económicos, que establecen la rentabilidad del proyecto:

**Tabla 103: indicadores económicos con las ventas reducidas al 42.65%**

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>	<b>Observación</b>
<b>VAN</b>	\$416.47	Se acepta por ser > 0
<b>B/C</b>	1.044	Se acepta por ser > 1 (se obtiene \$0.044 por cada dólar invertido)
<b>TRI</b>	4.958 años	

El flujo anterior de turistas es el mínimo que se puede permitir el proyecto para que se pueda mantener siendo rentable.



**IX.4.2.2. Escenario 2: Niegan la donación a la iniciativa de desarrollo turístico y la cooperativa opta por realizar un préstamo**

Según ABANSA (Asociación Bancaria Salvadoreña) la tasa de interés de referencia para préstamos empresariales y con un plazo mayor a un año es de 8.84%.

Los costos financieros se determinan haciendo uso de la herramienta en línea del Banco de América Central:

Calcule la cuota de su Préstamo Personal

**Banco de América Central**  
Miembro BAC | CREDOMATIC Network

CALCULE LA CUOTA DE SU PRÉSTAMO PERSONAL

Ingrese la siguiente información para Calcular su Cuota:

Monto a Solicitar: 60563.06  
Tasa de Interés: 8.84  
Plazo en años: 20

Calcule su cuota Limpie los campos

Su cuota mensual es\*: \$ 538.69

La nueva TMAR del proyecto es: 5.37%

**Tabla 104: indicadores económicos con TMAR de 5.37% y costos financieros de \$538.69**

Indicador	Valor	Observación
VAN	\$812,829.16697	Se acepta por ser > 0
B/C	1.403	Se acepta por ser > 1(se obtiene \$0.403 por cada Dólar r invertido)
TRI	0.287 años	

**IX.4.2.3. Escenario 3: reducción en el flujo de turistas y financiamiento a través de un préstamo para la inversión del proyecto; determinar el punto donde el proyecto deja de ser rentable:**

a. Reducción del flujo de turistas al 25% de la proyección de ventas, costos de financieros de \$538.69 / año y TMAR de 5.39%:

**Tabla 105: reducción del flujo de turistas al 50%**

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Flujo de turistas</b>	3621	4311	4659	5746	7498

A continuación los resultados de los indicadores económicos, que establecen la rentabilidad del proyecto:

**Tabla 106: indicadores económicos reducción del flujo de turistas al 50%, con costos financieros de \$538.69 y TMAR de 5.39%**

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>	<b>Observación</b>
<b>VAN</b>	\$ (\$10,700.77090)	Se acepta por ser < 0
<b>B/C</b>	\$ 1.022	Se rechaza por ser < 1 (se pierden \$0.02 por cada dólar invertido)
<b>TRI</b>	6.378 años	

El proyecto se rechaza por no generar suficientes ingresos para cubrir la inversión en el tiempo de evaluación del proyecto.

b. Reducción en el flujo de turistas al 27% de la proyección de ventas, costos de financieros de \$538.69 / año y TMAR de 5.39%:

**Tabla 107: Reducción en el flujo de turistas al 60%**

<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Flujo de turistas</b>	3910	4656	5032	6206	8098

A continuación los resultados de los indicadores económicos, que establecen la rentabilidad del proyecto:

**Tabla 108: indicadores económicos reducción del flujo de turistas al 27%, con costos financieros de \$538.69 y TMAR de 5.39%.**

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>	<b>Observación</b>
<b>VAN</b>	\$11,260.02744	Se acepta por ser > 0
<b>B/C</b>	1.051	Se acepta por ser > 1 (se obtiene \$0.051 por cada dólar invertido)
<b>TRI</b>	4.074 años	

Reducción al 27% en el flujo de turistas es el que se puede permitir cumpliendo todos los requisitos de rentabilidad, con una recuperación de la inversión aproximadamente en 4 años.

## IX.5. EVALUACIÓN SOCIAL

La evaluación social consiste en aportar información relevante a los involucrados en la toma de decisiones respecto al uso de los recursos públicos. La evaluación social mide la contribución del proyecto en cuanto al desarrollo social y económico de la zona en estudio. Los beneficios y costos sociales intangibles aunque no se pueden cuantificar monetariamente, deben considerarse cualitativamente en la evaluación con respecto a los efectos que la implementación del proyecto puede tener sobre el Bienestar y la Calidad de Vida de la población en la zona<sup>105</sup>.

### **Justificación**

El Plan de Desarrollo Turístico es de naturaleza Social, ya que el establecimiento de condiciones relacionadas a mejorar la Calidad de vida de la Población de Intipucá forma parte de los objetivos principales que se persiguen, sin embargo su medición como la de cualquier proyecto es compleja, debido a la multiplicidad de elementos que afectan la calidad de vida de una persona, sin embargo para efectos de esta investigación, se han definido una serie de Indicadores en base a la situación identificada en el diagnóstico y a los programas propuestos en la fase de diseño.

La estrategia de intervención social del Plan se orienta hacia la satisfacción de las necesidades prioritarias de los grupos más vulnerables de la Zona Costera, promoviendo el incremento de la autogestión comunitaria con respeto a sus diferencias culturales, de forma que les permita alcanzar un mayor grado de participación en la toma de decisiones en sus respectivas áreas.

El impacto del Plan se analizará en función de la atención que se brinde a los grupos más vulnerables, así como a los diferentes niveles de la sociedad, en función del cumplimiento de las políticas sociales y de su impacto en los indicadores del desarrollo de la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

La evaluación social para la Investigación se desarrolla de la siguiente manera:

1. Definición de los Objetivos de Impacto del Proyecto, de acuerdo a los Planes Propuestos.
2. Definición de los Indicadores de Medición del Impacto Social del Plan.

---

<sup>105</sup>Fuente: Plan de Desarrollo Turístico para la Zona Sur- Este de Ahuachapán y Oeste de Sonsonate.

3. Identificación de la Línea Base: Situación sin Proyecto de acuerdo a la información recolectada en el Diagnóstico para cada uno de los Indicadores del Proyecto y finalmente la estimación del Impacto del Proyecto por cada uno de los Indicadores definidos: Situación con Proyecto.

4. Análisis Beneficio-Costo, de acuerdo los Ingresos esperados y los Costos del Plan.

### IX.5.1. Definición de los Objetivos de Impacto social del Plan, de acuerdo a los Proyectos Propuestos

Proyecto	Objetivos de Impacto social
<b>Desarrollo de buenas prácticas turísticas a MYPYMES.</b>	Inclusión y apoyo a las micro y pequeñas empresas en el municipio de Intipucá con el propósito de fortalecer el tejido productivo.
<b>Capacitaciones para la mejora de la oferta turística.</b>	Educación a los empleados intipucenses aumentando el conocimiento y mejorando las habilidades y destrezas de la población económicamente activa.
<b>Señalización turística.</b>	Fomentar la participación de la población de intipucá en la promoción de sus atractivos turísticos a través de la señalización.
<b>Promoción y publicidad.</b>	Dar a conocer los atractivos turísticos del municipio al mercado para buscar incrementar la afluencia de turistas al municipio.
<b>Plan de concientización turística.</b>	Educar a los pobladores de Intipucá para que tomen conciencia de la importancia y el valor que sus atractivos turísticos poseen ya que son un polo de desarrollo económico para la Zona Costera de Intipucá.
<b>Plan de preservación de los recursos turísticos</b>	Educar a los pobladores en la preservación de los recursos turísticos para que sean patrimonio a las generaciones futuras.
<b>“Fortalecimiento del rescate y conservación de la identidad y difusión del Patrimonio Cultural en los habitantes del municipio de Intipucá”</b>	Participar en actividades culturales de inclusión social a través de las actividades turísticas propuestas en el Plan de Desarrollo Turístico.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos en el Diagnóstico del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

### ***IX.5.2. Definición de los Indicadores de Medición del Impacto Social del Plan.***

Los indicadores que servirán de base para medir el Impacto social que el Plan tendrá en la zona de estudio desde el punto de vista socioeconómico, se muestran a continuación:

INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN
Empleos Directos e Indirectos Generados	EDG= Sumatoria de empleos directos generados EIG=Sumatoria de empleos indirectos generados	Mide la cantidad de Empleos Directos e Indirectos generados en la zona con la implementación de la Iniciativa propuesta a partir del año 1.
Iniciativas de Desarrollo Local Generados	IDLG=Sumatoria de iniciativas de desarrollo local generados	Mide la cantidad de Iniciativas de Desarrollo Local generadas en la zona a partir del primer año luego de la implementación del Proyecto
Población Concientizada de la Zona de Estudio	PC=Sumatoria de la población concientizada en la zona de estudio.	Mide la cantidad de personas de la comunidad local que han participado en el programa de concientización turística en la zona.
Participación de MYPES en las capacitaciones	PMYPES=Participación de mypes a las capacitaciones	Mide la participación de las micro y pequeñas empresas en las capacitaciones de mejora del servicio
Población capacitada	PC=Número de personas capacitadas	Mide la cantidad de personas que obtienen conocimientos en turismo de acuerdo a las capacitaciones impartidas.
Participación de la población en actividades de señalización	PPS=Número de personas que participan en actividades de señalización	Mide la participación de personas en actividades de señalización turística
Participación de la población en actividades de promoción y publicidad	PPP=Número de personas que participan en actividades de promoción y publicidad	Mide la participación de la población en actividades de promoción y publicidad de los servicios turísticos del municipio
Población con acceso a la educación turística	PET=Número de personas que han recibido educación turística	Mide la cantidad de personas que obtienen acceso a educación turística
Población participante en las actividades de preservación de los recursos	PPR=Número de personas que participan en actividades de preservación de los recursos	Mide la cantidad de personas que participan en las actividades de preservación de los recursos.
Población participante en actividades culturales	PPC=Número de personas que participan en actividades culturales	Mide la cantidad de personas que participan en actividades culturales.

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan de Desarrollo Turístico para la Zona Sur-Este de Ahuachapán y Oeste de Sonsonate.

## IX.4.5. Identificación de la línea base y estimación del impacto del proyecto por cada uno de los Indicadores definidos.

### IX.4.3.1. Generación de Fuentes de Empleo Directos e Indirectos.

Con la puesta en marcha de las distintas iniciativas propuestas a lo largo del Plan se espera la generación tanto de fuentes directas como indirectas de empleo, permitiendo a la población de la zona en estudio la obtención de ingresos estables y un trabajo cercano a su hogar.

Ahora bien, con la implementación de la Propuesta que presenta el Plan de Desarrollo Turístico El total de Empleos Directos que se generarán (en 5 años) se estiman en: 31.

TIPO DE INICIATIVA	PERSONAL LABORANDO EN LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN INTIPUCÁ (A)	PERSONAL A NECESITAR CON LA ADICIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO A PARTIR <sup>106</sup> (B)	Incremento del empleo en la zona Costera del municipio de Intipucá= B-A
HOTELERÍA <sup>107</sup>	5	9	4
RESTAURANTES <sup>108</sup>	12	20	8
TOUR OPERADOR <sup>109</sup>	11	20	9
GUÍAS TURÍSTICOS <sup>110</sup>	7	12	5
TRANSPORTE <sup>111</sup>	8	13	5
COMITÉ TURÍSTICO	13	13	-
<b>TOTAL</b>			<b>31</b>

Fuente: Datos obtenidos en la visita técnica al Municipio de Intipucá y de la síntesis del diagnóstico del Plan de Desarrollo de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

<sup>106</sup> Nota se toman de referencia los periodos de vacaciones ya que son los más largos y el personal siempre va a seguir laborando y la proyección se ha realizado basado en la capacidad instalada de infraestructura y recursos materiales. Es decir no es exclusivo de la ociosidad del personal sino de toda la planta turística.

<sup>107</sup> La capacidad de servicios turísticos de hotelería no utilizada en semanas de no vacaciones es del 87.6% y de 35.5% en semanas de vacaciones;

<sup>108</sup> La capacidad en cuanto a estadia de un día y de restaurante no utilizada es de 67.06% en semanas de no vacaciones y de 24.16% en semanas de vacaciones;

<sup>109</sup> La capacidad de tour de kayak no utilizada en semanas de no vacaciones es de 80.9% y en semanas de vacaciones es de 64.28%;

<sup>110</sup> La capacidad de servicio de tour en kayak es de Medio tour: 420 personas / semana;

<sup>111</sup> Los niveles de ocupación promedio para los periodo de vacaciones es de 58.69% y para los periodos de no vacaciones es de 21.48%.

A partir de los datos anteriores es posible obtener un estimado de la reducción del desempleo para ello es necesario saber la población económicamente activa del Municipio de Intipucá como se muestra a continuación:

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA							
MUNICIPIO	SEXO	URBANO			RURAL		
		NA	PEA	PEI	NA	PEA	PEI
		POBLACIÓN	POBLACIÓN	POBLACIÓN	POBLACIÓN	POBLACIÓN	POBLACIÓN
INTIPUCA	TOTAL	1162	764	953	1924	1031	1733
	HOMBRE	602	474	276	985	835	466
	MUJER	560	290	677	939	196	1267

Fuente: Tesis: Anteproyecto arquitectónico para el mercado municipal y terminal de buses para la ciudad de Intipucá. Universidad de El Salvador. 2011.

<b>Total de empleos generados</b>	<b>31</b>
<b>Total de personas desocupadas en el municipio de Intipucá</b>	2686
<b>% de reducción del desempleo</b>	1.15%

De acuerdo a lo anterior y considerando que por cada fuente de empleo se beneficia a una familia, se estima un beneficio total de 31 familias, ahora bien, considerando un promedio de 5 miembros por familia, se considera un impacto directo a 155 personas, lo cual representa un: 0.02% de la Población Total de la Zona en estudio. Ahora bien, de acuerdo al MITUR por cada empleo directo de turismo se generan 3 indirectos, por lo tanto con la implantación del proyecto se generarían: 93 empleos indirectos.

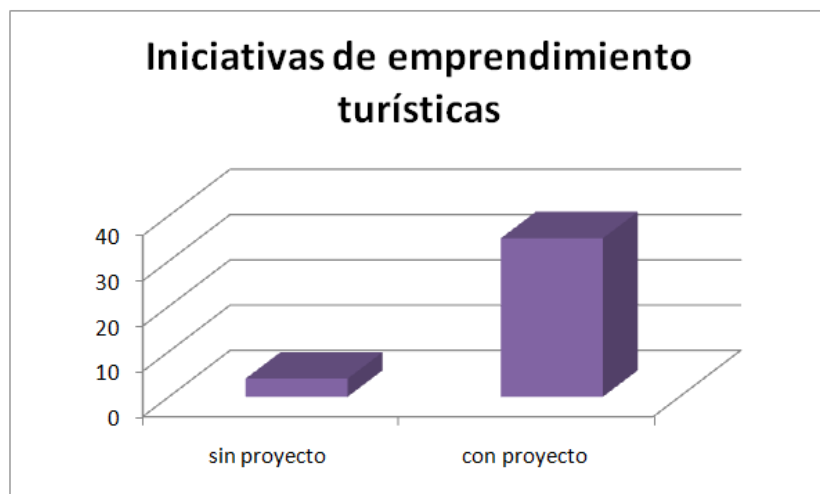


### IX.5.3.2 Desarrollo de las Iniciativas de Desarrollo Local

El proyecto en estudio será una puerta de desarrollo para las comunidades que integran los municipios de la zona, a través de la participación de 35 iniciativas de Emprendedurismo.

TIPO DE INICIATIVA	Cantidad sin proyecto (anual)	Cantidad con proyecto (anual)
Capacitaciones de mejora de la oferta turística	-	13
Seminarios (sustentabilidad)	-	1
Talleres culturales	-	2
Festivales gastronómicos	3	4 (1 de ellos 2 veces al año)
Investigación de tradiciones	-	1
Concursos escolares	-	1
Campañas de reducción de desechos	-	1 (permanente)
Programas de concientización	-	1 (permanente)
Programas de separación de desechos	-	1 (permanente)
Proyectos de elaboración de compostaje	-	1 (permanente)
infraestructura	-	2
Charlas turísticas	-	1
Capacitaciones de publicidad y promoción	-	1
Recorridos por los atractivos turísticos	-	1
Publicidad en redes sociales	1	3
Concursos a través de redes sociales	-	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>35</b>

Fuente: Elaboración propia

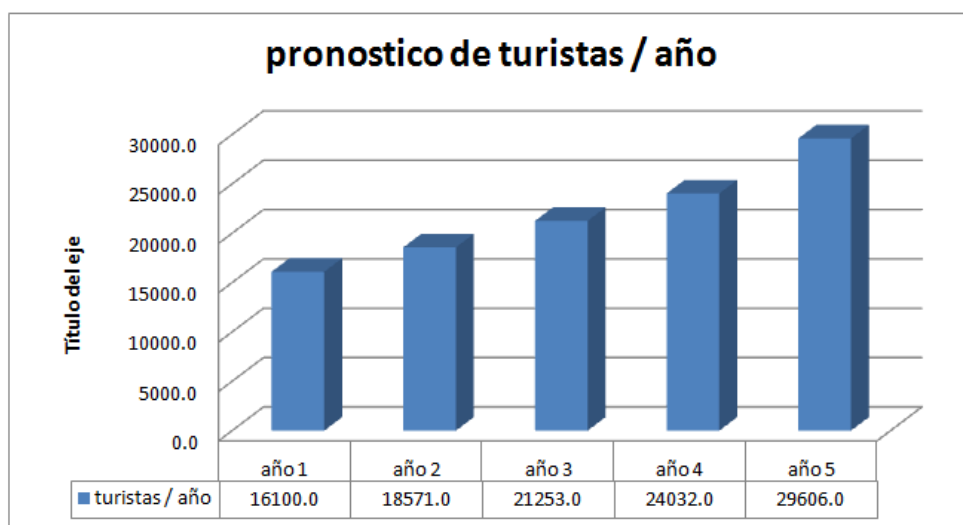


Fuente: Datos obtenidos de la etapa de Diagnóstico y de Diseño del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

#### *IX.5.3.3 Aumento de Turismo Interno*

A partir de la implementación del Plan de Desarrollo se espera que el turismo en el Municipio tenga un aumento considerable como dato de referencia se tiene la proyección de ventas obtenida de la etapa de diseño.

A continuación se presenta la proyección de ventas de los paquetes turísticos propuestos:



Fuente: Elaboración propia

La proyección de ventas luego de la Implantación del 100% del Proyecto es de: 16100 para el primer año, alcanzando una cifra hasta de: 29606. Obteniendo un 13% de incremento con la situación del proyecto en las ventas según los datos del diagnóstico.

#### ***IX.5.3.4. Concientización de la Población con respecto a la Importancia del Turismo.***

El involucramiento y participación de la Población en el Turismo de la zona es vital para el éxito del proyecto, pero para lograrlo es importante una fase de Concientización. Con la implementación del proyecto se espera Concientizar a casi la totalidad de la Población en la zona de estudio. Con la Concientización de la Población se busca soportar la Puesta en Marcha del Plan de Desarrollo Turístico con el Recurso más importante, el Humano. De esta forma se espera integrar a la plataforma de trabajo de la zona, los miembros de la comunidad, de manera que faciliten la promoción y el desarrollo del turismo en la zona.

Para obtener el estimado de población a concientizar se utilizan los datos de la encuesta de propósitos múltiples (Población de 5 años y más, Censo 2007) obteniendo el dato de la población con asistencia escolar en Intipucá.

DEPARTAMENTO, SEXO, GRUPOS DE EDAD Y % DE ASISTENCIA DE 5 AÑOS EN ADELANTE	TOTAL	URBANA TOTAL	RURAL TOTAL
	EDUCACIÓN FORMAL	EDUCACIÓN FORMAL	EDUCACIÓN FORMAL
<b>Departamento de la Unión, Municipio de Intipucá.</b>			
<b>TOTAL</b>	6697	2554	4143
<b>5-9</b>	997	382	615
<b>10-14</b>	1052	393	659
<b>15-19</b>	839	297	542
<b>20-24</b>	673	247	426
<b>25-29</b>	503	197	306
<b>30 y más</b>	2633	1038	1595

Fuente: VI Censo de población y vivienda 2007. DIGESTYC.

De acuerdo a los datos anteriores **6697** personas reciben educación es decir es la cantidad de personas que se pueden concientizar en turismo en la zona de intipucá. Es decir que se espera concientizar al 88.5% de la población.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> Se ha considerado a partir de los datos estadísticos la población de 5 años y más.

## IX.6. EVALUACIÓN DE GÉNERO

### IX.6.1. Análisis Situacional de Género<sup>113</sup>

A través del análisis situacional de género se pretende desarrollar una descripción y un análisis de las relaciones de género en el Municipio de Intipucá; en este acercamiento al municipio es importante señalar que el análisis de la interacción de relaciones entre géneros, se enmarca en el contexto de la situación económica, social, cultural del municipio; desde la perspectiva e informaciones que las personas participantes en los espacios de consulta han aportado.

Para realizar el Análisis de Género en la elaboración de este esfuerzo, se han aplicado las herramientas del Marco Analítico de Harvard que permite identificar y construir tres perfiles de género desde las diferentes perspectivas de la realidad. Estos perfiles consideran tanto ahombres como a mujeres, y ayudan a delinear, a partir de las actividades y roles de ambos, la interrelación en los diferentes ámbitos en que éstos se desenvuelven.

Los tres perfiles a considerar son:

- i) Perfil de Actividades,
- ii) Perfil de Acceso y Control de los recursos, servicios y beneficios del desarrollo y
- iii) Perfil de Influencias.

#### *a. Perfil de Actividades*

Dependiendo de las condiciones del contexto a que están referidas las actividades, esta división puede variar, de tal manera que hombres y mujeres se distribuyen las actividades. Desde la perspectiva del enfoque de equidad de género y para fines de análisis, estas actividades se estructuran en tres categorías que son:

- i. actividades reproductivas (referidas a la vida doméstica),
- ii. actividades productivas (con carácter remunerado), y

---

<sup>113</sup>Fuente: Análisis Situacional de Género del Municipio de Intipucá Oficina Técnica de Cooperación en El Salvador-AECI

iii. Actividades comunitarias (relacionadas con la gestión de servicios y bienestar para la comunidad) Las tres categorías constituyen acciones indispensables para la sobre vivencia individual, familiar y social.

El perfil de actividades se sustenta en la división del trabajo con base en consideraciones de género y define las actividades económicas de la población en el área de la acción de desarrollo o proyecto. Permite la desagregación por sexo, edad y otros factores. Permite a la vez, registrar la utilización del recurso tiempo dedicado a las actividades y dónde se realizan, con fines de análisis posterior.

Cada una de las categorías establecidas, refiere a una significación social y a su correspondiente valoración, construido mediante interacción dialéctica entre las condiciones del entorno y la aprehensión del mismo, desde la subjetividad humana individual hasta el imaginario colectivo, establecido según cada grupo social y su momento histórico concreto.

Las actividades reproductivas son aquellas actividades que se realizan para facilitar la reproducción biológica y social del trabajo, y que se realizan en el ámbito doméstico. Estas actividades tienen que ver con el cuidado de la casa y de todos los miembros de la familia.

Las actividades productivas las constituyen aquellas tareas o trabajos a los que la sociedad les asigna un valor de remuneración o de generación de ingresos, situación que conlleva a un valor agregado en términos de valoración social.

Las actividades comunitarias se encuentran referidas al trabajo de generación de servicios y bienestar para la colectividad comunitaria o social.

#### ***b. Perfil de Acceso y Control***

Identifica los recursos con que las personas pueden disponer para realizar sus actividades y los beneficios que se derivan de ellos. Al distinguir entre acceso a los recursos y beneficios, y el control sobre los mismos, es posible medir el poder relativo de los miembros de una sociedad o economía.

En los recursos se considera tres tipos:

1. Recursos económicos o productivos, como la tierra, equipos, herramientas, trabajo, dinero en efectivo, crédito, capacidad y oportunidad de empleo, ingreso y oportunidades.
2. Recursos políticos, como organizaciones representativas, liderazgo, educación e información, experiencia en la esfera pública, auto confianza y credibilidad.
3. Recurso tiempo, particularmente crítico y escaso para las mujeres.

En los beneficios se puede incluir el aprovisionamiento para las necesidades básicas como alimentos, vestimenta y vivienda, dinero e ingreso, propiedades, educación y capacitación, poder político, prestigio, status y oportunidades para perseguir nuevos intereses.

En algunos casos, las mujeres pueden tener acceso, pero no control sobre los recursos y beneficios. Un acceso y control restringido, además de la falta de tiempo puede limitar la capacidad de la mujer a participar y beneficiarse de actividades de desarrollo, sobre todo en lo que respecta a la toma de decisiones.

Las categorías de acceso y control surgen del afán propositivo de las investigadoras de género, quienes han sugerido criterios que faciliten una aproximación valorativa al grado de desarrollo de las mujeres en cualquier área de la vida social. De esta manera se llega a acuñar estas dos categorías y sus connotaciones respectivas de la manera siguiente:

El acceso de las mujeres a los factores de producción en las mismas condiciones que los hombres: igual acceso a la tierra, al empleo, al crédito, a la capacitación, a facilidades de comercialización y todos los servicios y beneficios disponibles.

El nivel de control supone no sólo la participación de las mujeres en el proceso de toma de decisiones en igualdad de condiciones; esto significa tomar parte en el proceso de formulación de políticas, la planificación y la administración.

Un análisis de género de los recursos y beneficios y de las posibilidades de acceso y control que las mujeres tienen en los proyectos de desarrollo, puede ayudar a las personas que planifican a compensar y corregir la falta de acceso y control de las mujeres, por lo menos dentro de un proyecto.

### **Perfil de Influencias**

Factores (como el género, la división del trabajo, las tradiciones culturales) crean oportunidades y limitaciones diferentes para la participación de mujeres y hombres en el desarrollo. El impacto de los cambios a través del tiempo en el contexto cultural y económico más amplio se incorpora a este análisis. A continuación se desarrolla cada uno de los perfiles para el municipio de Intipucá.

### **Perfil de actividades de Intipucá**

Conocer cómo están organizadas estas actividades es muy importante para determinar cómo se ven afectados o beneficiados los hombres y mujeres con la carga de trabajo, y de qué manera inhibe o permite el desarrollo físico, espiritual e intelectual de ambos. Es en el seno de la familia donde se define la organización del trabajo hacia fuera del hogar según las oportunidades, y hacia dentro según las necesidades, afecta de diferente manera a los hombres y mujeres de la familia según el trabajo que asumen.

Se reconocen las siguientes actividades:

- i) Actividades reproductivas,
- ii) Actividades productivas y
- iii) Actividades comunitarias.

### ***c. Perfil de Actividades Reproductivas<sup>114</sup>***

Las principales actividades reproductivas que tradicionalmente realizan las mujeres de Intipucá adultas, jóvenes y niñas, son las siguientes: hacer limpieza de la casa, barrer el patio, cuidar infantes, preparar la comida, lavar ropa, ir al molino, hacer las tortillas, planchar ropa, ir al mercado, oficios domésticos en general.

Las mujeres participantes en la jornada de consulta también refieren que son ellas quienes llevan agua y comida para los mozos que trabajan en las áreas de cultivo. A estas actividades se agregan las de cuidado y aseo personal como bañarse, etc.

---

<sup>114</sup>Fuente: Análisis Situacional de Género del Municipio de Intipucá Oficina Técnica de Cooperación en El Salvador-AECI

Es observable que la gran mayoría de estas actividades se realizan en el ámbito doméstico y las que no, siempre están vinculadas con la reproducción y cuidado de la familia.

A estas actividades reproductivas las mujeres suman las actividades “productivas” o aquellas tareas que les permiten la generación de algún nivel de ingresos, pero que a la vez constituye una “doble jornada” y las que realizan en pequeña escala como son: crianza de aves, cerdos y cultivos agrícolas (área rural); tiendas, comedores, pupuserías (para el área urbana)

En el caso de los hombres, no se registró o mencionó que realizaran actividades domésticas dentro del hogar, únicamente mencionaron que realizan el acarreo de leña. Los hombres participantes reconocieron que las mujeres tienen jornadas más prolongadas que ellos, como también que ellos tienen más actividades de recreación durante los días de la semana.

El trabajo reproductivo es vital para la sobre vivencia humana, sin embargo es poco valorado socialmente, a este trabajo no se le asigna un valor económico ya que no es remunerado, pero tampoco es visibilizado como un aporte de las mujeres a la economía familiar y social.

Es muy importante, el trabajo reproductivo de la mujer en el hogar, si éste fuera valorado se contribuiría de manera directa a concienciar y a transformar la posición de las mujeres dentro del hogar.

Es decir que hay una serie de actividades que recaen directamente sobre las mujeres, y para ilustrarlo se presenta la “hoja de vida” de hombres y mujeres.

Una buena parte de las personas que participaron en el sondeo, manifestaron que los y las jóvenes no asisten a la escuela, para ayudar en los oficios domésticos. Las actividades reproductivas además se van asignando en el momento de su ejecución a otras mujeres (la hija o la madre), aunque los hombres contribuyen a aliviar la carga doméstica, al realizar el acarreo de leña.

Este tipo de trabajo se refiere a la producción de bienes y servicios destinados al consumo y al mercado, tales como: i) actividades agropecuarias, ii) pesca, iii) oficios diversos (albañilería, carpintería), iv) empleo formal, v) actividades de microempresas.



En el área urbana hay ciertas fuentes de empleo local como son:

Bancos, agencias de viaje, instituciones públicas y talleres. Algunas de las principales fuentes de empleo son la Western Union, Gigante Express, ambas son empresas de servicio para la recepción y cambio de las remesas que envían los familiares que residen en el exterior.

Durante el sondeo las personas manifestaron que las mujeres participan más en aquellas actividades productivas que responden a los conocimientos que tradicionalmente la sociedad les ha asignado a las mujeres. En el caso del área urbana de Intipucá las mujeres están presentes principalmente en actividades vinculadas con el sector informal como son los pequeños negocios de: i) comedores, ii) pupuserías, iii) ventas ambulantes, iv) tiendas.

En el área rural, las mujeres se dedican con mayor frecuencia a la crianza de aves en el solar de la casa y también participan en las actividades agrícolas especialmente en los cultivos del: maíz, sandía y maicillo, con menor frecuencia en el cultivo del ajonjolí ya que este cultivo requiere de mayor esfuerzo físico. Las actividades agrícolas son acompañadas por las jóvenes mujeres principalmente en los cultivos del maíz y la sandía.

Las familias aprovechan el espacio del solar para cultivar árboles frutales como: coco, anona, cítricos, mango y jocote. También crían especies menores como: pollos, gallinas, cerdos.

Según lo manifestado por las personas consultadas, hay un alto índice de mujeres que se dedican a todo el proceso productivo agrícola, ya que hay un alto índice de mujeres "solas", es decir sin compañero de vida.

Como es tradicional, los hombres del área rural se dedican a cultivar: i) maíz, ii) frijol, iii) sandía, iv) maicillo, y v) ajonjolí. El cultivo del maíz generalmente lo realizan en asocio con el frijol.

Los participantes mencionaron que para el caso del maíz realizan dos cosechas al año denominadas: de primera que es la que siembran entre abril y mayo (al inicio del invierno) y de postrera la que siembran en julio (cuando ya han sacado la primera cosecha. Las actividades que realizan en el campo son acompañadas por los hijos varones.

### Características socio demográficas.

De acuerdo a la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples EHPM de la Dirección General de Estadística y Censos DIGESTYC en el departamento de La Unión para el año 1999 habían 60,773 hogares de los cuales el 28% eran jefeados por mujeres, teniendo cada hogar un promedio de 4.71 personas. La población total del departamento es de 286,380 personas; 153,689 (54%) son mujeres y 132,691 (46%) son hombres.

Para el municipio de Intipucá el 82.13% es población rural, siendo únicamente el 17.87% población urbana. Los datos poblacionales desagregados por género se reflejan en el siguiente cuadro:

**Distribución de la población por sexo**

Sexo	Población total	Area Urbana	Area Rural
Mujeres	18,599	10,666	7,933
Hombres	18,304	10,425	7,879
Total	36,903	21,091	15,812

**Fuente: Censo Nacional de Vivienda y Población 1992**

A su vez, la misma encuesta refiere del universo poblacional en mención los siguientes indicadores de necesidades básicas insatisfechas (INBI): 77.45% no posee servicio de agua potable; el 86.9% carece de servicios de drenaje; un 55.2% no cuentan con servicio de energía eléctrica y el 43.07% viven en condiciones de hacinamiento.

De acuerdo a la reciente caracterización de municipios auspiciada por la GTZ, el municipio de Intipucá se encuentra ubicado en los municipios del Tipo 4, que se caracterizan por tener un promedio de 13,954 habitantes por municipio, con un nivel de urbanización del 29%, y con un INBI promedio de 46 puntos; lo que refleja la mayor insatisfacción de necesidades básicas.

Con relación a los indicadores educativos, al nivel del departamento de La Unión, la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples EHPM<sup>115</sup> de la Dirección General de Estadística y Censos DIGESTYC para el año 2007 señala que el total de personas analfabetas de 10 años y más, es de 66,953 lo que representa el 32%, teniendo un promedio de escolaridad de 3,4 grados. A su vez, la misma encuesta refiere del universo poblacional en mención los siguientes indicadores

---

<sup>115</sup> Encuesta de Hogares y propósitos múltiples EHPM de la DIGESTYC El Salvador. Año 2007

de necesidades básicas insatisfechas (INBI): 77.45% no posee servicio de agua potable; el 86.9% carece de servicios de drenaje; un 55.2% no cuentan con servicio de energía eléctrica y el 43.07% viven en condiciones de hacinamiento. De acuerdo a la reciente caracterización de municipios auspiciada por la GTZ, el municipio de Intipucá se encuentra ubicado en los municipios del Tipo 4, que se caracterizan por tener un promedio de 13,954 habitantes por municipio, con un nivel de urbanización del 29%, y con un INBI promedio de 46 puntos; lo que refleja la mayor insatisfacción de necesidades básicas.

De acuerdo al Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2001 de Naciones Unidas, la matrícula inicial de educación básica en el departamento de la Unión para el año 1998 fue de 60,364 y para educación media en el mismo año fue de 3,941. Cabe señalar que la matrícula de educación básica para el año 1997 fue de 61,573; al contrastar este dato con la matrícula de educación media del siguiente año se visibiliza una marcada diferencia entre la población estudiantil que termina la educación básica pero no continua la educación media.

Al nivel del Municipio de Intipucá se pueden observar los siguientes indicadores referidos a la realidad educativa:

-----

**Porcentaje de Analfabetismo y Tasa Neta de Escolaridad**

Intipucá	Analfabetismo 10 y más edad	Tasa Neta Escolaridad (1-6)	Tasa Neta Escolaridad (7-9)	Extraedad (1-6)	Extraedad (7-9)
	43.59%	30.75%	9.87%	54.43%	48.84%

**Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)**

Al nivel de la salud en el departamento de La Unión el índice de mortalidad infantil es de 19.39% en los niños y de 18.72%<sup>116</sup> en las niñas para el año 2006. existiendo una tasa de población sin acceso a servicios de salud a nivel departamental del 31.5%.<sup>117</sup>

Con relación a los datos sobre vivienda, se encontró que en el departamento, hay un número poco significativo de familias habitando en construcciones de tipo rancho, choza o vivienda

---

<sup>116</sup> Estimaciones y proyecciones de población por departamento para el periodo 1995-2020.

DIGESTYC

<sup>117</sup>(IDH El Salvador 2001).

improvisada (4.28%) contrastado con un 46.56% de viviendas que aun cuentan con piso de tierra.

Estos mismos datos al nivel del Municipio de Intipucá reflejan que el 56.77% de las viviendas cuentan con pisos de tierra y un 18.69% de las viviendas del municipio son de tipo rancho, choza o vivienda improvisada.

En el departamento de la Unión, de acuerdo a la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples EHPM de la Dirección General de Estadística y Censos DIGESTYC, para el año 2010 la Población Económicamente Activa era de 2,580,284 personas; de este total, 58.7% está representado por los hombres y 41.3% por mujeres.. Importante señalar que al observar los datos poblacionales, las mujeres de 10 años y más son en total 116,118 dato que contrastado con la PEA femenina indica que únicamente el 27% de esta población es Económicamente Activa.

Así mismo, de acuerdo a la misma fuente, El ingreso promedio mensual de los hogares a nivel nacional es de US \$ 479.15; en el área urbana es de US \$570.68 y en la rural de US \$ 304.75. para el año 2010. De acuerdo a la misma fuente, en el departamento de La Unión del total de hogares, el 38% reciben remesas del exterior con un ingreso mensual promedio por familia de ₡1,148.83 (\$131.29). Con relación a las actividades comerciales o productivas, en el municipio de Intipucá los productos agrícolas más cultivados son: granos básicos, caña de azúcar, algodón, sandía, melón, ajonjolí, cocoteros y ayotes; hay crianza de ganado vacuno y porcino. Sus industrias más importantes son: la cerealista, la fábrica de productos lácteos, panela, la frutícola, la algodонера y la pesca de manutención.

Los sitios de atracción turística son: la isla y la playa del Icacal, los esteros, el balneario de Cerique y petrograbados en el caserío Caulotillo.

También se dedican a la crianza de ganado vacuno, principalmente en la zona de Los Laureles y en La Agencia y al procesamiento de la leche y las personas que viven en la costa, en los caseríos El Esterón y el Icacal se dedican a la pesca. En el espacio del solar, cuando tienen cocoteros, los hombres mencionaron que son ellos quienes cortan los cocos.

Es importante señalar que, las personas consultadas expresaron su preocupación por la pérdida del interés en las personas por dedicarse a actividades productivas como son el cultivo de la tierra, debido a la dependencia generada por las remesas familiares.

#### *d. Perfil de Actividades comunitarias*

El trabajo comunitario es aquel que se realiza en función de organizar colectivamente los servicios sociales de la comunidad, ya sea participando en grupos, comités u organizaciones sociales. Al igual que el trabajo reproductivo, este trabajo raras veces es valorizado, aunque requiere de mucho tiempo voluntario prolongando la jornada laboral de las mujeres, que son en quienes recae mayoritariamente las actividades en beneficio de la comunidad.

Es importante señalar que usualmente el desarrollo de trabajo comunitario implica un alargamiento de la jornada laboral, especialmente de las mujeres, ya que deben continuar realizando las distintas tareas reproductivas y productivas, a lo que se denomina “triple jornada”.

En Intipucá la participación de las mujeres dentro de las distintas instancias comunitarias se da a través de los organismos comunitarios, principalmente en aquellos que tienen relación con las áreas de educación y salud. Su participación en cargos directivos, según las personas entrevistadas, es muy limitada. La mayoría de las actividades comunitarias que realizan las mujeres en Intipucá, tienen que ver con: i) asistir a asambleas de padre-madres de familia, ii) asistir a reuniones de orientación nutricional, iii) jornadas de vacunación. Estas actividades están relacionadas con el cuidado de la familia como uno de los roles asignado a las mujeres y que están estrechamente vinculadas con el ámbito doméstico. De manera más "presencial" participan en: i) asambleas de la comunidad y ii) cabildos abiertos; Aunque, manifestaron las personas consultadas, que en estas organizaciones ellas no son las que deciden pues tienen limitado acceso a cargos directivos o puestos de decisión. Al momento de consultar este tipo de información, las mujeres reflejaron algún nivel de dificultad y confusión, plasmando actividades más relacionadas al trabajo de base relacionado con salud y educación y no organizativo y de gestión. Mientras que el grupo de hombres evidenció experiencia en el manejo y ejercicio de actividades de gestión comunitaria, por ejemplo: ellos expresaron los pasos ordenados de un proceso de priorización de problemas, refiriendo a su práctica concreta de presentarle sus problemas al Alcalde de ese municipio. Compartieron además, sobre su organización para ejecutar los proyectos.

En forma contraria, las mujeres cuando se involucran en estas actividades, frecuentemente remiten su participación a acciones de apoyo en logística y muy próximas a sus roles domésticos, como el ejemplo de "preparar los alimentos para los hombres que asisten a las asambleas y reuniones".

Las entidades que más trabajan con las mujeres en ese municipio son: la Cruz Roja, Comités de Festejos, Casa de la Cultura y Grupos de Oración.

En el caso de los hombres, éstos participan en los organismos comunitarios que gestionan el desarrollo de la comunidad, como son las Asociaciones de Desarrollo Comunitario (ADESCOS) y manifiestan más frecuentemente sobre sus experiencias ocupando cargos directivos.

Es importante además, señalar que las personas en trevistadas manifestaron que el funcionamiento de las ADESCOS en Intipucá, es muy limitado.

#### *e. Perfil de acceso y control de los recursos*

En Intipucá el acceso y control de los recursos, beneficios y servicios del desarrollo es bastante limitado, en parte debido a su lejanía con relación al centro del país (San Salvador), pero también debido a la carencia de fuente de ingreso a nivel local. Esta situación ha obligado que un gran porcentaje de su población busque encontrar alternativas de ingresos en el exterior.

Este limitado acceso a los recursos, servicios y beneficios del desarrollo que debiera ser compartido por todos los miembros de la familia, no afecta de manera equitativa a hombres y mujeres, esto debido a la asignación de responsabilidades, que históricamente recaen sobre la mujer y no sobre toda la familia como debiera ser. Esta inequidad hace que las mujeres sean las más afectadas, aunque éstas sean jefas de familia. La tecnología doméstica debiera ser para uso de todos, no sólo para mujeres. Por ejemplo, con ayuda de los hombres en la casa, las mujeres podrían tener mayores oportunidades de acceder a recursos, beneficios y servicios que aunque con limitaciones, provee el desarrollo. No se verían limitadas en sus potencialidades por el escaso tiempo del cual disponen.

Generalmente, cuando estas quieren acceder a algún recurso, beneficio o servicio, como es el caso de las capacitaciones y la participación en organizaciones comunitarias, es normal deban levantarse dos horas antes de la acostumbrada para poder dejar realizada las tareas domésticas.

### Acceso al tiempo

El tiempo es uno de los principales recursos, y en el caso de las mujeres es crucial analizar su acceso y utilidad, a fin de poder identificar la cantidad y horas disponibles de la mujer durante el día para dedicarse a otras actividades que se relacionen con su propio desarrollo integral: físico y mental.

En relación al uso del tiempo, el sondeo refleja que en general el comportamiento de las mujeres de Intipucá no difiere en gran medida del resto de mujeres del país, en tanto que invierten gran parte de su tiempo en las tareas domésticas que son intensivas para garantizar la reproducción social de los miembros del hogar. Hombres y mujeres hacen un uso diferenciado del tiempo, para poderlo graficar se construyó una hoja de vida de las mujeres y una hoja de vida de los hombres, donde se especifica quién hace qué, tanto a nivel de la comunidad y como del hogar.

Hoja de Vida de las mujeres:

Hoja de Vida de las mujeres:

Momento del Día	Actividades Habituales o Diarias	Actividades Eventuales
Inicio del día	Levantarse, bañarse, barrer el patio, prepara el desayuno.	Asistir a la iglesia, viajar al pueblo ó a San Salvador.
Media mañana	Lavar los platos, hacer la limpieza de la casa, ir de compras al mercado para preparar el almuerzo, tomar refrigerio.	Ir a la playa.
Medio día	Almorzar, tomar una siesta, lavar los platos, ordenar de nuevo la cocina, barrer la casa, ver televisión, platicar con los hijos.	Visitar a la familia, ver televisión.
Media tarde	Ir al molino para hacer tortillas, preparar un refrigerio, preparar comida para la cena.	Asistir a la iglesia.
Final de la tarde	Cenar, lavar platos, ordenar la cocina, planchar, ordenar la ropa.	Conversar, prepararnos para el día siguiente.
Noche	Ver televisión, orar, conversar, acostarse y dormirse.	Romance de pareja.

Fuente: Taller Participativo 13 de diciembre 2001

Las mujeres inician sus actividades a las 5:00 a.m. y las terminan a las 9:30 p.m., en los lugares en donde hay energía, y en los lugares donde no hay energía las terminan a las 7:30 p.m.

## Hoja de Vida de los hombres:

Hoja de Vida de los hombres :

Momento del día	Actividades habituales o diarias	Actividades eventuales
Inicio del día	Ordeñar las vacas, bañarse, desayunar, preparar las utilidades para el trabajo, traer agua.	Orar, prepararse para visitar familiares, asistir a la iglesia.
Media mañana	Trabajando.	Congregarnos en iglesias, practicar deportes , esto lo hacen generalmente los domingos.
Medio día	Almorzar, salir a buscar leña, hablar con los hijos y esposa.	Ir a la playa.
Media tarde	Jugar naipes o dama con los amigos, practicar algún deporte.	Cenar, reunión de familia.
Final de la tarde	Cenar, orar, dormir en la hamaca.	Ir a la cancha a jugar, asistir a alguna reunión de la iglesia.
Noche	Dormir	Acariciar a la esposa.

Fuente: Taller Participativo 13 de diciembre 2001

Los hombres consultados reconocieron que las mujeres hacen más trabajos y que ellos tienen más actividades en las cuales se divierten y distraen durante los días de la semana. En cambio las mujeres sus espacios de diversión más limitados y se restringen a los fines de semana.

Es evidente que las mujeres están más recargadas con la diversidad de tareas que implica el cuidado de la familia, cuyas actividades no tienen una remuneración que les permita sentirse con capacidad de decidir sobre el uso del dinero que aporta el hombre. Cuando las mujeres quieren participar en acciones comunitarias o de superación personal, deben de garantizar que alguien más, generalmente otra mujer (hija, madre, hermana), las realice por ellas.

Aún no es frecuente la distribución de tareas entre todos los miembros de la familia (hombre y mujeres).

Conocer como está el “acceso y control del tiempo” de las mujeres es muy importante en la planificación del desarrollo local, principalmente cuando se trata fortalecer y brindar oportunidades para las mujeres. Con frecuencia este elemento no se toma en cuenta y se programan actividades que recargan la jornada de las mujeres, o éstas se hacen en horarios no convenientes para ellas.

### Capacitación

En Intipucá existen limitada oferta para capacitarse tanto para hombres como para mujeres, adultos y jóvenes. Las ofertas de capacitación que han identificado por las personas



consultadas están relacionadas con formación vocacional tradicional. En el caso de los hombres en metal mecánica y en el caso de las mujeres en corte y confección. Estas

iniciativas han sido impulsadas por la Iglesia. En estos momentos ya no funcionan. Recientemente se han impartido cursos de computación pero por iniciativas privadas, éstas se han retirado del lugar debido a que no tuvieron convocatoria.

A nivel de formación en liderazgo y participación ciudadana, a través de las jornadas realizadas, se ha constatado que no ha existido un proceso sostenido de formación de liderazgo para el desarrollo comunitario.

En cuanto a capacitación en salud, se informó que existe un Club de Jóvenes que trabaja con Salud Sexual y Reproductiva. Y a través de la Cruz Roja existe un pequeño grupo de mujeres capacitadas en primeros auxilios. La participación de los hombres en el tema de la salud es muy limitada, según las personas consultadas.

### **Acceso al Crédito**

Los créditos a que ha tenido acceso la población de la Intipucá, y especialmente las mujeres que son microempresarias y algunas pequeñas productoras agrícolas. Estos créditos son canalizados a través de una iniciativa que ha promovido la Alcaldía Municipal, que es la Cooperativa de Ahorro y Préstamo "San Nicolás". En cuanto al acceso al crédito por parte de los hombres, no se obtuvo información, ya que únicamente se hizo referencia a prestamistas individuales, pero no se mencionó que exista ningún programa de microcréditos, ni tampoco asistencia técnica para su administración.

### **Acceso a la Vivienda (y parcela)**

En el grupo focal realizado con mujeres del área rural se manifestó que la falta de acceso a vivienda permanente y digna, es el principal problema que tienen las familias. La situación se agrava por la falta de acceso a la propiedad del solar, lo que hace más complicada la búsqueda de una solución adecuada.

Dada la falta de alternativas locales para la generación de ingresos, la posibilidad de cumplir con los requisitos mínimos para acceder a una vivienda es muy limitada, según expresaron las mujeres. Esto requiere de la búsqueda de alternativas adecuadas y creativas para facilitar el acceso a la vivienda sin estimular el asistencialismo.

### **Acceso a la Educación**

En cuanto al acceso a la educación, las personas consultadas manifestaron su preocupación por los altos índices de analfabetismo existente en el municipio.

Acceso a la Salud.

El municipio de Intipucá cuenta con un Puesto de Salud. El personal que trabaja en ésta área está distribuido de acuerdo al siguiente cuadro:

Distribución del personal de salud por sexo.

**Distribución del personal de salud por sexo**

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
médicos	2	1	1
enfermeras	3		3
Odontóloga	1		1
Parteras	3		3
Promotores	3	1	2
Voluntarios-as	4	2	2

**Fuente: Entrevistas a profundidad**

Tal y como ha sido expresado en el acápite de actividades comunitarias, en el cuadro anterior también se constata la predominancia de mujeres dedicadas al área de salud, como una de las áreas en las que participan y se involucran más las mujeres está relacionada con el cuidado de "otros" que es uno de los roles asignados socialmente a las mujeres.

De acuerdo a las personas entrevistadas, los Programas de Salud que implementa la Unidad de Salud del municipio son: i) consulta asistencial, iv) vacunación y v) educación preventiva contra el dengue. Por otro parte, la Alcaldía Municipal apoya logísticamente las acciones de la fumigación que realiza la Unidad de Salud.

Hay una tasa de desnutrición de 22% y en la mayoría de casos son niñas de 1 año en adelante.

La comunidad tiene una valoración positiva de los proyectos de salud de la comunidad, aunque plantea que hay un acceso limitado a este servicio básico.

### **Salud Reproductiva (Fertilidad)**

De acuerdo a las entrevistas realizadas las mujeres tienen acceso a diversos Programas que desarrolla el Ministerio de Salud. Estos son: i) atención materno infantil y ii) planificación familiar (métodos temporales). En el marco de estos programas se realizan actividades como: i) detección de embarazos, ii) control de la menstruación y iii) vacunación contra el tétano. También tienen acceso a orientación sobre la lactancia materna.

Las mujeres en Intipucá, tienen un limitado control sobre su sexualidad y su capacidad reproductiva debido a que, persisten relaciones de género donde la mujer sigue estando subordinada y responde a una visión de mundo masculinizada. Esta visión, fomenta patrones culturales que limitan e inhiben la capacidad y el derecho de las mujeres a controlar su cuerpo, dejando que otros decidan, ya sea a través de la figura de un hombre (pareja) o del imaginario colectivo (sociedad/comunidad).

Estas opiniones fueron recolectadas en los Grupos Focales realizados en el marco de la Consultoría.

### **Participación y poder de decisión de las mujeres**

Acerca de participación de las mujeres, tanto en las entrevistas con informantes claves como en los grupos focales, se manifestó que las mujeres participan poco en las organizaciones sociales y comunitarias.

Esto debido a la prevalencia de patrones culturales, la recarga de los oficios domésticos y a que no existe incidencia de instituciones de desarrollo que fomenten y desarrollen liderazgos. Las mujeres no tienen mucha presencia en las directivas comunitarias ni tampoco ocupan puestos de dirección. Esto debido a que prevalecen patrones culturales tradicionales que conciben que el ámbito público es para los hombres y el ámbito privado para las mujeres. De acuerdo a las personas consultadas, las mujeres participan en las actividades comunitarias para "preparar los alimentos", si acaso asisten a las reuniones únicamente expresan sus necesidades pero no deciden ya que eso es "solo para hombres".

La falta de ejercicio de la participación ciudadana, restringe, inhibe y limita la capacidad de las mujeres de integrarse al desarrollo de la comunidad y del municipio. No les brinda oportunidades para que puedan ejercer su derecho a decidir sobre los problemas que les afectan y cumplir con su obligación ciudadana de involucrarse en la definición e

implementación de acciones de desarrollo. Durante el sondeo, algunas personas comentaron que la apatía también es generada por "la dependencia de las remesas y el conformismo".

### **Perfil de influencias.**

En el perfil de influencias se incluye el análisis de factores que influyen en los roles y responsabilidades de hombres y mujeres, y que contribuyen a que éstos permanezcan o se modifiquen; inciden fundamentalmente en la capacidad de uso y control de los recursos por parte de mujeres y hombres.

En éstos se incluyen factores socioculturales, estructuras institucionales y aspectos legales entre otros. Hay factores que determinan posibilidades o limitaciones para el desarrollo de las familias, que inciden sobre el nivel de participación y toma decisiones de hombres y mujeres en el hogar y en la comunidad; así como en su comportamiento en la sociedad. La comprensión de las influencias anteriores y actuales sobre las relaciones de género proporciona criterios sobre los posibles obstáculos y oportunidades para efectuar cambios sociales en general y en las relaciones de género en particular.

Para fines de este estudio se identifican, los factores siguientes: socioculturales, económicos y políticos.

Factores Socioculturales

### **La Religión**

En el Municipio de Intipucá hay presencia de la Iglesia Católica y Evangélica, siendo un municipio con efervescencia cultural religiosa con un alto nivel de participación de la población en festividades o actividades de esta índole. Culturalmente para las mujeres las iglesias y templos se convierten en un espacio importante en su vida, ya que generalmente son las que manifiestan mayor involucramiento con actividades religiosas, sin embargo en Intipucá los hombres al trabajar su calendario de actividades manifestaron un fuerte involucramiento en actividades religiosas eventuales los días domingo.

### **Paternidad irresponsable y maternidad precoz.**

La creciente influencia de la paternidad irresponsable y maternidad en adolescentes es preocupante. Según datos obtenidos a través de entrevista a informantes claves del municipio, hay un promedio de 25% de embarazos en adolescentes entre los 11 y 13 años. Este año se atendieron 3 alumnas entre los 12 y 13 años que cursaban 4º grado embarazadas. Esta

situación ha llevado a las jóvenes a aumentar la carga en el hogar y a agudizar su situación de pobreza, lo que las ha obligado a abandonar los estudios.

Por tanto se puede afirmar que en Intipucá hace falta modificar sustancialmente la realidad subjetiva (valores y creencias) que reproducen el patriarcado. La familia como mecanismo reproductor juega un rol determinante y también la comunidad como ámbito social más amplio que reproduce los roles asignados a cada género y que deben ser transformados.

### **Factores Económicos.**

#### *Ingreso Familiar.*

Al igual que los otros factores, el económico limita o da posibilidades de desarrollo a la familia y a las personas; y en el caso particular de las mujeres determina en muchos casos posibilidades de empoderamiento.

Tal y como se pudo observar en el desarrollo de los perfiles de actividades y de acceso y control de recursos y beneficios; en el Municipio de Intipucá el comportamiento de hombres y mujeres responde a un patrón cultural tradicional en el que se asume que la responsabilidad para el sostenimiento de la familia recae fundamentalmente en los hombres, asumiendo las mujeres que su actividad productiva es de apoyo a los hombres.

Este patrón cultural aunado a la existencia de hogares liderados por mujeres, incide en que en contextos como el descrito, el ingreso familiar promedio sea insuficiente para cubrir las necesidades básicas; lo que contribuye a que estos grupos poblacionales estén considerados en extrema pobreza.

#### *Migraciones.*

El fenómeno de las migraciones, sobre todo hacia los Estados Unidos es un factor de influencias que en el caso particular del municipio de Intipucá tiene mucho peso.

De acuerdo a las mujeres urbanas participantes en los grupos focales, existe la percepción que el 90% de hogares en el municipio son liderados por mujeres solas. Las jóvenes consideraron que la aspiración fundamental de una persona joven es terminar su tercer ciclo y buscar la forma de migrar hacia el exterior.

A esto hay que añadir el hecho que si bien el índice de personas que han migrado a los Estados Unidos es grande, las mujeres no manifiestan mejoras en sus condiciones de vida a partir de

este fenómeno, ya que observan que "muchos hombres se van pero no se acuerdan de sus familias que han dejado".

El fenómeno de la migración ha incidido en la vida de las mujeres en el sentido que han debido asumir la responsabilidad plena de sus hogares, incluyendo lo referido a la producción agrícola, más sin embargo no han transformado ni su condición ni su posición de género en la sociedad. Se ven marcadas por un alto índice de pobreza, de analfabetismo, de problemas en su salud sexual y reproductiva, bajos niveles de participación y de organización.

El ingreso por remesas ha tendido a ser utilizado en actividades de consumo, contribuyendo a fomentar una actitud pasiva, cómoda y conformista por parte de la población que las recibe.

### **Factores Políticos.**

Se refiere a las oportunidades de participación y la toma de decisiones de hombres, mujeres, juventud y niñez para hacer valer sus derechos.

Tal es el caso del acceso a instancias especializadas como sindicatos, organismos de derechos humanos, asociaciones sectoriales, entre otros, que permitan la canalización de la demanda y el establecimiento de los deberes y derechos. La participación en estas instancias es muy débil en el Municipio de Intipucá. No se detectó presencia sensible de esfuerzos organizados ni al nivel gremial, ni sectorial y en el aspecto territorial es sumamente débil.

No existen formas de asociación u organización específicas de mujeres, por lo que las reivindicaciones y necesidades de éstas aparecen poco reflejadas en los esfuerzos de planificación del desarrollo local.

Persiste un patrón cultural tradicional en el que se privilegia el espacio público para los hombres, reflejando poca o casi nula participación de

las mujeres en espacios como el Concejo Municipal y las Directivas Comunales entre otros. Estos elementos permiten afirmar que el factor político no ha ejercido influencia en la transformación de los roles tradicionales de hombres y mujeres, y mucho menos en lo que respecta a la transformación de su posición subordinada.

## *IX.6.2. Análisis de problemas*

Partiendo de que en los ejercicios de planificación del desarrollo o de diagnóstico municipal, ya se cuenta con una identificación de problemáticas sociales, económicas y ambientales, que inciden en la calidad de vida de los habitantes del municipio, en esta ocasión, por la naturaleza del estudio, se consideró necesario abrir un espacio específico para identificar necesidades y problemáticas de interés específico de las mujeres.

Esta información se recopiló a través la metodología de grupos focales<sup>118</sup>.

Para ello se realizaron tres grupos.

Las mujeres participantes en cada uno de los grupos focales por medio de una lluvia de ideas, identificaron los principales problemas que les afectan en su desarrollo social, individual y aquellos que les limitan las oportunidades para su plena integración como sujetos del desarrollo de sus comunidades y municipios.

El tipo de problemas identificados, en su gran mayoría son de carácter social y económico. No obstante, es interesante señalar que fueron las mujeres del área rural quienes visibilizaron con mayor especificidad problemáticas que tienen que ver con la participación de las mujeres en instancias organizativas que permitan mejorar la calidad de vida de sus comunidades.

Los resultados consolidados de este ejercicio de identificación de las principales problemáticas que afectan a las mujeres del municipio son los siguientes:

- Pocas alternativas para la generación de ingresos económicos.
- Limitado acceso a la propiedad de los solares de las vivienda Uno con mujeres urbanas, otro con mujeres rurales y otros jóvenes rurales urbanas.
- Bajos niveles educativos de las mujeres.
- Exceso de prejuicio para atender su salud reproductiva.
- Falta de acceso a la formación vocacional.
- Pocas oportunidades de empleo para las jóvenes.
- Muchas jóvenes que enfrentan embarazo precoz.

---

<sup>118</sup>Fuente: Análisis Situacional de Género del Municipio de Intipucá Oficina Técnica de Cooperación en El Salvador-AECI

Para realizar el análisis de éstos problemas se han clasificado de acuerdo a: área social y área económica. En el área social se han incluido aquellos problemas que tienen que ver con las oportunidades de educación, con el acceso a salud y servicios, y con la organización social. Para el caso de las jóvenes su problemática se centró en el campo de la sexualidad y la salud reproductiva.

En el área económica, se han incluido aquellos problemas que afectan a las mujeres en cuanto al acceso a recursos para mejorar sus perspectivas de desarrollo y de realización personal.

A continuación se presenta una Tabla que recoge todos los problemas identificados por las mujeres del Municipio de Intipucá.

Los problemas se han ordenado de acuerdo a la frecuencia con que fueron mencionados en los grupos focales. Así por ejemplo, un problema que tiene 2 de frecuencia quiere decir que fue mencionado en los dos grupos. Por tanto, la frecuencia no indica orden de prioridad o importancia, sino el número de grupos en los cuales el problema fue identificado.

En la tabla que se presenta a continuación, se incluye los problemas que se mencionaron en dos o más grupos focales.

**Problemas identificados según Frecuencia de identificación en los Grupos Focales**

Problema	Frecuencia
Existencia de violencia intrafamiliar	3
Bajos niveles educativos en las mujeres	3
Falta de oportunidades de empleo	2
Pocas alternativas para generar ingresos	2
Existencia de violencia social	2
Apatía en mujeres ante las organizaciones comunitarias	2
Altos índices de pobreza	1

**PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS POR GRUPO DE TRABAJO**

Grupo	Tipo de Problema	
	Social	Económico
Mujeres Jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Muchas Jóvenes que enfrentan embarazo precoz</li> <li>◆ Falta de acceso a la formación vocacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Pocas oportunidades de empleo para las jóvenes</li> </ul>
Mujeres Rurales	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Limitado acceso al a propiedad del solar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Hace falta alternativas para la generación de ingresos económicos</li> </ul>
Mujeres Urbanas	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Exceso de prejuicio para atenderse su salud reproductiva</li> <li>◆ Bajos niveles educativos en las mujeres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de alternativas para generar ingresos</li> </ul>

FUENTE: Grupos Focales para el Análisis Situacional - Diciembre 2001.



### *IX.6.3. Acciones a realizar para fomentar la equidad de género en el plan de desarrollo sustentable de turismo en Intipucá.<sup>119</sup>*

- Promover trabajo específico con consideraciones de equidad de género en la formulación e implementación de las políticas, programas y proyectos para el municipio, con el propósito de facilitar a la población: i) la capacitación en aspectos relacionados con el enfoque de género y la interpretación y análisis de las necesidades de género de mujeres y hombres, ii) la incorporación gradual de conciencia sensibilizándoles ante las condiciones de inequidad existentes en el municipio, iii) la generación de cambios en sus actitudes con el fin aprovechar este enfoque como forma de afrontar la inequidad y mejorar sus condiciones de participación democrática y equitativa. Por lo tanto en la realización de las actividades turísticas del municipio proponer como política la inclusión en un 50% de hombres y 50% mujeres en las actividades de capacitaciones, festivales gastronómicos, actividades de concientización, actividades culturales y demás en las que las mujeres puedan verse beneficiadas por la incorporación del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá.
- Apoyar el fortalecimiento de capacidades para el impulso de la gestión municipal, por medio de acciones que amplíen la visión de planificación del desarrollo del municipio, fomenten nuevos estilos y formas de liderazgo, con características de visión de desarrollo, equidad, representatividad y participación democrática. Es decir la inclusión de las mujeres liderando proyectos turísticos en el municipio.
- Fomentar el desarrollo de acciones que faciliten la organización comunitaria como mecanismo para la gestión del desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida.
- Fomentar el desarrollo de capacidades propias por medio de una oferta institucional de formación vocacional y un proceso sistemático y acumulativo de capacitación que permita a las mujeres, aprendizajes no tradicionales como (dibujo técnico, diseño por computadora, jardinería entre otras) para la generación de ingresos y el desarrollo de personas autónomas. Así como formar cadenas de emprendimiento de mujeres microempresarias para incluirlas en el tejido productivo del municipio.
- Emprender acciones educativas dirigidas específicamente a mujeres, en la línea de alfabetizar con fines y métodos referidos a las condiciones e identidad de género de las

---

<sup>119</sup> Estas acciones se consideran incidentes en 2 vías. La primera es la inclusión equitativa de hombres y mujeres en las actividades a realizar en el Plan de desarrollo. La segunda es de la población en general de hombres y mujeres que serán beneficiados equitativamente con la puesta en marcha de los proyectos del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo en el Municipio de Intipucá.

mujeres, como forma de aportar a su crecimiento personal, a su integración con otras mujeres y a su autovaloración.

- Articular con entidades gubernamentales y no gubernamentales que han desarrollado materiales y metodologías andragógicas con enfoque de género.

***IX.6.4. Asignación equitativa de mujeres y hombres en los proyectos del plan de desarrollo sustentable de turismo para la zona costera del municipio de Intipucá, la unión.<sup>120</sup>***

Programa	Proyectos	Actividades específicas	Cantidad de Hombres	Cantidad de Mujeres
<b>Mejora de la Oferta Turística</b>	Documentación y estandarización de servicios de oferta: tour operadores, kayak, hospedaje, restaurantes.	Elaboración de guías y manuales	1	1
	Rescate del patrimonio cultural.	*Festival de platillos tradicionales. *Investigaciones sobre tradiciones.	3	3
<b>Marketing</b>	Señalización turística.	Formación de la comisión de señalización	2	2
	Promoción y publicidad.	Comisión de redes sociales	1	2
	Promoción de ventas.	Comisión de ventas	3	2
<b>Monitoreo y Control</b>	Monitoreo y Control	Monitoreo y control	1	1
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>11</b>

Fuente: elaboración propia

<sup>120</sup> Nota: Cantidad de hombres y mujeres sugeridas para algunas actividades de los proyectos. Las demás actividades serán realizadas por las funciones asignadas y el criterio del gerente del proyecto.

## IX.7. EVALUACIÓN AMBIENTAL

121La Evaluación del Impacto Ambiental (EIA) es un procedimiento jurídico-administrativo de recogida de información, análisis y predicción destinado a anticipar, corregir y prevenir los posibles efectos directos e indirectos que la ejecución de una determinada obra o proyecto causa sobre el medio ambiente. Permitiendo a la Administración adoptar las medidas adecuadas a su protección. El fin de la EIA es el de la prevención, que trata de evitar, con anterioridad a su producción, la contaminación o los daños ecológicos, más que combatir posteriormente sus efectos.

### Justificación

La realización de obras o actividades públicas o privadas que puedan causar desequilibrios ecológicos o rebasar los límites y condiciones señalados en los reglamentos o normas técnicas ecológicas.

La ley de medio ambiente es clara y en el siguiente artículo menciona los casos en que es obligatorio el estudio de impacto ambiental.

**Art. 21.- Toda persona natural o jurídica deberá presentar el correspondiente Estudio de Impacto Ambiental para ejecutar las siguientes actividades, obras o proyectos:**

**j) Plantas o complejos pesqueros, industriales, agroindustriales, turísticos o parques recreativos;**

En ese sentido la implementación del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá generará un impacto tanto negativo como positivo en el entorno ecológico debido al inminente incremento de la actividad turística que el Plan de Desarrollo generaría. Aspectos como la capacidad de carga turística o la prevención y concientización turística son relevantes en el estudio de la evaluación ambiental para el Plan de Desarrollo Turístico. En ese sentido es necesario evaluar los impactos que se generan con la implementación de cada uno de los proyectos contemplados en el Plan de Desarrollo Turístico y a la vez utilizando medidas como la mitigación para contrarrestar los impactos

---

<sup>121</sup>Fuente: Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental. Guillermo Espinoza. BID. Centro de Estudios para El Desarrollo CED. Santiago de Chile. 2001.

<sup>122</sup>Fuente: Ley de medio Ambiente. República de El Salvador

negativos y la prevención y ejecución de los proyectos que generen impactos positivos en el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión. Como complemento el Plan está diseñado para influir de manera Sustentable a la Zona Costera es por ello que la evaluación ambiental del proyecto debe contener aspectos que preserven el deterioro del medio ambiente ante el desarrollo de las actividades turísticas en el Municipio.

La sustentabilidad supone un cambio estructural en la manera de pensar el desarrollo, en la medida en que impone límites al crecimiento productivo, al consumo de recursos y a los impactos ambientales más allá de la capacidad de aguante del ecosistema.

El desarrollo sustentable requiere manejar los recursos naturales, humanos, sociales, económicos y tecnológicos, con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida para la población y, al mismo tiempo, velar porque los patrones de consumo actual no afecten el bienestar de las generaciones futuras.

#### **IX.7.1. Metodología y desarrollo de la evaluación ambiental del plan<sup>123</sup>:**

A partir de los resultados obtenidos en la fase de Diseño y Diagnóstico de la Investigación, se determinarán las acciones y procesos susceptibles de alterar el medio natural, y los efectos de los mismos, por lo tanto se hará una evaluación cuantitativa de estos impactos y la forma de mitigarlos.

La metodología contempla las siguientes etapas:

---

<sup>123</sup>Fuente: Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental. Guillermo Espinoza. BID. Centro de Estudios para El Desarrollo CED. Santiago de Chile. 2001.

### IX.7.1.1 Etapa I: Identificación y Clasificación ambiental.

El entorno ambiental<sup>124</sup> que rodea la Zona costera del municipio de Intipucá está detallado en la etapa de diagnóstico de donde se obtiene el siguiente resumen:

Aspecto Medioambiental	Diagnóstico
Clima	La temperatura oscila entre los 31 y los 40 grados centígrados.
Hidrografía	Ríos: El Amatal, es el nombre que recibe el río en sus primeros dos kilómetros de su recorrido, pero en el trayecto final de su desembocadura se le conoce como Guarrapuca. Es el mayor y el más importante, pues de sus mantos acuíferos se abastecen los tanques para el suministro del agua potable de la zona urbana.  Playa el Icacal y el Esterón.
Aspecto Medioambiental	Diagnóstico
Orografía	Cerro panela: Está poblada de vegetaciones como: Camotillo, Rucu, Piñuela, Cocotero Caribe, Cocotero Enano, Caserina (parecida al Pino), Almendro, Limoncillo, Aceituno, Cacahuananche, Tempate, Huacimo de Caulote, Mangollano, Guarumo, Carreta, Huascanal, Ceibo, Papayo macho, Palo de Tambor, Chichihuaste, Cinco negritos, escobilla, Espino Blanco, Dormilonas, Tihuilote, Almendro de Río, Palon de Cojon, Cedro Blanco, Maquilishuat, Cordoncillo, Guayabo, Chilango, Palo de Sal.  Refugio de animales como son: Gaviota, Rana, Gavilán, Zopilote, Paloma Morena, Urraca, Chengo cabeza colorada, Zanate, Lince, Gorriones, Tijerillas, Flamencos, Zaracuajos azules, Pelicano, Garza Rosa, Cuzuco, Mapaches, Guazalo, Tacuacin, Gato montés, Zorro, Espinos, Leones, Garrobos, Alas Blancas, Golondrinas, Chachas, Pericos verdes, Loras, Guaras, Lechuza, Tecolote.

Tabla 109: Entorno ambiental de la Zona Costera de Intipucá.

<sup>124</sup> Fuente: Datos obtenidos del diagnóstico del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo

### IX.7.1.2. Actividades que se realizan en los atractivos turísticos

A continuación se detallan las actividades que se realizan en los atractivos turísticos del municipio<sup>125</sup>

Recuso/ Atractivo	Descripción	Actividades
<b>Playa El Esterón</b>	Se ubica 4 Km al sur de la ciudad, es una franja de 8 a 10 Km. desde la Bocana El Esterón hasta playa el cuco de Chilanguera San Miguel.	Se realizan caminatas, paisajismo, tomar el sol, surf, bañarse en la playa, u otras actividades de descanso.
<b>Playa El Icacal</b>	Se ubica 5Km al este de la ciudad, es una franja de 10 Km. desde la Bocana El Esterón hasta El estero Encantado.	Se realizan caminatas, paisajismo, tomar el sol, surf, bañarse en la playa, u otras actividades de descanso.
<b>Bocana El Esterón</b>	Conduce al Estero Cerique y El Ingle, posee un canal de 4Km de largo, con un asentamiento de tortugas y manglares gigantes; característica que lo a llevado a ser considerado Patrimonio Ecológico Mundial.	Se pueden realizar tour de kayak, paseos en lancha, observación de peces y aves, recorrer los canales formados por las porciones de mangle, practica de pesca deportiva y lugares para acampar.
<b>Rio Guarrapuca</b>	Descarga sus aguas en el estero Cerique, en su recorrido alimenta diferentes pozas.	Sirven de recreación como: caminatas a lo largo del río, bañarse en las posas, observación de reptiles, insectos, aves y diversidad de flora.
<b>Cerro San Cristóbal o Buena Vista y Cerro Panela</b>	Localizado 8.2 Km. al noreste de la ciudad, posee una elevación de 625.50 msnm; y el cerro Panela situado a 6.5 Km. y una elevación de 740.60 msnm. Estos cerros sirven de mojón triffinio entre los municipios vecinos.	En ellos se pueden realizar caminatas y contemplar el paisaje hacia diferentes puntos del municipio.

Tabla 110: Actividades que se realizan en los atractivos turísticos de la Zona Costera de Intipucá.

<sup>125</sup> Fuente: Datos obtenidos del diagnóstico del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo

### *IX.7.1.3. Etapa II: Preparación y análisis.*

El Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo contiene una serie de proyectos destinados a potenciar la gestión turística del Municipio de Intipucá, en ese sentido cada proyecto está compuesto por actividades. Cada una de estas actividades influye de alguna manera en el impacto ambiental generado por el quehacer turístico en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

Como parte de las actividades turísticas que generan impacto en el ambiente se tienen dentro del Plan:

1. Prestación de servicios de tour a Río, Montaña, Manglares
2. Prestación de servicios de hotelería
3. Prestación de servicios de Restaurantes
4. Actividades de manejo de los desechos sólidos en el municipio de Intipucá

Cada una de ella con actividades específicas que afectan de manera positiva o negativa generando un impacto en el ambiente de la zona Costera de Intipucá.

Dentro de la legislación medio ambiental que aplica al Plan de Desarrollo de Turismo se encuentra:

- LEY DE MEDIO AMBIENTE
- POLÍTICA NACIONAL DE MEDIO AMBIENTE
- UNIDADES AMBIENTALES
- RÉGIMEN AMBIENTAL PARA EL DESARROLLO Y ORDENAMIENTO DEL TERRITORIO
- NORMAS AMBIENTALES EN LOS PLANES DE DESARROLLO

## IX7.2. Metodología de evaluación de los impactos<sup>126</sup>

No.	PROGRAMA/PROYECTO		ACTIVIDADES DEL PROYECTO	ACTIVIDADES POTENCIALES QUE GENERAN IMPACTO	IMPACTO QUE GENERA
1	Mejora de la Oferta Turística	1. Servicios de oferta: tour operadores, kayak, hospedaje, restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Servicios de tour a ríos y manglares (canotaje)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Observación de especies de flora y fauna (ruido que generan los turistas)</li> <li>➤ Caminatas por los sembradíos de hortalizas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La avifauna acuática se ve gravemente amenazada por la influencia de turistas, cada una de las actividades genera alteraciones en el flujo de aves en los distintos hábitats en los manglares y ríos</li> <li>➤ La población de las diferentes especies se desplaza de sus áreas de preferencia por la presencia de turistas el ruido que generan y sus múltiples actividades que realizan</li> <li>➤ Contaminación de los mantos acuíferos por basura que tiran turistas</li> <li>➤ Deterioro del suelo ocupado para los sembradíos</li> <li>➤ Capacidad de carga turística sobrepasa el límite permisivo.</li> </ul>

<sup>126</sup>Fuente: Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental. Guillermo Espinoza. BID. Centro de Estudios para El Desarrollo CED. Santiago de Chile. 2001.



			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Servicios de tour a montañas (caminatas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Observación de especies de flora y fauna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Maltrato de suelo y de vegetación, provocan un aumento en la compresión del suelo y erosión, cambios en la cubierta vegetal y diversidad de las especies.</li> <li>➤ Capacidad de carga turística sobrepasa el límite permisivo (deterioro del suelo)</li> <li>➤ Contaminación del terreno por basura que tiran los turistas</li> <li>➤</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Servicios de hospedaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Potencial crecimiento de la planta hotelera lo que genera un desequilibrio en el ecosistema</li> <li>➤</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Generación de desechos, contaminación del agua, aire.</li> <li>➤ Generación de basura por la actividad turística</li> <li>➤</li> </ul>

Tabla 111: Metodología de evaluación de los impactos.

No.	PROGRAMA/PROYECTO		ACTIVIDADES DEL PROYECTO	ACTIVIDADES POTENCIALES QUE GENERAN IMPACTO	IMPACTO QUE GENERA
1	Mejora de la Oferta Turística	1. Servicios de oferta: tour operadores, kayak, hospedaje, restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Servicios de restaurante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Potencial crecimiento de restaurantes de la zona lo que genera desequilibrio en el ecosistema.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Generación de desechos, contaminación del agua, aire.</li> <li>➤ Generación de basura por la actividad turística</li> <li>➤</li> </ul>
2	Marketing	2. Señalización turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Colocación de señales turísticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Colocación de señales y embellecimiento del lugar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Embellecimiento del lugar</li> </ul>
3	Sustentabilidad	3. Capacitación de la importancia de la capacidad de carga turística y la metodología para su determinación	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Seminario y cálculo de la capacidad de carga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Puesta en práctica del seminario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sustentabilidad del medio ambiente</li> </ul>
		4. Plan de concientización turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Charlas informativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Puesta en práctica de las charlas informativas</li> </ul>	
		5. Plan de preservación de los recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Campañas sectoriales de preservación de desechos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Campañas sectoriales de preservación de desechos</li> </ul>	

		turísticos			
			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Separación y almacenamiento domiciliarios de los desechos putrecibles y no putrecibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Separación y almacenamiento domiciliarios de los desechos putrecibles y no putrecibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Reducción de la contaminación en la Zona de Intipucá</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Procesamiento de la fracción putrecible en composteras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Procesamiento de la fracción putrecible en composteras</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Construcción de un centro de acopio para la descarga, posterior separación y almacenamiento de las fracciones de papel, vidrio, plástico y metal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Construcción de centro de acopio</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Construcción de un relleno sanitario manual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Construcción de un relleno sanitario manual</li> </ul>	

**IX.7.2.1. Lista de chequeo para identificar impactos ambientales.**

Impactos generados	PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO INTIPUCÁ																			
	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	P5
	Etapa del proyecto																			
	Diseño					Construcción					Operación					Abandono				
<b>1. Sobre el agua</b>																				
1.1 Contaminación										x	x				x	x				
1.2 Disminución de caudal											x									
1.3 Cambio de uso																				
<b>2. Sobre el aire</b>																				
2.1 Contaminación											x				x	x				
2.2 Incremento del ruido										x	x									
2.3 Presencia de malos olores										x	x									
<b>3. Sobre el clima</b>																				
3.1 Cambio de temperatura										x					x	x				
<b>4. Sobre el suelo</b>																				
4.1 Pérdida de suelos											x									
4.2 Problemas de drenaje											x									
<b>5. Sobre vegetación y fauna</b>																				
5.1 Pérdida de biodiversidad										x	x									
5.2 Alteración sobre especies endémicas										x	x									
5.3 Alteración sobre especies protegidas										x	x									
6.Sobre población											x	x	x	x	x					
6.1 Alteraciones culturales											x									

**Tabla 112: Lista de chequeo para identificar impactos ambientales.**

Fuente: Elaboración propia a partir de documento: Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental. Guillermo Espinoza. BID. Centro de Estudios para El Desarrollo CED. Santiago de Chile. 2001.

Donde:P1: Proyecto 1, P2: Proyecto 2, P3: Proyecto 3, P4: Proyecto 4, P5: Proyecto 5.

**IX.7.2.2. Etapa III: Calificación y decisión.**

**Valoración de los impactos ambientales<sup>127</sup>**

<b>CRITERIOS USADOS</b>			
<b>Carácter</b> (positivo, negativo y neutro, considerando a estos últimos como aquel que se encuentran por debajo de los umbrales de aceptabilidad contenidos en las regulaciones ambientales)			
<b>Grado de Perturbación</b> en el medio ambiente (clasificado como: importante, regular y escasa)			
<b>Importancia</b> desde el punto de vista de los recursos naturales y la calidad ambiental (clasificado como: alto, medio y bajo)			
<b>Riesgo de Ocurrencia</b> entendido como la probabilidad que los impactos estén presentes (clasificado como: muy probable, probable, poco probable)			
<b>Extensión</b> areal o territorio involucrado (clasificado como: regional, local, puntual)			
<b>Duración</b> a lo largo del tiempo (clasificado como: "permanente" o duradera en toda la vida del proyecto, "media" o durante la operación del proyecto y "corta" o durante la etapa de construcción del proyecto)			
<b>Reversibilidad</b> para volver a las condiciones iniciales (clasificado como: "reversible" si no requiere ayuda humana, "parcial" si requiere ayuda humana, e "irreversible" si se debe generar una nueva condición ambiental)			
<b>CLASIFICACIÓN DE IMPACTOS</b>			
<b>Carácter (C)</b>	Positivo (1)	Negativo (-1)	Neutro (0)
<b>Perturbación (P)</b>	Importante (3)	Regular (2)	Escasa (1)
<b>Importancia (I)</b>	Alta (3)	Media (2)	Baja (1)
<b>Ocurrencia (O)</b>	Muy Probable (3)	Probable (2)	Poco Probable (1)
<b>Extensión (E)</b>	Regional (3)	Local (2)	Puntual (1)
<b>Duración (D)</b>	Permanente (3)	Media (2)	Corta (1)
<b>Reversibilidad (R)</b>	Irreversible (3)	Parcial (2)	Reversible (1)
TOTAL	18	12	6
<b>VALORACIÓN DE IMPACTOS</b>			
<b>Impacto Total = C X (P + I + O + E + D + R)</b>			
<b>Negativo (-)</b>			<b>Color de identificación</b>
<b>Severo</b>	$\geq (-) 15$		
<b>Moderado</b>	$(-) 15 \geq (-) 9$		
<b>Compatible</b>	$\leq (-) 9$		
<b>Positivo (+)</b>			<b>Color de identificación</b>
<b>Alto</b>	$\geq (+) 15$		
<b>Mediano</b>	$(+) 15 \geq (+) 9$		
<b>Bajo</b>	$\leq (+) 9$		

<sup>127</sup>Fuente: Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental. Guillermo Espinoza. BID. Centro de Estudios para El Desarrollo CED. Santiago de Chile. 2001.

### IX.7.3. Matriz de evaluación de impacto ambiental<sup>128</sup>

Programa	proyecto	Actividades Del proyecto	Actividades potenciales que genera impacto	Impacto que genera	Criterios de evaluación							
					Carácter (C)	Perturbación (P)	Importancia (I)	Ocurrencia (O)	Extensión (E)	Duración (D)	Reversibilidad (R)	Impacto total= CX(P+I+O+E+D+R)
Mejora de la Oferta turística	Servicios de oferta: tour operadores, kayak, hospedaje, restaurantes	-Servicios de tour a ríos y manglares (canotaje)	-Observación de especies de flora y fauna -Caminatas por los sembradíos de hortalizas	-La avifauna acuática se ve gravemente amenazada por la influencia de turistas, cada una de las actividades genera alteraciones en el flujo de aves en los distintos hábitats en los manglares y ríos. -La población de las diferentes especies se desplaza de sus áreas de preferencia por la presencia de turistas el ruido que generan y sus múltiples actividades que realizan. -Deterioro del entorno natural. Contaminación de los mantos acuíferos por basura que tiran turistas. -Deterioro del suelo ocupado para los sembradíos. -Capacidad de carga turística sobrepasa el límite permisivo.	-1	2	2	3	1	1	1	-10
		-Servicios de tour a montañas (caminatas)	Observación de especies de flora y fauna	-Maltrato de suelo y de vegetación, provocan un aumento en la compresión del suelo y erosión, cambios en la cubierta vegetal y diversidad de las especies. -Capacidad de carga turística sobrepasa el límite permisivo (deterioro del suelo) Contaminación del terreno por basura que tiran los turistas	-1	2	2	3	1	1	1	-10
		-Servicios de hospedaje	-Potencial crecimiento de la planta hotelera lo que genera un desequilibrio en el ecosistema	-Generación de desechos, contaminación del agua, aire.	-1	2	3	2	2	3	2	-14
		-Servicios de restaurante	-Potencial crecimiento de restaurantes de la zona lo que genera desequilibrio en el ecosistema	-Generación de desechos, contaminación del agua, aire. ➤	-1	2	3	2	2	3	2	-14

<sup>128</sup>Fuente: Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental. Guillermo Espinoza. BID. Centro de Estudios para El Desarrollo CED. Santiago de Chile. 2001.

marketing	Señalización turística	Colocación de señales turísticas	Colocación de señales y embellecimiento del lugar	Embellecimiento del lugar	0	1	1	2	2	3	1	0
Sustentabilidad	Capacitación de la importancia de la capacidad de carga turística y la metodología para su determinación	Seminario y cálculo de la capacidad de carga	Puesta en práctica del seminario de capacidad de carga turística	Contribución a la Sustentabilidad del medio ambiente	1	1	3	2	1	3	2	+11
	Plan de concientización turística	Charlas informativas	Puesta en práctica de las charlas informativas		1	1	3	3	3	1	2	+13
	Plan de preservación de los recursos turísticos	Campañas sectoriales de preservación de desechos	Prevención de desechos		Reducción de la contaminación en la Zona de Intipucá	1	1	2	2	2	3	2
		Separación y almacenamiento domiciliarios de los desechos putrecibles y no putrecibles	Separación y almacenamiento domiciliarios de los desechos putrecibles y no putrecibles	1		1	2	1	2	3	2	+11
		Procesamiento de la fracción putrecible en composteras	Procesamiento de la fracción putrecible en composteras	1		1	2	1	2	3	2	+11
		Construcción de un centro de acopio para la descarga, posterior separación y almacenamiento de las fracciones de papel, vidrio, plástico y metal	Construcción de centro de acopio	1		1	2	1	2	3	2	+11
	Construcción de un relleno sanitario manual	Construcción de un relleno sanitario manual	1	1	2	1	2	3	2	+11		

### IX.7.4. Análisis

A partir de la evaluación de los criterios anteriores, la valoración de cada uno de ellos y en relación a las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo se determinó que los proyectos del Programa de Mejora de la Oferta Turística presentan un impacto negativo moderado esto indica que causa deterioro en el ambiente y la recuperación de las condiciones iniciales requiere cierto tiempo y se precisan prácticas de mitigación simples, mientras los del Programa de Marketing impacta de manera neutral es decir que no influyen de manera considerable en el Plan de Desarrollo, mientras el Programa de Sustentabilidad genera un impacto positivo mediano y significan beneficios ambientales que hay que darles continuidad.

### IX.7.5. Mitigación

La mitigación es el diseño y ejecución de obras, actividades o medidas dirigidas a moderar, atenuar, minimizar, o disminuir los impactos negativos que un proyecto pueda generar sobre el entorno humano y natural. A partir de la evaluación y los impactos negativos que se encontraron se determinan las acciones propuestas para atenuar el impacto negativo que el Plan de Desarrollo Turístico presentaría.

PROYECTO	IMPACTOS	MEDIDAS DE <sup>129</sup> MITIGACIÓN	ACCIONES
<b>Servicios de oferta: tour operadores, kayak, hospedaje, restaurantes</b>	Alteraciones en el flujo de aves por ruido y contaminación	Identificar los lugares de avistamiento de aves e indicar por parte de los guías turísticos que reduzcan el nivel de ruido	Operación Información Participación de los turistas
	Deterioro del entorno natural debido a los tours	Capacitar a los prestadores de servicios en el tema de capacidad de carga para que se conserven los recursos medioambientales sin deteriorarse por la actividad turística Instalación de barreras permanentes en el suelo	Operación Información Participación de personal prestadores de servicios turísticos
	Deterioro del suelo ocupado para los sembradíos.		
	Capacidad de carga sobrepasa el límite permitido		
	-Maltrato de suelo y de vegetación, provocan un aumento en la compresión del suelo y erosión, cambios en la cubierta vegetal y diversidad de las especies.	Concientizar a los turistas de conservar el medio natural y proporcionar basureros para clasificar la basura	Operación Información Participación de los turistas
	Contaminación de los mantos acuíferos por basura que tiran turistas.	Clasificar la basura en los hoteles y restaurantes y depositarlos en recipientes adecuados Concientizar al personal de hotelería y restaurantes del ahorro del agua potable	Operación Participación de personal prestadores de servicios turísticos
-Generación de desechos, contaminación del agua, aire.			

<sup>129</sup>Fuente: Elaboración propia a partir de documento: Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental. Guillermo Espinoza. BID. Centro de Estudios para El Desarrollo CED. Santiago de Chile. 2001.



## X. IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.

Una presentación esquemática inicial bien simple y sin pretensiones conceptuales, nos indica que los planes<sup>130</sup> están compuestos por programas, y que los programas contienen proyectos; por esta razón afirmamos que " los proyectos son la unidad operativa de los planes", y en un lenguaje más directo que "los planes se materializan a través de los proyectos".

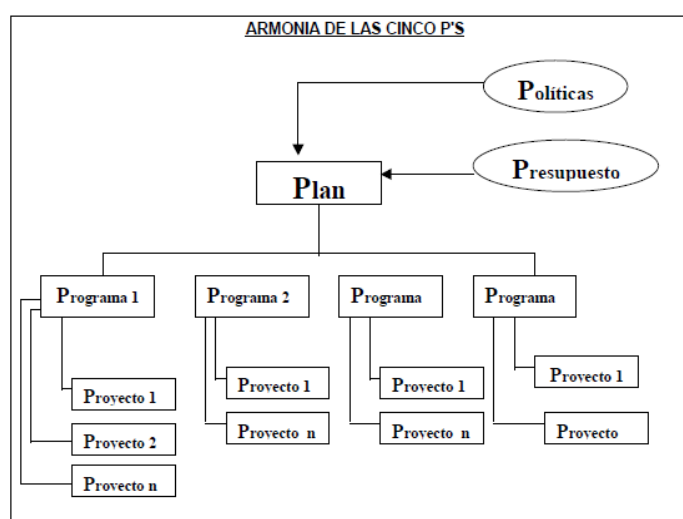


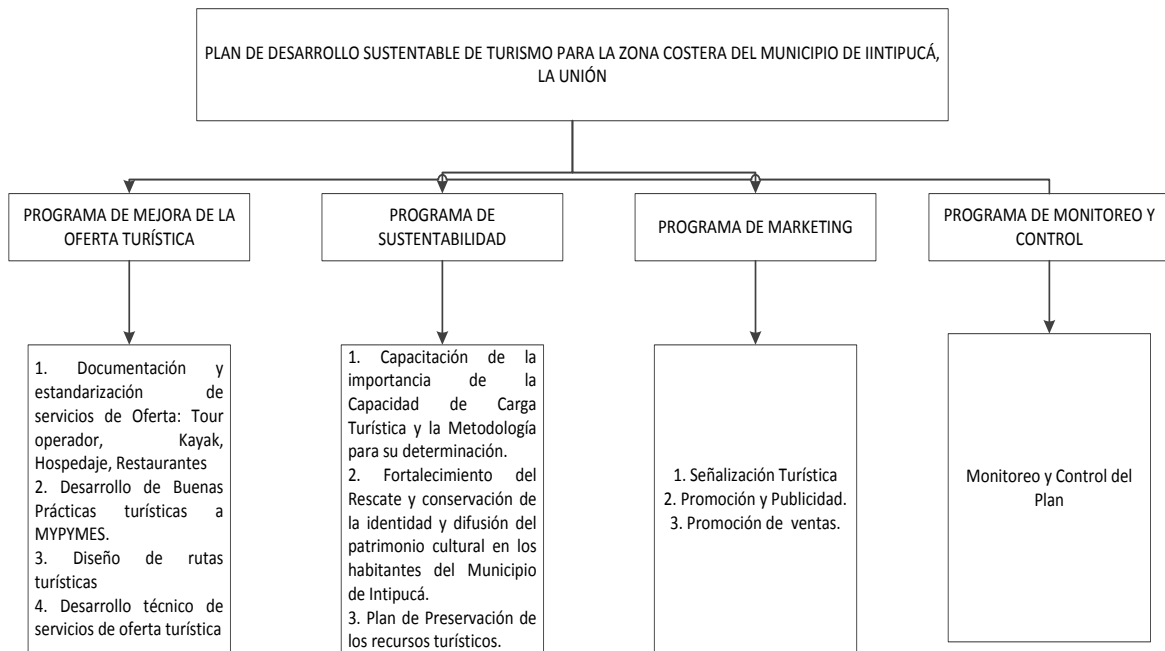
Figura 17: Composición de un Plan

El esquema observado en el gráfico define el proceso de planeación como un sistema en el cual todas sus partes están claramente relacionadas y todos contribuyen al logro de un objetivo común, cual es el desarrollo y bienestar de la sociedad como un todo. En efecto, los objetivos definidos a nivel de plan o programa se alcanzan con la realización de los proyectos.

Partiendo del esquema anterior se visualiza en el siguiente esquema el proceso de planeación para el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

---

130 Fuente: Fuente: Gestión de proyectos. Identificación-Formulación-Evaluación. Financiera-Económica-Social-Ambiental. Juan José Miranda Miranda. Cuarta Edición.



**Esquema 24: Desglose analítico de programas del Plan.**

Una vez teniendo claridad en el proceso sistemático del Plan de Desarrollo Sustentable de turismo es necesario conocer las etapas de la administración de proyectos las cuales se muestran a continuación:

## X.1. ETAPAS DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS<sup>131</sup>



A continuación se describe cada una de las etapas:

ETAPA	DESCRIPCIÓN
INICIO	Definir la meta global del proyecto, en caso de este proyecto es el desarrollo local a través de la actividad turística.
PLANEACIÓN	En esta etapa se asigna los diferentes recursos para cada actividad, además de la dependencia de cada una de ellas en la ejecución del proyecto.
EJECUCIÓN Y CONTROL	En esta etapa se verifica el grado de avance y cumplimiento de las diferentes actividades y retroalimentar para corregir inconvenientes.
CIERRE	Elaboración de un informe final el cual contendrá el reconocimiento de logros y resultados.

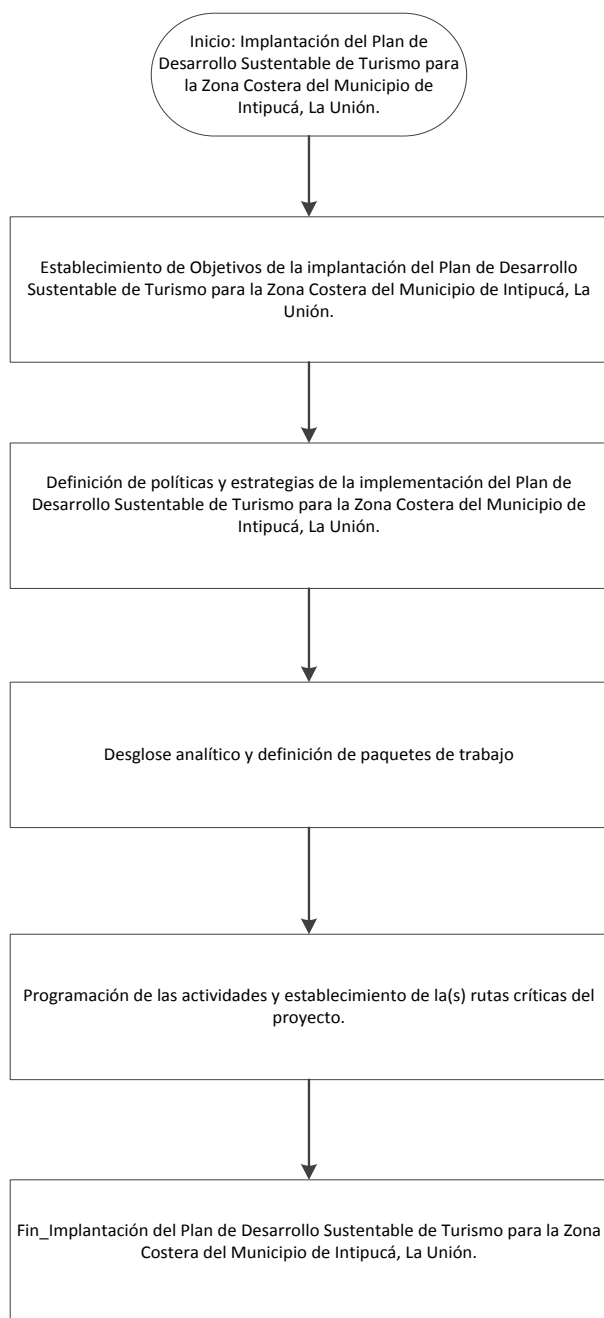
Tabla 113: Etapas de la administración de proyectos.

Con esta información se determina la metodología a seguir para la implementación del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión. Con el propósito de seguir una secuencia ordenada para el desarrollo de la implementación del Plan.

---

131 Fuente: Randy Glasbergen, 1996

## X.2. METODOLOGÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN



Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología del Plan de Desarrollo Turístico para la Zona Sur-Este de Ahuachapán y Oeste de Sonsonate.

**Esquema 25: Metodología de implantación del Plan.**

## **X.3. OBJETIVOS**

### ***X.3.1. Objetivo general***

Llevar a cabo las actividades necesarias para la implantación del plan de desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá; a un monto de \$ 166,502.02 en un período de 14 meses y 4 días.

### ***X.3.2. Objetivos específicos***

- ✓ Establecer las estrategias y políticas para la implantación del proyecto, con el fin de dirigir el desarrollo de las diferentes actividades durante la ejecución de la implementación.
- ✓ Definir los paquetes de trabajo y las diferentes actividades por planes que se necesitan realizar para la implementación del proyecto.
- ✓ Determinar la duración y ruta crítica del proyecto para poder realizar el calendario de trabajo para la implementación.

## **X.4. POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE LA EJECUCIÓN**

Para obtener los resultados deseados con la aplicación de las propuestas, es necesario hacer una programación bien definida a cerca del orden en que se estas deben ser implementadas; el presente capítulo trata de eso, el programa general de implementación de las propuestas de solución, para ello es necesario realizar en primer lugar la presentación de las estrategias de ejecución.

### ***X.4.1. Políticas***

- Incluir de equitativamente la participación de hombres y mujeres en las actividades turísticas que contempla el Plan de Desarrollo Turístico.
- Se realizaran informes periódicos del grado de avance de los trámites legales, esto con el fin de que todas las personas involucradas conozcan el desarrollo del proyecto.
- La contratación del personal para la administración del proyecto se realizara bajo la dirección de la alcaldía y MITUR.
- Todo bien tangible que forme parte de la microrregión, como equipo y mobiliario deberá estar debidamente inventariado.

#### *X.4.2. Estrategias*

- Verificar que todos los trámites legales cumplan con todos los requisitos de las instituciones correspondientes.
- Las capacitaciones serán realizadas en las instalaciones de la alcaldía de Intipucá o en los locales alquilados para dichos eventos que designe el comité turístico de Intipucá.
- Solicitar apoyo técnico a MITUR u otras instituciones como el CDMYPE regional de la Unión para impartir las capacitaciones que ayudaran en el desarrollo de las actividades del Plan.
- Tener un acuerdo pactado con respecto al presupuesto correspondiente de cada una de las actividades, esto con el propósito de no sobrepasar los montos designados.
- Monitorear y controlar el desarrollo de las actividades de acuerdo a lo planeado para cumplir en tiempo y recursos con el diseño del Plan.
- Se programará una reunión al finalizar de la implementación del proyecto en donde se especifique el cierre de las actividades y sus resultados el cual será del conocimiento de los miembros del comité de turismo de Intipucá.

La implementación del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo implica la descomposición del trabajo de manera que se desarrolle de manera secuencial clara y ordenada. A continuación se presenta el esquema para descomponer el trabajo para la Administración de Proyectos.

CREACIÓN DE UNA ESTRUCTURA DE DESCOMPOSICIÓN DEL TRABAJO

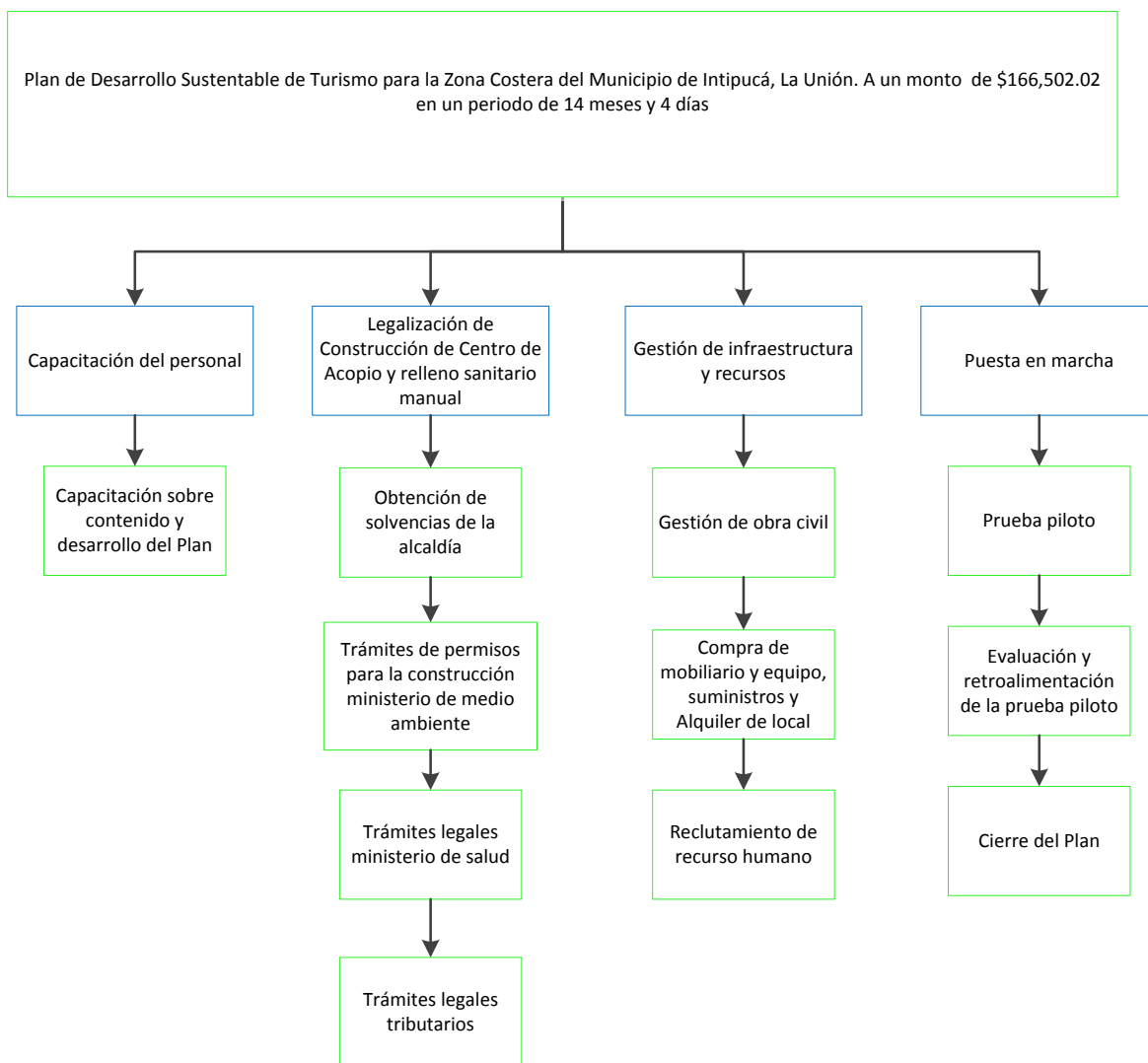


Fuente: Administración de Proyectos, Clifford Gray, Erick W. Larson. Cuarta Edición.

Esquema 26: Descomposición de trabajo

## X.5. DESGLOSE ANALÍTICO

A continuación se presenta el desglose de las principales actividades que integran el Plan, el cual se presenta a través de un árbol de objetivos, el cual parte de un objetivo primario y varios secundarios (paquetes de trabajo o subsistemas), estos últimos representan las diferentes áreas de interés para la ejecución del Plan. Para el proyecto se identificaron cuatro áreas críticas para la implementación, tales como: Capacitación del personal, legalización de proyectos de construcción, Gestión de infraestructura y recursos y la Puesta en marcha, posteriormente de cada Subsistema se detallarán las actividades que las integran y que se deberán realizar para la implementación del Plan.



**Esquema 27: Desglose analítico de implantación del Plan.**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del diseño del Plan de Desarrollo Turístico.

### ***X.5.1. Descripción De Paquetes De Trabajo Y Sus Respectivas Actividades***

A continuación se presenta la descripción de cada uno de los paquetes de trabajo que contiene el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.

#### ***X.5.1.1. Paquete De Trabajo: Capacitación Sobre Contenido Y Desarrollo Del Plan***

Este paquete contiene las actividades necesarias para la capacitación de los miembros de la Cooperativa de Turismo sobre la organización y la administración del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.



### **Actividades**

1. Convocar a los miembros de la Cooperativa y la alcaldía de forma oficial a la reunión informativa sobre el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá.
2. Desarrollar la capacitación para los miembros de la Cooperativa y la alcaldía sobre el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo, el contenido así como la metodología de implementación, la formación de la estructura organizativa y la puesta en marcha del Plan y a la vez entrega de material informativo.

#### ***X.5.1.2. Paquete De Trabajo: Legalización De Construcción De Centro De Acopio Y Relleno Sanitario Manual***

Este paquete de trabajo contempla los requisitos de legalización necesarios para la construcción del centro de acopio y el relleno sanitario manual.

El encargado de acompañar y gestionar las actividades de los trámites legales con la empresa constructora será el gerente del proyecto. Para ello llenará las solicitudes exigidas y dará seguimiento a los requisitos de la ley de medio ambiente.

### **Actividades**

1. Obtención de permisos medioambientales requeridos para el desarrollo del proyecto de construcción del Centro de acopio y relleno sanitario manual.
2. Obtención de la solvencia municipal de parte de la alcaldía de Intipucá para cumplir con los requerimientos obligatorios.
3. Obtención de permisos por parte del Ministerio de Salud.
4. Gestión de requisitos tributarios que contempla el funcionamiento del relleno sanitario.

#### ***X.5.1.3. Paquete De Trabajo Gestión De Infraestructura Y Recursos***

Este paquete de trabajo contempla las adquisiciones y contrataciones que se van a realizar para el funcionamiento del Plan.

El encargado de las contrataciones de los consultores que capacitarán a los involucrados en el desarrollo del municipio será el gerente del proyecto y las adquisiciones serán obtenidas a

través de la secretaria que será encargada de las adquisiciones y compras del comité turístico con el propósito de tener al día los suministros necesarios para la implementación del Plan.

### **Actividades**

1. Realizar las diligencias necesarias para llevar a cabo la construcción del Centro de acopio y el relleno sanitario manual, como contratar la empresa constructora idónea, a partir de los procedimientos de licitación. Además se supervisará los avances para cumplir con las fechas de entrega y con las especificaciones técnicas de diseño.
2. Gestionar la compra de equipo para las capacitaciones.
3. Gestionar la compra de suministros de oficina para la realización de las actividades de cada programa contenido en el Plan.
4. Gestionar la compra del equipo para la comisión de fotografía y comunicaciones.
5. Gestionar el alquiler del local donde se van a dar las capacitaciones así como asignar y gestionar la prestación de espacios públicos e infraestructura que posee la alcaldía.
6. Gestionar la compra de camisas y gorras promocionales.
7. Contratar al personal encargado de brindar las capacitaciones en cada una de las áreas específicas.

#### *X.5.1.4. Paquete De Trabajo Puesta En Marcha*

##### **A. Concientización turística**

1. Convocar a los entes involucrados del Desarrollo del turismo del Municipio de Intipucá como los empresarios de restaurantes, hoteles, tour operador, miembros de la alcaldía del municipio de Intipucá, miembros de la Cooperativa de turismo y habitantes del municipio e informar sobre el Plan de Desarrollo de turismo destacando el papel importante que juegan para en la contribución del Desarrollo de su municipio.
2. Convocar a los habitantes del Municipio de Intipucá para la realización de las charlas de concientización turística.
3. Convocar a los entes involucrados para brindar las charlas sobre cómo tratar a los visitantes.

##### **B. Mejora de la oferta**

7. Elaborar de guías de contenido de las capacitaciones.
8. Realizar Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para tour el operador de Intipucá.
9. Realizar Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para la realización de actividades de Canotaje.
10. Realizar Capacitación técnica sobre requisitos y procedimientos para prestadores de servicios de alojamiento.
11. Realizar Capacitación a restaurantes y establecimientos gastronómicos en normas de calidad turísticas.
12. Convocar a las MYPYMES y capacitarlos en buenas prácticas turísticas para MYPYMES.
13. Realizar Capacitación a tour operador sobre tour a Cerro Panela.
14. Realizar Capacitación a tour operador sobre tour a Río Guarrapuca.
15. Realizar Capacitación a tour operadores sobre tour a Manglares.
16. Realizar Capacitación sobre buenas prácticas turísticas para tour operador.

17. Realizar Capacitación sobre buenas prácticas de manipulación de alimentos a restaurantes.

### **C. Emprendedurismo**

18. Gestionar capacitaciones y apoyo para el programa complementario de emprendedurismo.

### **D. Capacidad de carga**

19. Convocar a los entes involucrados del Desarrollo del turismo del Municipio de Intipucá como los empresarios de restaurantes, hoteles, tour operador, miembros de la alcaldía del municipio de Intipucá, miembros de la Cooperativa de turismo y brindar la capacitación sobre temas relacionados a la capacidad de carga.

20. Convocar a los entes involucrados del Desarrollo del turismo del Municipio de Intipucá como los empresarios de restaurantes, hoteles, tour operador, miembros de la alcaldía del municipio de Intipucá, miembros de la Cooperativa de turismo para determinar la capacidad de carga.

### **E. Rescate de la identidad cultural**

21. Realizar seminario en el tema de animación sociocultural.

22. Desarrollar temas relacionados con el patrimonio cultural.

23. Presentar en el parque de Intipucá las actividades relacionadas con el patrimonio cultural.

24. Realizar festival gastronómico.

25. Realizar investigaciones sobre las tradiciones por parte de la comunidad.

26. Realizar el concurso con la población escolar en temas de historia del municipio de Intipucá.

27. Creación de la sala de extensión del museo.

### **F. Alianzas estratégicas**

28. Gestionar capacitaciones y apoyo para el programa complementario de alianzas estratégicas.

### **G. Programa de marketing**

29. Formación de la comisión encargada de la elaboración y colocación de la señalización turística y diseñar las especificaciones de la señalización.
30. Solicitar los permisos para la colocación de las señales turísticas.
31. Contratación de empresa publicitaria encargada de colocar señales publicitarias.
32. Realizar mantenimiento de señales turísticas.
33. Creación de la comisión de fotografía y comunicaciones.
34. capacitar la comisión de fotografía y comunicaciones.
35. Realizar un recorrido por los diferentes atractivos turísticos por parte de la comisión de fotografía y comunicaciones.
36. Realizar el concurso de Facebook por parte de la comisión de fotografía.
37. Invitar a 2 personas por cada tour operador interesado en realizar tour en Intipucá.
38. Invitación para la realización de reportajes turísticos.
39. Gestionar las alianzas con empresas de publicidad radial.
40. Diseño de brochures y hojas volantes con el material publicitario de los tours.
41. Contratación de empresa de publicidad de mupis y traseras de buses.
42. Gestionar las alianzas estratégicas con los hoteles y restaurantes de la playa el Cuco, las tunas e Intipucá para colocar rótulos en sus establecimientos.
43. Contratación de empresa de impresión digital.
44. Asignación a la comisión de fotografía y comunicaciones la elaboración de afiches.
45. Formación de la comisión de ventas.
46. Capacitación la comisión de ventas.
47. Asignación de una línea de clientes a cada vendedor.

48. Contratar una empresa que se dedique a realizar artículos promocionales, y mandar hacer camisetas.

49. Contratar una empresa que se dedique a realizar artículos promocionales, comprar camisetas, estilo polo y gorras.

#### **H. Preservación de recursos**

50. Convocar a la población de Intipucá y concientizarlos en la reducción de desechos en el municipio y educarlos enfatizando el concepto de sustentabilidad a los habitantes.

51. Convocar a la población de Intipucá y concientizarlos en la implementación de compostaje y reciclaje.

52. Realizar la actividad de separación de desechos putrecibles y no putrecibles.

53. Realizar las charlas de concientización y repartir los recipientes a la población para que hagan la separación de los desechos.

54. Elaboración de la ordenanza municipal que regule y controle los desechos sólidos en el municipio.

55. Procesar la fracción putrecible en composteras.

56. Construir centro de acopio.

57. Construir relleno sanitario manual.

#### **I. Monitoreo y control**

58. Realizar la retroalimentación recopilando los datos para el monitoreo y control del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

### X.5.2. Matriz De Actividades Y Secuencia Del Paquete De Capacitación Del Personal

Cód.	Actividad	Duración (días)	Costo \$	Precedente
A	Convocar a los miembros de la Cooperativa y la alcaldía de forma oficial a la reunión informativa sobre el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá.	3	600	-
B	Desarrollar la capacitación para los miembros de la Cooperativa y la alcaldía sobre el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo, el contenido así como la metodología de implementación, la formación de la estructura organizativa y la puesta en marcha del Plan y a la vez entrega de material informativo.	15	800	A

### X.5.3. Matriz De Actividades Y Secuencia Del Paquete De Legalización De Construcción De Centro De Acopio Y Relleno Sanitario Manual

Cód.	Actividad	Duración (días)	Costo \$	Precedente
C	Obtener permisos medioambientales requeridos para el desarrollo del proyecto de construcción del Centro de acopio y relleno sanitario manual.	40	200	B
D	Obtener solvencia municipal de parte de la alcaldía de Intipucá para la construcción de la obra	15	200	B
E	Obtener permisos por parte del Ministerio de Salud.	30	200	B
F	Gestionar los requerimientos de la alcaldía para la captación de la tasa municipal por el uso del relleno sanitario	2	200	B

#### X.5.4. Matriz De Actividades Y Secuencia Del Paquete De Gestión De Infraestructura Y Recursos

Cód.	Actividad	Duración (días)	Costo \$	Precedente
G	Realizar las diligencias necesarias para llevar a cabo la construcción del Centro de acopio y el relleno sanitario manual, como contratar la empresa constructora idónea, a partir de los procedimientos de licitación. Además se supervisará los avances para cumplir con las fechas de entrega y con las especificaciones técnicas de diseño.	10	500	C,D,E,F
H	Gestionar la compra de equipo para las capacitaciones.	5	3000	C,D,E,F
I	Gestionar la compra de suministros de oficina para la realización de las actividades de cada programa contenido en el Plan.	5	700	C,D,E,F
J	Gestionar la compra del equipo para la comisión de fotografía y comunicaciones.	4	800	G
K	Gestionar el alquiler del local donde se van a dar las capacitaciones así como asignar y gestionar la prestación de espacios públicos e infraestructura que posee la alcaldía.	7	300	C,D,E,F
L	6. Contratar al personal encargado de brindar las capacitaciones en cada una de las áreas específicas.	15	400	C,D,E,F
M	7. Gestionar la compra de camisas y gorras promocionales.	5	100	L

#### X.5.5. Matriz De Actividades Y Secuencia Del Paquete De Puesta En Marcha

Cód.	Actividad	Duración (días)	Costo \$	Precedente
N	Convocar a los entes involucrados del Desarrollo del turismo del Municipio de Intipucá como los empresarios de restaurantes, hoteles, tour operador, miembros de la alcaldía del municipio de Intipucá, miembros de la Cooperativa de turismo y habitantes del municipio e informar sobre el Plan de Desarrollo de turismo destacando el papel importante que juegan para en la contribución del Desarrollo de su municipio.	2	276.55	J,F-3,F-4,I,M
O	Convocar a los habitantes del Municipio de Intipucá para la realización de las charlas de concientización turística.	2	276.55	N
P	Convocar a los entes involucrados para brindar las charlas sobre cómo	2	276.55	O



	tratar a los visitantes.			
Q	Elaborar de guías de contenido de las capacitaciones	20	132.01	J,F-3,F-4,I,M
R	Realizar Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para tour el operador de Intipucá	3	300	Q
S	Realizar Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para la realización de actividades de Canotaje	3	300	R
T	Realizar Capacitación técnica sobre requisitos y procedimientos para prestadores de servicios de alojamiento	3	300	Q
U	Realizar Capacitación a restaurantes y establecimientos gastronómicos en normas de calidad turísticas.	3	300	Q
V	Convocar a las MYPYMES y capacitarlos en buenas prácticas turísticas para MYPYMES.	4	300	Q
W	Realizar Capacitación a tour operador sobre tour a Cerro Panela	1	300	S
X	Realizar Capacitación a tour operador sobre tour a Río Guarrapuca	1	300	W
Y	Realizar Capacitación a tour operadores sobre tour a Manglares	1	300	X
Z	Realizar Capacitación sobre buenas prácticas turísticas para tour operador	3	300	Y
AA	Realizar Capacitación sobre buenas prácticas de manipulación de alimentos a restaurantes	3	300	U
AB	Gestionar capacitaciones y apoyo para el programa complementario de emprendedurismo.	2	10	Z
AC	Convocar a los entes involucrados del Desarrollo del turismo del Municipio de Intipucá como los empresarios de restaurantes, hoteles, tour operador, miembros de la alcaldía del municipio de Intipucá, miembros de la Cooperativa de turismo y brindar la capacitación sobre temas relacionados a la capacidad de carga	15	403.3	AB
AD	Convocar a los entes involucrados del Desarrollo del turismo del Municipio de Intipucá como los empresarios de restaurantes, hoteles, tour operador, miembros de la alcaldía del municipio de Intipucá, miembros de la Cooperativa de turismo para determinar la capacidad de carga.	5	403.35	P,AC,T,AA,V

AE	Realizar seminario en el tema de animación sociocultural.	7	200	P,AC,T,AA,V
AF	Desarrollar temas relacionados con el patrimonio cultural.	5	200	AE
AG	Presentar en el parque de Intipucá las actividades relacionadas con el patrimonio cultural	5	150	AF
AH	Realizar festival gastronómico	10	150	AG
AI	Realizar investigaciones sobre las tradiciones por parte de la comunidad.	15	70.3	AH
AJ	Realizar el concurso con la población escolar en temas de historia del municipio de Intipucá.	15	100	AI
AK	Crear la sala de extensión del museo.	10	170.3	AJ
AL	Gestionar capacitaciones y apoyo para el programa complementario de alianzas estratégicas.	3	10	AD
AM	Formación de la comisión encargada de la elaboración y colocación de la señalización turística y diseñar las especificaciones de la señalización.	30	1110	P,AC,T,AA,V
AN	Solicitar los permisos para la colocación de las señales turísticas.	15	50	AM
AO	Contratación de empresa publicitaria encargada de colocar señales publicitarias.	15	600	AN
AP	Realizar mantenimiento de señales turísticas	15	900	AO
AQ	Creación de la comisión de fotografía y comunicaciones.	5	2500	AP
AR	capacitar la comisión de fotografía y comunicaciones	30	500	AQ
AS	Realizar un recorrido por los diferentes atractivos turísticos por parte de la comisión de fotografía y comunicaciones	15	1500	AR
AT	Realizar el concurso de Facebook por parte de la comisión de fotografía.	30	800	AS
AU	Invitar a 2 persona por cada tour operador interesado en realizar tour en Intipucá.	10	10	AT

AV	Realizar Invitación para la realización de reportajes turísticos.	5	30	AU
AW	Gestionar las alianzas con empresas de publicidad radial.	10	30	AV
AX	Realizar diseño de brochures y hojas volantes con el material publicitario de los tours	5	1241.60	AW
AY	Contratación de empresa de publicidad de mupis y traseras de buses.	5	1000	AX
AZ	Gestionar las alianzas estratégicas con los hoteles y restaurantes de la playa el Cuco, las tunas e Intipucá para colocar rótulos en sus establecimientos.	5	1000	AY
BA	Realizar contratación de empresa de impresión digital.	5	900	AZ
BB	Asignar a la comisión de fotografía y comunicaciones la elaboración de afiches.	5	600	BA
BC	Formar la comisión de ventas.	5	600	BB
BD	Capacitar la comisión de ventas.	7	600	BC
BE	Asignar una línea de clientes a cada vendedor.	3	600	BD
BF	Contratar una empresa que se dedique a realizar artículos promocionales, y mandar hacer camisetas.	15	1600	BE
BG	Contratar una empresa que se dedique a realizar artículos promocionales, comprar camisetas, estilo polo y gorras.	15	1600	BF
BH	Convocar a la población de Intipucá y concientizarlos en la reducción de desechos en el municipio y educarlos enfatizando el concepto de sustentabilidad a los habitantes.	2	571.43	P,AC,T,AA,V
BI	Convocar a la población de Intipucá y concientizarlos en la implementación de compostaje y reciclaje	2	16879.30	BH
BJ	Realizar la actividad de separación de desechos putrecibles y no putrecibles.	15	9377.39	BI
BK	Realizar las charlas de concientización y repartir los recipientes a la población para que hagan la separación de los desechos.	30	5110.68	BJ
BL	Elaboración de la ordenanza municipal que regule y controle los	15	4601.77	BK

	desechos sólidos en el municipio.			
BM	Procesar la fracción putrecible en composteras	30	2906.99	BL
BN	Construir centro de acopio.	90	9314.87	BM
BO	Construir relleno sanitario manual.	60	51249.62	BN
BP	Realizar la retroalimentación recopilando los datos para el monitoreo y control del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.	7	500	AL,BG,AK,BO

### X.5.6. Matriz De Actividades Y Secuencia De Todo El Proyecto

Cód.	Actividad	Duración (días)	Precedente	Costo (\$)	Paquete de trabajo
A	Convocar a los miembros de la Cooperativa y la alcaldía de forma oficial a la reunión informativa sobre el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá.	3	-	600	CP
B	Desarrollar la capacitación para los miembros de la Cooperativa y la alcaldía sobre el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo, el contenido así como la metodología de implementación, la formación de la estructura organizativa y la puesta en marcha del Plan y a la vez entrega de material informativo.	15	A	800	CP
C	Obtención de permisos medioambientales requeridos para el desarrollo del proyecto de construcción del Centro de acopio y relleno sanitario manual.	40	B	200	PLC
D	Obtener solvencia municipal de parte de la alcaldía de Intipucá para la construcción de la obra	15	B	200	PLC
E	Obtención de permisos por parte del Ministerio de Salud.	30	B	200	PLC
F	Gestionar los requerimientos de la alcaldía para la captación de la tasa municipal por el uso del relleno sanitario	2	B	200	PLC
G	Realizar las diligencias necesarias para llevar a cabo la construcción del Centro de acopio y el relleno sanitario manual, como contratar la empresa constructora idónea, a partir de los procedimientos de licitación. Además se supervisará los avances para cumplir con las fechas de entrega y con las especificaciones técnicas de diseño.	10	C,D,E,F	500	PGIR
H	Gestionar la compra de equipo para las capacitaciones.	5	C,D,E,F	3000	PGIR
I	Gestionar la compra de suministros de oficina para la realización de las actividades de cada programa contenido en el Plan.	5	C,D,E,F	700	PGIR
J	Gestionar la compra del equipo para la comisión de fotografía y	4	G	800	PGIR

	comunicaciones.				
K	Gestionar el alquiler del local donde se van a dar las capacitaciones así como asignar y gestionar la prestación de espacios públicos e infraestructura que posee la alcaldía.	7	C,D,E,F	300	PGIR
L	Contratar al personal encargado de brindar las capacitaciones en cada una de las áreas específicas.	15	C,D,E,F	400	PGIR
M	. Gestionar la compra de camisas y gorras promocionales.	5	L	100	PGIR
N	Convocar a los entes involucrados del Desarrollo del turismo del Municipio de Intipucá como los empresarios de restaurantes, hoteles, tour operador, miembros de la alcaldía del municipio de Intipucá, miembros de la Cooperativa de turismo y habitantes del municipio e informar sobre el Plan de Desarrollo de turismo destacando el papel importante que juegan para en la contribución del Desarrollo de su municipio.	2	J,F-3,F-4,I,M	276.55	PM
O	Convocar a los habitantes del Municipio de Intipucá para la realización de las charlas de concientización turística.	2	N	276.55	PM
P	Convocar a los entes involucrados para brindar las charlas sobre cómo tratar a los visitantes.	2	O	276.55	PM
Q	Elaborar de guías de contenido de las capacitaciones	20	J,F-3,F-4,I,M	132.01	PM
R	Realizar Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para tour el operador de Intipucá	3	Q	300	PM
S	Realizar Capacitación técnica sobre procedimientos normativos para la realización de actividades de Canotaje	3	R	300	PM
T	Realizar Capacitación técnica sobre requisitos y procedimientos para prestadores de servicios de alojamiento	3	Q	300	PM
U	Realizar Capacitación a restaurantes y establecimientos gastronómicos en normas de calidad turísticas.	3	Q	300	PM
V	Convocar a las MYPYMES y capacitarlos en buenas prácticas turísticas para MYPYMES.	4	Q	300	PM
W	Realizar Capacitación a tour operador sobre tour a Cerro Panela	1	S	300	PM
X	Realizar Capacitación a tour operador sobre tour a Río Guarrapuca	1	W	300	PM
Y	Realizar Capacitación a tour operadores sobre tour a Manglares	1	X	300	PM

Z	Realizar Capacitación sobre buenas prácticas turísticas para tour operador	3	Y	300	PM
AA	Realizar Capacitación sobre buenas prácticas de manipulación de alimentos a restaurantes	3	U	300	PM
AB	Gestionar capacitaciones y apoyo para el programa complementario de emprendedurismo.	2	Z	10	PM
AC	Convocar a los entes involucrados del Desarrollo del turismo del Municipio de Intipucá como los empresarios de restaurantes, hoteles, tour operador, miembros de la alcaldía del municipio de Intipucá, miembros de la Cooperativa de turismo y brindar la capacitación sobre temas relacionados a la capacidad de carga	15	AB	403.3	PM
AD	Convocar a los entes involucrados del Desarrollo del turismo del Municipio de Intipucá como los empresarios de restaurantes, hoteles, tour operador, miembros de la alcaldía del municipio de Intipucá, miembros de la Cooperativa de turismo para determinar la capacidad de carga.	5	P,AC,T,AA,V	403.35	PM
AE	Realizar seminario en el tema de animación sociocultural.	7	P,AC,T,AA,V	200	PM
AF	Desarrollar temas relacionados con el patrimonio cultural.	5	AE	200	PM
AG	Presentar en el parque de Intipucá las actividades relacionadas con el patrimonio cultural	5	AF	150	PM
AH	Realizar festival gastronómico	10	AG	150	PM
AI	Realizar investigaciones sobre las tradiciones por parte de la comunidad.	15	AH	70.3	PM
AJ	Realizar el concurso con la población escolar en temas de historia del municipio de Intipucá.	15	AI	100	PM
AK	Creación de la sala de extensión del museo.	10	AJ	170.3	PM
AL	Gestionar capacitaciones y apoyo para el programa complementario de alianzas estratégicas.	3	AD	10	PM
AM	Formación de la comisión encargada de la elaboración y colocación de la señalización turística y diseñar las especificaciones de la señalización.	30	P,AC,T,AA,V	1110	PM
AN	Solicitar los permisos para la colocación de las señales turísticas.	15	AM	50	PM
AO	Contratación de empresa publicitaria encargada de colocar señales publicitarias.	15	AN	600	PM
AP	Realizar mantenimiento de señales turísticas	15	AO	900	PM
AQ	Creación de la comisión de fotografía y comunicaciones.	5	AP	2500	PM

AR	capacitar la comisión de fotografía y comunicaciones	30	AQ	500	PM
AS	Realizar un recorrido por los diferentes atractivos turísticos por parte de la comisión de fotografía y comunicaciones	15	AR	1500	PM
AT	Realizar el concurso de Facebook por parte de la comisión de fotografía.	30	AS	800	PM
AU	Invitar a 2 persona por cada tour operador interesado en realizar tour en Intipucá.	10	AT	10	PM
AV	Invitación para la realización de reportajes turísticos.	5	AU	30	PM
AW	Gestionar las alianzas con empresas de publicidad radial.	10	AV	30	PM
AX	Diseñar brochures y hojas volantes con el material publicitario de los tours	5	AW	1241.60	PM
AY	Contratación de empresa de publicidad de mupis y traseras de buses.	5	AX	1000	PM
AZ	Gestionar las alianzas estratégicas con los hoteles y restaurantes de la playa el Cuco, las tunas e Intipucá para colocar rótulos en sus establecimientos.	5	AY	1000	PM
BA	Contratación de empresa de impresión digital.	5	AZ	900	PM
BB	Asignación a la comisión de fotografía y comunicaciones la elaboración de afiches.	5	BA	600	PM
BC	Formación de la comisión de ventas.	5	BB	600	PM
BD	Capacitación la comisión de ventas.	7	BC	600	PM
BE	Asignación de una línea de clientes a cada vendedor.	3	BD	600	PM
BF	Contratar una empresa que se dedique a realizar artículos promocionales, y mandar hacer camisetas.	15	BE	1600	PM
BG	Contratar una empresa que se dedique a realizar artículos promocionales, comprar camisetas, estilo polo y gorras.	15	BF	1600	PM
BH	Convocar a la población de Intipucá y concientizarlos en la	2	P,AC,T,AA,V	541.73	PM

	reducción de desechos en el municipio y educarlos enfatizando el concepto de sustentabilidad a los habitantes.				
BI	Convocar a la población de Intipucá y concientizarlos en la implementación de compostaje y reciclaje	2	BH	16879.30	PM
BJ	Realizar la actividad de separación de desechos putrecibles y no putrecibles.	15	BI	9377.39	PM
BK	Realizar las charlas de concientización y repartir los recipientes a la población para que hagan la separación de los desechos.	30	BJ	5110.68	PM
BL	Elaboración de la ordenanza municipal que regule y controle los desechos sólidos en el municipio.	15	BK	4601.77	PM
BM	Procesar la fracción putrecible en composteras	30	BL	2906.99	PM
BN	Construir centro de acopio.	90	BM	9314.87	PM
BO	Construir relleno sanitario manual.	60	BN	51249.62	PM
BP	Realizar la retroalimentación recopilando los datos para el monitoreo y control del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.	7	AL,BG,AK,BO	500	PM



## X.6. PROGRAMACIÓN DE LAS 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.

### X.6.1. Metodología De Programación De Actividades

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).

## **Duración esperada del proyecto**

La duración esperada del proyecto (T) es igual al mayor de los tiempos EF de todas las actividades que desembocan en el nodo de término del proyecto.

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:

$$\mathbf{LS = LF - t}$$

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:

$$\mathbf{H = LF - EF \text{ ó bien } H = LS - ES}$$

## **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.

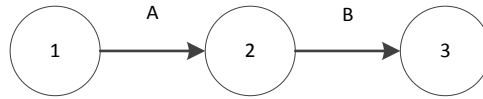
## **Rutas críticas**

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.

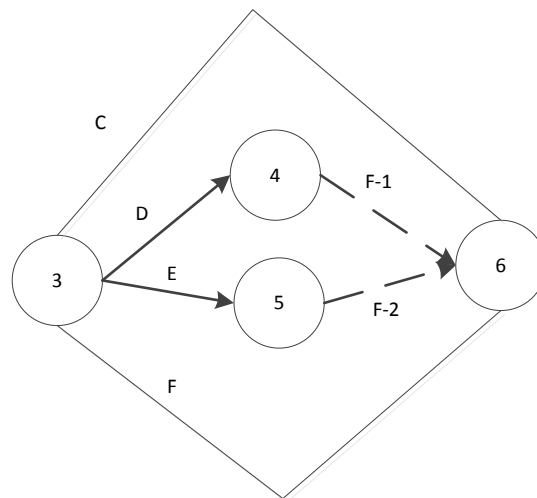
Las rutas críticas se nombran por la secuencia de actividades críticas que la componen o bien por la secuencia de nodos por los que atraviesa.

## X.7. RED DE PROYECTO

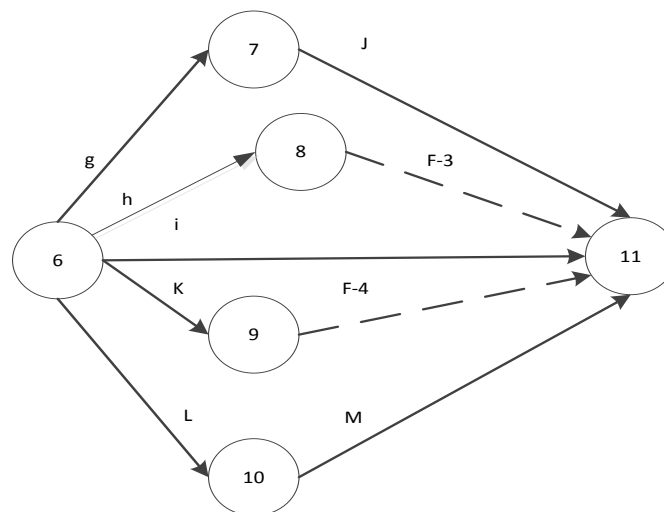
### X.7.1. Red De Capacitación Del Personal



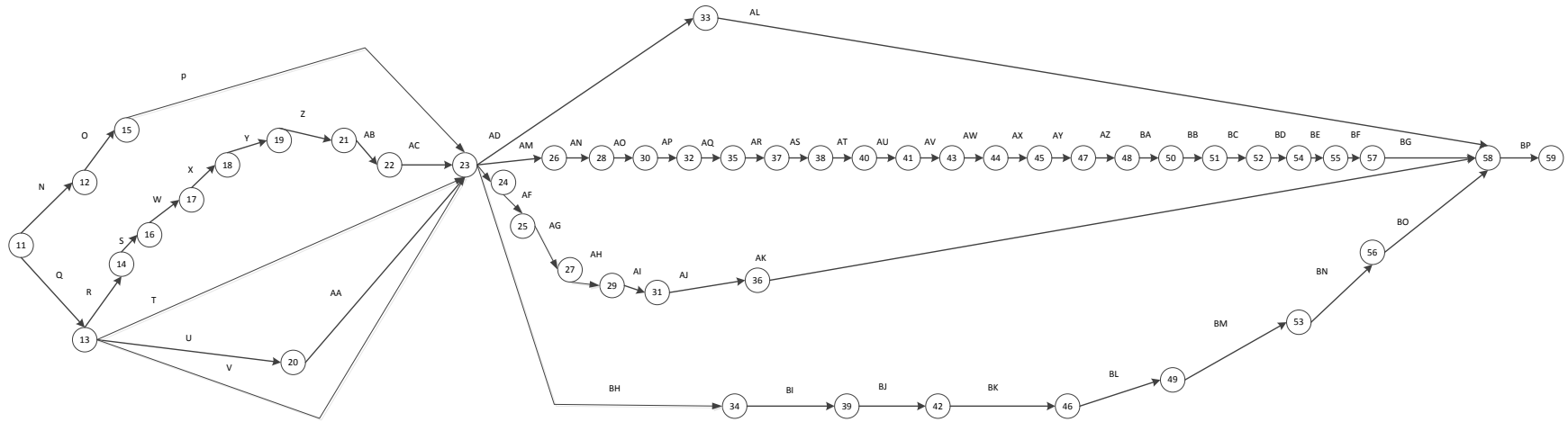
### X.7.2. Red De Legalización De Construcción De Centro De Acopio Y Relleno Sanitario Manual



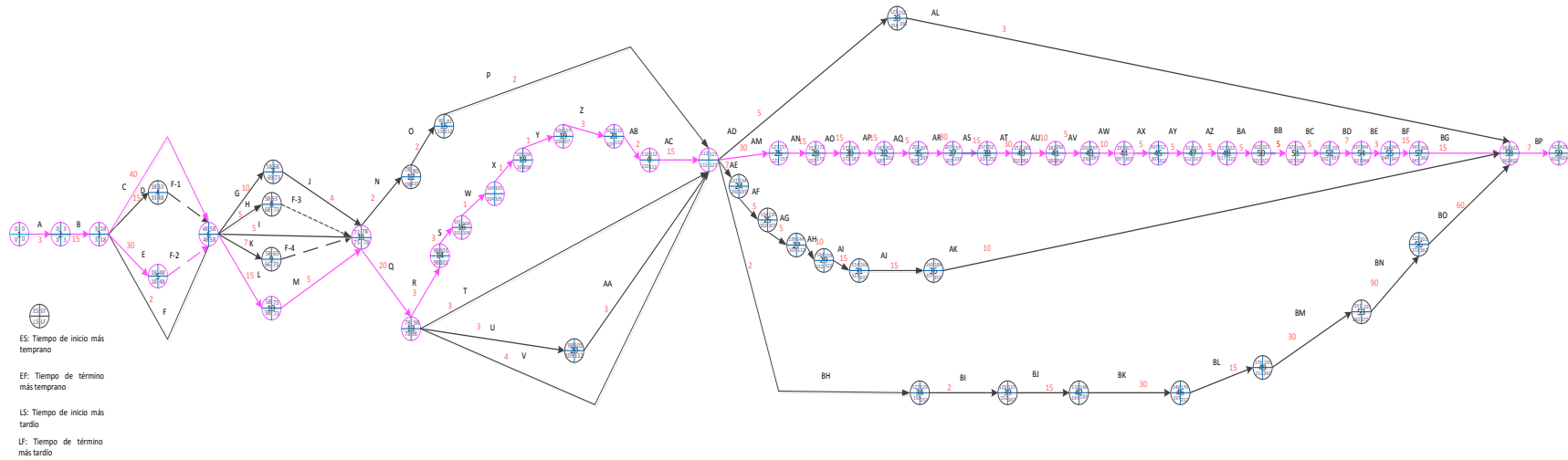
### X.7.3. Red De Gestión De Infraestructura Y Recursos



### X.7.4. Red De Puesta En Marcha



**X.7.5. Red Integrada Del Proyecto: Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo Para La Zona Costera Del Municipio De Intipucá, La Unión**



ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA RUTA CRÍTICA DEL PROYECTO SON:

**RUTA CRITICA 1: A,B,C,L,M,Q,R,S,W,X,Y,Z,AB,AC,AM,AN,AO,AP,AQ,AR,AS,AT,AU,AV,AW,AX,AY,AZ,BA,BB,BC,BD,BE,BF,BG,BP**

**RUTA CRITICA 2: A,B,E,Fict-**

**2,L,M,Q,R,S,W,X,Y,Z,AB,AC,AM,AN,AO,AP,AQ,AR,AS,AT,AU,AV,AW,AX,AY,AZ,BA,BB,BC,BD,BE,BF,BG,BP**

**En un tiempo estimado de 429 días**

## X.8. IMPLEMENTACIÓN INTEGRADA

Para llevar a cabo la implementación integrada del proyecto, expuesta en la síntesis de los programas, es necesario considerar las siguientes actividades:

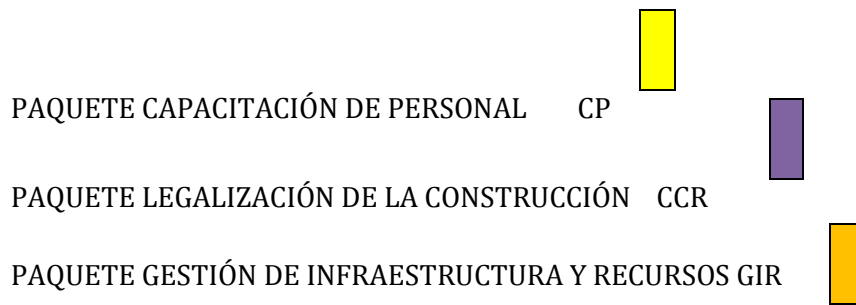


Figura 18: Diagrama de implementación de Paquete de Capacitación, Construcción y Recursos.

ACT.	ENE				FEB				MAR				ABR				SEP				OCT				NOV			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
CP.1	■																											
CP.2		■	■																									
CCR.1			■	■	■	■	■	■																				
CCR.2			■	■	■	■																						
CCR.3			■	■	■	■																						
CCR.4			■																									
GIR.1									■	■																		
GIR.2									■																			
GIR.3									■																			
GIR.4										■																		
GIR.5											■	■																
GIR.6											■	■																
GIR.7											■																	

A continuación se presenta el resumen de la implementación del plan de desarrollo sustentable de turismo:

ACT.	1												2						3						4						5															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	9	11	12	1	2	3	4	8	9	12	1	2	3	4	9	12	1	2	3	4	9	11	12						
Paquete Capacitación del personal	■																																													
Paquete legalización de construcción	■	■																																												
Paquete Gestión de infraestructura y recursos			■																																											
Proyecto de concientización turística	■	■	■																																											
Mejora de la oferta		■	■											■														■																		
Proyecto de capacidad de carga			■																																											
Proyecto de rescate de la identidad cultural)		■	■	■	■										■	■												■	■																	
Programa de marketing		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Preservación de los recursos				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Figura 19: Diagrama de implementación integrada.

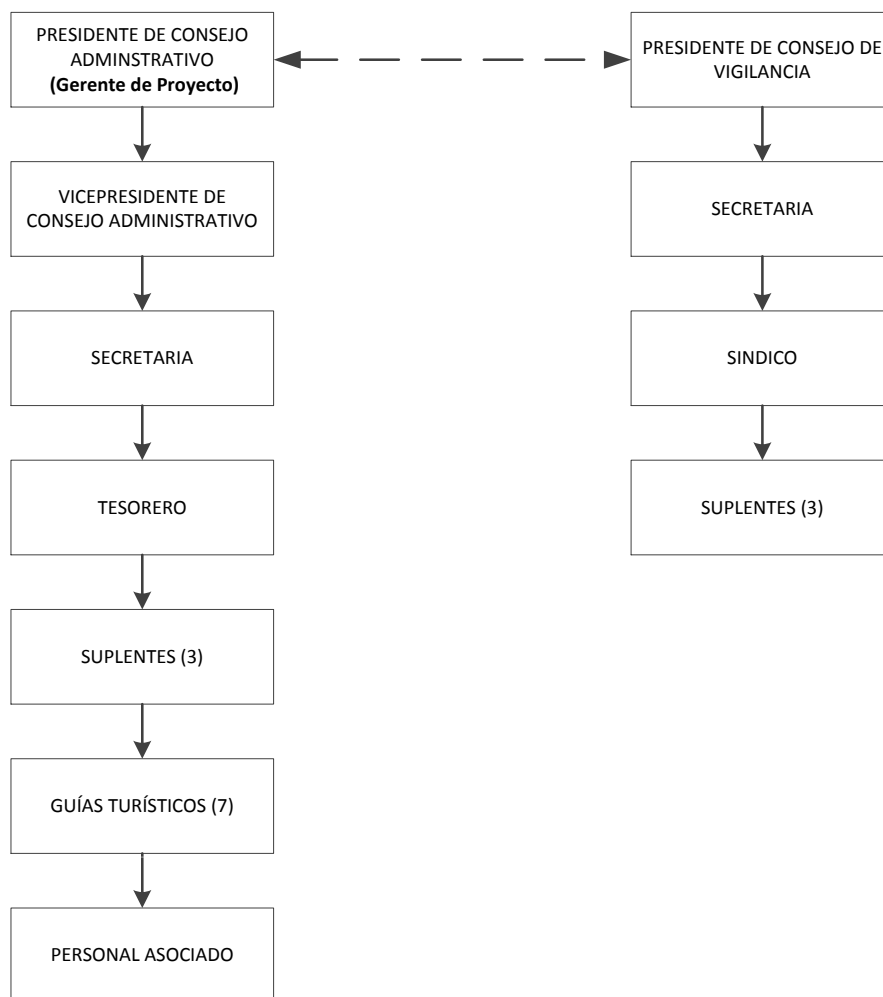


## X.9. ORGANIZACIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.

### X.9.1. Estructura Organizativa

La administración del proyecto estará a cargo del gerente del proyecto y de la secretaria del consejo administrativo; Con el apoyo los demás integrantes del Comité Turístico de Intipucá. A continuación se presenta la estructura de puestos del Comité de Turismo de Intipucá.

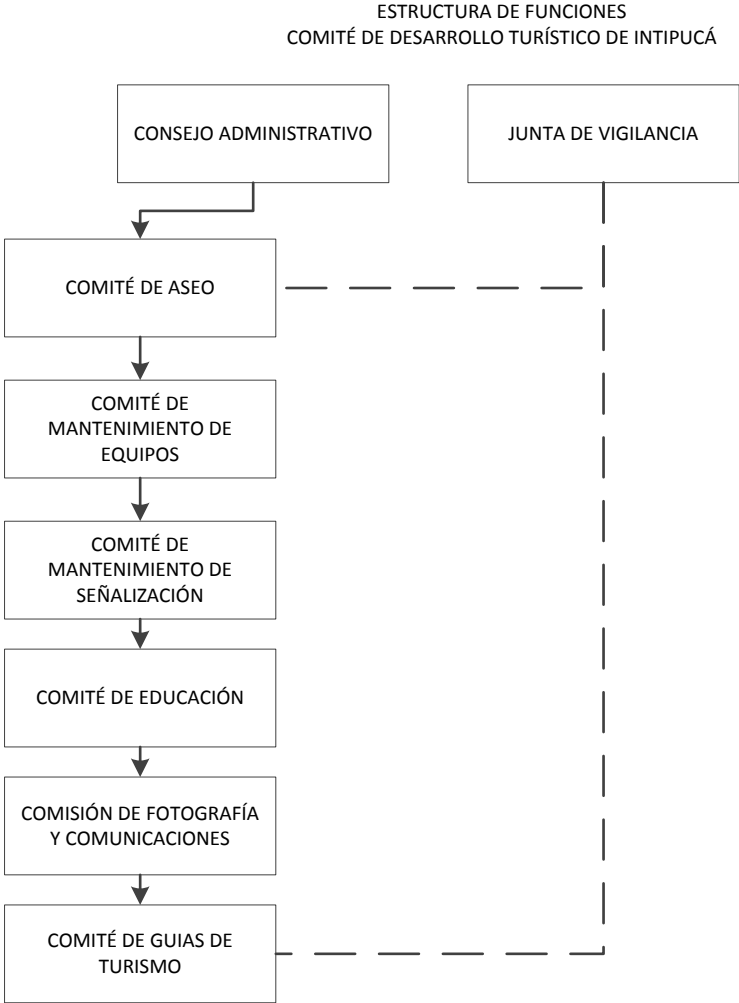
ESTRUCTURA DE PUESTOS COMITÉ DE TURISMO INTIPUCÁ



Esquema 28: Estructura de puestos Comité de Turismo de Intipucá.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por el presidente de la Cooperativa de Turismo de Intipucá.

A continuación se presenta el diagrama de la estructura de funciones del Comité de Desarrollo Turístico de Intipucá.



**Esquema 29: Estructura de funciones Comité de Desarrollo Turístico de Intipucá.**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por el presidente de la Cooperativa de Turismo de Intipucá.

### X.9.2. Funciones.

UNIDAD	FUNCIONES
CONSEJO ADMINISTRATIVO	<p>Determinar las políticas, estrategias, normas y criterios de organización y administración que orienten las actividades turísticas del comité de Desarrollo turístico de Intipucá.</p> <p>Elaborar y desarrollar programas para optimizar la administración de los recursos, la operación del comité turístico y la prestación de los servicios que le corresponden;</p> <p>Coordinar la planeación financiera del comité turístico y autorizar la contratación de créditos que requiera éste para el desarrollo de sus actividades en los términos de las disposiciones jurídicas aplicables;</p> <p>Autorizar la adquisición, de los bienes muebles e inmuebles que integran el patrimonio del comité turístico .</p> <p>Revisar y aprobar en su caso, los planes, presupuestos de ingresos y egresos, programas de trabajo, inversión y financiamiento e informes de las actividades turísticas.</p>
JUNTA DE VIGILANCIA	<p>La Junta de Vigilancia será la encargada de ejercer el control social del Comité de turismo de Intipucá</p> <p>Además Velar porque los actos administrativos se ajusten a las prescripciones legales, estatutarias y reglamentarias y en especial a los principios del Comité de turismo de Intipucá.</p> <p>Informar al consejo administrativo sobre las irregularidades que existan en el funcionamiento del comité de turismo y presentar recomendaciones sobre las medidas que en su concepto deban adoptarse</p> <p>Verificar la lista de los asociados hábiles e inhábiles para poder participar en la Asamblea.</p> <p>Rendir informes sobre sus actividades al consejo administrativo.</p>
COMITÉ DE ASEO	<p>Elaborar programas de limpieza semanales y contribuir al embellecimiento del municipio.</p> <p>Verificar que los implementos de limpieza estén siempre a tiempo.</p> <p>Velar por el funcionamiento y manutención de la planta turística en</p>

	<p>buen estado y aseada todo el tiempo.</p> <p>Nombrar grupos de trabajo entre los miembros del comité de aseo con base en sus posibilidades.</p>
COMITÉ DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	<p>Realizar cotizaciones de los materiales, para tomar las acciones de mantenimiento.</p> <p>Dirigir y ejecutar las acciones de mantenimiento en el local del comité de turismo.</p> <p>Brindar información sobre el mantenimiento del local del comité de turismo.</p>
COMITÉ DE MANTENIMIENTO DE SEÑALIZACIÓN	<p>Coordinar actividades de conservación de las señales turísticas; rehabilitación, mantenimiento, colocación de nuevas señales turísticas.</p> <p>Vigilar o realizar inspecciones a las rutas señalizadas.</p> <p>Establecer programaciones de trabajo para el mantenimiento de las señales turísticas.</p>
COMITÉ DE EDUCACIÓN	<p>Impulsar permanentemente la capacitación integral de todos los socios del Comité de Turismo de Intipucá y de los miembros de la Comunidad de Intipucá.</p> <p>Promover la integración del Comité de Turismo con la Comunidad.</p>

<p>COMISIÓN DE FOTOGRAFÍA Y COMUNICACIONES</p>	<p>Programar las actividades de las visitas turísticas para recopilar fotografías turísticas a promocionar.</p> <p>Gestionar la compra de equipo de fotografía y comunicación</p> <p>Dar cuentas al consejo administrativo de las actividades a realizar</p> <p>Dar a conocer los nuevos proyectos y actividades promocionales de turismo de Intipucá.</p> <p>Programar las actividades para promocionar el turismo de Intipucá a través de las redes sociales.</p> <p>Programar los concursos y la gestión de premios otorgados por la interacción en redes sociales de los turistas.</p> <p>Dar cuentas al consejo administrativo de las actividades a realizar</p> <p>Dar a conocer los nuevos proyectos y actividades promocionales de turismo de Intipucá.</p>
<p>COMITÉ DE GUIAS DE TURISMO</p>	<p>Programar las actividades de los guías de turismo.</p> <p>Proponer nuevas rutas turísticas en el Municipio de intipucá.</p> <p>Creación de figuras calificadas como complemento de la actividad que representen los guías turísticos.</p> <p>Adecuación de los transportes públicos y la necesidad y el control para mantener un “mínimo grado de excelencia” para mantener profesionalidad.</p> <p>Dar a conocer las actividades de los guías turísticos en el municipio.</p> <p>Velar por la satisfacción de los turistas.</p>

A continuación se presentan los puestos que tendrá la estructura organizativa para la implantación del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

PUESTO	FUNCIONES
<b>CONSEJO ADMINISTRATIVO</b>	
PRESIDENTE DEL CONSEJO ADMINISTRATIVO	<p>Coordinar los trabajos y actividades meta que le correspondan, con las entidades turísticas, comunidad, gobierno local, entre otros.</p> <p>Presidir las sesiones del consejo administrativo, las reuniones informales que se realicen con la comunidad, o en coordinación con la alcaldía de Intipucá.</p> <p>Presentar el informe anual de labores al consejo administrativo.</p> <p>Deberá velar porque los acuerdos se cumplan a cabalidad y en el tiempo acordado.</p>
VICEPRESIDENTE DE CONSEJO ADMINISTRATIVO	Deberá remplazar al presidente cada vez que éste se ausente.
SECRETARIA	<p>Llevar los libros de actas de las reuniones y los Acuerdos del consejo administrativo.</p> <p>Atender y leer en las sesiones del consejo administrativo la correspondencia de cada uno de los comités.</p> <p>Firmar conjuntamente con el presidente, las actas del consejo administrativo.</p>
TESORERO	<p>Llevar la contabilidad, las cuentas de ingresos y egresos.</p> <p>Rendir el informe anual de tesorería al consejo administrativo.</p>
SUPLENTE	Reemplazar al titular por si toma licencia en su cargo, está enfermo o de viaje. Una vez reintegrado el titular, el suplente cesa en su tarea de suplencia. Esto es así para no debilitar el consejo de administración por casos de fuerza mayor.
GUIAS TURÍSTICOS	<p>Conducir a los turistas a establecimientos de recreación, gastronómicos y otros.</p> <p>Ayudar a los turistas, a su requerimiento, en sus compras en el comercio, observando que los artículos sean de buena calidad y buscando los de mayor autenticidad posible, respecto a los productos artesanales o típicos.</p> <p>Vigilar y proteger a los turistas de los posibles abusos en cuanto a cobros excesivos, o cualquiera otro derivado de su desconocimiento de las leyes y costumbres del país.</p> <p>Suministrarles información sobre el funcionamiento de los medios de transporte, servicios turísticos, realidad social o</p>

	<p>económica del país, tipos de cambio de moneda, espectáculos públicos, condiciones climáticas, sanitarias, medios de alojamiento u otros asuntos de interés, en forma precisa y veraz.</p> <p>Verificar que los turistas cuenten con el equipo y/o la ropa que requiere cada actividad.</p> <p>Proporcionar a los turistas información veraz y completa de los lugares visitados y sobre el entorno natural, económico, social y cultural.</p> <p>Asistir a los turistas en forma oportuna, eficiente y suficientemente, en las eventualidades e imprevistos que surjan por el desarrollo de la actividad y que se presenten durante su permanencia en los lugares visitados.</p>
PERSONAL ASOCIADO	Desempeñar los cargos para los que son electos o nombrados, y cumplir con las comisiones a que se les encomiende.
<b>CONSEJO DE VIGILANCIA</b>	
PRESIDENTE DEL CONSEJO DE VIGILANCIA	<p>Presidir las reuniones de la junta de Vigilancia.</p> <p>Convocar a las reuniones ordinarias y extraordinarias.</p> <p>Asignar las tareas o labores que en forma individual o conjunta deben realizar los miembros de la junta cada mes, para dar cumplimiento al Plan establecido.</p> <p>Orientar y dar seguimiento al trabajo que deban realizar los miembros de la junta de vigilancia.</p> <p>Suscribir las actas de las reuniones</p> <p>Los demás que sean compatibles con la naturaleza de su cargo.</p>
SECRETARIA	<p>Llevar el registro ordenado, claro y al día de todas las actas.</p> <p>Recopilar los documentos e información que lleguen con destino a la Junta de Vigilancia ordenarlos y clasificarlos, hacerlos conocer de sus destinatarios y archivarlos.</p> <p>Preparar las comunicaciones, correspondencia en general, informes y otros documentos de la junta de vigilancia con destinos a personas y otros organismos internos y externos o para asociados, cuidar que se envíen en forma oportuna y segura, así como de que se archiven en forma debida.</p>

	<p>Apoyar al presidente y a los demás miembros de la Junta de Vigilancia en la realización de las funciones o tareas que les corresponden.</p> <p>Las demás que por su naturaleza le correspondan o que se le encomienden por parte del presidente de la Junta.</p> <p>Manejar la confidencialidad requerida en todas las actuaciones que competen a la Junta de Vigilancia.</p>
SINDICO	<p>Fiscalizar el funcionamiento del comité de turismo con el fin de proteger los intereses de sus representados.</p>
SUPLENTE	<p>Reemplazar al titular por si toma licencia en su cargo, está enfermo o de viaje. Una vez reintegrado el titular, el suplente cesa en su tarea de suplencia. Esto es así para no debilitar el consejo de vigilancia por casos de fuerza mayor.</p>



PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.		
PUESTO	GERENTE DE PROYECTO <sup>132</sup> (Presidente del consejo administrativo)	HOJA: 1/7
DEPENDENCIA:	NINGUNA	FECHA DE ELABORACIÓN:
UNIDAD SUBORDINADA:	Secretaria del proyecto, personal asociado, vicepresidente, suplentes, tesorero del proyecto, guías de turismo	
	FECHA DE ELABORACIÓN:	06/05/2014
	FECHA DE REVISIÓN:	
<p><b>OBJETIVO:</b> Velar por que se cumplan todas las actividades que se necesiten para el desarrollo del proyecto con la cantidad de recursos asignados.</p>		
<p><b>FUNCIONES:</b></p>		
Llevar el control de la programación de las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo. (Encargado del proyecto).		
Gestionar la contratación de los técnicos encargados de cada una de las capacitaciones.		
Realizar la convocatoria de forma oficial a la reunión informativa del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del municipio de Intipucá.		
Convocar a los prestadores de servicios turísticos a las capacitaciones oficiales.		
Gestionar los permisos y requisitos legales para el desarrollo de las actividades que lo requieran.		
Reunirse con personal de otras entidades y dar a conocer el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.		
Gestionar la contratación de la empresa encargada de la señalización.		
Formar las comisiones encargadas del Desarrollo turístico en intipucá.		
Gestionar alianzas con empresas que apoyen el turismo.		
Asignar una línea de clientes a cada vendedor.		
Dar seguimiento a las actividades de monitoreo y control.		

<sup>132</sup> El gerente del proyecto y la secretaria del comité de turismo son los encargados principales del proyecto. Los demás miembros colaborarán con las funciones asignadas en el Plan; Por esa razón, solamente se ha considerado salario directo al gerente del proyecto y a la secretaria.

PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.

PUESTO	SECRETARIA DEL PROYECTO (Secretaria de consejo administrativo)	HOJA: 2/7
DEPENDENCIA:	GERENTE DEL PROYECTO	
UNIDAD SUBORDINADA:	NINGUNO	
	FECHA DE ELABORACIÓN:	06/05/2014
	FECHA DE REVISIÓN:	07/05/2014
<b>OBJETIVO:</b>		
Apoyar a la presidencia en la realización de las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.		
<b>FUNCIONES:</b>		
Gestionar la compra de equipos y suministros de oficina para las capacitaciones. (Sub encargada del proyecto).		
Gestionar la compra de equipo para la comisión de fotografía.		
Gestionar la compra de camisas y gorras promocionales.		
Apoyar al presidente del comité de llevar el control de la programación de las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.		
Apoyar en las actividades que requieran permisos legales.		
Realizar invitaciones para la realización de los reportajes turísticos.		
Apoyo al presidente y vicepresidente en la gestión de alianzas con empresas que apoyan el turismo.		
Monitorear y controlar las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.		

PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.

PUESTO	PERSONAL ASOCIADO	HOJA: 3/7
DEPENDENCIA:	GERENTE DEL PROYECTO	
UNIDAD SUBORDINADA:	NINGUNO	
	FECHA DE ELABORACIÓN:	06/05/2014
	FECHA DE REVISIÓN:	07/05/2014

**OBJETIVO:**

Colaborar con la ejecución de cada una de las actividades del Plan de Desarrollo de Turismo.

**FUNCIONES:**

Convocar a los habitantes del Municipio de Intipucá para la realización de charlas a impartir.

Colaborar con las actividades de desarrollo de cada una de las actividades programadas en el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

Apoyar con el mantenimiento de las señales turísticas.

Apoyar con el mantenimiento y actualización de la publicidad turística en las redes sociales.

Colaborar con el diseño de material de marketing.

Convocar a los habitantes del Municipio de Intipucá e invitarlos a participar en las actividades de concientización turística.

Colaborar con la repartición de recipientes a la población de Intipucá para que participen en la separación de desechos.

Colaborar con el Monitoreo y control de las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.

PUESTO	VICEPRESIDENTE (Vicepresidente del consejo administrativo)	HOJA: 4/7
DEPENDENCIA:	GERENTE DEL PROYECTO	
UNIDAD SUBORDINADA:	NINGUNO	
	FECHA DE ELABORACIÓN:	06/05/2014
	FECHA DE REVISIÓN:	07/05/2014
<b>OBJETIVO:</b>		
Apoyar en la gestión de las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.		
<b>FUNCIONES:</b>		
Elaborar guías de contenido de las capacitaciones.		
Apoyar a la secretaria en la realización de invitaciones de reportajes turísticos.		
Apoyar al presidente en el desarrollo de alianzas con empresas que apoyen el turismo.		
Colaborar con el Monitoreo y control de las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.		

PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.

PUESTO	SUPLENTES	HOJA: 5/7
DEPENDENCIA:	GERENTE DEL PROYECTO	
UNIDAD SUBORDINADA:	NINGUNO	
	FECHA DE ELABORACIÓN:	06/05/2014
	FECHA DE REVISIÓN:	07/05/2014
<b>OBJETIVO:</b>		
Apoyar en el desarrollo de las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.		
<b>FUNCIONES:</b>		
Colaborar en la elaboración de guías de contenido de las capacitaciones.		
Apoyar con el mantenimiento y actualización de la publicidad turística en las redes sociales.		
Colaborar con el Monitoreo y control de las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.		

PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.

PUESTO	TESORERO DEL PROYECTO (Tesorero)	HOJA: 6/7
DEPENDENCIA:	GERENTE DEL PROYECTO	
UNIDAD SUBORDINADA:	NINGUNO	
	FECHA DE ELABORACIÓN:	06/05/2014
	FECHA DE REVISIÓN:	07/05/2014
<b>OBJETIVO:</b>		
Administrar las finanzas del comité de turismo de Intipucá.		
<b>FUNCIONES:</b>		
Colaborar en la convocatoria a los prestadores de servicios turísticos a las capacitaciones oficiales.		
Llevar el control de las finanzas consecuencia del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.		

PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN.

PUESTO	GUIA DE TURISMO	HOJA: 7/7
DEPENDENCIA:	GERENTE DEL PROYECTO	
UNIDAD SUBORDINADA:	NINGUNO	
	FECHA DE ELABORACIÓN:	06/05/2014
	FECHA DE REVISIÓN:	07/05/2014

**OBJETIVO:**

Guiar a los turistas en la realización de las actividades turísticas contempladas en el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

**FUNCIONES:**

Apoyar a los miembros de la comisión de fotografía y comunicación con los recorridos a las rutas turísticas.

Colaborar con el diseño de material de marketing.

Colaborar con el Monitoreo y control de las actividades del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo.

## **X.10. ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO**

Todo administrador de proyectos entiende que hay riesgos inherentes a un proyecto. Por consiguiente el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá no sería la excepción. Ninguna cantidad de planeación puede superar un riesgo o a la incapacidad de controlar sucesos fortuitos. En el contexto de los proyectos, el riesgo es un acontecimiento o condición incierta que, de presentarse, tiene un efecto positivo o negativo en los objetivos del proyecto. Las posibilidades de que se dé un evento de riesgo son mayores en las etapas de conceptualización, planeación y comienzo del proyecto. El resultado de los costos sobre un evento de riesgo en el proyecto es menor si el suceso se presenta antes y no después de lo esperado. Las primeras etapas del proyecto representan el periodo en que existe una oportunidad para minimizar el impacto o para trabajar en torno a un riesgo potencial. A la inversa, a medida que el proyecto sobrepasa la marca de realización de avance medio, el costo de que suceda un evento de riesgo aumenta muchísimo.

Para desarrollar una respuesta al riesgo se propone lo siguiente:

### ***X.10.1. Mitigación del riesgo***

En general la reducción del riesgo es la primera alternativa considerada y para el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo se propone lo siguiente:

#### **Vigilancia del progreso, Auditoría cierre y Supervisión.**

Ahora que ya se tiene definida la estructura organizativa del Plan se han cumplido las preguntas básicas de la organización del proyecto el qué, quien, cómo, cuándo y dónde. El proceso finaliza con el control y cierre del Plan que permitirá acompañar la ejecución de cada una de las actividades del Plan con el propósito de determinar el grado de satisfacción de la ejecución del proyecto es decir si los objetivos planteados se cumplen y en qué medida el Comité turístico y la población de Intipucá quedan satisfechas con la ejecución del proyecto.

A continuación se presentan una serie de definiciones técnicas que respaldan la última etapa del Plan de Desarrollo Turístico.

---

<sup>133</sup> Fuente: Administración de proyectos. Clifford Gray, Erik Larson. Cuarta Edición.



**El Control**<sup>134</sup> es el proceso de comparar el desempeño tangible con el plan para identificar las desviaciones, evaluar los cursos de acción alternos existentes y tomar las acciones correctivas posibles.

**La auditoría y reporte del proyecto** son instrumentos para respaldar la mejora continua y la administración de la calidad. Las auditorías de proyecto emplean mediciones de desempeño y datos de pronóstico.

La auditoría del proyecto incluye tres tareas importantes:

- ✓ Evaluar si el proyecto entregó los beneficios esperados a todos los interesados. ¿Se manejó bien el proyecto? ¿El cliente quedó satisfecho?.
- ✓ Evaluar lo que se hizo mal y lo que contribuyó a los éxitos.
- ✓ Identificar los cambios para mejorar la entrega de los proyectos futuros.

La auditoría asegura que los proyectos cumplan con las necesidades de la organización mediante estándares, procedimientos, responsabilidad, asignación eficiente de recursos y mejora continua en la administración de proyectos.

**Supervisión**<sup>135</sup>: es el término que ha surgido para reflejar la forma en que las organizaciones vigilan sus sistemas de administración de proyectos. Es el conjunto de principios y procesos para guiar y mejorar la administración de proyectos.

Al tener clara la última etapa se procede al cálculo de los indicadores para realizar el control:

---

134 Fuente: Administración de proyectos. Clifford Gray, Erik Larson. Cuarta Edición.

135 Fuente: Administración de proyectos. Clifford Gray, Erik Larson. Cuarta Edición.

### **X.10.2. Acciones A Tomar Para El Control Y Supervisión De Las Actividades De La Administración Del Proyecto**

Ante retraso, el objetivo de la gerencia es reponer el retraso y/o evitarlo hacia delante, ya que aparte de tener mayores costos las metas no se lograrán si no se evita que exista retraso alguno. Intensificar recursos para recuperar el retraso.

- ✓ Contratar la realización de ciertas actividades (subcontratar, recontractar) en el caso que sea necesario.
- ✓ La gerencia debe asegurarse de que el proyecto se ejecute dentro del presupuesto, ya que si no se lleva un control del presupuesto se tendrá un déficit presupuestal que ocasionara problemas financieros que retrasaran algunas actividades del proyecto.
- ✓ Para el control de fondos la gerencia debe vigilar especialmente dos aspectos: La disponibilidad oportuna de los fondos en la cuenta del proyecto, y La ejecución de los desembolsos para asignar los recursos oportunamente a las actividades.

La segunda respuesta al riesgo se realiza cuando los eventos han sucedido. Si bien es cierto lo que se pretende es disminuir el efecto adverso en un proyecto siempre existirá el riesgo de no cumplimiento de los objetivos en el Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo por lo que se proponen los siguientes indicadores:

### **X.10.3. Indicadores Para La Evaluación Expost Del Plan De Desarrollo Sustentable De Turismo Para La Zona Costera Del Municipio De Intipucá, La Unión<sup>136</sup>.**

Una vez el proyecto esté en marcha se proponen herramientas de medición del desempeño del Plan de Desarrollo Turístico a través de los siguientes indicadores:

#### **a. Indicador de Costos (IC)**

Es la comparación de costos entre la situación anterior y la posterior, esto es, la diferencia porcentual entre los presupuestos previstos inicialmente y los desembolsos realmente contabilizados para la ejecución del proyecto.

La expresión matemática:

---

<sup>136</sup> Fuente: Gestión de proyectos. Identificación-Formulación-Evaluación. Financiera-Económica-Social-Ambiental. Juan José Miranda Miranda. Cuarta Edición.

La expresión matemática:

$$IC = \frac{\text{Gastos Reales}}{\text{Gastos Previstos}} - 1$$

Tanto el flujo de los Gastos Reales como el de los Gastos Previstos se calculan a valores presentes, aplicando una tasa adecuada de actualización.

Si  $IC = 0$ , significa que el programa de desembolsos para la ejecución estuvo bien concebido.

Si  $IC > 0$ , indica sobrecosto.

Si  $IC < 0$ , indica subcosto.

### b. Indicador de Cumplimiento Temporal (ICT)

Se trata de establecer la diferencia porcentual entre el plazo programado inicialmente para la ejecución del proyecto y el tiempo que finalmente se empleó.

$$ICT = \frac{\text{Plazo Real}}{\text{Plazo Programado}} - 1$$

Si  $ICT = 0$ , el proyecto fue bien programado.

Si  $ICT > 0$ , hubo demoras en la programación.

Si  $ICT < 0$ , se adelantó la programación.

### c. Indicador de Eficiencia (IE)

El Indicador de Eficiencia que es un criterio de Impacto, que resulta de la comparación porcentual entre el Valor Presente Neto antes (teniendo en cuentas los flujos que aparecen en el estudio de factibilidad), y el Valor Presente Neto después (con base a los flujos realmente contabilizados).

$$IE = \frac{\text{VPN ex-post}}{\text{VPN ex-ante}} - 1$$

Si  $IE = 0$ , indica que el proyecto es eficiente, puesto que el valor previsto es igual al realizado.

Si  $IE > 0$ , significa que la eficiencia fue mayor que la prevista.

Si  $IE < 0$ , señala que el proyecto no fue eficiente.

#### d. Indicador de Cobertura (ICob)

Este indicador trata de establecer la relación entre el número de personas que se pretendía beneficiar (ex-ante), y el número de personas que efectivamente se beneficiaron con el proyecto (ex-post).

$$ICob = \frac{\text{Beneficiarios ex-post}}{\text{Beneficiarios ex-ante}}$$

Si **ICob = 1**, indica que el proyecto atendió al número de personas que estaba previsto.

Si **ICob > 1**, se atendió a más personas de las previstas (gran cobertura).

Si **ICob < 1**, se atendieron menos personas de las previstas inicialmente (precaria cobertura).

Indicador	Resultado	Acciones a realizar
Indicador de Costos (IC)	Si <b>IC = 0</b> , significa que el programa de desembolsos para la ejecución estuvo bien concebido.	Reconocer a todos los miembros del comité informando que los desembolsos fueron utilizados de forma oportuna.
	Si <b>IC &gt; 0</b> , indica sobrecosto	Investigar qué situaciones externas hicieron que el proyecto sobrepasara el presupuesto inicial y registrarlo para nuevos proyectos.
	Si <b>IC &lt; 0</b> , indica subcosto.	Investigar qué situaciones externas hicieron que el proyecto costara menos de lo esperado y registrarlo para detectar si repercute de manera positiva.
b. Indicador de Cumplimiento Temporal (ICT)	Si <b>ICT = 0</b> , el proyecto fue bien programado.	Reconocer a todos los miembros del comité informando que el proyecto fue bien programado.
	Si <b>ICT &gt; 0</b> , hubo demoras en la programación.	Investigar y registrar las causas de la demora en el tiempo de ejecución del proyecto y si estas pudieron ser corregidas a tiempo para que no vuelva a suceder en proyectos futuros.
	Si <b>ICT &lt; 0</b> , se adelantó la programación.	Investigar y registrar las causas del adelantamiento en el tiempo de ejecución del proyecto y si este adelantamiento provoca un efecto positivo en el proyecto.
c. Indicador de Eficiencia (IE)	Si <b>IE = 0</b> , indica que el proyecto es eficiente, puesto que el valor previsto es igual al realizado.	Si este es el resultado seguir trabajando de la misma manera el proyecto y futuros proyectos por parte del Comité Turístico.

	Si <b>IE &gt; 0</b> , significa que la eficiencia fue mayor que la prevista.	Si la eficiencia es mayor que la prevista entonces se puede decir que el proyecto es más que exitoso y que podrían servir de ejemplo para futuros proyectos en la Zona Oriental del país.
	Si <b>IE &lt; 0</b> , señala que el proyecto no fue eficiente.	Si se da este resultado indica que el Plan de Desarrollo ha sido deficiente y es necesario replantear los objetivos.
d. Indicador de Cobertura (ICob)	Si <b>ICob = 1</b> , indica que el proyecto atendió al número de personas que estaba previsto.	Continuar trabajando de la misma manera para atender con la mejor calidad a los turistas.
	Si <b>ICob &gt; 1</b> , se atendió a más personas de las previstas (gran cobertura).	En el caso que la cobertura se mantenga en los niveles de capacidad de carga aceptables continuar con las actividades del Plan.
	Si <b>ICob &lt; 1</b> , se atendieron menos personas de las previstas inicialmente (precaria cobertura).	Replantear la cantidad de personal necesario. Posiblemente se atendió menor personas por falta de recursos imprevistos.

Tabla 114: Indicadores para la evaluación expost. Del Plan.

## X.11. PRESUPUESTO PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

Como primer punto se detalla los costos de operativos para la administración del proyecto.

COSTOS ADMINISTRATIVOS DE ADP			
RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Salario analistas	3	1500	4500
Salario Técnico de MITUR.	1	400 mensuales	5600
Internet	1 modem USB	10/mensuales	140
Transporte	Costos/galón	4.42	1768
Impresiones	800	0.03	24
Total			<b>12032</b>

Tabla 115: Costos administrativos de ADP.

Fuente: Elaboración propia.

El presupuesto para los recursos asignados para la organización de la implantación y el equipamiento de los comités turísticos son los siguientes:

PRESUPUESTO PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO			
RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Gerente del proyecto	1	600	8400
secretaria	1	300	4200
papelería	Por mes	30	420
teléfono	Por mes	20	280
internet	Por mes	18	252
Energía eléctrica	Por mes	25	350
agua	Por mes	10	140
Total			<b>14042</b>

Tabla 116: Presupuesto para la administración del Proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Datos calculados para 14 meses que dura el proyecto y los salarios solamente para los encargados principales del proyecto: gerente del proyecto y secretaria.

COSTOS DE EQUIPAMIENTO DEL COMITÉ TURÍSTICO			
RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
<b>Sillas</b>	5	15	75
<b>escritorio</b>	1	1500	1500
<b>Papelería</b>	14	4	56
Total			<b>1631</b>

Fuente: Elaboración propia

En resumen se tiene un total para la administración de proyecto de:

COSTO TOTAL DE ADMINISTRACIÓN DE PROYECTO	
DESCRIPCIÓN	MONTO \$
COSTOS ADMINISTRATIVOS	12032
PRESUPUESTO DE ORGANIZACIÓN	14042
COSTOS DE EQUIPAMIENTO	1631
<b>TOTAL</b>	<b>27705</b>

Tabla 117: Costo total de administración de Proyecto.

Fuente: Elaboración propia

## X.12. PRESUPUESTO TOTAL Y DELEGACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DEL PLAN

COD.	PROYECTO / ACTIVIDAD	ENCARGADO	INVERSIÓN	OBSERVACIONES
<b>A</b>	Implementación de los paquetes turísticos	<b>Cooperativa “ El Gran Arco de la Boca”</b>	<b>\$ 41501.54</b>	Este proyecto está compuesto por los proyectos de marketing, mejora de la oferta, concientización turística y capacitación sobre capacidad de carga
<b>B</b>	Implementación del proyecto de preservación de los recursos turísticos	<b>Alcaldía municipal de Intipucá</b>	<b>\$ 96,440.95</b>	
<b>C</b>	Implementación del proyecto fortalecimiento del rescate y conservación de la identidad y difusión del Patrimonio Cultural en los habitantes del municipio de Intipucá	<b>Comité de apoyo de la casa de la cultura de Intipucá</b>	<b>\$ 590.55</b>	
<b>D</b>	Presupuesto del monitoreo y control	<b>ADESTI</b>	<b>\$ 263.98</b>	La ADESTI dará a conocer los proyectos a cada una de las organizaciones que desarrollaran los proyectos, a monitorear y controlar las actividades.
<b>E</b>	Presupuesto de la administración de la implementación	<b>ADESTI</b>	<b>\$ 27705.00</b>	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 166,502.02</b>	

Fuente: elaboración propia



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- La Zona Costera del Municipio de Intipucá cuenta con diversidad de recursos turísticos que se pueden explotar para aumentar la afluencia turística.
- El 97% de las personas encuestadas, que les gusta el turismo de sol y playa; ésta dispuesta a visitar las playas de Intipucá.
- Existe interés por parte de los tour operadores por realizar alianzas con la Cooperativa una vez se mejoren los servicios de la oferta turística en la Zona Costera de Intipucá.
- El fortalecimiento de las debilidades se logra con el mejoramiento de señalización turística en la Zona Costera, mejor enfoque de la publicidad turística, procesos de documentación y estandarización, disminución de la ociosidad en los servicios turísticos, el fortalecimiento de las alianzas estratégicas con tour operadores y prestadores de servicios.
- El diseño del Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo contribuirá a estandarizar los Procesos Turísticos que se realizan en la Zona Costera de Intipucá, La Unión.
- Con el desarrollo de los Programas de la Oferta turística se disminuirán las debilidades que poseen los servicios turísticos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.
- El Monitoreo y Control permitirá asegurar la sustentabilidad de los servicios turísticos ofrecidos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.
- A partir de la integración de los programas del Plan de Desarrollo se logrará una mejora sustancial en la calidad de los servicios ofrecidos en la Zona Costera del Municipio de Intipucá, La Unión.
- Los impactos ambientales negativos generados por el Plan de Desarrollo Sustentable de turismo son controlables con medidas de mitigación alcanzables por los ejecutores del Plan.
- El valor actual neto del proyecto se calcula de \$ 844,681.55862 este resultado es mayor a cero de lo que se deduce que el proyecto es factible ya que el proyecto genera ganancias a lo largo de todo el periodo de valuación.
- Para la implementación de los paquetes turísticos la relación Beneficio/Costo es de 1.43 lo que significa que el proyecto debe aceptarse ya que por cada dólar invertido se gana \$0.43 de dólar.
- Con el Plan se logra una reducción del desempleo de 1.15% generando un total de 31 empleos directos y a la vez obteniendo un total de 93 empleos indirectos.

- Con el Plan se logra pasar de 4 iniciativas de emprendimiento a tener 35 iniciativas de emprendimiento lo cual representa la dinamización de la economía y desarrollo en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.
- El proyecto pretende concientizar como mínimo al 88.5% de la población.
- Por todos los beneficios anteriores se concluye que El Plan de Desarrollo Sustentable de turismo para la Zona Costera del Municipio de Intipucá es factible desde el punto de vista económico, financiero, social, medio ambiental y de género.

## RECOMENDACIONES

- Poner énfasis en el desarrollo del Turismo aplicando los principios de Sustentabilidad para conservar los recursos turísticos a generaciones futuras.
- Calcular la capacidad de carga de los servicios turísticos a desarrollar para evitar el deterioro del medio ambiente en la Zona Costera de Intipucá.
- A la Municipalidad deben tener presente las necesidades que tienen los pobladores especialmente los de la zona costera, por estar cercanos a la playa para implementar el plan y desarrollarse turísticamente y así obtener mayores ingresos para sus familias.
- También la Municipalidad debe preocuparse por capacitar a sus pobladores sobre cómo conservar y proteger la vida silvestre y concientización ambiental y a los ciudadanos para mejorar el turismo de la zona.
- Tanto la Municipalidad como la Cooperativa de Turismo involucradas implementen medidas sobre cómo proteger el Medio Ambiente y recursos naturales en la ciudad de Intipucá, Departamento de La Unión.
- A los Empresarios que hagan conciencia de cómo contribuir a no contaminar el Medio Ambiente.
- Se deben de mejorar las vías de acceso a las playas logrando así, mayor afluencia de turistas a la zona.
- Promocionar los atractivos turísticos de la Zona Costera del Municipio de Intipucá por los diferentes medios sugeridos y medir su desempeño para lograr generar interés en los turistas y por ende el aumento de la afluencia de turistas a la Zona Costera del Municipio de Intipucá.
- Concientizar a la población en general en los temas del Programa de Sustentabilidad para reducir los impactos negativos que genera el incremento de actividades turísticas en la Zona Costera del Municipio de Intipucá.

## GLOSARIO TÉCNICO

**Cacahuananche:** Es un árbol pequeño que crece hasta 12 a 15 m lo máximo, de flores rosas con un dulce perfume y es una fuente de néctar y polen para la abeja de castilla. Es una de las especies más comunes en la América tropical y ocurre en forma natural desde la costa occidental de México hasta Panamá.

**Canotaje:** Actividad cuyo fin es la navegación por cuerpos de aguas naturales o artificiales mediante el uso de embarcaciones (canoas y kayaks), guiadas, maniobradas y propulsadas por acción humana a través de remos.

**Establecimiento gastronómico:** Establecimiento cuyo objeto es la transformación de alimentos, venta y prestación del servicio de alimentos y bebidas preparadas.

**Guarumo:** Es una árbol de la familia de las marantáceas, que se encuentra en la Amazonia y en los demás bosques tropicales desde México hasta Brasil y en las Antillas orientales.

**Guazalo:** Es una especie de marsupial didelfimorfo de la familia Didelphidae propia del sureste de Norteamérica (sureste de México), toda América Central y el norte de Sudamérica.

**Hostal:** Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento turístico en habitaciones privadas de un edificio, cuyas características constructivas son las de una casa habitación y bajo estas características pueden ofrecer además servicios de alimentación.

**Hotel:** establecimiento con recepción, servicios e instalaciones adicionales que ofrece alojamiento y en la mayoría de los casos, servicios de comida.

**Kayak:** embarcación hueca de casco semiredondeado que puede ser construida en madera, piel de animal o artificial, plástico (polietileno o carbón y Klear) y que puede poseer o no compartimentos sellados. Tiene proa y popa bien definidos, cuya característica esencial es que el kayakista se sienta en ella con las piernas extendidas hacia la proa y para su propulsión usa un remo de doble pala, remando en ambos lados del kayak.

**Restaurante:** Establecimiento donde se preparan y expenden alimentos de consumo inmediato. El consumo es en el mismo local y generalmente tiene el servicio a la mesa.

**Ruta:** Itinerario de viaje definido por un punto de origen, un punto de destino y cualquier parada o cambio en el recorrido.

**Souvenirs:** Objeto que sirve como recuerdo de la visita a un lugar.

**Plan de desarrollo:** Herramienta de gestión que busca promover el desarrollo social en una determinada región. Este tipo de plan intenta mejorar la calidad de vida de la gente y atiende las necesidades básicas insatisfechas. El plan de desarrollo incluye una visión estratégica de futuro, ya que pretende ofrecer soluciones que se mantengan en el tiempo.

**Plan de desarrollo local:** Se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o ciudad.

**Sistema turístico:** Es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango.

**Tihuilote:** Es una planta que tiene una pequeña flor en forma de ramos, cuya fruta es un alimento de varias aves y también de los murciélagos.

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

**Turismo Sustentable:** Proceso de desarrollo económico y de progreso social y cultural, que se produce en armonía con su ambiente o entorno (áreas urbanas o rurales), ajustándose a las necesidades presentes pero conservando los mismos recursos turísticos para el futuro.

**Turista:** Toda persona que viaja a un sitio distinto de su residencia habitual por un periodo mínimo de una noche y no superior a un año, y cuyo principal motivo de visita no sea ejercer una actividad remunerada en el país visitado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas de Centroamérica.
- Edward Krick. Introducción a la ingeniería y al Diseño en la ingeniería. 2º Edición. México. Limusa.1998.
- Plan Nacional de Turismo 2020. Ministerio de Turismo.El Salvador

## ANEXO 1: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

### A. Cuestionario para las Entrevistas

Cuestionario dirigido a: Potenciales Proveedores de Productos o Servicios Turísticos

**Objetivo:** Recopilar información de los servicios turísticos que se ofrecen actualmente, dicha información relacionada a la capacidad instalada, condiciones de acceso, descripción del servicio, precios, alianzas estratégicas, entre otros.

CUESTIONARIO A POTENCIALES PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

**PROYECTO DENOMINADO:** “Plan de Desarrollo Sustentable De Turismo Para La Zona Costera Del Municipio de Intipucá, La Unión.”

**Objetivo:** Determinar los pobladores que tienen algún negocio cuya actividad pueda ser utilizada como parte de la Oferta Turística para la zona costera del Municipio, así como su disponibilidad a integrarse al Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo de la zona costera.

**Dirigido a:** Los pobladores de la zona, empresarios y comerciantes, que Ofertan Productos o Servicios vinculados al sector turístico.

---

**Datos Generales**

**LOCALIZACIÓN DEL PUNTO DE SERVICIO:** Barrio: \_\_\_\_\_ /Cantón: \_\_\_\_\_ /Caserío: \_\_\_\_\_  
**CONTACTO:** \_\_\_\_\_, Tel.: \_\_\_\_\_, email: \_\_\_\_\_ **EDAD:** 15-35\_\_ 36-50\_\_  
 51-más\_\_\_\_, **SEXO:** F\_\_ M\_\_ **NIVEL ACADÉMICO:** primaria\_\_\_\_,  
 secundaria\_\_\_\_ Bachiller\_\_\_\_ Universitario\_\_\_\_\_

---

1. ¿Qué actividad realiza que puede ser utilizada para el desarrollo turístico de la zona?

Seleccione actividad	Servicios	Especificación	Precios
	Comida		
	Alojamiento		
	Transportista		
	Guía Turístico		
	Viveros		

	Artesanías		
	Textil/confección		
	Alq. de Ranchos		
	Otros		

2. ¿A cuántos clientes tiene capacidad de atender por día?: \_\_\_\_\_

3. ¿Cuántos clientes atiende por día?: \_\_\_\_\_

4. ¿Publicita su negocio?: Si  No

Si su respuesta es SI especifique como la realiza: \_\_\_\_\_

Si su respuesta es NO ¿Por qué no la hace?: \_\_\_\_\_

5. ¿Su servicio lo ofrece todo el año o solo por temporadas?

Todo el año  Por temporadas  especifique: \_\_\_\_\_

6. ¿Ha participado en algún programa de apoyo a la pequeña y mediana empresa?

Si  No

Si su respuesta es Si, especifique el tipo y el tipo de programa

Año: \_\_\_\_\_ técnica  económica : \_\_\_\_\_

7. ¿Ha participado en alguna iniciativa de Desarrollo Turístico?

Si  No

Si su respuesta es Si, especifique el año y la entidad

Año: \_\_\_\_\_ Alcaldía  ITUR  Otro: \_\_\_\_\_

8. ¿Estaría dispuesta/o en un nuevo proyecto de desarrollo sustentable de turismo para la zona costera del municipio?

Si  No

Si su respuesta es No, ¿Por qué no participaría?: \_\_\_\_\_

9. ¿Estaría dispuesto a formar parte de la Cooperativa Intipucá Tours?

Si  No

Si su respuesta es No, ¿Por qué no participaría?: \_\_\_\_\_

FIN DE LA ENTREVISTA – GRACIAS POR SU COLABORACION

## B. Fichas De Recolección De Datos

### FICHA DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS: GASTRONOMIA

Objetivo: Conocer la diversidad culinaria que ofrecen los diferentes establecimientos de comida, así como también servicios complementarios que estos ofrecen a sus clientes.

---

#### Datos Generales

**NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:** \_\_\_\_\_

**DIRECCION:** \_\_\_\_\_

**CONTACTO:** \_\_\_\_\_, **Tel.:** \_\_\_\_\_, **email:** \_\_\_\_\_

---

#### RESTAURANTE / BAR

Capacidad Instalada
Cantidad de Mesas: _____ Cantidad de Personas /Mesa: _____
Especialidad de Comida: _____ Cantidad de Baños: _____ Horario: _____

#### RESTAURANTE

Desayuno \_\_\_\_\_ Meseros \_\_\_\_\_ Aire acondicionado \_\_\_\_\_  
Almuerzo \_\_\_\_\_ Bufete \_\_\_\_\_ Música ambiental \_\_\_\_\_  
Cena \_\_\_\_\_ Menú a la carta \_\_\_\_\_ Área de juegos \_\_\_\_\_  
Menú para niños \_\_\_\_\_ TV con cable \_\_\_\_\_ Reservación/eventos \_\_\_\_\_  
Comida nacional \_\_\_\_\_ TV \_\_\_\_\_ Ventiladores \_\_\_\_\_  
Comida internacional \_\_\_\_\_ Sanitarios públicos: \_\_\_\_\_ Área de fumadores \_\_\_\_\_  
Silla para bebe \_\_\_\_\_ ¿Cuántas? \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_ especifique: \_\_\_\_\_

#### BAR

Licor nacional \_\_\_\_\_ Licor extranjero: \_\_\_\_\_ Pista de baile \_\_\_\_\_  
Bebidas preparadas \_\_\_\_\_ Cigarros \_\_\_\_\_ Barra \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

#### SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Acceso a internet \_\_\_\_\_ Venta de tarjetas Pre-pago \_\_\_\_\_ Salón ejecutivo \_\_\_\_\_



Personal bilingüe \_\_\_\_\_ Sanitarios pers/esp \_\_\_\_\_ Tienda de artesanías \_\_\_\_\_

Otros, especifique: \_\_\_\_\_

SEGURIDAD INDUSTRIAL

Salida de emergencia \_\_\_\_\_ Extintores \_\_\_\_\_ Botiquín \_\_\_\_\_

Alarma de emergencia \_\_\_\_\_ Señalización/emergen. \_\_\_\_\_ Otros, especifique: \_\_\_\_\_

RECURSO HUMANO			
FORMACION	FIJOS	TEMPORALES	TOTAL
PROFECIONAL			
TECNICA			
BASICA			
NINGUNA / EXPERIENCIA			
TOTAL			

OBSERVACIONES GENERALES	FECHA DE INSPECCION:
<hr/> <hr/> <hr/>	

## FICHA DE ATRACTIVOS, RECURSOS Y/O SITIOS TURISTICOS

Objetivo: Diagnosticar el estado de los atractivos, recursos y/o sitios turísticos Naturales actuales y potenciales de la zona en estudio, conociendo de esta manera elementos de interés para el turista.

---

### Datos Generales

**NOMBRE :** \_\_\_\_\_

**DIRECCION:** \_\_\_\_\_

**TIPO DE ATRACTIVO: NATURAL:** \_\_\_\_\_ **ARTIFICIAL:** \_\_\_\_\_ **CULTURAL:** \_\_\_\_\_

---

### RECORRIDO

1. Distancia en kms. Desde ciudad municipio hasta sitio y/o recurso: \_\_\_\_\_

2. Tiempo desde ciudad del municipio hasta el sitio y/o recurso: \_\_\_\_\_ horas: \_\_\_\_\_ min: \_\_\_\_\_

3. Condiciones de la carretera de la ciudad hasta el sitio y/o recurso:

Excelente cond.                       Otros: \_\_\_\_\_

Buenas cond.

Regular

4. Tipo de vehículo recomendado:     4X4     4X2     Sedan     Motocicleta     Otro \_\_\_\_\_

5. Tipo de flora observable: \_\_\_\_\_

6. Tipo de fauna existente: \_\_\_\_\_

7. Cantidad de miradores:                      Naturales \_\_\_\_\_                      Acondicionados \_\_\_\_\_

Condiciones de estos: \_\_\_\_\_

8. Describir y especificar si se cuentan con estructuras:

Arqueológicas                                      Históricas                                         

Culturales    Tecnológicas                                      

Descripción: \_\_\_\_\_

➤ Condición de aseo y ornato en el sitio y/o recurso:

➤ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10. Señalización turística en el sitio y/o recurso:

SI                                                                            NO                                     

Especificar tipo de relación: \_\_\_\_\_

INFORMACION ADICIONAL

OBSERVACIONES

GENERALES FECHA DE INSPECCION:

FICHA DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS: ALOJAMIENTO

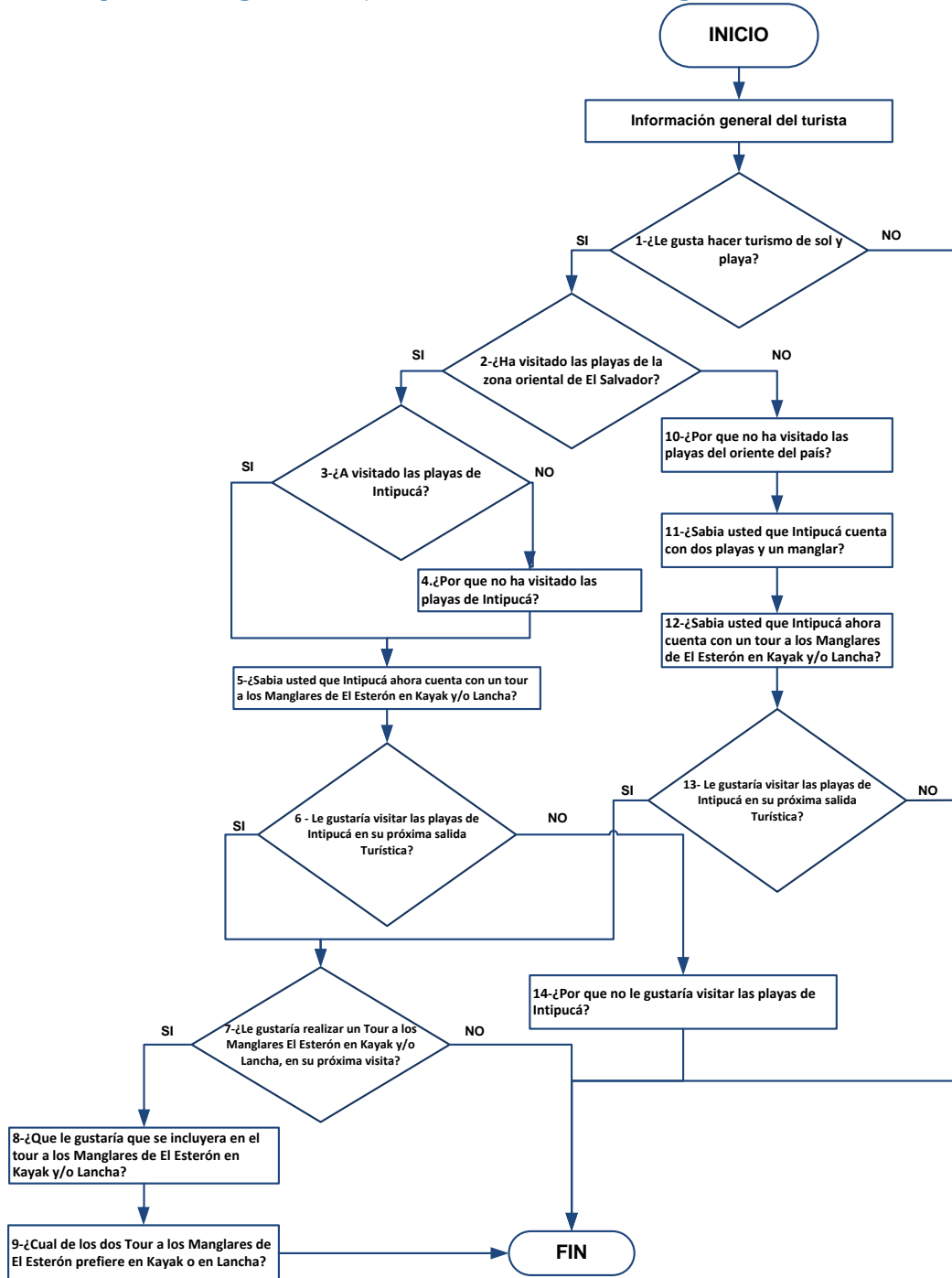
**Objetivo:** Recolectar información referente a las instalaciones, capacidad de atención, servicios prestados y tarifas establecidas para el turismo.

Fecha: / /					
Nombre del Establecimiento:					
Ubicación:					
Tel.:			Correo Electrónico:		
Nombre de Contacto:					
TIPO DE ALOJAMIENTO					
	Hotel de Playa		Casa de Huéspedes		
	Hotel de Montaña		Cabañas		
	Apart-Hotel		Albergue		
	Sitio de Acampar				
LOCALIZACIÓN					
	Urbano		Número de Espacio		
	Rural		Parqueo para Embarazadas		
	Otros, Especifique		Parqueo para Personas con Capac.Espec.		
			Valet Parking		
			Caseta de Seguridad		
FORMAS DE PAGO			SERVICIOS PROTOCOLARIOS		
	Tarjeta de	Corporativas	Portero		Libro de Quejas
	Cheque de				Buzón de
	Efectivo	Grupales	Conserjería		Caja de
	Cheques				Botones
	Cheques	Otros, Especifique	Lobby		Otros, Especifique
	Otros, Especifique		Reservaciones		
			Bodega de Equipaje		
			Portamaletas		

### Anexo 3: Cuestionario Para La Investigación De Los Turistas

A continuación se presenta en el esquema 8, el flujo grama de funcionamiento del cuestionario el cual se elaboro para ordenar las preguntas y programar en la plataforma de Google Docs:

Esquema 30: Diagrama de flujo del cuestionario de la investigación de la demanda



Fuente: Elaboración propia

# Cuestionario Depurado para Investigar a los Turistas

## Encuesta dirigida a personas que les gusta el turismo de sol y playa

Gracias por su ayuda la información obtenida en esta encuesta se utilizara para la elaboración de un plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la zona costera del municipio de Intipucá, La Unión. Al terminar no olvidar enviar las respuestas.

**\*Obligatorio**

**¿En que departamento de El Salvador vives? \***

Si vive en el extranjero colocar el pais

- San Salvador
- La Libertad
- Santa Ana
- Sonsonate
- Ahuachapan
- Chalatenango
- Cuscatlan
- Cabañas
- San Vicente
- La paz
- Usulután
- San Miguel
- Morazán
- La Unión

Otro:

**\*Obligatorio**

**3-¿A visitado alguna de las playas de Intipucá? \***

playa el Icacal y/o playa el Esteron

- Si
- No

**\*Obligatorio**

**4- ¿Por que no ha visitado las playas de Intipucá? \***

playa el Icacal y/o playa el Esteron: elija alguna opción o escriba su motivo en caso sea otros

- No sabia que habían playas
- No hay suficientes hoteles
- Está muy lejos de la carretera el litoral
- Es un pueblo muy inseguro
- No se como llegar

Otro:

**\*Obligatorio**

**7-¿Le gustaría realizar un Tour a los Manglares El Esterón en Kayak y/o Lancha, en próxima visita? \***

El tour se da en una entrada de mar de 4 Km donde se puede observar peces y aves, recor

- Si
- No

**¿Cual es su rango de edad ? \***

- menos de 15
- 16 - 25
- 26 - 35
- 36 - 50
- 51 - 65
- mas de 65

**¿Cual es su sexo? \***

- Femenino
- Masculino

**1- ¿Le gusta hacer turismo de sol y playa? \***

- SI
- NO

**\*Obligatorio**

**2- ¿Ha visitado alguna de las playas de la zona oriental de El Salvador? \***

El Cuco, El Espino, Las Tunas, y/o El Tamarindo etc.

- SI
- NO

**\*Obligatorio**

**5-¿Sabia usted que Intipucá ahora cuenta con un tour a los Manglares de El Esterón en Kayak y/o Lancha? \***

El tour se da en una entrada de mar de 4 Km donde se puede observar peces y aves, recorrer los canales formados por las porciones de mangle etc.

- Si
- No

## Tour de kayak en la bocana el Esteron en Intipucá



**6-¿Le gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida Turística? \***

- Si
- No

\*Obligatorio

8-¿Que le gustaría que se incluyera en el tour a los Manglares de El Esterón en Kayak y/o Lancha? \*

Elija 3 opciones maximo

- Transporte
- Comida
- Estadia en un hotel
- Guia Local
- Caminata a los manglares
- Pesca deportiva
- Visita al mirador
- Caminata a rios
- Otro:

9-¿Cual de los dos Tour a los Manglares de El Esterón prefiere en Kayak o en Lancha? \*

- Kayak
- Lancha

12-¿Sabia usted que Intipucá ahora cuenta con un tour a los Manglares de El Esterón en Kayak y/o Lancha? \*

El tour se da en una entrada de mar de 4 Km donde se puede observar peces y aves, recorrer los canales formados por las porciones de mangle etc.

- Si
- No

### Tour de kayak en la bocana el Esteron en Intipucá



13-¿Le gustaría visitar las playas de Intipucá en su próxima salida Turística? \*

- Si
- No

\*Obligatorio

10-¿Por que no ha visitado las playas del oriente de El Salvador? \*

Elija 3 opciones maximo

- Esta muy retirado
- Me gusta ir a la Libertad
- No tengo información de donde ir
- No conozco
- Nunca he encontrado paquetes que me llamen la atención
- Por la delincuencia de la zona
- Otro:

11-¿Sabia usted que Intipucá cuenta con dos playas y un manglar? \*

Playa el Icacal y Playa el Esteron

- Si
- No

\*Obligatorio

14-¿Por que no le gustaría visitar las playas de Intipuca? \*

- No habia opciones donde elegir
- Mal servicio
- Carretera en mal estado
- El lugar no posee suficiente seguridad
- Toda la playa es privada
- Pocos restaurantes
- Otro:

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de  
 Google Drive

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)

## Ver Anexo 3: Instrumentos De Recolección De Información Para El Espacio Geográfico

<b>ENCUESTA</b>
<b>“PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ, LA UNIÓN”</b>
<b>Objetivo:</b> Investigar aspectos relacionados con el espacio geográfico situado en la Zona Costera del Municipio de Intipucá La Unión.
<b>Dirigido a:</b> Alcalde Municipal, ADESTI, OTROS ENTES DE INTERÉS
<b>DATOS GENERALES</b>
<b>NOMBRE:</b> _____ <b>DEPARTAMENTO:</b> _____ <b>MUNICIPIO:</b> _____ <b>FECHA DE REALIZACIÓN:</b> _____
<i>Marque con una X la respuesta que considere conveniente e indique con números cuando sea necesario</i>
<b>ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>
<b>1. Indique ¿Cuáles de los siguientes atractivos existen en Intipucá?</b> Ríos <input type="checkbox"/> Montañas <input type="checkbox"/> Lagos <input type="checkbox"/> Mercados Artesanales <input type="checkbox"/> Aeropuertos <input type="checkbox"/> Cascadas <input type="checkbox"/> Bosques <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>
<b>Equipamiento institucional</b>
<b>2. Indique ¿Cuántos servicios cuenta la Zona Costera de Intipucá?</b> Unidad de Salud <input type="checkbox"/> Puesto de PNC <input type="checkbox"/> Oficinas Públicas <input type="checkbox"/> Escuelas <input type="checkbox"/> Bibliotecas <input type="checkbox"/> Otros ____
<b>Equipamiento recreativo</b>
<b>3. Indique ¿Cuántos de los siguientes espacios recreativos cuenta la Zona Costera de Intipucá?</b> Parques <input type="checkbox"/> Canchas de futbol <input type="checkbox"/> Canchas de basquetball <input type="checkbox"/> Espacios para la práctica del surf <input type="checkbox"/> Canchas de voleiball <input type="checkbox"/> Casa de la cultura <input type="checkbox"/> Casa de arte <input type="checkbox"/> Zona de buceo <input type="checkbox"/> Zona de pesca deportiva <input type="checkbox"/> Otros ____
<b>EQUIPAMIENTO DE SERVICIOS</b>
<b>4. Indique ¿Cuáles de los siguientes equipamientos de servicios cuenta la Zona Costera de Intipucá?</b> Telefonía fija <input type="checkbox"/> Telefonía móvil <input type="checkbox"/> Servicios de internet <input type="checkbox"/> Correos <input type="checkbox"/>
<b>INFRAESTRUCTURA ÁREA URBANA</b>
<b>5. Indique ¿Si cuentan con la siguiente infraestructura en el área urbana de Intipucá?</b> Agua potable <input type="checkbox"/> Aguas negras <input type="checkbox"/> Aguas lluvias <input type="checkbox"/> Energía eléctrica <input type="checkbox"/> telefonía <input type="checkbox"/>

tren de aseo

**DEMOGRAFÍA**

**6. Indique el nivel de escolaridad de los habitantes de la zona costera de Intipucá?**

Ninguna  Primaria  Secundaria  Bachiller  Universidad

**INFRAESTRUCTURA ZONA COSTERA**

**7. Indique ¿Cuáles si existe la siguiente infraestructura en la Zona Costera del municipio de Intipucá?**

Agua potable  Aguas negras  Aguas lluvias  Energía eléctrica  telefonía   
tren de aseo

**VÍAS DE COMUNICACIÓN**

**8. ¿Qué tipo de infraestructura vial existen en Intipucá y la Zona Costera del municipio?**

Carreteras primarias  Carreteras secundarias  Rutas ferroviarias

**9. Mencione las playas que abarca la Zona Costera del Municipio de Intipucá : \_\_\_\_\_**

**SERVICIOS TURÍSTICOS**

**10. ¿Con cuántos de los siguientes servicios turísticos cuenta la Zona Costera del municipio de Intipucá**

Hoteles  Hostales  Restaurantes  Centros recreativos  Otros \_\_\_\_\_

**FIN DEL CUESTIONARIO ¡MUCHAS GRACIAS!**

FICHA DE INFRAESTRUCTURA DEL MUNICIPIO Y ZONA COSTERA DE INTIPUCÁ

Municipio		Departamento
Servicios existentes en la zona costera	Cantidad	Observaciones
Unidades de Socorro		
Terminal de buses		
Bancos		
Cajeros automáticos		
Unidad de Salud		
Farmacias		
Mercado Municipal		
Cuerpo de Agentes Metropolitanos		
Policía de Turismo		
Policía Nacional Civil		



Centros de Atención Turística		
Centros Comerciales		
Gasolineras		
<b>Infraestructura Hidráulica y eléctrica</b>		
<b>Hidráulica</b>	Observaciones	
Agua potable		
Menor del 50%		
De 50 a 70 % de abastecimiento en el municipio		
75% al 100%		
Aguas Negras		
Menor del 50%		
De 50 a 70 % de abastecimiento en el municipio		
75 % al 100 %		
<b>ELÉCTRICA</b>		
Energía Eléctrica		
Menor del 50 %		
De 50 a 70 % de abastecimiento en el municipio		
75 % al 100 %		

#### FICHA DE ACCESO AL MUNICIPIO

								<b>Fecha:</b>	
<b>Municipio:</b>					Departamento:				
<b>ACCESO AL MUNICIPIO</b>									
<b>Pavimentada</b>		Adoquín		Piedra		Balastro		Cemento	
<b>Carretera en buenas condiciones y fácil acceso</b>					Un carril		Dos carriles		
<b>Nomenclatura y Señalización Vial en buenas condiciones:</b>									
<b>Ausencia de señalización:</b>									
<b>RED VIAL ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO</b>									
<b>Pavimentada</b>		Adoquín		Piedra o tierra		Balastro		Cemento	
<b>100% cubierta</b>									
<b>Mayor de 50% de la zona costera</b>									

<b>Menor del 50% de la zona costera</b>	
<b>Nomenclatura y Señalización vial en buenas condiciones</b>	
<b>Señalización Turística</b>	
<b>Nomenclatura Interna</b>	
<b>Ausencia de señalización</b>	
<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>Nombre y Firma del Inspector</b>	

## Anexo 4: Instrumentos De Recolección De Información Para Entes De Interés

### CUESTIONARIO PARA ALCALDES

“PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ LA UNIÓN”

Objetivo: Conocer la situación de proyectos turísticos de conocimiento de la alcaldía para darle continuidad a la visión institucional del Municipio de Intipucá.

DATOS GENERALES	
NOMBRE DEL ALCALDE: _____	
DEPARTAMENTO _____	MUNICIPIO _____
FECHA DE REALIZACIÓN _____	

1. ¿Cuál es el número de habitantes con los que cuenta el Municipio?
2. ¿Cuál es el nivel promedio de educación?
3. ¿Con cuántas escuelas cuenta el municipio?
4. ¿Qué nivel de escolaridad se puede alcanzar con las escuelas que existen dentro del municipio?
5. ¿Cuál es el índice de pobreza en el municipio?
6. ¿El municipio cuenta con servicio de tren de aseo?

Sí  No  Cuántos : \_\_\_\_\_

7. ¿Dónde realiza el desecho de basura el municipio? \_\_\_\_\_

8. ¿Cuenta el municipio con unidades de salud?

Sí  No  ¿Cuántas? \_\_\_\_\_

9. ¿Cuenta el municipio con puestos de Policía Nacional Civil? ¿Cuántos son?

Sí  No  Cuántos : \_\_\_\_\_

10. ¿El municipio presenta problemas delincuenciales?

Sí  No

11. ¿Cuentan con algún Plan de Seguridad? \_\_\_\_\_

12. ¿Qué tipos de impuestos se perciben en la zona? \_\_\_\_\_

13. ¿Cuentan con mapas topográficos del Municipio? \_\_\_\_\_

14. ¿Existe información sobre la ordenanza municipal en aspectos sociales, ambientales, económicos?

\_\_\_\_\_

15. ¿Cuenta el municipio con atractivos explotados turísticamente?

Sí  No

16. Con cuáles de los siguientes atractivos, recursos y/o sitios turísticos conocidos cuenta el municipio:

Ríos  Playas  Lagunas  Ruinas coloniales

Lagos  Montañas  Volcanes  Otros

Cascadas  Bosques  Quebradas

17. ¿Cuenta el municipio con recursos con potencial para ser explotados turísticamente?

Sí  No

*Si la respuesta es Sí, ¿Cuáles de los siguientes atractivos, recursos y/o sitios no son utilizados turísticamente en el municipio?:*

Ríos  Playas  Lagunas  Ruinas coloniales

Lagos  Montañas  Volcanes  Otros \_\_\_\_\_

Cascadas  Bosques  Quebradas

18. ¿Aparte de los atractivos, recursos y/o sitios turísticos que ofrece el municipio que otras fortalezas tiene para impulsar el turismo?

Gente  Clima  Comercio  Comida

Tradiciones  Otros \_\_\_\_\_

19. Tienen identificados alguna cartera de Proveedores de Productos o Servicios Turísticos en el Municipio?

Sí  No

*Si la respuesta es Sí, ¿Quiénes la conforman?*

---

---

20. Han desarrollado Iniciativas de Desarrollo Turístico en el Municipio anteriormente?

Sí  No

*Si la respuesta es Sí, ¿En que consistieron?*

---

¿Cuáles fueron los resultados?

21. ¿Cuenta actualmente con proyectos o programas de índole turística?

Sí  No

*la respuesta es negativa pase a la pregunta 25. Gracias*

22. ¿Qué tipo de programas de índole turística se llevan a cabo?

Talleres  Visitas especializadas  Capacitaciones

Financiamientos  Reuniones  Otros \_\_\_\_\_

23. ¿Qué organización colabora con la Alcaldía para la realización de estos programas?

MITUR  ADESTI  ONG  CORSATUR  Otros \_\_\_\_\_

24. ¿Existe algún(os) comité de coordinación turística en la alcaldía o en el municipio?

Sí  No

25. Cómo calificaría el estado actual de la infraestructura del municipio:

Buena  Mala  Regular

26. ¿Qué áreas mejoraría en el municipio para mejorar el turismo del mismo?

Calles  Seguridad  Infraestructura  Parques

Servicios turísticos  Otros \_\_\_\_\_

27. Con cuáles de los siguientes servicios turísticos cuenta el municipio:

Hoteles  Centros recreativos  Renta de autos

Hostales  Parques acuáticos  Bares  Restaurantes

Cafés  Otros \_\_\_\_\_

28. ¿Cuenta el municipio con afluencia turística en el año?

Sí  No

29. ¿Tiene un estimado del total de turistas que lo visitan en el año? \_\_\_\_\_

30. ¿En qué época del año recibe mayor afluencia turística?

Primer trimestre  Segundo trimestre  Tercer trimestre  Cuarto trimestre

31. ¿Qué tipo de turista visita la zona costera del municipio?

Nacional  Centroamericano  Extranjero  Hermano lejano

32. ¿Estaría en la Disposición de apoyar en una nueva iniciativa para el Desarrollo Turístico del Municipio?

\_\_\_\_\_

33. ¿Existen asociaciones o gremiales en el Municipio? ¿Cuáles son? Y si ¿han colaborado con ustedes?

\_\_\_\_\_

34. ¿Tienen alguna Metodología para el desarrollo de Iniciativas Turísticas? ¿Cuál es?

35. ¿Cuáles son los requerimientos para registrar y autorizar una iniciativa turística en el Municipio?

36. ¿Tienen algún Plan de Desarrollo Turístico para el Municipio?

**FIN DEL CUESTIONARIO**

**!!!GRACIAS POR SU AYUDA!!!**

CUESTIONARIO PARA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE INTIPUCÁ (ADESTI)

“PLAN DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE TURISMO PARA LA ZONA COSTERA DEL MUNICIPIO DE INTIPUCÁ LA UNIÓN”

Objetivo: Conocer las inquietudes y planes de la ADESTI para contribuir al desarrollo de la Zona Costera del Municipio de Intipucá con sus iniciativas de proyectos.

<p>DATOS GENERALES</p> <p>DENOMINACIÓN DE LA ASOCIACIÓN _____</p> <p>CONTACTO _____</p> <p>UBICACIÓN _____</p> <p>TELÉFONO _____</p> <p>DEPARTAMENTO _____ MUNICIPIO _____</p> <p>FECHA DE REALIZACIÓN _____</p>
--

1. ¿Cómo surgió la Asociación y cómo está constituida legalmente actualmente? / ¿Qué situación permitió que se crearán?

2. ¿Cuál es el fin que persigue la Asociación?

3. ¿ Las metas, objetivos, misión, visión están en consonancia con la alcaldía? \_\_\_\_\_
4. ¿Qué nivel de decisión tiene la asociación, sólo planifica, puede sugerir, puede ordenar, acompaña a la alcaldía en la toma de decisiones? \_\_\_\_\_
5. ¿Qué tipo de alianza estratégica tiene la Asociación de acuerdo a mi visión, etc \_\_\_\_\_
6. Dentro de las actividades de la asociación , tiene consideradas reuniones con el sector privado productivo, o cabildos con pobladores de la zona? \_\_\_\_\_
7. ¿Cuál es la función principal de la ADESTI? \_\_\_\_\_
8. ¿Tienen alianzas estratégicas con algún tipo de Organización o Institución?, si es así con ¿cuáles instituciones u organizaciones? y ¿qué tipo de alianzas? \_\_\_\_\_
9. ¿Cuáles son las necesidades del municipio más latentes que deben ser consideradas antes de realizar un polo de desarrollo turístico en la zona costera de Intipucá? \_\_\_\_\_
10. ¿Tienen identificados los atractivos turísticos de la zona?, ¿Cuentan con algún inventario de Atractivos Turísticos? \_\_\_\_\_
11. ¿Tienen identificadas asociaciones, organizaciones o empresas de turismo en la zona?, ¿Trabajan con alguna de ellas?. \_\_\_\_\_
12. ¿Cuentan con algún Plan de Desarrollo Turístico en el Municipio? \_\_\_\_\_
13. ¿Han desarrollado iniciativas turísticas anteriormente? ¿Cuáles han sido los resultados? \_\_\_\_\_
14. ¿Monitorean los resultados de los proyectos turísticos que desarrollan?, si es así ¿Qué metodología siguen? Y ¿Qué indicadores miden? \_\_\_\_\_
15. ¿Tienen alguna metodología establecida para dar Seguimiento a los planes, programas o proyectos turísticos que se desarrollan? \_\_\_\_\_
16. ¿Tienen proyectos turísticos para ser desarrollados a corto, mediano o largo plazo? Si es así, ¿cuáles son? \_\_\_\_\_
17. ¿Tienen alguna metodología establecida para el desarrollo de iniciativas turísticas en el Municipio? Si es así, ¿Cuál es la Metodología? \_\_\_\_\_
18. ¿Tienen alguna marca específica para la promoción del Municipio? \_\_\_\_\_
19. ¿Cuál es el tipo de apoyo que generalmente requieren al momento de desarrollar una iniciativa turística? \_\_\_\_\_
20. ¿Han participado en alguna iniciativa impulsada por MITUR-CORSATUR?, si es así, ¿en cuál?



21. ¿Estarían dispuestos a apoyar una iniciativa relacionada al desarrollo del municipio como polo turístico en la zona? ¿Cuáles serían los requerimientos para apoyarla?

---

22. ¿De dónde reciben el financiamiento para la ejecución de proyectos o iniciativas turísticas?

Propio  Alcaldía  Donaciones  Préstamos   
Ministerios  Otros \_\_\_\_\_

FIN DE LA ENTREVISTA

¡¡¡MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA!!!

## ANEXO5: ANIMACIÓN SOCIO CULTURAL

### Animación socio-cultural en las comunidades

El concepto de Animación ha sufrido una serie de transformaciones a lo largo del tiempo adaptándose a los condicionantes socioculturales de cada una de las épocas, en la actualidad existen diferentes autores que se agrupan:

En primer lugar nos encontramos con aquellos autores que consideran la animación como una acción educativa extraescolar; entre ellos: Quintana Cabanas, José M.: “La animación es, pues, función educadora, que se ofrece como medio a quien desea trabajar en la mejora de nuestra comunidad.”

Gutiérrez Zuluaga, Isabel: “La animación se entiende como una función de promoción y educación del hombre, fuera del ámbito escolar y desde las más variadas vertientes: cultural, social, deportiva, recreativa, etc.”

En segundo lugar se encuentran aquellos que la definen desde una óptica sociológica, desde contextos ligados al desarrollo comunitario y la sociedad del bienestar:

Ander Egg, E.: “La Animación consiste sustancialmente en un conjunto de prácticas y de acciones destinadas a generar procesos de participación socio-cultural en el mayor número posible de personas.”

En tercer lugar aquellos definen la animación desde una perspectiva de la creación del desarrollo cultural:

Charpentreau: “La animación sociocultural consiste, esencialmente, en ofrecer posibilidades de cultura al más amplio sector posible de la vida ciudadana, haciendo participar a la gente en el mayor numero posible.”

Martha Arjona: “De todos es conocido, que el museo, es una especie de contenedor y proyector del Patrimonio Cultural. Ahora bien, la animación cultural es el mecanismo de que se vale el museo, para alcanzar ese objetivo de proyección social del patrimonio.”

Los museos como facilitadores del proceso de rescate, conservación y difusión del Patrimonio, al desarrollar sus actividades de una forma u otra tienen presente este tipo de clasificación para lograr despertar en los pobladores de estas comunidades, donde se hace tan difícil el acceso a la cultura, el amor por el rescate del Patrimonio Cultural esto lo

realizan a través de la animación sociocultural que no es mas que: conjunto de acciones destinadas a impulsar la participación de las personas en una determinada actividad, y especialmente en el desarrollo socio-cultural del grupo de que forman parte siendo estas , siendo participativa y pedagógica.

**La Animación Socio-Cultural:** “Es el conjunto de técnicas sociales que, basadas en una pedagogía participativa, tienen por finalidad promover prácticas y actividades voluntarias.

## ANEXO 6: COSTOS DE ESPACIO AL AIRE DE GRUPO RADIAL SAMIX

Paquetes /Compra Mensual:	Costo por 3 Minutos	Inversión Mensual: costo + IVA
1.RADIO ABC 100.1 F.M.: 8 ENTREVISTAS SEMANALES DE 3 MINUTOS CADA UNA (32 ENTREVISTAS EN TOTAL)	\$ 90.00	\$ 2,880.00
2. RADIO LA CHEVERE 100.9 F.M.: 8 ENTREVISTAS SEMANALES DE 3 MINUTOS CADA UNA (32 ENTREVISTAS EN TOTAL)	\$ 120.00	\$ 3,840.00
3.RADIO 102NUEVE F.M.: 8 ENTREVISTAS SEMANALES DE 3 MINUTOS CADA UNA (32 ENTREVISTAS EN TOTAL)	\$ 120.00	\$ 3,840.00



### Liderazgo Radial

RINA CAMPOS  
 • Directora comercial  
 Directo: (503) 2261-7142  
 Celular : (503) 7887-2206  
 www.gruporadialsamix.com



Avenida Maracaibo No. 703, Colonia Miramonte San Salvador

**¡Esperamos servirles!**

## Anexo 7: Precios, cobertura y características de los medios publicitarios

### Empresa y contacto:



**Cecilia Vaquero de Fuentes.**  
 Outdoor Specialist.  
 Tel. :(503)2560-1100  
 Pbx.: (503)2560-1165  
 Cel. :(503)7696-1483  
 Fax: (503)2560-1129  
 cecilia.vaquero@grupopublimovil.com  
 www.grupopublimovil.com

### Precios de los diferentes medios:

MEDIOS	Tarifa Regional	Costos de Producción.					
		HD <sup>137</sup>	GT	ES	CR	NI	PTY
Pantallas Digitales (reel de 8ss) CR (10ss)	\$2,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Patrocinio marcos de pantallas.	\$2,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Vallas	\$1,300.00	\$550.00	\$700.00	\$900.00	\$725.00	\$550.00	\$825.00
Mopis (incluye impresión)	\$190.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Pasarelas	\$1,500.00	\$625.00	\$300.00	\$600.00	NA	\$750.00	NA
Mega Murales Set de 4.	\$1,200.00	\$400.00	\$400.00	\$400.00	\$240.00	\$240.00	NA
Publivallas	\$375.00	\$100.00		\$100.00	\$120.00	\$120.00	

Los costos anteriores son en base a un mes, que es, el tiempo mínimo de contratación para cada medio.

### Precio para ruta de buses:

CANTIDAD DE RUTAS	RUTAS CONTRATADAS	IMPRESIÓN	COSTO UNITARIO X DOS MESES / CON PRODUCCION INCLUIDA
1	A ELEGIR X EL CLIENTE San Salvador,	incluye	\$250.00

El tiempo mínimo de contratación de este servicio es de 2 meses y se puede contratar desde una unidad de transporte.

<sup>137</sup> Honduras, Guatemala, El Salvador etc.

## Cobertura disponible de los buses:

<b>Ruta</b>	<b>Recorrido</b>
2	Mejicanos-u nac.-metrocentro-juan pablo-centro-san jacinto-terminal del sur-col.costarrica-zoologico
3	Sierra morena, plaza mundo, plaza soyapango, hiper paiz, terminal de oriente, mercado la tiendona, 1 calle pte, colegio central de señoritas, hospital maternidad,, 25 ave. Norte, unversidad nacional, 29 calle pte, col atlacatl, y viceversa
42b	Santa tecla-merlior-ceiba de guadalupe-manuel e. Araujo-rosvelt-centro-zurita
9	Col. Amatepec, centro ss, 1 calle pte, 25 ave. Norte, unversidad nacional, col. Zacamil, col. Santisima trinidad y viceversa
10	Calle 5 de noviembre, alcaldia de ss, calle 5 de noviembre, parque libertad, rancho navarra, barrio belloso, barrio candelaria, zoologico, col. Costa rica
22	Mercado san jacinto,centro de gobierno, redondel constitucion, ave. Bernal , hospital miitar, centro comercial san luis, ave. España, catedral san salvador, y viceversa
23	San ramon mejicanos, ayutuxtepeque, iglesia don rua, inst. Nacional de ciegos, y viceversa
30 ord.	Calle a san ramon,constitucion,calle zacamil.hospital zacamil,u.nac,juan pablo,centro,siman
A	San marcos-centro-plaza barrios-trovador-san miguelito-terminal del sur-mercado san marcos-calle vieja a zacatecoluca
34	Urbanizacion lourdes, col el paraiso, centro de san salvador, blvd. Venezuela, centro de san salvador, teatro presidente, feria internacional,barrio la vega,entro san salvador,blvd enezuela,los procrs,paramericana,santa elena
7d	Los conacastes,ejercito,centro,rosveltdt,salvador del mundo-col.guadalupe-plaza mundo-metrocentro-blvd.ejercito-hospital siquiatico-soyapango centro
38	Troncal del norte, 29 calle poniente, col atlacatl, la tiendona, parque infantil, pericentro apopa,col.popotlan y viceversa
29	llopang-blvd.ejercito-juan pablo-centro-metrocentro
44	Ayutuxtepeque, zacamil, universidad nacional, boulevard de los heroes, metrocentro, estadio magico gonzales, 49 ave sur, autopista sur, uca, ant cuscatlan, plan de la laguna, blvd santa elena, pricesmart, carretera panamericana, ceiba de guadalupe, y viceversa
46	Col miralvalle, blvd constitucion, centro comercial san luis, montebello, salvador del mundo, centro san salvador, 25 ave sur, mercado central ss y viceversa
79	Villa flores lourdes-calle los chorros-anta tecla-la ceiba-blvd araujo-blvd roosveltdt-salvador del mundo-centro-blolivar
51	Terminal aldea san antonio, el trebol, metrocentro, av independencia, centro , parque central, catedral, mercado, juzgados de familia, carretera a sonsonate, y viceversa
16	Ahuachapan-centro-guadalupe-ausoles-mercados
91	Milagro de paz-centro-carmenza-ato nuevo-centro-metrocentro-rosvelt-



 **Poliestireno**



 **Lona Backlight**

## Alcance total del Circuito de Mopis



**16,560,00**

Frecuencia de personas circulando mensualmente en las arterias del circuito



Datos basados en cifras del VMT  
El conteo de personas frecuencia calculando 3 personas por vehículo

600

# Circuito de Mopis

ZONA	UBICACIÓN	TRAFICO VEHICULAR DIARIO	PERSONAS FRECUENCIA DIARIA	PERSONAS MENSUAL
Antiguo Cuscatlan	Comprende en zona Santa Elena	23,750.00	71,250.00	2137,500.00
Boulevard del Sur / Carretera al Puerto La Libertad	Comprendido entre la Carret. al Puerto La Libertad y Pinares de Suiza, que es una de las salidas hacia el occidente del país	35,540.00	106,620.00	3198,600.00
Boulevard Merliot (desde el Gran Bazar y La Curva de Don Jere)	Entre El Trebol y Súper Selectos La Cañada	33,358.00	100,074.00	3002,220.00
Calle Chiltiupan (desde el Platillo hacia Juzgados de Sta. Tecla)	Estamos desde el redondel El Platillo hasta los Juzgados de Santa Tecla	44,046.00	132,138.00	3964,140.00
Antiguo Cuscatlán (Diferentes puntos)	Esta zona comprende arterias principales de Col. La Sultana y Jardines de Guadalupe, como es el Blvd. La Sultana y Calle El Mediterraneo y también arterias principales de Urb. Santa Elena como es el Blvd. Luis Poma	23,750.00	71,250.00	2137,500.00
Boulevard Constitución/Zona Centro Comercial Unicentro Metrópolis	Estamos en el tramo comprendido entre Súper Selectos Miralvalle y Residencial La Gloria, que es la salida hacia Quezaltepeque y Apopa. Sobre Calle Zacamil, frente al Centro Comercial Unicentro Metrópolis.	44,184.00	132,552.00	3976,560.00
Sonsonate	Comprende en la carretera principal de Sonsonate	17,420.00	52,260.00	1567,800.00
Paseo Escalón / Av. Masferrer	Sobre el Paseo Escalón desde el sector de Plaza Las Américas hasta Redondel Mañerri y la Av. Masferrer Norte entre Redondel Masferrer y Cumbres de la Escalón	66,454.00	199,362.00	5980,860.00
Zona Metropolis	Metropolis	66,355.00	199,065.00	5971,950.00
Santa Ana	Ubicados en arterias principales de Santa Ana como lo son Blvd. Los 44, Av. Independencia y Av. Fray Felipe Moraga, entre otras.	16,260.00	48,780.00	1463,400.00
San Miguel	Ubicados en Av. Roosevelt, Carretera al Delirio y Ruta Militar.	48,984.00	146,952.00	4408,560.00
Zona de la PNC Bartolo e Ilopango	Desde Plaza Mundo hacia San Bartolo/Ilopango	15,234.00	45,702.00	1371,060.00
		<b>435,335.00</b>	<b>1306,005.00</b>	<b>39180,150.00</b>



## ANEXO 8: TASA DE INFLACIÓN 1997- 2013

Tabla 118: Tasa de Inflación 1997-2013

Tasa Inflación Promedio	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04
Tasa de Inflación Anual	4.5	2.5	0.5	2.3	3.8	1.9	2.1	4.5	4.7	4	4.6	6.7	1.1	0.9	5.1	1.7	0.8
Años	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013

Fuente: Datos extraídos de la base de datos de la pagina del Banco Mundial

<http://datos.bancomundial.org>

Tabla 119: Índice de Precios al consumidor (IPC) Base dic. 2009 e Inflación

Índice General														
TASA DE CRECIMIENTO ANUAL														
AÑOS	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	INDICES	PROM
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic		
2010	0.8	1	0.9	0.6	0.1	0.6	1	1	1.4	2.8	1.8	2.1	1.2	
2011	2.3	2.4	2.7	6	6.7	6.3	6.5	6.8	6.2	5.4	5.1	5.1	5.1	
2012	4.7	4.9	4.4	2	1.2	0.6	0	0.1	0.8	0.9	0.7	0.8	1.8	
2013	0.9	1	1.3	0	0.1	0.9	1.1	1	0.8	0.5	0.8	0.8	0.8	
2014	0.8												0.8	
													PROM	1.9

Fuente: Datos extraídos de la base de datos de la pagina del Banco Central de Reserva

<http://www.bcr.gob.sv/bcrsite/jsincronoEstadisticas.php?mtx=2563>

<http://www.bcr.gob.sv/bcrsite/?cdr=123>

## VER ANEXO 9, EXPLICACIÓN Y FORMULAS PARA LA DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS Y EGRESOS

1. En primer lugar se clasifican los turistas según su preferencia, expuestas en el ítem IX.3.6.1, ésta clasificación se realiza para determinar los segmentos de turistas según su preferencia y así poder determinar los costos totales y/o ingresos, ya que, según la preferencia u cantidad de personas que toma el tour así es el precio u costo:

**Tabla 120: clasificación del flujo de turistas según medio de transporte**

Total de turistas según proyección	14482	17245	18637	22984	29994
Turistas que utilizan vehículo propio 68%	9,848 <sup>138</sup>	11,727	12,673	15,629	20,396
Turistas que utilizan transporte público o tour operador 32%	4,634	5,518	5,964	7,355	9,598

Fuente: elaboración propia

**Tabla 121: Clasificación del flujo de turistas que utilizan vehículo propio por tipo de tour y cantidad de personas con quienes hacen tour**

Personas que lo toman	Tipo de tour	Años				
		1	2	3	4	5
2 personas ( 9% turismo en pareja)	Tour en kayak a los manglares (70% turismo de playa y 49% tour en kayak, montaña o río 30%)	570 <sup>139</sup>	679	733	904	1,180
	Tour a en lancha a los manglares (70% turismo de playa y 51% tour en lancha)	316 <sup>140</sup>	377	407	502	655
4 a 6 personas ( 67% tour en familia )	Tour en kayak a los manglares, montaña o río (70% turismo de playa y 49% tour en kayak, montaña o río 30%)	4,243 <sup>141</sup>	5,052	5,460	6,733	8,787
	Tour a en lancha a los manglares (70% turismo de playa y 51% tour en lancha)	2,356	2,805	3,031	3,738	4,878
12 a 15 personas ( 24% tour grupo de amigos )	Tour en kayak a los manglares, montaña o río (70% turismo de playa y 49% tour en kayak, montaña o río 30%)	1,520	1,810	1,956	2,412	3,147
	Tour a en lancha a los manglares (70% turismo de playa y 51% tour en lancha)	844	1,005	1,086	1,339	1,748
<b>Total</b>		<b>9,848</b>	<b>11,727</b>	<b>12,673</b>	<b>15,629</b>	<b>20,396</b>

Fuente: elaboración propia

Para el flujo de turistas de la tabla 123, no se considera estadía de más de un día porque son turistas que llegan por su propio medio al destino turístico y solo se le ofrece el servicio de tour...

<sup>138</sup>A)  $14482 \times 0.68 = 9,848$

<sup>139</sup>B)  $(9,848 \times 0.7 \times 0.49 + 9,848 \times 0.3) \times 0.09 = 570$ , para éste mismo valor del año 2, 3, 4 y 5 solo se cambia el total de 9848 turistas por 11727 para el año 2 y así sucesivamente para los siguientes años;

<sup>140</sup>C)  $9,848 \times 0.7 \times 0.51 \times 0.09 = 316$ , para éste valor no se le agrega los tour en río o montaña porque es específico que se habla de tour en lancha y para los años siguientes se cambia el total de turistas como en el ítem B;

<sup>141</sup>D)  $(9,848 \times 0.7 \times 0.49 + 9,848 \times 0.3) \times 0.67 = 4,243$ , para este caso y el siguiente de tour en lancha, y grupo de amigos de 12 a 15 tour en kayak, montaña río o lancha, se hace igual que el literal B y C solo cambiando la participación de 9% por 67% y 24% .

**Tabla 122: clasificación de flujo de turistas por tipo de tour, preferencia de estadía y cantidad de personas a tomar el tour**

Personas que lo toman	Tipo de tour	Estadía	Años				
			1	2	3	4	5
<b>2 personas ( 9% turismo en pareja)</b>	Tour en kayak a los manglares (70% turismo de playa y 49% tour en kayak), montaña o río ( 30% tour de montaña y río)	1 día (66%)	177 <sup>142</sup>	211	228	281	367
		2 día (26%)	70	83	90	111	144
		3 día (8%)	21	26	28	34	44
	Tour a en lancha a los manglares	1 día (66%)	98	117	126	156	204
		2 día (26%)	39	46	50	61	80
		3 día (8%)	12	14	15	19	25
<b>4 a 6 personas ( 67% tour en familia )</b>	Tour en kayak a los manglares (70% turismo de playa y 49% tour en kayak), montaña o río ( 30% tour de montaña y río)	1 día (66%)	1,318	1,569	1,696	2,091	2,729
		2 día (26%)	519	618	668	824	1,075
		3 día (8%)	160	190	206	253	331
	Tour a en lancha a los manglares	1 día (66%)	732	871	941	1,161	1,515
		2 día (26%)	288	343	371	457	597
		3 día (8%)	89	106	114	141	184
<b>12 a 15 personas ( 24% tour grupo de amigos )</b>	Tour en kayak a los manglares (70% turismo de playa y 49% tour en kayak), montaña o río ( 30% tour de montaña y río)	1 día (66%)	472	562	607	749	978
		2 día (26%)	186	221	239	295	385
		3 día (8%)	57	68	74	91	118
	Tour a en lancha a los manglares	1 día (66%)	262	312	337	416	543
		2 día (26%)	103	123	133	164	214
		3 día (8%)	32	38	41	50	66
<b>Total</b>			4,634	5,518	5,964	7,355	9,598

Fuente: elaboración propia

Con la clasificación de las tablas 122, 123, y 124, se podrá determinar la cantidad de turistas a los que se les cobrara servicio de transporte y a los que no, a los que se les cobrara servicio de estadía y comida y a los que no, y a los que les cobrara comisión a los que no. Siendo los turistas que llegan en vehículo propio los que no se les cobrara nada de los elementos mencionados y los que llegan a través de transporte público u tour operador sí.

<sup>142</sup>  $(4,634 \cdot 0.7 \cdot 0.49 + 4,634 \cdot 0.3) \cdot 0.09 \cdot 0.66 = 177$ ; para el caso de estos nuevos valores, el procedimiento se realiza igual que en la tabla 123, con la única diferencia que se cambia el total de turistas por cada año y se le agrega la preferencia de estadía que es 66%, 26% y 8% respectivamente.