

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



**PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE
APLICADO EN LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR EN
LAS PLAYAS: EL OBISPO, EL MAJAHUAL, SAN BLAS, EL
PALMARCITO, EL SUNZAL Y EL ZONTE**

PRESENTADO POR:

VICTORIA ESTELA ALVARADO PORTILLO

NORMA ILIANA DIAZ ALVARADO

PATRICIA GUADALUPE MARROQUIN SALEH

DANIEL ARMANDO PEREZ FLORES

PARA OPTAR AL TITULO DE:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, ENERO 2015

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR :

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIA GENERAL :

DRA. ANA LETICIA ZAVALITA DE AMAYA

FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

DECANO :

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

SECRETARIO :

ING. JULIO ALBERTO PORTILLO

ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

DIRECTOR :

ING. MANUEL ROBERTO MONTEJO SANTOS

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

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

Título :

**PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE
APLICADO EN LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR
EN LAS PLAYAS: EL OBISPO, EL MAJAHUAL, SAN BLAS,
EL PALMARCITO, EL SUNZAL Y EL ZONTE**

Presentado por :

VICTORIA ESTELA ALVARADO PORTILLO

NORMA ILIANA DIAZ ALVARADO

PATRICIA GUADALUPE MARROQUIN SALEH

DANIEL ARMANDO PEREZ FLORES

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor :

ING. ADALBERTO BENITEZ ALEMAN

San Salvador, enero 2015

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor :

ING. ADALBERTO BENITEZ ALEMAN

AGRADECIMIENTOS

Eternamente agradecida con Dios Jehová, quien permitió que finalizara este proyecto, quien me dio aguante y sabiduría, quien supo guiarme y fortalecerme en los momentos más difíciles. Gracias Jehová Dios por tu inmensa Sabiduría y Discernimiento.

A Matías quien fue impulso para seguir a delante, y nunca darme por vencida. Para que siga el ejemplo siempre teniendo presente a Jehová en su Corazón, Te amo Hijo.

A Mi madre quien me dio su apoyo y enseñanza.

A mi Mami que de no ser por ella, no hubiera terminado esta meta, gracias por todo mami y esto es para usted.

A mi Abuelo (Olivares) quien ya está descansando, pero que me enseñó a ser responsable y disciplinada, gracias por Todos Abuelito.

A mi Chelito gracias por tu amor y ayuda.

A Mi Padre por su comprensión y Cariño.

A mis hermanos, Eder, Graciela, Ana y Noé, para que nunca se rindan en sus metas y sueños.

A las chicas superpoderosas (Norma y Rachel) por cruzar conmigo el camino de la Ingeniería Industrial.

Y a Todos aquellos Familiares, Amigos, Personas, empresas y demás, que contribuyeron a que mi persona pudiera alcanzar esta meta, que no fue fácil, pero gracias a ustedes se cumplió.

“No tengas miedo, porque estoy contigo. No mires por todos lados, porque soy tu Dios. Yo ciertamente te fortificaré. Yo cierta y verdaderamente te ayudares. Sí, yo verdaderamente te mantendré firme asido como mi diestra de justicia” (Isaías 41:10)

Victoria Estela Alvarado Portillo

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por permitirme concluir una meta tan importante en mi vida, que me brindó sabiduría y fortaleza en los momentos que más lo necesite, al igual que puso en mi camino a las personas indicadas que de una forma u otra colaboraron a que finalice mi carrera.

A mi mamá que en todo momento me ha apoyado y motivado para continuar, y mi papá que siempre estuvo pendiente a ayudarme cuando la impresora no colaboraba a la hora de entregar trabajos.

A mis tíos Landó, Vilma y Chepe que siempre han estado pendiente y apoyándome desde lejos.

A mis amigas Vicky y Rachel que fueron mi grupo de trabajo durante la carrera, sin su esfuerzo y empeño esto hubiera sido muchísimo más difícil, mil gracias a Dios por encontrarlas.

A Matías que con sus juegos y antojos de masmelos hacía más llevaderos esos días de tesis.

A Juancito por estar acompañándome a distancia cuando el trabajo en la tesis se volvía cansado.

A mis amigos Rene y Omar por ayudarnos en esos momentos que nos hacían falta manos para recolectar información, igual que la tía Gerald.

También a todos mis familiares, amigos y profesores que contribuyeron de una u otra manera a que este momento llegara.

Norma Ilíana Díaz Alvarado

AGRADECIMIENTOS

Un verdadero apoyo es alguien que te comprende donde has estado, te acompaña en tus logros y fracasos, celebra tus alegrías y comparte tu dolor tendiendo una mano.

Este logro lo dedico a Dios, quien me dio la fortaleza y sabiduría necesaria para concluir la carrera; a mis madres, porque siempre estuvieron a mi lado brindándome sus consejos para hacer de mí una mejor persona; a mis hermanos y tía, por sus palabras y compañía y gracias a mis amigos que de una u otra manera han contribuido para el logro de mis objetivos con su confianza y tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

Inmensamente agradecida porque cada uno me brindo la fuerza para seguir adelante y no desmayar en los problemas superados, enseñándome a enfrentar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

PATRICIA MARROQUIN

AGRADECIMIENTOS

Le doy gracias a Dios por ser mi creador, el motor de mi vida, por no haber dejado que me rinda en ningún momento, mis momentos difíciles en los que veía lejos mi camino y mis sueños. Por iluminarme para salir adelante, porque todo lo que tengo, lo que puedo y lo que recibo es regalo que él me ha dado

A mi madre Maria que con todo su cariño y amor, hizo todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, mil gracias por el apoyo incondicional que me brindaste por todos los sacrificios que hiciste a lo largo de mi carrera, así como tu comprensión y paciencia en momentos difíciles que tuvimos.

A mi padre José, porque creíste en mí y porque me sacaste adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ti, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuviste impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sientes por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ti, por lo que vale, porque admiro tu fortaleza y por lo que has hecho de mí

A mi Abuelita Lucila que a pesar que ya no pudo ver el cumplimiento de este sueño, sé que en el cielo está muy orgullosa y feliz. Fue una madre para mí, la extraño tanto y quisiera que estuviera conmigo compartiendo esta felicidad.

A mi hermana Jhoselin que siempre me hace aprender día a día antiguas lecciones que ya se me habían olvidado. Por querer ser un ejemplo para ti, y por darme apoyo y alegría cada día

De igual manera agradecer a mi asesor de Tesis, Ing. Adalberto Alemán por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador, influyeron con sus lecciones y experiencias ayudaron a dar por finalizada este proyecto de tesis.

Gracias a esas personas importantes en mi vida, mis amigos que siempre estuvieron listos para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes

Daniel Pérez

**“PLAN DE DESARROLLO TURISTICO
SOSTENIBLE APLICADO EN LA
MICROREGION CUMBRES DEL MAR EN LAS
PLAYAS: EL OBISPO, SAN BLAS, EL ZONTE, EL
SUNZAL, EL MAJAHUAL Y EL PALMARCITO”**

Contenido

1	CONTENIDO.....	9
2	INTRODUCCION.....	24
3	OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	27
3.1	OBJETIVO GENERAL.....	27
3.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	27
4	ALCANCES Y LIMITACIONES.....	28
4.1	ALCANCES.....	28
4.2	LIMITACIONES.....	28
5	IMPORTANCIA Y JUSTIFICACION.....	29
5.1	IMPORTANCIA.....	29
5.2	JUSTIFICACION.....	31
6	CAPITULO I: MARCO TEORICO.....	33
6.1	PLAN.....	33
6.1.1	<i>¿Qué es un plan?.....</i>	33
6.1.2	<i>¿Qué es la Planificación?.....</i>	33
6.2	PLANIFICACION ESTRATEGICA.....	34
6.2.1	<i>Proceso de planificación estratégica.....</i>	34
6.3	PLAN DE DESARROLLO.....	36
6.4	GENERALIDADES DE TURISMO.....	36
6.4.1	<i>Definición de turismo.....</i>	36
6.4.2	<i>Tipos de turismo según actividades desarrolladas convencional.....</i>	37
6.4.3	<i>Características del turismo.....</i>	38
6.4.4	<i>Sistema turístico.....</i>	38
6.4.5	<i>Definición de un sistema turístico.....</i>	40
6.4.6	<i>Agentes en un destino turístico.....</i>	42
6.4.7	<i>Componentes de un destino turístico.....</i>	42
6.5	TURISMO SOSTENIBLE.....	42
6.5.1	<i>El turismo sostenible como estrategia de desarrollo.....</i>	43
6.5.2	<i>El modelo de turismo sostenible.....</i>	44
7	CAPITULO II: MARCO CONTEXTUAL.....	45
7.1	ANTECEDENTES DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....	45
7.1.1	<i>Turismo en la década de los 70's.....</i>	45
7.1.2	<i>Turismo en el conflicto armado.....</i>	46
7.1.3	<i>Turismo despues del conflicto armado.....</i>	46
7.2	IMPORTANCIA DEL TURISMO.....	48
7.2.1	<i>Los planes de turismo: el plan 2014 y plan 2020.....</i>	49
7.2.2	<i>El plan quinquenal.....</i>	51
7.3	TURISMO SOL Y PLAYA.....	51
7.3.1	<i>Principales aspectos a tener en cuenta en el turismo de sol y playa.....</i>	51

7.3.2	<i>Ruta sol y playa el salvador</i>	52
7.4	PROYECTO FOMILENIO II	52
7.5	ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA MICRO REGIÓN “CUMBRES DEL MAR”	53
7.6	GENERALIDADES DE LOS MUNICIPIOS.....	54
7.6.1	<i>Caracterización de los municipios la libertad, tamanique y chiltiupán</i>	54
7.6.2	<i>Turismo en la libertad</i>	54
7.6.3	<i>Preferencias turísticas</i>	56
7.6.4	<i>Ley de turismo en el salvador</i>	57
7.6.5	<i>Ley nacional de medio ambiente</i>	57
7.6.6	<i>Ley de protección especial al patrimonio cultural</i>	58
7.6.7	<i>Ley de servicios internacionales</i>	58
7.6.8	<i>Ley de CORSATUR</i>	58
7.6.9	<i>Política nacional de turismo</i>	58
7.6.10	<i>Ley de inversion</i>	58
8	ETAPA DE DIAGNOSTICO	59
8.1	ANALISIS DE LA SITAUCION ACTUAL DE LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR	60
8.1.1	<i>Situación interna de la microrregión cumbres del mar</i>	60
8.1.2	<i>Ubicación</i>	60
8.1.3	<i>Visión del territorio cumbres del mar</i>	61
8.1.4	<i>Economía</i>	62
8.1.5	<i>Conectividad Vial</i>	62
8.1.6	<i>Recursos naturales de la microrregión</i>	63
8.1.7	<i>Acceso a materia prima</i>	63
8.1.8	<i>Factores de apoyo:</i>	63
8.1.9	<i>Recurso humano:</i>	63
8.1.10	<i>Recursos culturales:</i>	63
8.1.11	<i>Conciencia turística:</i>	63
8.1.12	<i>Instituciones de apoyo:</i>	64
8.1.13	<i>Amenazas de la microrregión cumbres del mar</i>	65
8.1.14	<i>Condiciones de pobreza de la microrregión</i>	65
8.1.15	<i>Bases para el desarrollo</i>	65
8.2	SITUACION INTERNA DE LOS MUNICIPIOS DE LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR	66
8.2.1	<i>La libertad</i>	66
8.2.2	<i>Chiltiupán</i>	69
8.2.3	<i>Tamanique</i>	73
8.3	ANALISIS DE LA SITUACION INTERNA DE LOS MUNICIPIOS DE LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR	76
8.3.1	<i>Aspectos socioeconómicos de los municipios</i>	76
8.4	SITUACION ACTUAL DE LAS COOPERATIVAS.....	81
8.4.1	<i>EL OBISPO</i>	81
8.4.2	<i>SAN BLAS</i>	82
8.4.3	<i>EL MAJAHUAL</i>	84
8.4.4	<i>EL SUNZAL</i>	85
8.4.5	<i>EL PALMARCITO</i>	86

8.4.6	. EL ZONTE	87
8.5	ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LAS COOPERATIVAS	88
8.6	SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PLAYAS	90
8.6.1	PLAYA ELOBISPO.....	90
8.6.2	PLAYA SAN BLAS	91
8.6.3	PLAYA EL MAJAHUAL	93
8.6.4	PLAYA EL SUNZAL	94
8.6.5	PLAYA EL PALMARCITO	97
8.6.6	PLAYA EL ZONTE	98
8.7	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PLAYAS.....	100
8.7.1	Ubicación y Descripción:	100
8.7.2	Conectividad vial.....	100
8.7.3	Servicios básicos	101
8.7.4	Infraestructura turística	101
8.7.5	Servicios turísticos	102
8.7.6	Promoción y publicidad.....	102
8.7.7	Seguridad	102
8.8	INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS Y FACILIDADES TURISTICAS	103
8.8.1	Introducción	103
8.8.2	Metodología del Inventario Turístico	103
8.8.3	Etapa I: Clasificación de los recursos turístico	103
8.8.4	Fase II: Recopilación de la información	108
8.8.5	Fase III: Trabajo de Campo	108
8.8.6	Fase IV: Registro de la información	108
8.8.7	Fase V: Evaluación y Jerarquización.....	110
8.8.8	Ficha de Jerarquización	115
8.8.9	Inventario Turístico:.....	116
8.8.10	Síntesis de la oferta turística	119
8.9	SITUACION EXTERNA DE LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR	120
8.9.1	Análisis del entorno	120
8.10	ESTUDIO DE MERCADO	132
8.10.1	Introducción	132
8.10.2	Objetivos.....	132
8.10.3	Generalidades	133
8.10.4	Metodología general.....	134
8.10.5	Mercado de consumo.....	136
8.10.6	Mercado competidor.....	185
8.10.7	Mercado distribuidor.....	214
8.10.8	Mercado abastecedor	228
9	CAPITULO IV. DIAGNOSTICO DE LA SITUACION TURISTICA ACTUAL.....	242
9.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	242
9.2	DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.	242
9.2.1	Foda: playa el obispo.....	242
9.2.2	Foda san blas.....	243

9.2.3	Foda: playa el majahual.....	244
9.2.4	Foda: playa el sunzal.....	245
9.2.5	Foda: playa el palmarcito.....	246
9.2.6	Foda playa el zonte.....	247
9.3	ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	248
9.4	ARBOL DE PROBLEMAS.....	251
9.5	ANÁLISIS DE PROBLEMAS.....	252
9.6	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	254
9.6.1	Enunciado del problema.....	254
9.7	ARBOL DE OBJETIVOS.....	255
9.8	ANÁLISIS DE OBJETIVOS.....	256
9.9	OBJETIVOS ESTRATEGICOS.....	256
9.10	ESTRATEGIAS.....	258
10	CAPITULO V. CONCEPTUALIZACION DEL DISEÑO.....	263
10.1	COMPONENTE 1: CONCIENTIZACION TURISTICA.....	264
10.1.1	Programa de Asociación Cooperativa.....	265
10.2	COMPONENTE 2. DISEÑO Y MEJORA DEL PRODUCTO TURISTICO.....	265
10.3	COMPONENTE 3. PROMOCION Y PUBLICIDAD.....	266
10.4	COMPONENTE 4: INTEGRACION DE LA OFERTA TURISTICA.....	266
10.5	COMPONENTE 5: SEGURIDAD.....	266
10.6	COMPONENTE: 6. FINANCIAMIENTO.....	267
10.7	COMPONENTE: 7. ADMINISTRACION DEL PLAN.....	267
10.7.1	Programa sistema de calidad y buenas prácticas de turismo.....	267
10.7.2	Programa turismo sostenible.....	268
10.7.3	Programa: sistemas básicos administrativos.....	268
10.7.4	Programa: seguimiento y control.....	268
11	ETAPA DE DISEÑO.....	270
11.1	SUB PLAN CONCIENTIZACION TURISTICA.....	271
11.1.1	Introducción.....	271
11.1.2	Objetivos.....	271
11.1.3	Alcance del sub plan.....	271
11.1.4	Marco legal.....	272
11.1.5	Asociación Cooperativa.....	278
11.1.6	Programa de capacitación turística.....	291
11.2	SUB PLAN DISEÑO Y MEJORA DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	297
11.2.1	Introducción.....	297
11.2.2	Objetivos.....	298
11.2.3	Alcance del subplan.....	299
11.2.4	Líneas estrategia.....	299
11.2.5	Descripción de los programa.....	302
11.2.6	Metodología de programa.....	302
11.2.7	Programa desarrollo de la infraestructura.....	302
11.2.8	Programa playa El Obispo.....	311
11.2.9	Programa San Blas.....	316

11.2.10	Programa El Majahual.....	323
11.2.11	Programa El Sunzal.....	328
11.2.12	Programa El Palmarcito.....	332
11.2.13	Programa El Zonte.....	336
11.2.14	Programa formación y capacitación para el personal el servicio turístico.....	340
11.3	SUB PLAN PROMOCION Y PUBLICIDAD.....	350
11.3.1	Introducción.....	350
11.3.2	Objetivos.....	350
11.3.3	Alcance del subplan.....	350
11.3.4	Líneas estrategia.....	350
11.3.5	Programa de Publicidad.....	350
11.3.6	Programa de promoción.....	359
11.3.7	Requerimiento de recursos.....	363
11.4	SUB PLAN INTEGRACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.....	364
11.4.1	Objetivo.....	364
11.4.2	Alcances.....	364
11.4.3	Líneas estratégicas.....	364
11.4.4	Creación de paquetes turísticos.....	364
11.4.5	Programa creación de oficinas de turismo.....	372
11.4.6	Programa de señalización turística.....	376
11.4.7	REQUERIMIENTOS DE RECURSOS.....	382
11.5	SUB PLAN DE SEGURIDAD.....	383
11.5.1	Introducción.....	383
11.5.2	Objetivo.....	384
11.5.3	Alcance del sub plan.....	384
11.5.4	Obligaciones del comité de turístico en materia de seguridad.....	385
11.5.5	Líneas estratégicas.....	385
11.5.6	Programa de contingencia ante un tsunami.....	394
11.5.7	Requerimiento de recursos.....	404
11.6	SUB PLAN FINANCIAMIENTO.....	406
11.6.1	Introduccion.....	406
11.6.2	Metodología.....	406
11.6.3	Fuentes de financiamiento.....	406
11.6.4	Ciclo de proyectos.....	410
11.6.5	Presentación de propuestas al fondo de iniciativas.....	414
11.7	ADMINISTRACION DEL PLAN.....	419
11.7.1	Introducción.....	419
11.7.2	Objetivos.....	419
11.7.3	Alcance.....	419
11.7.4	Líneas de estrategias.....	419
11.7.5	Programa: sistema de calidad y buenas prácticas de turismo.....	420
11.7.6	Programa de turismo sostenible.....	442
11.7.7	Programa sistemas básicos administrativos.....	458
11.7.8	Programa. Seguimiento y control.....	462
11.7.9	Requerimientos del plan.....	472

12	EVALUACIONES DEL ESTUDIO	473
12.1	METODOLOGÍA DE EVALUACIONES	474
12.2	EVALUACIONES DEL PROYECTO	475
12.2.1	<i>Inversiones del proyecto</i>	475
12.3	CAPITAL DE TRABAJO	484
12.3.1	<i>Usos y aplicaciones del capital de trabajo</i>	484
12.4	ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE COSTOS	485
12.4.1	<i>Los elementos que se incluyen</i>	485
12.4.2	<i>Las características de producción</i>	486
12.4.3	<i>Guía para el establecimiento de costos</i>	487
12.4.4	<i>Costos totales o de absorción</i>	495
12.5	COSTOS VARIABLES	495
12.5.1	<i>Costos variables unitarios por paquete turísticos</i>	498
12.6	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS	500
12.6.1	<i>Precio de venta</i>	500
12.6.2	<i>Margen de utilidad</i>	501
12.6.3	<i>Punto de equilibrio</i>	501
12.6.4	<i>Grafica del punto de equilibrio</i>	503
12.6.5	<i>Presupuesto de ingresos y gasto</i>	508
12.7	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	513
12.7.1	<i>Estados de resultado proforma</i>	514
12.7.2	<i>Flujo neto de efectivo</i>	516
12.8	BALANCE GENERAL PROFORMA	517
12.9	EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO	521
12.9.1	<i>Tasa mínima atractiva de rendimiento (tmar)</i>	521
12.9.2	<i>Valor actual neto (van)</i>	523
12.9.3	<i>TIR (tasa interna de retorno)</i>	524
12.9.4	<i>TRI</i>	525
12.9.5	<i>Relación beneficio/costo</i>	526
12.10	EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO	527
12.10.1	<i>Razones financieras</i>	527
12.10.2	<i>Análisis de sensibilidad</i>	529
12.11	EVALUACION SOCIO-ECONOMICA DEL PROYECTO	533
12.11.1	<i>Generación de empleo</i>	534
12.12	EVALUACION AMBIENTAL DEL PROYECTO	538
12.12.1	<i>Objetivos de la Evaluación Ambiental del proyecto</i>	538
12.12.2	<i>Metodología de Evaluación</i>	539
12.12.3	<i>Criterios para la evaluación de impactos ambientales</i>	540
12.12.4	<i>Evaluación ambiental del proyecto</i>	541
12.12.5	<i>Sostenibilidad Ambiental</i>	545
12.13	EVALUACION DE GÉNERO	548
13	ADMINISTRACION DE PROYECTOS	552
13.1	PLANIFICACION DE LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO	553
13.1.1	<i>Metodología</i>	553

13.1.2	<i>Estrategias y políticas de ejecución</i>	553
13.1.3	<i>Estrategias</i>	554
13.1.4	<i>Políticas</i>	554
13.2	OBJETIVOS DE LA EJECUCIÓN.....	555
13.2.2	<i>Desglose analítico del proyecto</i>	555
13.2.3	<i>Descripción de los entregables</i>	557
13.2.4	<i>Lista de actividades, duración y precedencia</i>	565
13.2.5	<i>Desarrollo de la red PERT CPM</i>	567
13.2.6	<i>Ruta crítica definida</i>	567
13.2.7	<i>Plan de trabajo</i>	568
13.2.8	<i>Diagrama de GANTT</i>	569
13.3	ORGANIZACIÓN DE LA EJECUCIÓN	570
13.3.1	<i>Estructura Organizativa</i>	570
13.4	CONTROL DE LA EJECUCIÓN	571
13.4.1	<i>Seguimiento y control de Indicadores</i>	572
13.4.2	<i>Acciones a tomar para el control y supervisión de las actividades de la Administración del proyecto</i> 573	
13.4.3	<i>Matriz de responsabilidades</i>	573
14	CONCLUSIONES	579
15	RECOMENDACIONES	580
16	BIBLIOGRAFIA	581
18	GLOSARIO TECNICO	583
19	ANEXOS :	587
19.1	ANEXO 1: ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS COOPERATIVAS	587
19.2	ANEXO 2: FICHA TECNICA DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS.....	588
19.3	ANEXO 3: FICHA PARA RECOLECTAR INFORMACION EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO .	594
19.4	ANEXO 4: FICHA PARA RECOLECTAR INFORMACION EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACION	595
19.5	ANEXO 5: FICHA DE INVENTARIO DE RECURSO O ATRACTIVO TURISTICO	596
19.6	ANEXO 6: CLASIFICACION DE RESTAURANTE	597
19.7	ANEXO 7: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL TURISMO SOL Y PLAYA.....	602
19.8	ANEXO 8: CUETIONARIO PARA ESTABLECIMIENTO (MERCADO PROVEEDOR).....	608
19.9	ANEXO 9 EVALUACION SERVICIOS	610
19.10	ANEXO 10 SUGERENCIAS Y QUEJAS.....	611
19.11	ANEXO 11 ANALISIS CALIFICACION DE FACTORES.....	611
19.12	ANEXO 12 ANALISIS QUEJAS Y SUGERENCIAS	612
19.13	ANEXO 13 EVALUACION INTERNA-EMPLEADOS	612
19.14	ANEXO 14 EVALUACION INTERNA-RESPONSABLES.....	613
19.15	ANEXO 15 EVALUCION INTERNA-CTC.....	614
19.16	AENXO 16 REQUERIMIENTOS	614
19.17	ANEXO 17 INVENTARIO	615
19.18	ANEXO 18 USO DE ACTIVIDADES TURISTICAS	615
19.19	ANEXO 19 LISTADO DE COMPRAS	616
19.20	ANEXO 20 COBRANZA	616

19.21	ANEXO 21 VENTAS	617
19.22	ANEXO 22 EVALUACION AMBIENTAL-DESECHOS	617
19.23	ANEXO 23 EVALUACION AMBIENTAL-AGUA.....	618
19.24	ANEXO 24 EVALUACION AMBIENTAL-TRANSPORTE	618
19.25	ANEXO 25 EVALUACION AMBIENTAL ENERGIA.....	619
19.26	ANEXO 26 EVALUACION AMBIENTAL-CONSTRUCCION.....	619
19.27	ANEXO 27 EVALUACION AMBIENTAL-GESTION DE PROVEEDORES.....	620
19.28	ANEXO 28 EVALUACION AMBIENTAL-EDUCACION AMBIENTAL	620
19.29	ANEXO 29 SISTEMA COMITÉ TURISTICO Y GRUPO GESTOR	621
19.30	ANEXO 30 CATOLOGO DE CUENTAS.....	622
19.31	ANEXO 31 MANUAL DE APLICACIONES: CONTABILIDAD	624
19.32	ANEXO 32 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO LIBRO DIARIO	630
19.33	ANEXO 33 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO LIBRO MAYOR.....	630
19.34	ANEXO 34 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO BALANCE INICIAL	631
19.35	ANEXO 35 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO BALANCE GENERAL.....	631
19.36	ANEXO 36 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO ESTADO DE RESULTADOS.....	632

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: ingreso por turismo	29
Tabla 2: Gasto y estadía promedio	29
Tabla 3: TURISMO EN EL PIB.....	30
Tabla 4: Características de Planificación Estratégica y Operativa	34
Tabla 5: DEFINICIONES DE TURISMO	36
Tabla 6: CLASIFICACION DE TURISMO.....	37
Tabla 7: El salvador número de turistas e ingresos en divisas (millones US\$)	43
Tabla 8: Evolución de llegadas de turistas en El Salvador 1996-2008	46
Tabla 9: Variación porcentual en llegadas por principales países emisores de turismo	48
Tabla 10: OBJETIVOS DEL TURISMO EN LOS PLANES NACIONALES	50
Tabla 11: Playas a estudiar pertenecientes a la micro región Cumbres del Mar	54
Tabla 12: Evolución del turismo	56
Tabla 13: Necesidades del turística según el estudio: Caracterización y mapeo de actores de la micro región Cumbres del Mar: La Libertad, Tamanique, Chiltiupán, Jicalapa y Teotepeque. División de Fomento Productivo Territorial.	57
Tabla 14: Indicadores socioeconómicos del municipio de La Libertad	69
Tabla 15: Indicadores socioeconómicos del municipio de Chiltuipan	72
Tabla 16 Indicadores socioeconómicos del municipio de Tamanique.....	75
Tabla 17: Población Territorio de los municipio: La Libertad, Tamanique y Chiltiupán	76
Tabla 18 población por grupos etéreos	76
Tabla 19: indicadores de los municipios La Libertar, Chiltuipan y Tamanique.....	77
Tabla 20 IDH de los municipios de la micro región.....	78
Tabla 21 Porcentaje de personas receptoras de remesas de los municipios de la micro región.	78

Tabla 22: Relación entre IDH, escolaridad y % de remesas de los municipios de la micro región. ..	79
Tabla 23 Indicadores de pobreza de los municipios de la micro región.	79
Tabla 24 Densidad de habitantes, extensión territorial y niveles de pobreza	79
Tabla 25 Prioridades de inversión de los municipios de la micro región.	80
Tabla 26 Síntesis de la situación actual de las cooperativas y asociaciones en estudio	88
Tabla 27 resumen servicios básicos	101
Tabla 28: Diagrama del producto turístico	104
Tabla 29: Clasificación desglosada de los Atractivos turísticos	105
Tabla 30: Tipos de facilidades turísticas, subtipos y características	107
Tabla 31: Ponderación de los recursos turísticos	111
Tabla 32: Criterio Particularidades	112
Tabla 33: Criterio Publicaciones	112
Tabla 34: Criterio Reconocimientos	113
Tabla 35: Estado de Conservación	113
Tabla 36: Criterio Flujo de turistas	113
Tabla 37: Criterio de Representatividad Territorial	114
Tabla 38: Criterio de la inclusión turística	114
Tabla 39: Criterio Demanda Potencial	114
Tabla 40: Ficha de Jerarquización	115
Tabla 41: Final de equivalencia	115
Tabla 42: Ficha de Evaluación para los atractivos turísticos	115
Tabla 43: Recursos turísticos	116
Tabla 44: Potencialidades turísticas	116
Tabla 45: Capacidad cuantitativa de las facilidades turísticas por playa	117
Tabla 46: Síntesis del inventario turístico.	119
Tabla 47: Instituciones nacionales que apoyo al sector turismo	120
Tabla 48: Cooperantes internacionales de apoyo al sector turismo	122
Tabla 49 Aumento salarial en El Salvador	125
Tabla 50: expectativas de incremento en la tasa de inflación	126
Tabla 51: IMPACTO DEL INGRESO TURISTICO EN EL PIB 2009-2013	128
Tabla 52: Características de la ubicación donde se desarrollara el servicio a prestar:	141
Tabla 53: Número de establecimientos la libertad	147
Tabla 54: Gasto y estadía promedio por nacionalidad 2009-2013	148
Tabla 55: Ingresos posibles por establecimientos de las 6 playas	148
Tabla 56: Rango de edades del mercado	149
Tabla 57: Departamentos según el nivel de ingresos y tipo de pobreza	150
Tabla 58: Índice de Desarrollo humano por Departamentos seleccionados	150
Tabla 59: Universo de los municipios seleccionados	152
Tabla 60: Porcentaje de la población de los departamentos de Santa Ana, La Libertad y San salvador	154
Tabla 61: Demografía de los municipios seleccionados	155

Tabla 62: Cantidad y Porcentaje de muestra por municipio seleccionado	157
Tabla 63: Perfil de Consumidor Turístico Para la Microrregión Cumbres del Mar	176
Tabla 64: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Obispo	177
Tabla 65: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa San Blas	177
Tabla 66: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Majahual.....	178
Tabla 67: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Sunzal	178
Tabla 68: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Palmarcito.....	179
Tabla 69: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Zonte	179
Tabla 70: Factores para la proyección de la demanda.....	180
Tabla 71: Universo por municipio.....	180
Tabla 72: porcentaje de la demanda	181
Tabla 73: Tasa anual de crecimiento poblacional.....	182
Tabla 74: Temporalidad de la demanda aparente.....	182
Tabla 75: Importancia del turismo en la economía	188
Tabla 76: Comparación del turismo Sol y playa de la zona de estudio respecto a la competencia	212
Tabla 77: Distribuidores de turismo en El Salvador	217
Tabla 78: Establecimiento de criterios y su peso respectivo.....	220
Tabla 79: calificación de tour operadores.....	221
Tabla 80: Rango de precios de los insumos.....	235
Tabla 81: Criterio de Valoración	238
Tabla 82: Resultados de evaluación para Vegetales, cereales, hierbas y especies, azúcares, carnes y derivados.....	238
Tabla 83: Resultados de evaluación para las Bebidas.....	239
Tabla 84: Resultados de evaluación para los Servicios Básicos (Internet, Telefonía y Cable)	239
Tabla 85: Resultados de evaluación para el Gas Propano.....	239
Tabla 86: Resultados de evaluación para las Bebidas.....	240
Tabla 87: Proveedores Seleccionados.....	240
Tabla 88: ANALISIS DE INVOLUCRADOS	248
Tabla 89: Objetivos estratégicos para la conceptualización del diseño.....	256
Tabla 90: ESTRATEGIAS PARA EL AREA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	258
Tabla 91: ESTRATEGIAS PARA EL AREA DE SERVICIO AL CLIENTE.....	259
Tabla 92: ESTRATEGIAS PARA EL AREA DE PUBLICIDAD	259
Tabla 93: ESTRATEGIAS PARA EL AREA DE SEÑALIZACION	260
Tabla 94: ESTRATEGIAS PARA EL AREA DE ALIANZAS	260
Tabla 95: ESTRATEGIAS EN EL AREA DE SEGURIDAD	261
Tabla 96: Sub Planes a desarrollar y sus programas	264
Tabla 97 : Requerimiento de Recurso Humano para el sub Plan de Concientización Turística	294
Tabla 98. : Número de Personas a Capacitar por playa y recurso didáctico por persona.....	295
Tabla 99: Grupo de capacitación por playas	295
Tabla 100: Requerimiento de recurso para la capacitación	295
Tabla 101: Descripción de módulos por día	296

Tabla 102: Programación por módulo de capacitación	296
Tabla 103: Preferencia del turista con respecto al servicio turístico	300
Tabla 104: INFORMACIÓN BASICA DEL PROYECTO	306
Tabla 105: Característica del servicio actual y potencial de la playa el Obispo.....	312
Tabla 106: Elementos del servicio de alimentación referente a las normas y directrices.	312
Tabla 107: Característica del servicio actual y potencial de la playa San Blas	316
Tabla 108: Líneas de acción prioritarias para el Servicio de Ventas de Artesanías	318
Tabla 109: Característica del servicio actual y potencial de la playa El Majahual	323
Tabla 110: Recomendaciones para mejorar los elemento para el servicio de alimentación	324
Tabla 111: Elementos del servicio de alojamiento a mejorar	325
Tabla 112: Requerimientos para realización de torneos deportivos.....	326
Tabla 113: Elementos a considerar para el servicio de Avistamiento de tortugas Marinas	327
Tabla 114: Característica del servicio actual y potencial de la playa El Sunzal.....	328
Tabla 115: Requerimiento Generales para brindar el Servicio de alojamiento	329
Tabla 116: Descripción de clases de surf.....	331
Tabla 117: Característica del servicio actual y potencial de la playa El Palmarcito	332
Tabla 118: Característica del servicio actual y potencial de la playa El Zonte.....	336
Tabla 119: Directrices en competitividad.....	337
Tabla 120: Instituciones especializadas en el país para brindar capacitaciones	341
Tabla 121: Requerimiento de recursos didácticos.....	344
Tabla 122: Requerimientos de temas de capacitación por áreas principales de Conocimientos. .	344
Tabla 123: Contenido de un plan de capacitación	345
Tabla 124: Requerimiento de Recurso Humano para el sub Plan de Diseño y Mejora del Producto Turístico.....	346
Tabla 125: Equipo necesario para los productos turísticos nuevos.....	346
Tabla 126 : Número de Personas a Capacitar por playa y recurso didáctico por persona.....	347
Tabla 127: Grupo de capacitación por playas	348
Tabla 128: Requerimiento de recurso para la capacitación	348
Tabla 129: Tiempo de Ejecución de las temáticas de capacitación	348
Tabla 130: Descripción módulos por día	349
Tabla 131: Programación de capacitación por semana	349
Tabla 132: Metas relacionadas con los objetivos del sub plan de publicidad y promoción	351
Tabla 133: ventas y desventajas de los medios de comunicación.....	353
Tabla 134: formato de control de clientes	360
Tabla 135: requerimientos de recursos sub plan de promoción y publicidad	363
Tabla 136: Itinerario paquete: noche de playa.....	365
Tabla 137: itinerario paquete: eco turismo.....	366
Tabla 138: Itinerario Paquete: Bohemia	370
Tabla 139: Itinerario Paquete: El palmarcito.....	371
Tabla 140: De distancias y tiempos entre las playas.....	372
Tabla 141: descripción de equipo a utilizar.....	375

Tabla 142: Requerimiento de recursos para programa creación de oficinas turísticas.....	382
Tabla 143: requerimiento de señalización y letreros.....	383
Tabla 144: Uso de la zona costera y puntos a verificar en caso de tsunami	396
Tabla 145: Efectos potenciales de la topografía.....	397
Tabla 146: Elementos y pautas de evaluación	399
Tabla 147 : Número de recurso humano a Capacitar por playa y recurso didáctico por persona	404
Tabla 148: programa de capacitación 1 para primeros auxilios.....	405
Tabla 149: programa de capacitación 2 para primeros auxilios.....	405
Tabla 150: Organismo de Cooperación Bilateral	407
Tabla 151: Actores y sus roles de acuerdo a la etapa de proyecto productivo.....	413
Tabla 152: Ejemplo de matriz de planificación o marco lógico	416
Tabla 153: de Actividades y sub actividades	417
Tabla 154: Descripción de los aspectos que influyen en la competitividad.....	418
Tabla 155: Presupuesto Ilustrativo	418
Tabla 150: REQUERIMIENTOS LA ADMINISTRACION DEL PLAN	472
Tabla 151: Inversión Fijas del proyecto.....	475
Tabla 152: Equipo y material para nuevos productos turísticos	476
Tabla 153: Equipo y mobiliario para la oficina Turística y el comité turístico.....	477
Tabla 154: Equipo y mobiliario para promoción y publicidad	477
Tabla 155: Equipo y mobiliario para la señalización turísticas	477
Tabla 156: Equipo y mobiliario para Capacitaciones	477
Tabla 157: Resumen Total de Costos de Equipo y Mobiliario	478
Tabla 158: Resumen de la Inversión Fija.....	478
Tabla 159: INVERSIÓN RECURSOS HUMANOS.....	478
Tabla 160: Inversión de investigación y estudios previos	480
Tabla 161: Gastos de Organización y Capacitaciones	481
Tabla 162: Gastos por permisos	481
Tabla 163: Inversión por Capacitaciones	482
Tabla 164: Requerimiento de Recurso Humano.....	482
Tabla 165: Costos administración del proyecto	482
Tabla 166: Anticipos a pagar	483
Tabla 167: Resumen de la inversión diferida	483
Tabla 168: Costos inversión fija	483
Tabla 169: capital de trabajo	484
Tabla 170: Resumen de Costos.....	484
Tabla 171: costos mano de obra directa	487
Tabla 172: Depreciación del mobiliario y equipo	488
Tabla 173: resumen de costos de servicio turísticos	488
Tabla 174: Costo del personal administrativo.....	489
Tabla 175: Costo de Agua Potable	490
Tabla 176: Costo de Consumo de Energía Eléctrica.....	490

Tabla 177: Costos de Comunicaciones.....	490
Tabla 178: Resumen de Costos de Servicios Básicos	491
Tabla 179: Resumen de Costo Administrativos	491
Tabla 180: costos de materiales de Promoción y Publicidad	491
Tabla 181: costo de comercialización, depreciación de equipo y mobiliario para la oficina turística	491
Tabla 182: costo de comercialización, depreciación de señalización	492
Tabla 183: resumen de costos de comercialización	492
Tabla 184: Resumen de costos.	495
Tabla 185: costos variables alojamiento	496
Tabla 186: COSTOS DE ALIMENTACION	497
Tabla 187: COSTOS DE SNORKELIN	497
Tabla 188: COSTO OBSERVACION DELIBERACION Y ANIDAMIENTO DE TORTUGAS	497
Tabla 189: COSTOS CLASES DE SURF.....	498
Tabla 190: COSTO LUNADAS Y PASEO EN KAYAC	498
Tabla 191: RESUMEN DE COSTOS VARIABLES ANUALES.....	498
Tabla 192: COSTOS PAQUETE TURÍSTICO 1.....	498
Tabla 193: COSTOS PAQUETE TURÍSTICO 2.....	499
Tabla 194: COSTOS PAQUETE TURÍSTICO 3.....	499
Tabla 195: COSTOS PAQUETE TURÍSTICO 4.....	499
Tabla 196: resumen de Costos variables unitarios por paquete turísticos	500
Tabla 197: COSTO TOTAL UNITARIO POR PAQUETE	500
Tabla 198: COSTO VARIABLE UNITARIO POR PAQUETE.....	500
Tabla 199: Margen de utilidad y precio de venta por paquete	501
Tabla 200: PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS	502
Tabla 201: resumen del punto de equilibrio en unidades monetarias por paquete	502
Tabla 202: punto de equilibrio en unidades por paquetes	503
Tabla 203: resumen del punto de equilibrio en unidades por paquete	503
Tabla 204: punto de equilibrio paquete turístico 1	503
Tabla 205: punto de equilibrio paquete turístico 2	505
Tabla 206: punto de equilibrio paquete turístico 3	506
Tabla 207: punto de equilibrio paquete turístico 4	507
Tabla 208: resumen de punto de equilibrio por paquete	508
Tabla 209: Pronostico de ventas para 5 años de los paquetes turísticos	510
Tabla 210: Ingresos totales proyectados para 5 años.....	511
Tabla 211: RESUMEN EGRESOS TOTALES.....	513
Tabla 212: Historial de Tasa de inflación.....	521
Tabla 213: Proyección de la Tasa de inflación	522
Tabla 214: Tasas de interés de cuentas de ahorro	522
Tabla 215: Margen de Utilidad en operaciones.....	528
Tabla 216: RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS.....	528

Tabla 217: MARGEN DE UTILIDAD NETA.....	529
Tabla 218: Empleos Directos Generados por el proyecto.....	534
Tabla 219: Cantidad aproximada de persona beneficiados por establecimiento	535
Tabla 220: Resumen de Empleos generados y beneficiaros con el proyecto	535
Tabla 221: Criterios de evaluación de la metodología.....	540
Tabla 222: Calificación ambiental de la metodología	540
Tabla 223. Desagregación del proyecto en componentes	541
Tabla 224. Identificación de impactos en la etapa de construcción y operación.....	541
Tabla 225. Evaluación de impacto ambiental del proyecto	543
Tabla 226: Población Territorio de los municipios: La Libertad, Tamanique y Chiltiupán	549
Tabla 227: Indicadores educativos de la región	549
Tabla 228: Lista de actividades de la administración del proyecto	565
Tabla 229: Indicadores de la Administración del Proyecto	572
Tabla 230: Niveles de cumplimiento de las actividades.....	573
Tabla 231: Matriz de Responsabilidades de la Administración del Proyecto.....	574
Tabla 232: Descripción del Atractivo Turístico Playa el Obispo.....	588
Tabla 233: Descripción del Atractivo Turístico Playa San Blas	589
Tabla 234: Descripción del Atractivo Turístico Playa El Majahual	590
Tabla 235: Descripción del Atractivo Turístico Playa El Sunzal.....	591
Tabla 236: Descripción del Atractivo Turístico Playa El Palmarcito	592
Tabla 237: Descripción del Atractivo Turístico Playa El Zonte.....	593

INDICE DE GRAFICAS

GRAFICA 1: Distribución de visitantes por zonas turísticas 2011	30
GRAFICA 2: Ingreso por turismo internacional en Istmo Centroamericano (1990-2002).....	43
GRAFICA 3: Evolución de llegadas de turistas en El Salvador 1996-2008	47
GRAFICA 4: Llegada de visitantes internacionales.....	47
GRAFICA 5: Turismo recibido en cada región	48
GRAFICA 6: Llegadas de turistas internacionales.	55
GRAFICA 7: Ingresos por el sector turismo.	55
GRAFICA 8: Tendencia de la canasta básica alimentaria urbana en los últimos 5 años	124
GRAFICA 9 comportamiento de la tasa de inflacion	125
GRAFICA 10: PIB en el tiempo (2009-2013).....	128
GRAFICA 11: estacionalidad	182
GRAFICA 12: Turistas que ingresan a cada país 2002 a 2011	187
GRAFICA 13: Evolución del ingreso de divisas por turismo 2000 a 2011	188
GRAFICA 14: Punto de equilibrio paquete turístico 1	504
GRAFICA 15: Punto de equilibrio paquete turístico 2	505
GRAFICA 16: Punto de equilibrio paquete turístico 3	506
GRAFICA 17: Punto de equilibrio paquete turístico 4	507
GRAFICA 18: Porcentaje de personas beneficiadas con el proyecto	536
GRAFICA 19: Población Territorio de los municipios: La Libertad, Tamanique y Chiltiupán.....	549

INDICE DE ESQUEMAS

ESQUEMA 1: *TEORIA GENERAL DE SISTEMAS* 39

ESQUEMA 2: Sistema Turístico. 41

ESQUEMA 3: Estructuras de la oferta y la demanda 41

ESQUEMA 4: Los 3 pilares del turismo sostenible 44

ESQUEMA 5: Estrategia de desarrollo del turismo plan 2014 49

ESQUEMA 6: plan de muestreo segmentación 1..... 159

ESQUEMA 7: plan de muestreo segmentación 2..... 160

ESQUEMA 8: análisis del mercado competidor 190

ESQUEMA 9: análisis de la Competencia Directa, indirecta y sustitutos 190

ESQUEMA 10: Formulación del problema..... 254

ESQUEMA 11: PLAN DE DESARROLLO TURISTICO 263

ESQUEMA 12: Interrelaciones de las diferentes organizaciones con el Cooperativa Turístico..... 280

ESQUEMA 13: Metodología para el financiamiento de fondos..... 406

ESQUEMA 14: Tipo de Fuentes de Financiamiento 406

ESQUEMA 15: Tipos de Cooperación Internacional..... 407

ESQUEMA 16: Ciclo de Proyectos Productivos 410

ESQUEMA 13: Estrategia del Fomilenio II 494

ESQUEMA 14: Procedimiento previo a la administración del proyecto 557

ESQUEMA 15: Estructura Organizativa de la Administración del proyecto 570

2 INTRODUCCION

El Salvador es un destino turístico emergente, que ha ido incrementando su potencial turístico después de la firma de los acuerdos de Paz, con el proyecto FOMILENEO II se pretende apostar a un mejor desarrollo del turismo siendo así una de las zonas seleccionadas para esto la zona costera del país, el presente trabajo se enfoca en desenvolver un plan de desarrollo turístico sostenible en la microrregión “Cumbres del Mar”, específicamente en 6 playas de los municipios: La Libertad, Chiltiupan y Tamanique

Dicho plan se desglosa en cuatro etapas: diagnóstico, diseño, evaluación del proyecto y administración del proyecto, las cuales se describen brevemente a continuación.

En la fase de diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico de la Micro región Cumbres el Mar aplicado a seis playa de La Libertad, las cuales son El Obispo, El Majahual, San Blas, El Sunzal, El Palmarcito y El Zonte es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico es una fotografía de la situación actual del lugar en estudio

La fase de Diagnóstico se inició con el análisis de la situación interna de 3 municipios que integran la Micro región Cumbres del Mar, se expuso el entorno social, servicios públicos, atractivo naturales entre otros aspectos. Luego se procede, a detallar y analizar la situación actual las asociaciones, cooperativas y ADESCO de los municipios de La Libertad, Tamanique y Chiltiupán Se describe la situación actual de las playas, descubriendo sus servicios y facilidades, además de analizar el entorno externo a estas, en donde se examinó la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias de mercado.

Un aspecto importante que se toma en cuenta en la fase de diagnóstico es el inventario de atractivos turístico, el cual identifico los atractivos naturales de cada playa y las facilidades turísticas como alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros que ofrecen o pueden potenciar en sus servicios turístico

Y finalmente el diagnóstico en donde se compararon los resultados del análisis de la situación que permitió identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y amenazas, y por último la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona

Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos.

En definitiva, constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística.

En resumen, el diagnóstico de las playas en estudio servirá como base técnica sobre la que se asiente cualquier estrategia de desarrollo turístico, por lo tanto consiste en una evaluación del funcionamiento del turismo de la microrregión Cumbres del Mar.

El Plan de Desarrollo Turístico está diseñado tomando en cuenta las condiciones geográficas, económicas y sociales en que viven los pobladores de la microrregión “Cumbres el Mar” tomando en cuenta sus fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas, información detallada en la etapa de diagnóstico, la cual sirve como base para formular la etapa de Diseño.

En la etapa de diseño se desglosa seis sub planes los cuales se detalla a continuación:

Sub Plan de Concientización turística: Creado 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 este proyecto.

Sub Plan de Diseño y Mejora del Producto Turístico: El objetivo de este sub plan es diseñar y mejorar los productos turísticos que ofrece la playas en estudio de la microrregión Cumbres del Mar, tomando en cuenta su infraestructura , los servicio actuales y los servicio potenciales que pueden llegar a ofertar. Esta Sub plan está integrado por ocho programa entre ellos, programas dirigidos a cada playa, para abordar cada una de las necesidades relacionadas al producto turístico, y un programa capacitación dirigido a mejorar los servicios turístico a través del recurso humano.

Sub Plan Promoción y Publicidad: Se llevará a cabo con el fin identificar y determinar los mejores métodos para dar a conocer la oferta turista que poseen las playas en estudio, de esta forma los turistas puedan ser atraídos al lugar y estar al tanto de la variedad de servicios turísticos que estas ofrecen y así poder disfrutar de ellos. Se busca definir las entidades responsables de monitorear la difusión de la publicidad y cumplimiento de las promociones establecidas. Considerando que las playas que se abarcan en este contexto poseen diferentes ofertas turísticas y están orientadas a diferentes mercados objetivos la publicidad que se diseñara será diferenciada para cada una de ellas y se consideran en conjunto solo aquellos puntos donde las playas convergen en su oferta turística.

Sub Plan de Integración de la Oferta Turística: El objetivo de la integración de la ofertar turística es lograr que las playas trabajen en común por un mismo objetivo y que se favorezca la movilidad de los turistas, de modo que se desplacen de un lugar a otro, a lo largo de la micro región y según un itinerario establecido.. La integración de la oferta turística debe responder a los intereses y beneficiar a los diversos prestadores del servicio turístico, la comunidad local y principalmente al turista que es el mercado objetivo.

Sub Plan Seguridad: En este se plasma una visión de actuación conjunta y coordinada de los sectores público y privado para la microrregión Cumbres del Mar, a fin de gestionar óptimamente la seguridad turística en las distintas playas con un enfoque preventivo. Generando las condiciones para que los turistas nacionales y extranjeros, así como las comunidades receptoras, puedan desarrollar sus actividades turísticas en un entorno libre de riesgos físicos, materiales y psicológicos.

Sub Plan Administración del Plan: Y el último componente del plan involucra a la organización de los recursos involucrados y programas previstos con el fin del desarrollo correcto del plan de implementación para mejora del servicio turístico de la micro región, se despliega la descripción específica y detallada de cada una de las líneas de estrategias de acción para el cumplimiento de los objetivos que hacen posible alcanzar el fin último del proyecto.

Para la etapa de evaluación de los proyectos se han considerado los aspectos financieros y económicos, para esto se define la inversión fija del proyecto, el capital de trabajo, los costos fijos

de la prestación de los servicios al igual que los costos variables y auxiliándonos de la proyección de la demanda se realiza el presupuesto de ingresos y gastos para 5 años.

Con la los datos calculados se procede a hacer las evaluaciones económicas del proyecto para conocer si es rentable o n, los beneficios que se obtendrá, el tiempo en que se recuperaría la inversión inicial y de igual manera se realiza un análisis de sensibilidad para conocer los resultados que se obtendrían al variar la demanda, dicho análisis se realiza considerando dos escenarios: pesimista y optimista.

A parte de las evaluaciones económicas y financieras es importante conocer el impacto que el proyecto causara en otras áreas por lo tanto también se realizan evaluaciones de género, sociales y el de impacto ambiental.

En la etapa de la administración del proyecto se pretende desglosar y dar los lineamientos para poner en marcha el proyecto, dando las directrices a seguir y un cronograma de las actividades que se deben de realizar y el respectivo control que se debe llevar.

3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de desarrollo turístico para la micro región de Cumbres del Mar, específicamente para las playas del Obispo, el Palmarcito, el Majahual, San Blas, El Sunzal y el Zonte, diferenciando cada playa por sus atractivos turísticos y potenciando la actividad turística de cada playa.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Hacer un diagnóstico en la zona de la micro región cumbres del mar estableciendo fuentes de Información primarias y secundarias que permitan la recolección y obtención de información referente a la situación actual turística de la zona en estudio, que sirva de insumo para el diseño de propuestas, estrategias y programas para la plataforma turística.
- ✓ Definir la situación actual de la zona micro región cumbres del mar considerando factores internos como: organización, servicios, recursos, infraestructura, entre otros, y externos como: políticas, leyes, programas de apoyo, la aceptación de los turistas hacia las playas entre otros; como base para el establecimiento de la Situación Turística Actual.
- ✓ Elaborar un Inventario Turístico de los atractivos que están siendo explotados actualmente, así como los que se pueden potenciar, además de la capacidad instalada existente en los diferentes servicios turísticos.
- ✓ Identificar las expectativas esperadas por la contraparte con el desarrollo del proyecto para unificar ideas que sirvan como base para el diseño de propuestas.
- ✓ Definir las limitantes que pueden obstaculizar el desarrollo del sector a estudiar y de igual manera clasificar las prioridades de necesidades de cada playa para plantear propuestas de mejora
- ✓ Diseñar planes integrados que optimicen y controlen el aprovechamiento de recursos y potencialidades de la zona como parte del desarrollo de una plataforma turística sostenible.
- ✓ Plantear cuales son los recursos convenientes y requerimientos técnicos necesarios para el desarrollo correcto del plan turístico de acuerdo a lo observado en la situación actual de cada playa
- ✓ Plantear el tipo de organización más conveniente a la estructura de cada playa y de igual forma los requisitos para el funcionamiento y operación de los servicios turísticos, necesarios para la aplicación del Plan de Desarrollo Turístico
- ✓ Definir el presupuesto para cubrir las expectativas de desarrollo del proyecto, de esta manera se podrá describir los recursos financieros requeridos para la implementación del plan y así poder establecer los medios de financiamiento del proyecto como base para la realizar una evaluación económica y financiera de la viabilidad del proyecto.
- ✓ Evaluar el Impacto Social, ambiental que las medidas propuestas por el Plan de Desarrollo turístico tendrán en la zona de estudio.

4 ALCANCES Y LIMITACIONES

4.1 ALCANCES

- ✓ El desarrollo del proyecto llegara hasta la concepción técnica del diseño del plan de desarrollo turístico de la micro región cumbres del mar y el diseño para la administración del proyecto.
- ✓ El desarrollo del proyecto comprenderá la zona costera de las municipalidades involucradas en las playas descritas de la micro región en estudio.
- ✓ Las estrategias a desarrollar y concepción del proyecto será en la singularidad de cada playa y convergentes en un mismo proyecto de manera particular pero vinculadas.
- ✓ Los esfuerzos del proyecto serán dirigidos a la convergencia de intereses comunitarios y colectivos de crecimiento social-económico.
- ✓ El estudio está dirigido a impulsar la realización del turismo sostenible con su objetivo del desarrollo de la micro región con un grado de mayor importancia en la conservación de los recursos naturales.

4.2 LIMITACIONES

- ✓ La discrepancia de intereses políticos entre municipalidades y hacia las iniciativas del ministerio de economía hacen que el flujo de información necesaria sea inaccesible, de veracidad dudosa o diferente a lo observado y recolectado.
- ✓ La disponibilidad de las cooperativas y asociaciones a la atención del grupo es de acuerdo a tiempos pautados por las mismas, lo que puede ocasionar que el aprovechamiento de estas fuentes sea parcial.
- ✓ Siendo el tiempo de culminación de trabajo 9 meses y su inicio de labores en el mes de febrero y teniendo en cuenta que la primera etapa nos dará las directrices del diseño, a través de la observación y recopilación de datos ejecutada en los primeros meses, las variables y marcos estudiados pueden ser distintos ante cambios climatológicos no previstos.

5 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACION

5.1 IMPORTANCIA

El turismo se ha convertido a nivel mundial en una importante fuente de ingresos, en El Salvador ha tenido un crecimiento importante lo cual se ve reflejado en las estadísticas realizadas por CORSATUR que han determinado que los turistas al cuarto trimestre 2011, poseen un gasto promedio de US\$ 100.0 y 5.0 noches de estadía, basados en estos datos, se estima que el dato global acumulado al mes de diciembre es de US\$ 615.1 millones de dólares, lo que representa el 18.7% de crecimiento con respecto al mismo período del año 2010.

Se observa la participación por clasificación del visitante, en donde el salvadoreño residente en el exterior aporta un 35% del gasto total y el extranjero un 62%, el resto lo aporta el excursionista o visitante del día.

Tabla 1: ingreso por turismo

Cuadro 3, Ingresos por turismo (US\$)	Enero –Diciembre		% Variación	% Participación
	2010	2011		
Nacionalidad salvadoreña residente en el exterior	\$190.65	\$218.28	14.5%	35%
Extranjeros no residentes	\$308.76	\$378.88	22.7%	62%
Excursionista	\$18.62	\$17.99	-3.4%	3%
Total	\$518.03	\$615.15	18.7%	100,0%

Fuente: CORSATUR

Gasto y estadía promedio.

Según las últimas encuestas de CORSATUR del año 2011, el nivel de gasto promedio de los turistas que visitan el país fue de \$94.1 y su estadía promedio de 5.4 noches, en el caso de los visitantes de un solo día, el gasto promedio fue de \$40.2

Tabla 2: Gasto y estadía promedio

Fuente: CORSATUR

Aspectos	Promedio 2009	Promedio 2010	Promedio 2011 1/
Turista salvadoreño residente en el exterior			
Estadía Media (noches)	11.1	10.9	10.0
Gasto por Persona y día (en US\$)	92.0	87.8	106.4
Turista extranjero			
Estadía Media (noches)	5.0	4.6	4.4
Gasto por Persona y día (en US\$)	68.8	73.5	89.1
Total Turista			
Estadía Media (noches)	6.2	5.8	5.4
Gasto por Persona y día (en US\$)	77.1	78.5	94.1
Excursionista			
Estadía Media (noches)	0.0	0.0	0.0
Gasto por Persona y día (en US\$)	33.5	41.0	40.2

TURISMO EN EL PIB

Según estimaciones realizadas por CORSATUR, los gastos realizados por los turistas y excursionistas, que visitaron los diferentes destinos turísticos salvadoreños reportaron un coeficiente turístico del PIB del 2,9% en el 2011.

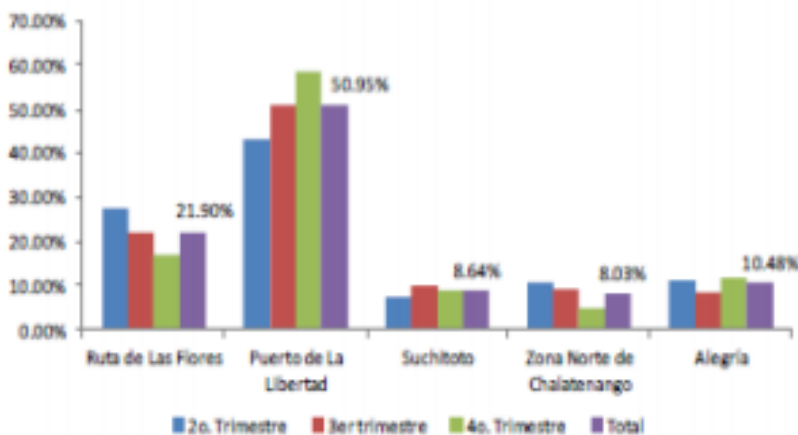
Tabla 3: TURISMO EN EL PIB

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

Fuente: CORSATUR / BCR datos preliminares

Otro punto importante es que la zona del Puerto de La Libertad la que agrupa el mayor flujo de visitantes, alcanzando un porcentaje del 50.95% del total de zonas.

GRAFICA 1: Distribución de visitantes por zonas turísticas 2011



Fuente: CORSATUR

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 la Gerencia de Fomento Productivo Territorial del Ministerio de economía ha decidido impulsar la zona sur de La Libertad, en el rubro de turismo, de esta manera ayudar al desarrollo de los municipios.

El desarrollo del turismo en estos municipios apoyará con la generación de empleos en actividades del sector así como el mejoramiento de servicios que afectan el turismo (MIPYMES) contribuyendo así la calidad de vida de los habitantes de la zona en estudio.

Sin embargo para realizar un óptimo desarrollo turístico en esta zona es necesario planificar dicho desarrollo que permita conocer las potencialidades del lugar de estudio, y al mismo tiempo trazar estrategias que a su vez busquen la sostenibilidad de los recursos turísticos

5.2 JUSTIFICACION

El Salvador, por medio de la iniciativa empresarial privada y por el apoyo y programas de diversos gobiernos centrales y municipales, ha insistido en incrementar su perfil turístico y especialmente destacar la belleza de su costa, montañas y volcanes, desde hace muchas décadas, procurando con ello desarrollar la atención de los turistas nacionales e internacionales, proyectando hacia Centro, Norte y Sur América una imagen de belleza, amabilidad de su gente y accesibilidad desde la ciudad capital, San Salvador.

La zona conocida como El puerto de la Libertad, se ha posicionado en la mente del turista interno de El Salvador, particularmente de la capital y Santa Tecla, como una marca informal en donde se puede descansar y distraerse con las vistas, comer bien, a precios accesibles, muy cerca, solo a 40 minutos desde San Salvador y tener vistas muy hermosas del litoral pacífico, en un ambiente de relativa tranquilidad. Este posicionamiento interno para el salvadoreño se basa en lo atractivo de la región y en la accesibilidad por la carretera y por la distancia.

El posicionamiento al cual El Salvador debería apostarle en la zona sur de La Libertad debe caracterizarse por un turismo que busca un ambiente espontáneo, natural, rural, histórico, cultural, de aventura, surf, ecoturismo, folklor, cálido y amable, relativamente accesible en cuanto a inversión por la diversión.

Los países de donde procede principalmente el turismo extranjero y que son identificados por los hoteleros y restauranteros son: Estados Unidos, Canadá, Guatemala y Honduras. Los hoteles y hostales que reciben turistas practicantes de surf, indican que reciben turistas procedentes de Estados Unidos, Brasil, Australia, Francia, Alemania, España e Israel principalmente.

El tipo de turista extranjeros recibido en los hoteles y hostales de la micro región, requiere lugares limpios y con aire acondicionado, baños en buen estado y ropa limpia en las camas y en los baños. Son necesarios los mapas turísticos y que estos sean accesibles en los lugares de alto tráfico de turistas: gasolineras, mercados, restaurantes, hoteles.

Para la debida atención de este mercado, los comerciantes y proveedores de servicios están procurando proyectarse con mejor información y mejorar los canales de promoción de sus negocios, mejorando en cuanto a temas de seguridad, limpieza y facilidades de servicios básicos.

En la actualidad, la oferta tiende a concentrarse particularmente en La Libertad y en Tamanique. Por lo general se puede observar en este tipo de destinos (playa y cumbres), que el perfil del visitante es de personas de clase media nacionales y extranjeras, con interés en visitar las playas, conocer de pueblos con tradiciones antiguas, encontrar alimentos típicos y a bajos costos, así como en deportes de aventura o de riesgo. El segmento socio-económico que visita principalmente la micro región corresponde al de ingresos medio-altos, medio y medio-bajo, el cual busca diversión a un precio razonable, seguridad y varias amenidades en un solo sitio.

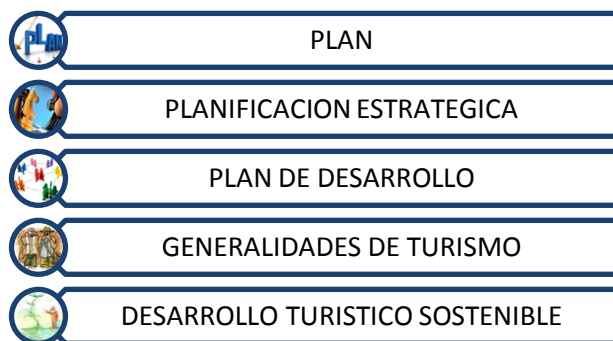
Según el Ministerio de Turismo, la tendencia mostrada en la zona que comprende la micro región “Cumbre del Mar” es de un crecimiento anual estimado del 8%, comparado año con año, en los últimos años, (2008-2009 y 2009-2010). Dentro de los visitantes y turistas en un concepto anualizado general se observa que el 20% corresponden a extranjeros, incluyendo como extranjeros a los salvadoreños residentes en el exterior.

Por ello, la dirección de Fomento Productivo a través de la Gerencia de Fomento Productivo Territorial ha determinado intervenir la zona sur del departamento de La Libertad que comprende la micro región “Cumbres del Mar” conformada por los municipios de La Libertad, Tamanique y Chiltiupán. Esta zona está dentro de la estrategia de intervención de la franja marino costera.

La gran apuesta es apuntar a mejorar las condiciones turísticas de la zona y que sea el rubro turismo el que detone los otros rubros productivos, en definitiva, transformar la cadena productiva de turismo actual en una cadena de valor, además de generar empleo e ingresos a la población de la zona, lo que redundaría en una mejora en la calidad de vida.

6 CAPITULO I: MARCO TEORICO

Para una mejor comprensión de la utilización de los Planes de Desarrollo Turístico como una herramienta válida para la resolución del problema de investigación, y para lograr un mejor conocimiento de la información que se deberá recolectar durante la etapa de diagnóstico, se realizará una descripción de en qué consiste:

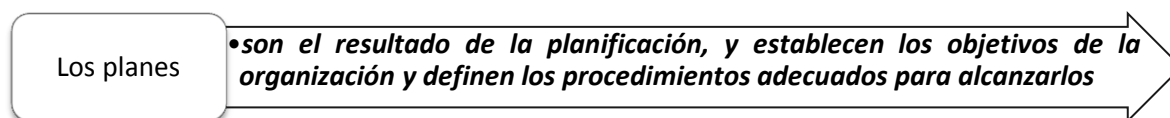


Es decir partiendo de conceptos generales y llegando a los específicos que corresponden a la investigación a realizar.

6.1 PLAN

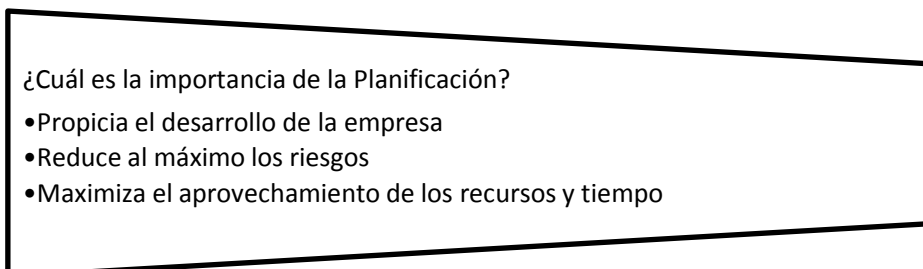
6.1.1 ¿Qué es un plan?

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.



6.1.2 ¿Qué es la Planificación?

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.



6.1.2.1 Clasificación de Planificación

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

- a) **Actividades Contempladas:** Funcional o Corporativa
- b) **Período:** Largo Plazo, Mediano o Corto Plazo
- c) **Importancia del Contenido:** Estratégica y Operacional
- d) **Enfoque:** Proactiva o Reactiva
- e) **Grado de Formalización:** Formal o Informal

6.2 PLANIFICACION ESTRATEGICA

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.

Tabla 4: Características de Planificación Estratégica y Operativa

CONCEPTO	ESTRATEGICA	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, generales y cualitativos	Específico y cuantitativo en unidades físicas
Naturaleza de la información	Externa e intuitiva	Interna y técnica
Grado de predicción	Baja	alto
Estructura de decisiones	No programadas e imprevisibles	Muy programadas

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

6.2.1 Proceso de planificación estratégica

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 muestra un cuadro resumen de las etapas o pasos propuestos por algunos autores para llevar a cabo dicho proceso.

Se presentan los 7 pasos principales para la planificación estratégica

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

6.2.1.1 Características de la Planificación Estratégica

La planificación debe tener las siguientes características¹

- 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 interactiva, 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.

6.2.1.2 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.

¹ Planificación del Desarrollo. Ruth Saavedra Guzmán. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2001

6.2.1.3 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
- ✿ Previsión
- ✿ Universalidad
- ✿ Unidad
- ✿ Continuidad

6.3 PLAN DE DESARROLLO

Una definición de plan de desarrollo es la siguiente:

“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

De esta manera, los planes deben ser sostenibles, con mejoras que se queden en la sociedad aun cuando el plan se haya concluido.

El plan de desarrollo local se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o ciudad.³

6.4 GENERALIDADES DE TURISMO

6.4.1 Definición de turismo

En algún momento en nuestra vida hemos realizado actividades de turismo las cuales tendemos a asociarlas con el ocio, exploraciones, relajamiento, diversión entre otras más, pero en sí, ¿Cómo podríamos definir lo que es el turismo?

A continuación se presentan definiciones propuestas por algunas fuentes.

Tabla 5: DEFINICIONES DE TURISMO

FUENTE	DEFINICIÓN DE TURISMO
Diccionario	Actividad recreativa que consiste en viajar a un país u otra zona que no es la propia por diversión o placer
La OMT (organización mundial de turismo)	El turismo es la descripción de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares

² Marketing de Destinos Turísticos, Editorial SIEC, Madrid

³ Montoya A. 1998. Realidad - Revista de ciencias Sociales y Humanidades (UCA) 61, enero-febrero 1998. 45-55.

	distinto al de su entorno habitual, por periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por fines de ocio, por negocio y/o por otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.
Para Arthur Bormann (Berlín, 1930)	el turismo es el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo

FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.4.2 Tipos de turismo según actividades desarrolladas convencional

Tabla 6: CLASIFICACION DE TURISMO

CLASIFICACION	SUBCLASIFICACIONES	
DE DESCANSO	SOL Y PLAYA	
	DEPORTIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Tradicional • Pasivo Alternativo • De aventura
	TERMAL	
POR AFINIDAD	SOL Y NIEVE	
	CIENTIFICO	
	NEGOCIOS	<ul style="list-style-type: none"> • De incentivo • De empresa (negocios) • De familiarización • De congresos y convenciones • De gestión (Político)
	ESPECIALIZADO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Deportivo
OTRAS CLASIFICACIONES DE TURISMO		
SOCIAL	TERCERA EDAD	
	JUVENIL	
	FAMILIAR	
CULTURAL	HISTÓRICO	
	HISTÓRICO/ARTÍSTICO	<ul style="list-style-type: none"> • De arquitectura popular
	MONUMENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • De exposiciones • Étnico
	ÉTNICO FOLKLORE	➤ Costumbres y Tradiciones
	RELIGIOSO	
	DE FORMACIÓN	
	DE ACONTECIMIENTOS SINGULARES	
	LÚDICO-FESTIVO	
	LITERARIO	
	GASTRONÓMICO	
INDUSTRIAL		
ECOLÓGICO	DE COMPRAS O SHOPING	
	DE MONTAÑA (DEPORTIVO/RURAL)	

	VERDE (CON MAYOR <i>INTERÉS</i> CIENTÍFICO)
	FLUVIAL
RURAL	AGROTURISMO
	RESIDENCIAL

Fuente: elaboración propia con información de monografias.com

6.4.3 Características del turismo

1. Su máxima meta es brindar a los visitantes toda la comodidad y el placer que requieran para pasar unas vacaciones inolvidables.
2. Su ideal es dar a conocer todas las bellezas y bondades que poseen los diferentes centros vacacionales, para atraer al máximo de visitantes.
3. El turismo es una abstracción, es un concepto unificador que se usa por comodidad y para simplificar.
4. Es una gran cadena generadora de empleos tantos directos como indirectos.
5. El turismo, es una de las grandes industrias de casi todo el mundo que está generando grandes ganancias a sus respectivos países.
6. El turismo forma parte de la vida de prácticamente todos los individuos de una sociedad acomodada.
7. Una de las principales características del turismo se refiere a la multiplicidad de actividades que se derivan de este fenómeno. En su mayoría, dichas actividades se encuentran relacionadas y ubicadas en el campo de la economía. De acuerdo con la OMT, son doce las actividades características del turismo:
 8. Hoteles y similares.
 9. Segundas viviendas en propiedad (imputada).
 10. Restaurantes y similares.
 11. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril.
 12. Servicios de transporte de pasajeros por carretera.
 13. Servicios de transporte marítimo de pasajeros.
 14. Servicios de transporte aéreo de pasajeros.
 15. Servicios anexos al transporte de pasajeros.
 16. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros.
 17. Agencias de viajes y similares.
 18. Servicios culturales.
 19. Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento.
20. El Salvador ofrece una variedad de atractivos y temas en el mismo destino a escasa distancia unos de otros.
21. Algunos hoteles, edificios, zonas y comerciales es relativamente reciente, generalmente, más moderno y desarrollado que los países vecinos.

6.4.4 Sistema turístico

Para permitir la utilización de la Ingeniería Industrial en la realización de un Plan de Desarrollo Turístico, 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 Teoría General de Sistemas.

6.4.4.1 Definición de sistema

Un sistema es un conjunto de sucesos, partes o, compuestos de elementos que son interdependientes entre sí y que están en constante interacción para lograr un objetivo.

6.4.4.2 Definición de teoría de sistemas

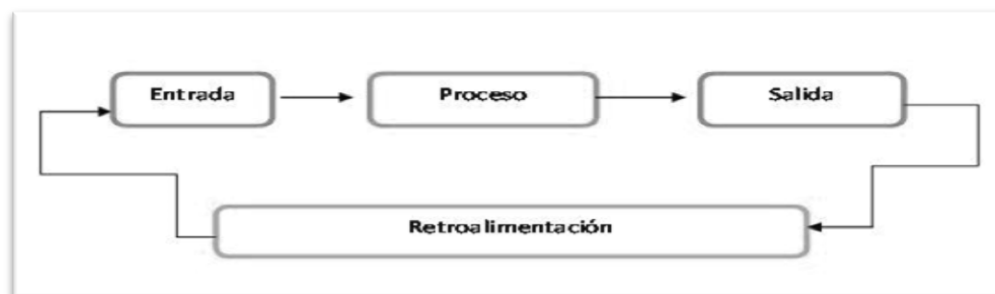
Una teoría es un sistema lógico-deductivo constituido por un conjunto de hipótesis, a si entonces la teoría de sistemas describen la estructura y el comportamiento del mismo. Cubre el aspecto completo de tipos específicos de sistemas, desde los sistemas técnicos hasta los sistemas conceptuales, aumentando su nivel de generalización y abstracción.

6.4.4.3 Característica de un sistema

- ✿ **Propósito u objetivo:** Las unidades u elementos, como también las relaciones, definen lo que trata de alcanzar un objetivo
- ✿ **Globalismo:** Todo sistema tiene naturaleza orgánica; cualquier estímulo en cualquier unidad del sistema afectará a todas las demás unidades debido a la relación existente entre ellas
- ✿ **Entropía:** Tendencia que tienen los sistemas al desgaste o desintegración, es decir, a medida que la entropía aumenta los sistemas se descomponen en estados más simples.
- ✿ **Homeostasis:** Equilibrio dinámico entre las partes del sistema, esto es, la tendencia de los

Los sistemas se forman por los siguientes componentes.

ESQUEMA 1: TEORIA GENERAL DE SISTEMAS



FUENTE: elaboración propia

Entrada o insumo (input)	•Es la fuerza de arranque del sistema, suministrada por la información necesaria para la operación de éste
Salida o producto (output)	•Es la finalidad para la cual se reunirán los elementos y las relaciones del sistema.
Procesamiento o transformador (throughput).	•Es el mecanismo de conversión de entradas en salidas.
Retroalimentación (feedback)	•Es la función del sistema que busca comparar la salida con un criterio previamente establecido.
Ambiente (environment).	•Es el medio que rodea externamente al sistema.

6.4.5 Definición de un sistema turístico

es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones, 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

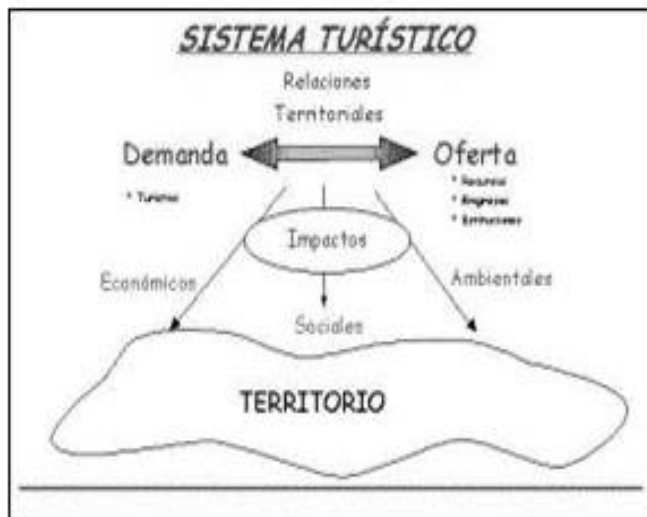
6.4.5.1 Componentes de un sistema turístico

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el sistema turístico se compone de 4 elementos:

- **Demanda:** Conjunto de Consumidores- o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos.
- **Oferta:** Conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística
- **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).
- **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.

Los componentes más principales del Sistema Turístico son: la *Oferta y la Demanda* Turística, cuya relaciones se desarrollan sobre un lugar determinado (origen, destino y espacio recorrido entre ambos), y generan una serie de situaciones tanto positivas como negativas en los aspectos ambientales, socioculturales, y económicos en todo el territorio sobre el que se asienta y desarrolla el Sistema Turístico

Esquema 2: Sistema Turístico.



Fuente: OMT

6.4.5.2 Relación existente entre los componentes del sistema de turismo

La demanda turística la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda,

- como las motivaciones,
- las mejoras económicas,
- los cambios demográficos y sociales,
- la mejora tecnológica,
- factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.;
- 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: Estructuras de la oferta y la demanda



Fuente: OMT

6.4.6 AGENTES EN UN DESTINO TURISTICO

Los turistas y los ocistas: dentro de este grupo se incluyen dos concepciones, la del turista tradicional, es decir el que viaja y el nuevo concepto de ocista más centrado en buscar la satisfacción a partir del uso del tiempo libre. En este grupo se incluyen los públicos internos (los habitantes locales), los públicos que tienen una estrecha relación con el destino, los que tienen cierta vinculación física, afectiva o virtual y por último los de paso.

Las administraciones públicas: las competencias en materia turística corresponden a los funcionarios y responsables políticos operando a través de sus respectivos organismos administrativos. Sus competencias abarcan la planificación territorial, la gestión de la vía pública, al seguridad pública, la limpieza, los servicios deportivos, el transporte público, la información turística, la creación de infraestructuras y equipamientos, etc.

El sector económico y social turístico: está compuesto por los empresarios, los trabajadores y los proveedores de las empresas turísticas y de apoyo y de las asociaciones e instituciones que actúan en el sector. Involucra actividades de intermediación, transporte, comercio, servicios de asistencia, etc.

La sociedad en general: se considera al resto de sectores económicos. Sociales, culturales, ecológicos, etc., y su implicación como parte fundamental del desarrollo turístico. La sociedad local es la primera interesada en el desarrollo turístico, beneficiándose y asumiendo sus desventajas. De ello la importancia en que la sociedad en su conjunto (o por lo menos la mayoría) tenga afinidad con el desarrollo turístico ya que de lo contrario éste podría generar conflictos y disfunciones en el corto y el largo plazo.

6.4.7 Componentes de un destino turístico

Los atractivos: es el componente que desencadena el desarrollo turístico. Así, recursos, atractivos u otros elementos territoriales son susceptibles de ser puestos en valor y esta potencialidad puede manifestarse en mayor o menor proporción de acuerdo a su agrupación o trato que reciban en el proceso de puesta en valor.

Los productos: es el componente que agrupa los recursos territoriales (atractivos y atractivos potenciales) del destino y que, de acuerdo a la combinación de éstos y añadiendo una serie de componentes tangibles e intangibles busca la satisfacción del público objetivo para el cual fueron diseñados.

6.5 TURISMO SOSTENIBLE

La *Organización Mundial del Turismo* (OMT), define turismo sostenible como:

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.”

Para la OMT El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las

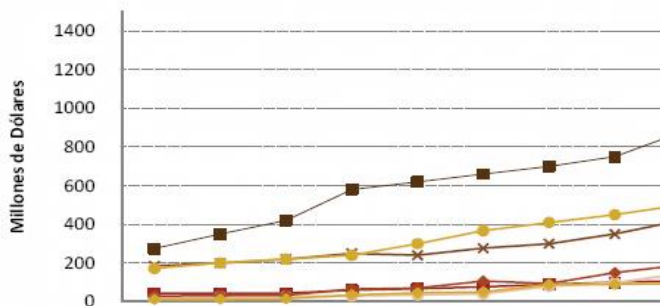
necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida

"El desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades"

Se define también como "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación. Capece, G. 1997)"

Si bien no hay estudios que vinculen el incremento de turistas con el tipo de política regional implementada, sí hay una coincidencia con el momento de definición de las mismas y el crecimiento de turistas.

GRAFICA 2: Ingreso por turismo internacional en Istmo Centroamericano (1990-2002)



Fuente: OMT 2003. En CEPAL, 2004.

Como puede apreciarse en el Grafica No.1 , desde 2002 año de la Declaración de San José, el número de turistas en El Salvador ha crecido con la consecuente ampliación de la captación de divisas. Sobre todo en la última década, el turismo, como actividad económica, empezó a ganar terreno en El Salvador cuando se proyectó al país como el corazón de la plataforma logística de la región.

Tabla 7: El salvador número de turistas e ingresos en divisas (millones US\$)

Año	Número de Turistas	Número de Excursionistas	Divisas
2002	950,597	86,504	342.21
2003	857,378	78,021	373.00
2004	966,416	78,509	424.73
2005	1,154,386	179,044	644.21
2006	1,257,952	222,434	870.67
2007	1,069,000	322,000	744.9

Fuente: CCT-SITCA, 2010.

6.5.1 El turismo sostenible como estrategia de desarrollo

Según la OMT, los principios que definen el turismo sostenible son:

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

Estas características hacen que el turismo sostenible sea una herramienta estratégica en el desarrollo económico local y nacional. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas urbanas y rurales, en las que no existen otras alternativas de actividad económica

6.5.2 El modelo de turismo sostenible

El modelo de turismo sustentable conlleva la coordinación de los tres pilares de la sustentabilidad (economía, ecosistema y sociedad), la creciente “sensibilización” del turista en aspectos ecológicos y sociales, y el mayor empoderamiento de la actividad por parte de las sociedades receptoras.

Esquema 4: Los 3 pilares del turismo sostenible



FUENTE: WIKIPEDIA

Los tipos de turismo mayormente referenciados como sustentables son: el ecoturismo, el turismo solidario y el turismo comunitario. Sin embargo, cabe recalcar que la sustentabilidad se puede aplicar en distintos niveles para diferentes tipos de turismo.

Se puede decir que no existe un modelo de turismo sostenible aplicable universalmente ya que, como queda dicho, el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y de su contexto. En cambio, sí hay modelos de desarrollo turístico que, sean cuales sean las características sociales, económicas y medioambientales de la zona de destino, siempre son insostenibles.

7 CAPITULO II: MARCO CONTEXTUAL

7.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO EN EL SALVADOR

El sector turismo en El Salvador inicia en el año 1924, en la Administración del Dr. Alfonso Quiñónez Molina, el 20 de Junio del mismo año el Gobierno hizo conciencia de la importancia del turismo en El Salvador, no solo 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 primer junta de Fomento, Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial, la cual tuvo como primer Presidente el Dr. José Leiva.

A partir del año 1930, dado que se facilitaron nuevas vías de comunicación se hizo necesario crear la Junta Nacional de Turismo, la cual fue el enlace entre el Gobierno y las Juntas Departamentales de Caminos, dado que el acceso a las zonas turísticas resultaba fácil se acordó extender en forma gratuita a través de consulados, tarjetas de turistas a todos aquellos que visitan el país por un lapso de 8 días, permiso que podía prorrogarse hasta por un mes.

Para el año 1947, se celebra una Asamblea Nacional de Turismo, que involucra a instituciones afines como Aduanas, Migración, Obras públicas, Cultura Popular y Otras; naciendo de ellas la Junta Nacional de Turismo, considerándose que era deber del Estado fomentar el desarrollo material y cultural del país, combinándose los esfuerzos del Gobierno y la empresa privada.

En el año 1961 se creó el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como instancia gubernamental rectora. El monitoreo del sector se facilitó desde 1968, cuando comenzó a publicar boletines estadísticos detallados sobre el flujo de turistas hacia El Salvador. El panorama financiero también mejoró en la Industria, con la apertura de líneas de crédito para promover la inversión turística. En esta década se careció de lineamientos estratégicos específicos de desarrollo y los programas de fomento del turismo aparecieron en la década siguiente.

7.1.1 Turismo en la decada de los 70's

Considerada la época de oro del turismo en El Salvador, con una vida económica y política caracterizada por una relativa estabilidad, el turismo aun no era considerado como un área estratégica para los tomadores de decisiones. A pesar de ello, algunas políticas claves fueron implementadas, como fue la construcción de cuatro hoteles en San Salvador: Camino Real, Ritz, Alameda y Terraza. También entro en operación el Hotel de la Montaña, del Cerro Verde.

Se identificaron algunos factores claves en esta etapa:

A finales de los 70's fue el comienzo de la crisis política y del clima de violencia que desemboco en el estallido de la guerra un año después. En ese periodo aumentaron las desapariciones y asesinatos y algunos hombres de negocios fueron secuestrados por las organizaciones militares (tal fue el caso del presidente del ISTU, Roberto Poma). La prensa internacional difundió la imagen de guerra y el país fue declarado como peligroso para los turistas. Es así como la influencia de viajeros se redujo a los niveles de siete años atrás, en 1980 alcanzó la cuota más baja de visitantes en 15 años.

7.1.2 Turismo en el conflicto armado

En el periodo del conflicto armado la violencia borro del mapa turístico internacional a El Salvador. De esta forma las posibilidades de desarrollo del turismo eran nulas y la construcción de infraestructura turística quedo estancada. La Industria hotelera, en particular fue afectada en los primeros años del conflicto armado, pero posteriormente su situación mejoró mostrando niveles aceptables de ocupación debido a la escasez de habitaciones que había en la capital para albergar a los asesores militares, funcionarios, organismos internacionales, etc.

7.1.3 Turismo despues del conflicto armado

En 1997 se constituye un nuevo ente rector de la industria del turismo, la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), con ello trajo nuevas energías y generar los incentivos necesarios para hacer el turismo “clúster” de calidad mundial.

En el año 2004 se crea el Ministerio de Turismo asumiendo la responsabilidad de la conducción de dos instituciones ya existentes: El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) como instancias operativas. El propósito inicial fue crear una Ley de Turismo.

En diciembre de 2005, se crea y aprueba la Ley de Turismo para responder a una estrategia económica del sector. Esta Ley incluye definiciones básicas, referencias al registro nacional de turismo, similar al planteado en la Ley de Fomento Turístico (donde se estableció el llamado sistema de registro para los agentes involucrados en el turismo). Además, las obligaciones de las personas inscritas en el registro, como medio para obtener ingresos en la promoción turística; el impuesto del 5% del pago de alojamiento y la salida por vía aérea del país.

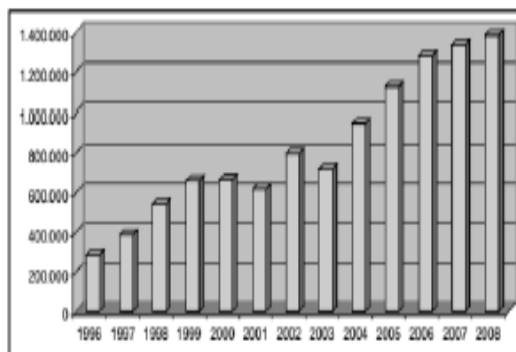
En 2006 se crea el Plan Nacional de Turismo 2006-2014 y la Política Nacional de Turismo. El flujo de la actividad turística en El Salvador ha crecido de manera constante y progresiva. Las estimaciones realizadas para El Salvador por el World Travel & Tourism Council, apuntan un crecimiento medio anual de la demanda de un 3.4% hasta el año 2015, situándolo como uno de los países con un mayor potencial de desarrollo. La crisis internacional que están atravesando muchos países hace pensar que el crecimiento será menor. Esta percepción positiva puede atribuirse a que en general se estaban realizando inversiones de empresas nacionales y extranjeras, muchas de ellas en el ámbito turístico. En términos de 10 años (1996-2005), a El Salvador habían llegado 7.3 millones de visitantes internacionales, siendo el crecimiento anual acumulado del 30.8%. Las llegadas internacionales de turistas a El Salvador en este período pueden apreciarse en la tabla 8 y gráfico 2.

Tabla 8: Evolución de llegadas de turistas en El Salvador 1996-2008

Año	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Visitantes	282,835	282,835	541,863	658,191	667,315	616,888	798,243	719,963	950,745	1,127,141	1,278,924	1,338,543	1,384,773

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Migración y CORSATUR.

Grafica 3: Evolución de llegadas de turistas en El Salvador 1996-2008

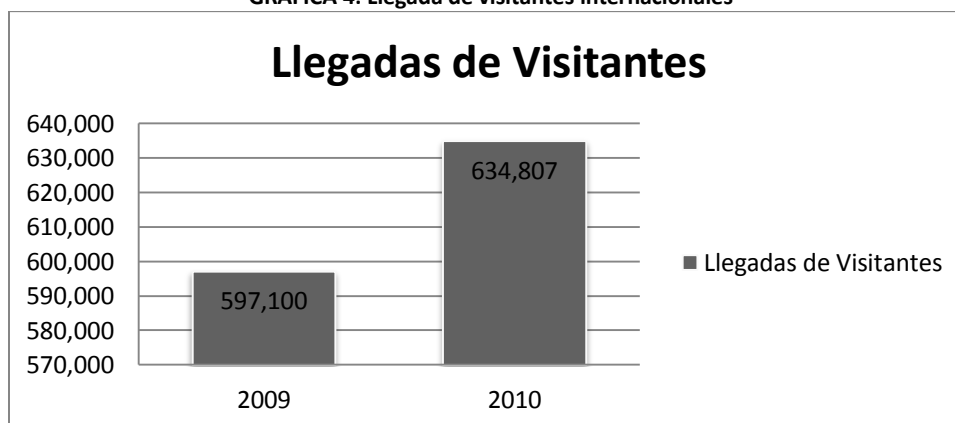


Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Migración y CORSATUR.

Según CORSATUR Guatemala y Estados Unidos se configuran como los principales países emisores de turistas a El Salvador. La entrada de turistas al país se produce en su mayoría vía terrestre (67,8%), siendo los porcentajes de vía aérea y marítima del 32.1% y 0.13% respectivamente. De las entradas vía terrestre el 90% corresponde a turistas procedentes de Centro América. Los pasos fronterizos más utilizados son el de Las Chinamas y El Amatillo. Los ingresos por turismo en El Salvador han aumentado de forma considerable en los últimos años, pasando de \$44.1 millones en 1996 a \$254.3 millones en el año 2000 y a \$733.9 millones en el 2008.

Al termino del año 2009 y principios del año 2010 el turismo receptivo internacional ha dado resultados de manera “moderadamente satisfactoria” para el sector turístico Salvadoreño

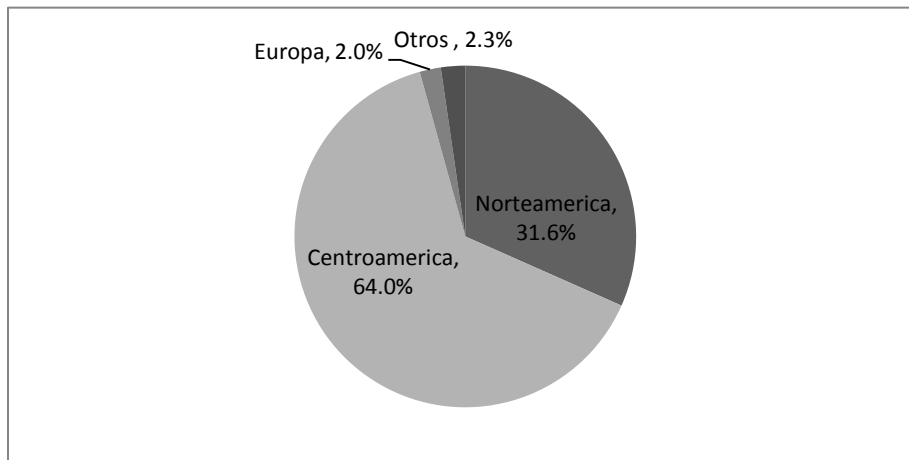
GRAFICA 4: Llegada de visitantes internacionales



FUENTE: CORSATUR

Por principales mercados, el turismo salvadoreño es representado por ocho principales regiones del mundo. De estas regiones las que por orden de importancia se destacan son: la región de Centroamérica con 64% del turismo recibido; en segundo lugar, la región de Norteamérica se destaca por su porcentaje de participación que corresponde al 32% sobre el total de llegadas y en tercer lugar, los visitantes internacionales cuya región de residencia es Europa con un 2% de participación del total, región que va en proceso de constituirse en un mercado turístico principal dentro de los destinos emergentes que mantienen El Salvador, con un indice de crecimiento arriba del 20% al primer trimestre de 2010.

GRAFICA 5: Turismo recibido en cada región



FUENTE: CORSATUR

Tabla 9: Variación porcentual en llegadas por principales países emisores de turismo

País de residencia	Primer trimestre		% Variación
	2009	2010	
Centroamérica	172,691	178,404	3.3%
Guatemala	114,703	127,286	11.0%
Honduras	39,928	34,994	-12.4%
Nicaragua	11,208	8,753	-20.6%
Otros, C.A.	7,032	7,371	4.8%
Norte América	84,065	87,971	4.6%
Estados Unidos	70,253	75,268	7.1%
Mexico	4,980	4,571	-8.2%
Canada	8,832	8,132	-7.9%
Suramérica	4,255	4,173	-1.9%
Caribe	528	551	4.4%
Europa	4,680	5,654	20.8%
Otros del mundo	1,309	1,796	37.2%
Total	267,528	278,549	4.1%

FUENTE: CORSATUR

7.2 IMPORTANCIA DEL TURISMO

Es absolutamente estratégica para un país, es una actividad fundamental para el desarrollo económico, cultural y social del mismo:

- ✓ **IMPORTANCIA ECONOMICA:** El turismo es un sector, cuya importancia en la economía ha aumentado constantemente durante la última década en El Salvador, al igual que la competencia y la necesidad de responder a los cambios que le afectan. El desarrollo de este sector produce ingresos necesarios, para los diferentes entes que forman parte en esa actividad. Se caracteriza por una alta generación de empleos, ya que utiliza grandes

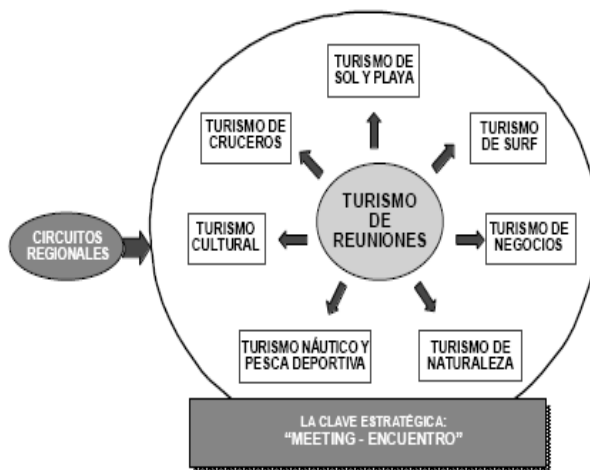
cantidades de mano de obra, tanto en la construcción de la infraestructura básica, hoteles y zonas comerciales. Se considera que una las ventajas más importantes es que diversifica la economía y genera divisas que permiten el desarrollo económico del país.

- ✓ **IMPORTANCIA SOCIAL:** El turismo cobra relevancia y es reconocido como un sector importante para la generación de mejores y mayores alternativas productivas de empleo, generación de riqueza, desarrollo local y un factor importante para la erradicación de la pobreza; en algunos casos permiten a los microempresarios exponer sus productos artesanales, en su mayoría característicos del lugar y así disponerlos a los turistas esto permite que las comunidades utilicen el turismo como una fuente de ingresos para el desarrollo sostenible.
- ✓ **IMPORTANCIA CULTURAL:** Debe de cumplir las siguientes condiciones:
 1. Que el turista o excursionista posea el deseo de cultivarse, de entender y conocer obras, construcciones y formaciones que va a visitar.
 2. Que se utilice un recurso cultural.
 3. Que se produzca la intervención de un intermediario, persona, documento o material audiovisual.
- ✓ **IMPORTANCIA POLITICA:** Nuevos incentivos y mecanismos para la obtención de recursos financieros que servirán para la promoción turística del país, son algunos de los puntos medulares que contempla el proyecto de la Ley de Turismo, que ha sido preparada por el Ministerio del ramo con el apoyo de entidades internacionales, juristas nacionales y miembros del sector. Este proyecto de ley cuenta con el apoyo de representantes del sector privado y la industria turística. (Ley de turismo-Decreto No. 889//D. O. No. 237, Tomo No. 369, del 20 de diciembre de 2005, Ley de turismo con reformas incorporadas- Decreto No. 570//D.L. N° 570, del 17 de diciembre de 2010, publicado en el D.O. N° 241, Tomo 389, del 23 de diciembre del 2010).

7.2.1 Los planes de turismo: el plan 2014 y plan 2020

Los planes de turismo existentes en la actualidad (Plan 2014 y el Plan 2020) se elaboraron en la gestión de los Gobiernos anteriores, donde la visión era convertir a El Salvador en un referente internacional para el turismo de convenciones y a partir de ahí, que los beneficios se extendieran a los demás tipos de turismo, tal y como aparece en el Esquema 5

Esquema 5: Estrategia de desarrollo del turismo plan 2014



Fuente: (Grupo GDT y TURASIST, 2008)

El Plan 2014 parte de un diagnóstico según el cual, las principales fortalezas para desarrollar el turismo en el país son: la apuesta del Gobierno por el sector turismo, el buen estado de la red vial, la excelente conectividad con Norteamérica, el dinamismo del sector privado, variados recursos con alto potencial turístico y ser el tercer país centroamericano en llegadas turísticas.

El Plan 2020 es una adaptación del Plan anterior donde se presenta la necesidad de poner mayor atención en el desarrollo turístico en el litoral y desarrollar un turismo con enfoque social como nuevo eje para un encuentro vivencial. Esta modalidad de turismo se caracteriza porque la comunidad local tiene el control sustancial del manejo de la oferta, participa en su desarrollo, en su manejo y donde una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad (GDT, 2008).

Tabla 10: OBJETIVOS DEL TURISMO EN LOS PLANES NACIONALES

Objetivos Plan 2014	Objetivos Plan Quinquenal 2010-2014 para el sector turístico
<p>Objetivos de la actividad turística:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento sostenido de la actividad turística • Primar la mejora cualitativa de las llegadas turísticas respecto a la cuantitativa. • Incremento de la contribución del turismo al PIB de la nación • Consolidar a El Salvador entre los 3 principales destinos de Centro América <p>Demanda turística:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionar El Salvador como primer destino de negocios y reuniones de la región centroamericana. • Incrementar el peso del turismo internacional en detrimento de las llegadas centroamericanas • Definir y consolidar la notoriedad de la imagen de marca turística de El Salvador. <p>Oferta turística:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la capacidad receptiva como destino turístico y proporcionar una oferta de servicios de calidad. • Fomentar las inversiones nacionales y extranjeras en el sector. Ligar incentivos fiscales a la materialización de al menos 1,000 inversiones en oferta alojamiento restauración y servicios complementarios • Involucrar a los agentes públicos y privados en el desarrollo sostenible del sector promoviendo su participación coordinada • Profesionalización y cualificación de los 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar e incentivar progresivamente el desarrollo del turismo interno por medio de mecanismos y proyectos especializados: Golfo de Fonseca, Icaal, entre otros. • Identificar, captar y profundizar los mercados regionales centroamericanos, especialmente durante su primera fase en países como Guatemala y Honduras. • Concentrar recursos humanos y financieros para promocionar de forma eficaz la captación de los mercados de la población salvadoreña en el exterior • Desarrollar las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas como sector estratégicas generador de empleo, como fuente de oportunidades de progreso y de participación de la mujer y como dinamizador del mercado interno • Colaborar con las iniciativas de inversión nacional y extranjera tendientes a fortalecer la industria del turismo, mediante estrategias comerciales que potencien una mayor cobertura de mercados y las llegadas de turistas, de acuerdo a las metas programadas. • Apoyar los esfuerzos del sector turismo en el marco de los acuerdos de integración centroamericana. • Estimular el turismo internacional a través de nuevos conceptos y de productos diferenciados. • Establecer cordones de seguridad en las rutas turísticas.

recursos humanos y creación de cultura
turística en el país

FUENTE: grupo GDT y TURASIST, 2008; y Gobierno de El Salvador, 2010.

7.2.2 El plan quinquenal

El Plan Quinquenal es el instrumento de política que orienta las grandes líneas de acción durante la gestión actual. En este documento se plantea, entre otros temas, la política de turismo a seguir; en el que se resalta la necesidad de dinamizar el turismo interno, de prestar atención a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs), sobre todo en las zonas rurales, con el objetivo de mejorar su calidad de vida y revalorizar los recursos naturales y culturales de los territorios. (Gobierno de El Salvador, 2010).

El Plan toma como eje estratégico el desarrollo de Pueblos Vivos, que, durante la gestión anterior, era un concurso donde se premiaba al municipio más votado por los visitantes y turistas. La idea de la gestión actual es retomar Pueblos Vivos con el objetivo de que las comunidades revaloricen sus recursos naturales y rescaten su historia y cultura.

7.3 TURISMO SOL Y PLAYA

El concepto de Sol y Playa comprende un conjunto de actividades de aplicación turística que se desarrollan en el litoral, con un perfil de turista activo y multimotivacional que ya no sólo busca disfrutar pasivamente del sol en la playa.

7.3.1 Principales aspectos a tener en cuenta en el turismo de sol y playa

7.3.1.1 Fortalezas del segmento turístico

- Condiciones climáticas favorables para el desarrollo de la actividad turística. Con una temperatura media de 20°C y más de 300 días de sol.
- Amplia oferta de playas con buena calidad de aguas y servicios.
- Accesibilidad a todos los destinos del litoral.
- Contar con destinos turísticos consolidados, como la Costa del Sol, con un elevado reconocimiento en el mercado.
- Reconocimiento como un destino turístico de sol y playa.
- Amplia oferta, capacidad y variedad de alojamientos, destacando el peso de los hoteles y sobre todo de categorías superiores, 4 y 5 estrellas.
- Amplitud de la oferta complementaria, especialmente de ocio, cultural y deportiva y reconocido prestigio internacional de la gastronomía.
- Alta valoración del litoral por los turistas que nos visitan.
- Alto grado de fidelización en el mercado nacional y en mercados externos tradicionales.
- Creciente implantación de sistemas de calidad en el sector.
- Amplia oferta de formación profesional y universitaria en turismo, con presencia de estos estudios en todas las localidades.
- Se estima el manifiesto la relevancia de este segmento en el bienestar social.

7.3.1.2 Debilidades del segmento turístico

- Elevada concentración y estacionalidad de la actividad, que implican saturación de los destinos y afecta a los niveles de satisfacción de la demanda.
- Deterioro medioambiental de un elevado número de destinos, como consecuencia de un excesivo y desordenado urbanismo.

- Demanda muy concentrada en pocos emisores turísticos, destacando la elevada dependencia del mercado nacional.
- Excesiva concentración de la oferta de alojamiento turístico.
- Antigüedad de una parte de la planta hotelera.
- Multitud de marcas promocionales (territoriales y empresariales).
- Baja inversión en innovación de las empresas turísticas. Según el Instituto Nacional de Estadística, en las empresas del sector de hostelería la intensidad de la innovación es de 0.15, mientras que en el resto del sector servicios es del 0.86 y en la industria del 1.48.
- Dificultad para la cobertura de los puestos de trabajo y elevada rotación del personal.

7.3.2 Ruta sol y playa el salvador

El Salvador ofrece a sus visitantes más de 300 km de hermosas playas tropicales entre ellas dos de las mejores playas del mundo para la práctica de surf (El Sunzal y La Paz). Desde el occidente hasta el oriente del país existen más de 45 playas con coloridos paisajes donde se puede disfrutar de aguas cálidas, sol intenso e impresionantes olas que atraen a surfistas y turistas de todo el mundo. Entre las más reconocidas se enlistan:

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| 1) Playa Barra de Santiago | 11) Playa Costa del Sol |
| 2) Playa El Metalio. | 12) Estero de Jaltepeque |
| 3) Playa Los Cobanos | 13) Bahía de Jiquilisco |
| 4) Playa Puerto de Acajutla | 14) Playa El Espino |
| 5) Playa El Palmarcito | 15) Playa Las Flores |
| 6) Playa El Sunzal | 16) Playa El Cuco |
| 7) Playa El Tunco | 17) Playa Las Tunas |
| 8) Playa La Paz | 18) Playas Negras |
| 9) Playa San Diego | 19) Playa El Tamarindo |
| 10) Playa El Zonte | 20) Golfo de Fonseca |

7.4 PROYECTO FOMILENIO II

El Fomilenio II que Estados Unidos otorgará a El Salvador ya tiene garantizados los fondos para crear la institucionalidad que lo administrará y para dar inicio a los estudios de factibilidad de los proyectos en los que el gobierno pretende utilizar los recursos donados por su similar estadounidense.

La garantía se ha sellado con un acuerdo en el que la Corporación Reto del Milenio (MCC, por sus siglas en inglés) ha donado \$2.94 millones que el gobierno salvadoreño destinará para iniciar el proceso de instalación de las oficinas para Fomilenio II y para la ejecución de investigaciones y estudios que permitan precisar detalles de los proyectos incluidos en la propuesta salvadoreña presentada a la MCC, según ha informado la Secretaría Técnica de la Presidencia.

Las áreas en las que el gobierno ha decidido hacer énfasis con los fondos que otorgue la MCC son infraestructura, capital humano y clima de inversiones.

Mejoras en el área de educación, rehabilitación de carreteras vitales en el corredor logístico de la zona costera, y el desarrollo de mecanismos para agilizar la tramitología a la que tienen que enfrentarse los inversionistas, son el espíritu de los proyectos que El Salvador ha presentado.

“Los estudios e investigaciones que se realizarán comprenden temas importantes como la identificación de las escuelas y el tipo de mejoras que sería posible cubrir con el financiamiento, para revisar las brechas de género en el ámbito educativo y diseñar el sistema de gestión social y ambiental que regirá las bases del compacto dos”, ha informado la Secretaría Técnica de la Presidencia.

Con esto se busca identificar las principales causa de la deserción, ausentismo y repitencia escolar en la franja costera del país, zona en la que, según el gobierno, habita un 26% de la población salvadoreña, de los cuales un 20.5% vive en el analfabetismo y apenas un 1.6% ha cursado estudios superiores.

Un primer compacto, el Fomilenio I, fue otorgado en 2007 y fue destinado al desarrollo de la zona norte del país. El mismo terminó de ejecutarse en 2012.

El segundo compacto (Fomilenio II) que el gobierno de Estados Unidos, a través de la MCC, desembolsará a El Salvador fue anunciado a finales de 2011.

7.5 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA MICRO REGIÓN “CUMBRES DEL MAR”



La zona sur del departamento de La Libertad comprende la microrregión “Cumbres del Mar” conformada por los municipios de La Libertad, Tamanique, Jicalapa, Teotepeque y Chiltiupán.

Dicha zona tiene un gran potencial económico turístico en tanto posee muchos recursos naturales, históricos y culturales (tangibles e intangibles). Su potencial en cuanto al rubro agroindustria es mínimo, lo que más se cultiva son granos básicos para subsistencia y un poco de frutales, pero no en grandes volúmenes. La gran apuesta es apuntar a mejorar las condiciones turísticas

de la zona y que sea el rubro turismo el que detone los otros rubros productivos, en definitiva, transformar la cadena productiva de turismo actual en una cadena de valor, además de generar empleo e ingresos a la población de la zona, lo que redundaría en una mejora en la calidad de vida.

Para el año 2013, la Gerencia de Fomento Productivo Territorial (GFPT, ex UDEC) prioriza dicho territorio en su planes a través de los rubros turismo y agroindustria, por lo que se hace necesario realizar una investigación documental de la zona y, a la vez, levantar más información enfocada a la obtención de los objetivos a alcanzar. Durante la investigación se ha descubierto que la línea estratégica a apostar en la micro región Cumbres del Mar debe ser el turismo más que la agroindustria, por lo que en este estudio se profundizó más ese rubro.

El departamento de La Libertad, específicamente la zona sur, son cinco municipios que están dentro de la estrategia de intervención de la franja marino costera, estrategia que el gobierno inicio en el 2013, el 28 de agosto de ese año, la Secretaría Técnica de la Presidencia denominó Territorios de progresos, a la micro región Cumbres del Mar.

Un plan de desarrollo turístico, es un instrumento de gestión pública para impulsar el desarrollo en un lugar determinado, los lugares de estudio serán 3 municipios que conforma la micro región Cumbres del mar los cuales son: **La Libertad, Tamanique y Chiltiupán.**

7.6 GENERALIDADES DE LOS MUNICIPIOS

7.6.1 Caracterización de los municipios la libertad, tamanique y chiltiupán

Estos municipios tienen la principal característica que todos poseen costa en el océano pacifico, Dentro de estos territorios se decidió que en la zona sur de La Libertad, la Gestión de Fomento Productivo Territorial trabajara únicamente con todos las y los actores clave de los rubros agroindustria y turismo, por ser estos los temas que más apoyo demandan. En el caso de turismo, los municipios de la Libertad, Tamanique y Chiltiupán cuenta con playas hermosas que no han desarrollado su potencial turístico en su totalidad, las cuales son:

Tabla 11: Playas a estudiar pertenecientes a la micro región Cumbres del Mar

Playa	Ubicación(Municipio)
El Obispo	La Libertad
San Blas	La Libertad
El Majahual	La Libertad
El Sunzal	Tamanique
El Palmarcito	Tamanique
El Zonte	Chiltiupán

FUENTE: Elaboración propia

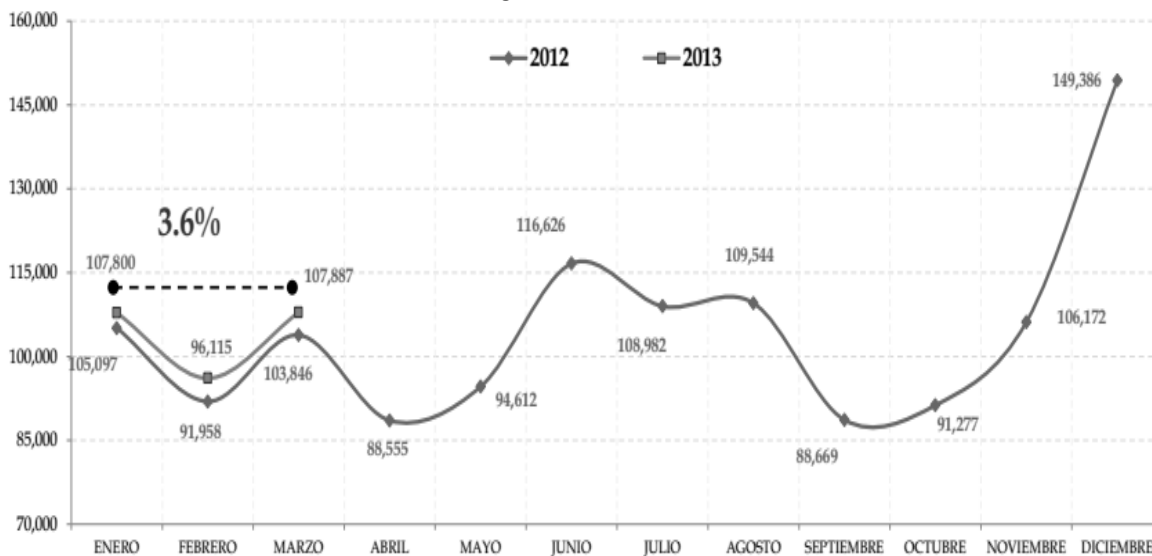
7.6.2 Turismo en la libertad

La zona conocida como Puerto De La Libertad, se ha posicionado en la mente del turista interno de El Salvador, particularmente de la capital y Santa Tecla, como una marca informal en donde se puede descansar y distraerse con las vistas, comer bien, a precios accesibles, muy cerca, solo a 40 minutos desde San Salvador y tener vistas muy hermosas del litoral pacífico, en un ambiente de relativa tranquilidad. Este posicionamiento interno para el salvadoreño se basa en lo atractivo de la región y en la accesibilidad por la carretera y por la distancia.

Los países de donde procede principalmente el turismo extranjero y que son identificados por los hoteleros y restauranteros son: Estados Unidos, Canadá, Guatemala y Honduras. Los hoteles y hostales que reciben turistas practicantes de surf, indican que reciben turistas procedentes de Estados Unidos, Brasil, Australia, Francia, Alemania, España e Israel principalmente.

Llegada de Turistas Internacionales Enero-Diciembre 2012/Enero –Marzo 2013

GRAFICA 6: Llegadas de turistas internacionales.

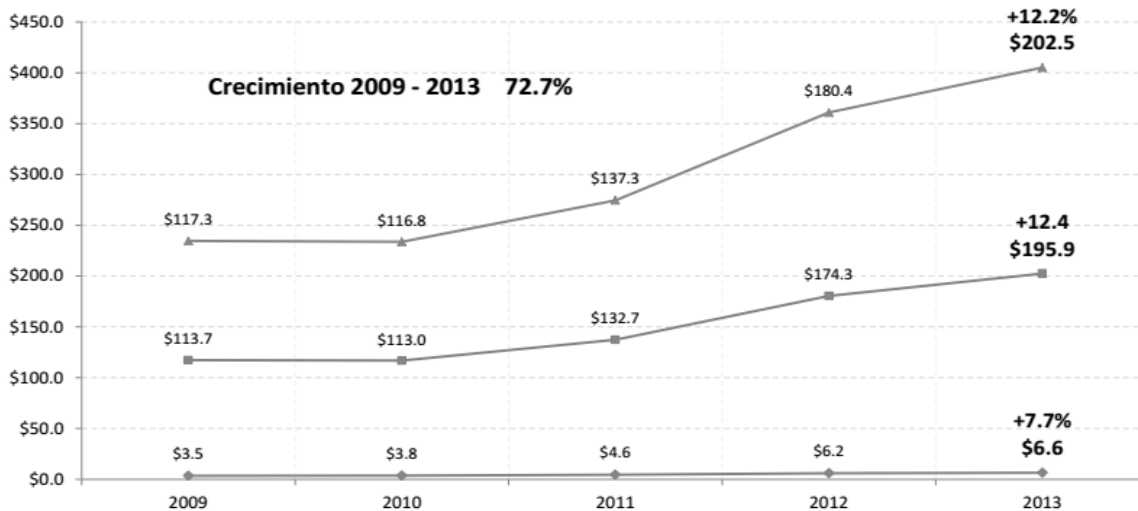


Fuente: Cosatur.gob.sv

En relación con la llegada de Turistas Internacionales, registrada para el acumulado a marzo de 2013, el aumento fue en 3.6%, es decir 10,900 turistas más que los registrados en el acumulado a marzo del 2012. Ingresos turísticos enero 2009-2013

Ingresos Turísticos enero 2009 – 2013 en millones de \$

GRAFICA 7: Ingresos por el sector turismo. Visitante Turista Excursionista



Fuente: cosatur.gob.sv

Evolución del empleo en turismo

Tabla 12: Evolución del turismo

Actividades/ Febrero	Número de trabajadores 2009	Número de trabajadores 2010	Variación %	Número de trabajadores 2011	Variación %	Número de trabajadores 2012	Variación	Número de trabajadores 2013	Variación
Hoteles y similares	4,659	4,909	5.40%	4,940	0.60%	4,269	-13.6%	4,361	2.20%
Restaurantes, bares y similares	15,295	15,814	3%	16,881	6.70%	17,418	3.20%	19,055	9.40%
Transporte	13,132	11,523	-12%	13,047	13.20%	13,784	5.60%	12,773	-7.3%
Otras	8,390	6,789	-19%	6,250	-7.90%	6,487	3.80%	8,051	24.10%
Total	41,476	39,035	-5.90%	41,118	5.30%	41,958	0.60%	44,240	5.40%

Fuente: cosatur.gob.sv

El empleo generado en turismo al mes de febrero presenta un incremento del 5.4% con respecto al mismo mes del año 2012.

7.6.3 Preferencias turísticas

Para la debida atención de este mercado, los comerciantes y proveedores de servicios están procurando proyectarse con mejor información y mejorar los canales de promoción de sus negocios, mejorando en cuanto a temas de seguridad, limpieza y facilidades de servicios básicos.

En la actualidad, la oferta tiende a concentrarse particularmente en La Libertad y en Tamanique.

Según el Ministerio de Turismo, la tendencia mostrada en la zona que comprende la micro región "Cumbre del Mar" es de un crecimiento anual estimado del 8%, comparado año con año, en los últimos dos años, (2008-2009 y 2009-2010). Dentro de los visitantes y turistas en un concepto anualizado general se observa que el 20% corresponden a extranjeros, incluyendo como extranjeros a los salvadoreños residentes en el exterior.

La tendencia de frecuencia de visita es estacionaria, resaltando sobremanera la temporada de la semana santa, seguida de las de las fiestas de fin de año y luego la semana de las vacaciones agostinas. En los otros periodos del año aparte de las temporadas ya indicadas, la afluencia se concentra en los fines de semana, especialmente desde viernes por la noche hasta el domingo por la tarde.

El mercado de demanda de turismo hacia la micro región destaca las siguientes necesidades básicas (en orden de importancia):

Tabla 13: Necesidades del turística según el estudio: Caracterización y mapeo de actores de la micro región Cumbres del Mar: La Libertad, Tamanique, Chiltiupán, Jicalapa y Teotepeque. División de Fomento Productivo Territorial.

Necesidades básicas del turista

Distracción, diversión, paisajismo, relajamiento, conocer.
Buena comida a precios accesibles
Seguridad y vigilancia
Limpieza e Higiene
Servicios públicos accesibles (servicios sanitarios, teléfonos, internet)
Señalización
Información
Amenidades alternativas o complementarias en los destinos de la Microrregión

FUENTE: MINEC

7.6.4 Ley de turismo en el salvador

La Ley de Turismo fue creada bajo el decreto legislativo N. 899 el 10 de Diciembre de 2005.

Esta Ley consta de 10 Capítulos y 41 artículos en los que se describe el interés y el apoyo que el Gobierno de El Salvador se encarga de promover al desarrollo económico y social del país a través del sector turismo y de sus diferentes elementos que aportan a ese mismo objetivo.

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 turísticas que contribuyan a fortalecer el desarrollo del país.

7.6.5 Ley nacional de medio ambiente

La ley nacional del medio ambiente 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.

7.6.5.1 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.

7.6.5.2 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.

7.6.6 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

7.6.6.1 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.

7.6.7 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.

7.6.8 Ley de CORSATUR

Ley Nacional de CORSATUR tiene como propósito el desarrollo del sector turismo, siendo ejecutor de la Política y el Plan Nacional de Turismo.

Dentro de sus funciones se encuentran: Llevar un censo y control estadístico actualizado y Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regional, departamental y municipal

7.6.9 Política nacional de turismo

Promueve 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. Su principal objetivo es convertir a El Salvador en uno de los mayores **destinos turísticos regionales e internacionales y fomentar el turismo interno.**

7.6.10 Ley de inversion

Esta 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.

8 ETAPA DE DIAGNOSTICO

OBJETIVO

Describir la situación interna y turística de los municipios de la microrregión en estudio, de manera que se pueda identificar cuáles son las líneas generales del desarrollo turístico real y potencial de la zona, para que en fases posteriores se pueda diseñar soluciones para mejorar el desarrollo turístico de la zona

8.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR

8.1.1 Situación interna de la microrregión cumbres del mar

La zona sur del departamento de La Libertad comprende la microrregión “Cumbres del Mar” conformada por los municipios de La Libertad, Tamanique, Jicalapa, Teotepeque y Chiltiupán. Denominado por el gobierno, Territorio de Progreso número 19, representantes participantes, tales como asociaciones de desarrollo comunal (Adescos), asociaciones de mujeres, jóvenes, sectores productivos y Juntas de Agua. Así también de los funcionarios de las distintas instituciones de gobierno que trabajan en la zona, alcaldes y Gabinetes de Gestión Departamental.

El Ministerio de Economía a través de la Dirección de Encadenamientos Productivos, detectó en 2010 un fuerte potencial de desarrollo de una cadena productiva basada en la significativa existencia de negocios en una misma localidad, el nivel de desarrollo y organización existente, el auge que había estado teniendo como destino turístico sobre todo los fines de semana, la ampliación de la carretera al puerto de La Libertad, entre otros.

Dicha zona tiene un gran potencial económico turístico en tanto posee muchos recursos naturales, históricos y culturales (tangibles e intangibles). Su potencial en cuanto al rubro agroindustria es mínimo, lo que más se cultiva son granos básicos para subsistencia y un poco de frutales, pero no en grandes volúmenes. La gran apuesta es apuntar a mejorar las condiciones turísticas de la zona y que sea el rubro turismo el que detone los otros rubros productivos, en definitiva, transformar la cadena productiva de turismo actual en una cadena de valor, además de generar empleo e ingresos a la población de la zona, lo que redundaría en una mejora en la calidad de vida.

Para el año 2013, la Gerencia de Fomento Productivo Territorial (GFPT, ex UDEC) prioriza dicho territorio en su planes a través de los rubros turismo y agroindustria, por lo que se hace necesario realizar una investigación documental de la zona y, a la vez, levantar más información enfocada a la obtención de los objetivos a alcanzar. Durante la investigación se ha descubierto que la línea estratégica a apostar en la micro región Cumbres del Mar debe ser el turismo más que la agroindustria, por lo que en este estudio se profundizó más ese rubro.

El departamento de La Libertad, específicamente la zona sur, son cinco municipios que están dentro de la estrategia de intervención de la franja marino costera, estrategia que el gobierno inicio en el 2013, el 28 de agosto de ese año, la Secretaría Técnica de la Presidencia denominó Territorios de progresos, a la micro región Cumbres del Mar.

De los municipios que conforman la microrregion cumbres del mar se estudiaran y analizaran los municipios de: la Libertad, Tamanique y Chiltiupan

8.1.2 Ubicación



La microrregión cumbres del mar se encuentra ubicada en el departamento de la libertad, La Libertad es un departamento central de El Salvador. Su cabecera es Santa Tecla, anteriormente llamada Nueva San Salvador.

Limita al norte con el departamento de Chalatenango, al este con los departamentos de San Salvador y La Paz, al sur con el Océano Pacífico, al oeste con los departamentos de Santa Ana y Sonsonate. Está dividido en tres distritos: Santa Tecla, Quezaltepeque y San Juan Opico.

Destacan en el departamento los ríos Lempa (19.5 km) y Sucio (32.5 km). También posee la laguna de Chanmico, con un área de 0.78 km², y el volcán de San Salvador o Quezaltepeque, con una elevación de 1,959 msnm.



Este departamento cuenta con 22 municipios de los cuales los tres de nuestro interés para este estudio se encuentran ubicados en la zona costera del departamento como se muestra en la siguiente imagen

Geografía de La Libertad: 30 msnm. Limita al sur con el Océano Pacífico; al norte con Zaragoza; San José Villa Nueva; al este con San Luis Talpa y al oeste con Tamanique.

Geografía de Chiltuipán: 750 msnm. Limita al norte con Jayaque, al sur con el Océano Pacífico, al este con Teotepeque y Jicalapa y al oeste con Tamanique

Geografía de Tamanique: 600 msnm. Limita al norte con Jayaque y Talnique; al este con Comasagua y La Libertad, al sur con el Océano Pacífico y al oeste con Chiltuipán

8.1.3 Visión del territorio cumbres del mar.

Ser la microrregión “Cumbres del Mar” un territorio turísticamente atractivo, libre de violencia, donde se proteja el medio ambiente y sus habitantes cuenten con los servicios básicos; a través de una sólida organización social y comunitaria, que permita gozar plenamente de los derechos ciudadanos, con enfoque de igualdad y equidad.

8.1.4 Economía

8.1.4.1 *Las actividades económicas predominantes son:*

En el comercio predomina el comercio por menor, en almacenes no especializados, existen bazares, alimentos, bebidas y tabaco, supermercados, puestos de venta y mercados, actividades de ventas menores ambulantes, ferreterías y materiales de construcción, existen farmacias, venta de cosméticos, productos de vestir, calzado y artículos de cuero. Aparatos y equipo doméstico, reparación de enseres domésticos, venta de materias primas agropecuarias, y de animales vivos, La Libertad cuenta con un rastro y tiangué; distribuidores de combustibles, líquidos gaseosos y un puerto artesanía y turístico, donde se comercializan los marisco, producto de la pesca.

Los servicios, de alojamiento y alimentación de tipo temporal, registrados en las municipalidades son: 17 hoteles, un bar, 3 clubes y 13 restaurantes, en Tamanique; en El Puerto de La Libertad existen registrados entre hoteles, clubes, restaurantes y bebidas, 80 unidades; En Chiltiupán se han registrado, para satisfacer la demanda de alojamiento, alimentación y bebidas, 19 establecimientos, cuenta con tres restaurantes y 7 venta de bebidas. En la libertad hay intermediarias financieras, entre los que se encuentran bancos y cooperativas de ahorro y crédito; Chiltiupán y Tamanique carecen de este servicio. Los servicios de transporte existen en los tres municipios, en La Libertad y Tamanique hay servicios de renta de vehículos. Los municipios cuentan con servicios de informática y de comunicaciones.

En el sector industrial, hay procesamiento artesanal de café, elaboración de productos lácteos, productos de panadería, elaboración artesanal de prendas de vestir, producto de calzado, fabricación de muebles, actividades de impresión, fabricación artesanal de pintura para telas, fabricación de productos farmacéuticos naturales, jabones, perfumes, aromatizantes preparados con bálsamo y productos botánicos. En el sector Agropecuario encontramos granos básicos, hortalizas y frutales específicamente identificado el melón; la producción láctea, la crianza de aves de corral, la pesca artesanal; en la agroindustria se puede mencionar el café en Tamanique y Chiltiupán y el bálsamo en Chiltiupán, aunque son municipios fuertes para estas dos actividades, el Café y Bálsamo, se han mantenido con bajo perfil debido al decaimiento de la demanda y el precio, sin embargo son productos que tienen un potencial para poder desarrollarlos. En El Salvador hay 397,433 explotaciones, en el departamento de La Libertad existen 39,497 explotaciones que representan el 10% del total nacional y tuvo un creciendo de 20,202 explotaciones a 39, 497 de 1971 al 2007.

Los servicios de transporte terrestre son proporcionados por servicios privados de autobuses, taxis y el acuático es de tipo turístico y para la pesca. Hay presencia de actividades de agencias de viajes y guías turísticos. Existen servicios postales y telecomunicaciones.

8.1.5 Conectividad Vial

Los tres municipios cuentan con carreteras principales (CA2 y 4S) en buen estado que conectan entre ellos y a diferentes puntos importantes de municipios vecinos como San Salvador y Santa Tecla, y a principales carreteras como la del Litoral. Sus accesos cantonales generalmente son de tierra, accesibles en verano pero con muchas dificultades en el invierno, lo que afecta especialmente a los productores para el traslado de sus productos.

8.1.6 Recursos naturales de la microrregión

Como una de las más fuertes identifican los recursos naturales con que cuenta el territorio entre los que están los recursos hídricos y los suelos fértiles, ambos idóneos para la producción agrícola y para la pesca artesanal; se identifican playas, arrecifes coralinos, montañas, cerros y paisajes, que ven como potenciales para ser destinos turísticos en el territorio.

8.1.7 Acceso a materia prima

El territorio cuenta con recursos naturales como áreas protegidas que facilitan el cultivo de especies que les permiten obtener materia prima para algunos productos, cuentan con playas como proveedores de materia prima para las artesanías. Existe variedad de proveedores locales especialmente agropecuarios, en las actividades de cultivos de granos básicos, hortalizas, frutas, mariscos, pie de cría, productos lácteos.

8.1.8 Factores de apoyo:

Cuentan con infraestructura vial como carreteras principales en buen estado, buen sistema de comunicaciones ya que a falta de telefonía fija existe una variedad de compañías telefónicas móviles como TELEMÓVIL, TIGO, DIGICEL, CLARO, MOVISTAR; y un regular servicio de agua potable especialmente en la zona urbana.

8.1.9 Recurso humano:

Identifican el recurso humano como altamente productivo, muy creativo y con conocimientos, habilidades y destrezas para desarrollar actividades micro empresarial propio del territorio, como agropecuario, artesanal, elaboración de productos alimenticios y comercio, pero con poco nivel de educación y falta de capacitación para el servicio del sector turismo.

8.1.10 Recursos culturales:

Los territorios cuentan con patrimonio cultural tangibles como iglesias coloniales, en Chiltiupán y Tamanique, sitios arqueológicos en Tamanique, gradas antiguas del Río Anales y Cuevas de Santa Úrsula, propias para turismo de senderismo, El muelle artesanal en el Puerto de La Libertad, que tienen una gran riqueza histórica. Y entre los intangibles sus mitos y leyendas, sus costumbres religiosas, concursos o ferias gastronómicas, exposiciones artesanales, torneos de fútbol, entre otros.

Estos factores son fundamentales para promoverse dentro de la industria turística y desarrollar actividades productivas y de servicios para abastecer la cadena de servicios del turismo.

8.1.11 Conciencia turística:

Los municipios cuentan con recursos naturales y culturales para promoverse dentro de la industria turística y desarrollar actividades productivas y de servicios para abastecer la cadena de servicios del turismo, incluso son visitados por muchos turistas principalmente en la zona costera, sin embargo no se percibe en la población, especialmente en la zona alta, identidad o conciencia ciudadana para fomentar el turismo y se percibe una descohesión entre las dos zonas. Esta descohesión, que podría superarse, con una identidad propia como una marca, no ha permitido

que exista un encadenamiento productivo en esta área, pues sus eslabones están dispersos y a pesar de que existe alguna plataforma turística como hoteles, hostales, Resort, restaurantes, etc. que requieren y demanda de productos elaborados o producidos en la zona, no existe articulación entre esta demanda y la oferta existente en el territorio

8.1.12 Instituciones de apoyo:

Se identifican a instituciones de apoyo como CENTA, ISTA, INSAFORP, GTZ, Plan Internacional, FONAVIPO, FUSADES, y ven en estas, oportunidades para la transferencia de conocimiento y mejora de las destrezas y habilidades a través de la asistencia técnica que les permita mejorar, diversificar y estandarizar sus productos.

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) está impulsando como uno de sus ejes estratégicos del fomento de la economía territorial que busca integral a esta segmento a la economía local y nacional tomando como base el trabajo empresarial en esquemas de cadenas productivas y proceso asociativos, además está poniendo en marcha un nuevo modelo de atención a la MYPE que está permitiendo la desconcentración de los servicios bajo la modalidad de una alianza publico privado academia. En lo relacionado al fortalecimiento a las municipalidades, impulso la conformación de la mesa de diálogo y comités de desarrollo local, además compartió experiencias exitosas de desarrollo local impulsadas por otros municipios lo cual ha permitido fortalecer los 3 municipios apoyados en su gestión de desarrollo económico.

La dirección de Fomento Productivo a través de la Gerencia de Fomento Productivo Territorial ha determinado intervenir la zona sur del departamento de La Libertad que comprende la micro región “Cumbres del Mar”. Esta zona está dentro de la estrategia de intervención de la franja marino costera que el Gobierno de la República empezará a echar a andar este 2013; Secretaría Técnica de la Presidencia pretende lanzar también el programa Territorios de Progreso en nueve municipios de La Libertad, incluidos aquellos que forman la micro región Cumbres del Mar.

A pesar de ser municipios con potencial turístico que cuentan con todos los recursos naturales y culturales para ser explotados, y esfuerzos realizados por el Ministerio de turismo, los microempresarios no identifican a MITUR, como un ente regulador de las actividades turísticas, de hecho muchos de los microempresarios no muestran conciencia turística, que promueva el desarrollo turístico en la zona.

De las alcaldías la de La Libertad es la única que se pudo identificar como una institución de apoyo gracias a su interés por promover el turismo en el municipio y planes a futuros que esta posee para ofrecer un mejor servicio a los visitantes, como el de impulsar el turismo nocturno en la playa de la paz. Las otras alcaldías de Tamanique y Chiltuipan carecen de interés por ayudar a los microempresarios que se dedican al turismo, incluso en el caso de chiltuipan la alcaldía obstaculiza cualquier iniciativa de los microempresarios en la playa El Sunzal de mejorar sus infraestructuras, negándoles permisos de construcción o de cualquier otro índole alegando que pronto se construirá un malecón por lo que no tiene sentido que ellos inviertan en construir, de igual manera no se les da garantía que en la construcción del malecón se les garantice un local como el que poseen ahora a la orilla del mar.

8.1.13 Amenazas de la microrregión cumbres del mar

Cambio climático: El cambio climático representa una amenaza, las sequías y las lluvias en exceso afectan principalmente al sector agropecuario específicamente al agrícola que muchas veces pierden sus cultivos y al sector piscícola que dejan de pescar por el riesgo que las lluvias representan y por tanto baja la extracción de productos. De igual manera se ve afectado el sector que ofrece servicios turísticos debido a que la afluencia de turistas disminuye considerablemente en la época de invierno y los locales cuando las lluvias son fuertes tienden a inundarse debido que el nivel del mar sube.

Transculturización: La transculturización representa una amenaza para la cultura del territorio, principalmente por la cultura propia de cada país que traen los turistas que visitan el territorio. Además de verse bombardeados por publicidad a través de los medios y de los mismos productos internacionales que ingresan al país y que incita a su consumo ofreciendo características y propiedades atractivas para los consumidores, como productos chinos que sustituyen los productos artesanales de un territorio, así como también productos como la comida rápida (hamburguesas, pizza, hot dog) que no son autóctonos y que sustituyen el consumo de productos frescos y naturales como hortalizas, frutas, granos básicos, comida típica, etc.

CONDICIÓN DE POBREZA



Simbología: Pobreza

- Severa
- Alta
- Moderada
- Baja

8.1.14 Condiciones de pobreza de la microrregión

Las condiciones de pobreza de la región se puede considerar que más del 50% se encuentran en alta, pero para el estudio en cuestión, analizando los tres municipios correspondientes se puede observar que cada uno de ellos se encuentra en diferentes condiciones de pobreza: baja para la libertar, moderada para Tamanique y alta para chiltuipan

8.1.15 Bases para el desarrollo

Como era esperar el Consejo del Territorio definió el motor del desarrollo el turismo, ya que tradicionalmente este ha constituido oportunidades de empleo, comercio de productos del mar, demanda de productos agropecuarios para los restaurantes.

Sin embargo el Consejo del Territorio considero que es necesario ampliar geográficamente el turismo ya que este se concentra en el Municipio de La Libertad y Tamanique, pero el potencial turístico existe también Chiltuipan.

Además de lo anterior es necesario trabajar un turismo amigable con el medio ambiente por lo tanto la protección y conservación de estos es un factor base para el desarrollo. La seguridad ciudadana es otro factos base del desarrollo, esto implica además abordar profesionalizar la PNC así como la participación de la ciudadanía en la prevención del delito. Y finalmente los Gobiernos

Locales y la institucionalidad gubernamental deben de jugar un rol clave en las bases del desarrollo.

La participación de la mujer en el desarrollo es otro pilar clave en el desarrollo, por medio de la equiparación de oportunidades en sus diferentes dimensiones.

Las bases para el desarrollo representan aquel enfoque que el Consejo del Territorio considera que son los cimientos para la construcción del desarrollo. Sin estas acciones no habrá las condiciones necesarias para el desarrollo del territorio

8.2 SITUACION INTERNA DE LOS MUNICIPIOS DE LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR

8.2.1 La Libertad



8.2.1.1 Toponimia:

El topónimo *Tepehahu* tiene los significados de "El cerro de los encinos" o "Los ahuas del cerro o de la montaña".

8.2.1.2 Aspectos históricos

Esta zona fue mencionada por el religioso Pedro Cortés y Larraz el año 1770, como la "hacienda Tepehaua", una de las más importantes de la parroquia de San Jacinto. De hecho, la región era conocida como "rada de Tepehaua", antes de ser habilitada por el Congreso de la República Federal de Centro América como Puerto de La Libertad el 24 de febrero de 1824. El mismo parlamento lo autorizó para el comercio exterior en el litoral del océano Pacífico en 1831. El primer buque de vapor arribó el 7 de junio de 1857.

Entre 1579 y 1586 lo que ahora es el Puerto de Libertad era un lugar de desembarco de corsarios y piratas. Se dice que ellos construyeron el primer muelle y que fundaron un cuartel de refugio y almacenamiento de armas y tesoros en donde ahora es la ciudad, y un segundo cuartel en la rada de Mizata, en donde aún se conserva una argolla de hierro incrustada en las rocas, la cual sujetaba el andarivel (lazos muy fuertes) para realizar las operaciones de carga y descarga. Éste fue remodelado y habilitado como puerto en 1824 por el Congreso Federal de las Repúblicas de Centroamérica y el 10 de diciembre de 1831, el mismo Congreso Federal decretó que el Puerto de La Libertad quedaría habilitado para el comercio exterior en el litoral del pacífico. El 19 de enero de 1835 La Libertad quedó como puerto de registro, perteneció al departamento de San Salvador y al Distritito Federal de Centro América.

Pasó a formar parte del departamento de La Libertad el 28 de enero de 1865, y para 1869 tenía una población de 266 habitantes. El 4 de mayo de 1867, el gobierno salvadoreño realizó el contrato para la construcción de un muelle de hierro que fue inaugurado el 7 de octubre de 1869. Antes de esa fecha el desembarco se hacía por lanchones asegurados con andarivel. Asimismo, la línea telegráfica entre San Salvador y el puerto fue inaugurada el 27 de abril de 1870. Obtuvo el título de villa el 10 de marzo de 1874, y el de ciudad el 23 de agosto de 1957

8.2.1.3 Información general

El municipio cubre un área de 162 km² y la cabecera tiene una altitud de 10 msnm. El Puerto de La Libertad es uno de los destinos turísticos más representativos de este país. Posee un Complejo Turístico que incluye un malecón, restaurantes y anfiteatro, aparte del pequeño comercio de mariscos y artesanías ubicados en el viejo muelle.

En el municipio también se localizan las playas Las Flores, San Diego, El Obispo, La Paz y El Majahual. Asimismo, entre las áreas naturales destaca el Parque Nacional Walter Thilo Deininger.

8.2.1.4 Fiestas patronales

Las fiestas patronales se celebran en del 7 al 8 de diciembre en honor a la Inmaculada Concepción

8.2.1.5 División política administrativa

Son 10 cantones y el área urbana los que componen el municipio de La Libertad. Los 10 cantones abarcan 37 caseríos. El 60% de los cantones se ubican al oriente de la ciudad, el otro 40% se ubican hacia el norte y poniente de la ciudad.

8.2.1.6 Ubicación geográfica y límites

Limita al Norte con los municipios de Comasagua, Santa Tecla, Zaragoza, San José Villanueva, Huizúcar (departamento de La Libertad); Rosario de Mora y Panchimalco (departamento de San Salvador); al Este con Olocuilta y San Luis Talpa (departamento de La Paz) y al Oeste con el municipio de Tamanique (departamento de La Libertad).

8.2.1.7 Vías de comunicación.

Se encuentra ubicado a 35 Km de San Salvador y puede llegarse por varias vías: la carretera que de Santa Tecla va hacia el Puerto de La Libertad en dirección sur (CA-4), la carretera que une a San Salvador con el Aeropuerto Internacional de Comalapa y la carretera Litoral CA-2 que corre paralela a la costa y atraviesa la cabecera municipal. El servicio interurbano tiene una cobertura total hacia todos los cantones del municipio, teniendo como redes primarias las carreteras CA-2 y CA-4. La conectividad con las comunidades se encuentra en regular estado.

8.2.1.8 Hidrografía

Conforman la hidrografía del Municipio cinco cuencas: Cuenca Bandera-Chilama: dentro de la que están los ríos Mitaza, Río Mizata, 32 km., Río Aguacayo, 11km., Río La Perla, 33 km., Río Sunzacuapa, 21 km., Río Taquillo, 15 km., Río Shutía, 9km., Río Julupe, 7km., Río el Zonte, 25km., Río el Palmarcito, 13km., Río el Sunzal, 33km., Río El Tunco, 15km., Río Grande, 30km., Río El Majahual, 19km.

Cuenca Chilama : Esta cuenca está definida por las subcuencas de los Ríos Chilama y La Danta, los cuales están dentro de los municipios de Zaragoza, La Libertad y Santa Tecla. Los Ríos dentro de la cuenca son: Río Chilama, 27km., Río La Danta, 7km.

Cuenca Chilama Huiza: La parte alta y media corresponde a los municipios de Nuevo Cuscatlán, San José Villanueva, Huizúcar y Zaragoza. La parte baja de la cuenca corresponde al municipio de La Libertad. Los Ríos dentro de la Cuenca son: Río El Jute, 39km., Río San Antonio, 41km. Río Amayo, 29km. Río Aquiquisquillo, 41km.

Cuenca Huiza y Tihuapa: La parte alta de la cuenca pertenece a los municipios de Nuevo Cuscatlán, Huizúcar, Rosario de Mora y Panchimalco; el municipio de La Libertad a la parte baja. Los principales ríos de la cuenca son: Río Huiza, 41 km., Río Tihuapa, 42 km.

Cuenca Comalapa: En esta cuenca descarga el Río Comalapa con 3km. De longitud.

8.2.1.9 Orografía

El municipio es de planicies inclinadas de pie de monte. Son de formación geológica fracturados por numerosas fallas geológicas y diseccionadas moderadamente por procesos erosivos, a través de miles de años. Se pueden ver remanentes con topografía de ondulada a alomada, separado por quebradas bastante profundas; y Planicies aluviales costeras que son áreas casi planas, sin disección y sin relieve con pendientes generales menores de 3%. Se encuentran en forma discontinua a lo largo de la costa y se han originado, en su mayor parte, por las sucesivas deposiciones de los materiales arrastrados de las partes altas por los ríos; en menor escala participan los depósitos marinos.

8.2.1.10 Servicio de Transporte.

En su sistema de transporte se cuentan 12 rutas de buses y desarrollan su cobertura de la siguiente forma:

- 187-A Sale de La Libertad hacia Tamanique
- 287 Sale de La Libertad hacia Sonsonate,
- 192-A Sale de La Libertad hacia Chiltiupán,
- 187 Sale de La Libertad hacia Comalapa,
- 192-B Sale de La Libertad a Teotepaque, realiza un solo viaje
- 192 Sale de La Libertad hacia La Perla,
- 13-LL Sale de La Libertad hacia El Morral y San Rafael,
- 12-LL Sale de La Libertad hacia Conchalillo,
- 11-LL Sale de La Libertad hacia Las Flores Centro,
- 80-B Sale de La Libertad hacia San Diego,
- 80-A Sale de La Libertad hacia El Sunzal,
- 102 Sale de La Libertad hacia San Salvador

Actualmente la ruta de buses 103, está dando servicios a turista y ha instalado sistema de seguridad con cámara Web, en sus unidades para control el servicios a los usuarios y la seguridad ciudadana.

8.2.1.11 Economía

Las actividades económicas que se desarrollan en el área rural son básicamente la agricultura de subsistencia, (granos básicos: frijol y maíz) y corta de caña de azúcar a excepción de los cantones El Cimarrón, El Majahual y San Diego, que se dedican mayoritariamente al sector servicios en el área de turismo, por estar ubicados en la zona litoral de playas. También existe un sector dedicado al servicio y al sector de la industria. Pequeños restaurantes y pequeños artesanos que se dedican a la elaboración de bisutería y adornos diversos para el hogar elaborado con material como conchas, caracoles, madera, etc.

En lo relativo a la industria, encontramos que las actividades más importantes son las relacionadas con la industria azucarera, la pesca y las pequeñas artesanías. La mayor parte de las personas trabajan en la industria portuaria. Una de las actividades económicas fuerte es la restaurantera por la misma dinámica que ha creado la industria turística del municipio.

Es un municipio eminentemente turístico que ofrece una variedad de sitios de atracción que son visitados por turistas nacionales e internacionales. Entre estos sitios turísticos destacan El puerto de la Libertad que es el punto de entrada obligatorio y el muelle artesanal original de madera. Este puerto sirve de embarcadero de pescadores artesanales y ofrece un mini mercado donde puede comprar a precios más bajos de los normal un sin fin de mariscos frescos.

El Obispo localizado al lado oriente del muelle. Las playas de La Paz, mejor conocida como Punta Roca, al extremo occidente del muelle ofrecen una de las mejores olas para la práctica de Surf por la consistencia y calidad de sus olas; así como un buen número de opciones gastronómicas.

El parque nacional Walter Deininger se encuentra sobre la carretera del litoral sobre el km. 38. El parque es un bosque tropical protegido que cuenta con caminos entre ríos y quebradas y cuyas altitudes oscilan entre los 8 y 280 metros sobre el nivel del mar en un ambiente tropical árido

8.2.1.12 Indicadores socioeconómicos del municipio

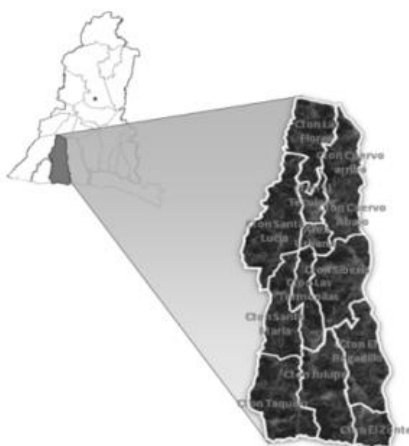
La siguiente tabla muestra diferentes indicadores socioeconómicos del municipio, tanto datos globales como divididos por zona urbana y rural, como por género

Tabla 14: Indicadores socioeconómicos del municipio de La Libertad

Indicadores socio-económicos	Total	Urbano	Rural	Masculino	Femenino
Número de personas	35,997	23,103	12,894	17,399	18,598
Número de hogares ¹	8,389	5,573	2,816	5,539	2,850
Escolaridad promedio (en años)	4.8	5.2	4.0	5.0	4.6
Tasa de alfabetismo adulto (mayores de 15 años)	78.6	81.1	73.8	83.2	74.6
Tasa bruta de escolaridad parvularia [ODM]	41.8	43.5	39.0	43.1	40.4
Tasa bruta de escolaridad primaria [ODM]	86.9	90.1	81.8	87.6	86.2
Tasa bruta de escolaridad media [ODM]	30.4	34.5	23.7	31.5	29.3
Porcentaje de personas receptoras de remesas	9.1	10.8	5.9	7.2	10.2
Porcentaje de hogares con déficit habitacional	34.5	25.7	51.8	na	na
Porcentaje de hogares con acceso a agua (dentro de casa) [ODM]	68.4	80.2	44.9	na	na
Porcentaje de hogares con acceso a alumbrado	89.5	93.3	81.9	na	na
Porcentaje de hogares con acceso de servicio de recolección de basura	38.3	49.5	16.0	na	na
Porcentaje de hogares con saneamiento por alcantarillado [ODM]	48.8	60.7	25.4	na	na
Porcentaje de hogares que utilizan leña para cocinar	29.6	18.8	53.0	na	na
Porcentaje de hogares en viviendas sin título de propiedad	31.9	32.8	29.9	na	na
Porcentaje de hogares con servicio de internet [ODM]	0.7	0.8	0.5	na	na
Porcentaje de hogares con servicio de teléfono [ODM]	22.9	28.4	12.2	na	na

FUENTE: ALMANAQUE 262, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009

8.2.2 CHILTIUPÁN



8.2.2.1 Toponomia:

El topónimo náhuatl “Chilticteupan o Chiltiktiupan” significa “El Templo Rojo”, “La Ciudad de Dios”; proviene de las voces: Chil, Chiltic, (rojo, colorado), tiupán, teopán (templo, santuario), Teot (Dios), Pan (Ciudad, en, sobre, lugar). De acuerdo con la opinión de varios historiadores, a Chiltiupán también se le conocía con los nombres de: Chupeupán, Santo Domingo Chilteupán, Chittiupa.

8.2.2.2 Aspectos históricos

Santo Domingo Chiltiupán, pueblo precolombino, perteneció en 1770 al Curato de Ateos; en 1785 perteneció al Partido de Opico y después, hasta 1835 al departamento de San Salvador; luego fue anexado al departamento de Cuscatlán en el distrito de Opico y el 5 de abril de 1842, de nuevo es incorporado al departamento de San Salvador. Desde el 28 de Enero de 1865 pertenece al distrito

de Nueva San Salvador, en el departamento de la Libertad. En 1553 le fue extendido el título de sus tierras ejidales.

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

8.2.2.3 Información general

El municipio cubre un área de 96,66 km², y la cabecera tiene una altitud de 725 msnm.

8.2.2.4 Fiestas patronales

Las fiestas patronales se celebran en del 24 al 25 de abril en honor a san Marcos el Evangelista.

8.2.2.5 División política administrativa

El municipio esta geográficamente conformado por 11 cantones y 37 caseríos, además de los barrios Santo Domingo, San Marcos (casco urbano) y colonias en sus alrededores.

8.2.2.6 Ubicación geográfica y límites

Chiltiupán se encuentra ubicado en el sector suroeste del departamento de La Libertad, en la costa pacífica. Limita al norte con el municipio de Jayaque (departamento de La Libertad), al sur por el Océano Pacífico, al este por el municipio de Tamanique (departamento de La Libertad) y al Oeste por los municipios de Jicalapa y Teotepeque (departamento de La Libertad).

8.2.2.7 Vías de comunicación.

La conectividad del casco urbano de Chiltiupán a distintos puntos del departamento es la siguiente: hasta la cabecera departamental Santa Tecla es de 29 Km. de carretera pavimentada, vía litoral, la otra vía alterna es desde Chiltiupán a Jayaque por medio de calle de tierra de 11 Km. y desde Jayaque a Santa Tecla por calle pavimentada; a Tamanique 60 Km. por calle de tierra y pavimentada; a Teotepeque 23 Km. Por carretera vía litoral y a Jicalapa 26 Km. por carretera pavimentada vía litoral. El pueblo de Chiltiupán se une por carretera pavimentada con las ciudades de Santa Tecla y San Salvador; otro ramal de carretera pavimentada une al pueblo con la Carretera Litoral CA-2.

Se cuenta con una red vial interna que une y comunica a la mayoría de cantones y caseríos. Mayoritariamente esta red vial son calles de tierra, transitables en verano y con mucha dificultad durante el invierno

8.2.2.8 Hidrografía del Municipio

Riegan el municipio los ríos: Sempisa y Los Trozos, que sirve en parte de su curso, de límite con el municipio de Teotepeque; El Pilar de la Piedra, El Taquillo y El Matalapa, El Tecolote, El Pájaro León, El Zonte, El Julupe, El Coyol y El Shutia. En el litoral bañado por el Océano Pacífico con notables playas: El Zonte, Rio Mar, El Pulpito, Aguacate y de Shalpa. Entre los ríos más importantes del municipio se identifican el Río Taquillo, Shutía, Sunzacuapa, El Zonte, Huiza.

8.2.2.9 Orografía

Los rasgos orográficos de mayor importancia son: El cuervo, situado a 4.6 km. Al nororiente del pueblo de Chiltiupán. Su elevación de de 1,132 metros sobre el nivel del mar. Santa Elena, situado

a 5 km. Al norte del pueblo de Chiltiupán, su elevación es de 1,097 metros sobre el nivel del mar. La Muñeca, situado a 2.9 Km. Al noroeste del pueblo de Chiltiupán, su elevación es de 804.0 metros sobre el nivel del mar.

8.2.2.10 Servicio de Transporte

Su sistema de transporte consta de 2 rutas: la 192-A que viaja de Chiltiupán hacia el Puerto de La Libertad, saliendo de Chiltiupán en los horarios de 5:00, 10:00, 11:30 a.m. y 3:00 p.m. y llegando al Puerto de La Libertad a las 6:30, 11:30 a.m. y por la tarde 1:00 y 4:30 p.m. La tarifa es de \$0.70. La ruta 56-LL que viaja de Chiltiupán hacia San Salvador, sale el primer bus a las 4:00, 4:30, 6:00, 7:00 a.m. y 2:00 p.m. y llegando a al parque Bolívar en San Salvador a las 7:00, 7:30, 9:00, 10:00 a.m. y 3:30 p.m. La tarifa es de \$1.35 En caso de que no logre abordarse el bus en la hora establecida, se cuenta con personas particulares, en el municipio, que brindan el servicio de transporte en pick-up pero que cobra \$15.00 hasta el Puerto de La Libertad y \$25.00 hasta San Salvador.

8.2.2.11 Economía

La economía del municipio se basa en la agricultura, los productos que más se cultivan son: maíz, frijol, maicillo, café, hortalizas y frutas. La actividad pecuaria se dedica a la crianza de ganado vacuno y porcino, a pequeña escala; además de las aves de corral. Entre las Actividades industriales que sobresalen: el procesamiento del café, la explotación del bálsamo y la elaboración de productos lácteos. En el comercio local existen: farmacias, ferreterías, agroservicio, panaderías, bazares y otros pequeños negocios como tiendas y pupuserías. Los centros de comercio proveedores de sus insumos, materia prima, y servicios, se encuentran en las cabeceras municipales vecinas, siendo la más importante el Puerto de La Libertad. La actividad de la pesca artesanal se da en el cantón El Zonte y la mayor parte de la producción se comercializa en El Puerto de La Libertad y en los diferentes hoteles y casa de huéspedes del lugar. La actividad Turística se encuentra en el cantón El Zonte ya que cuentan con una porción del Océano Pacifico como recursos natural, donde se dan actividades como competencias de surf, entre otros

8.2.2.12 Indicadores socioeconómicos del municipio

La siguiente tabla muestra diferentes indicadores socioeconómicos del municipio, tanto datos globales como divididos por zona urbana y rural, como por genero

Tabla 15: Indicadores socioeconómicos del municipio de Chiltuipan

Indicadores socio-económicos	Total	Urbano	Rural	Masculino	Femenino
Número de personas	10,897	777	10,120	5,484	5,413
Número de hogares ¹	2,172	181	1,991	1,603	569
Escolaridad promedio (en años)	3.9	4.5	3.8	4.0	3.7
Tasa de alfabetismo adulto (mayores de 15 años)	74.0	82.7	73.3	78.0	70.2
Tasa bruta de escolaridad parvularia [ODM]	53.8	62.1	53.2	56.2	51.1
Tasa bruta de escolaridad primaria [ODM]	90.2	103.4	89.2	91.9	88.4
Tasa bruta de escolaridad media [ODM]	24.5	35.0	23.9	23.5	25.6
Porcentaje de personas receptoras de remesas	12.5	12.7	12.5	11.6	11.7
Porcentaje de hogares con déficit habitacional	67.5	54.1	68.8	na	na
Porcentaje de hogares con acceso a agua (dentro de casa) [ODM]	58.7	87.3	56.2	na	na
Porcentaje de hogares con acceso a alumbrado	66.7	89.5	64.6	na	na
Porcentaje de hogares con acceso de servicio de recolección de basura	16.3	65.2	11.9	na	na
Porcentaje de hogares con saneamiento por alcantarillado [ODM]	17.5	23.2	17.0	na	na
Porcentaje de hogares que utilizan leña para cocinar	70.9	43.1	74.1	na	na
Porcentaje de hogares en viviendas sin título de propiedad	31.9	33.7	31.7	na	na
Porcentaje de hogares con servicio de internet [ODM]	0.4	0.6	0.4	na	na
Porcentaje de hogares con servicio de teléfono [ODM]	15.2	30.6	13.8	na	na

FUENTE: ALMANAQUE 262, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009

8.2.3 TAMANIQUE



8.2.3.1 Toponimia:

Tamanique podría significar «Cerro capturado» o «Con su alberca de tierra»

8.2.3.2 Aspectos históricos

La población de Tamanique se remonta a la época precolombina, fue fundada por pueblos Pokomanes que pertenecían a los maya-quiché, posteriormente fue conquistada por tribus yaquis o pipiles del grupo nohoa o gucoazteca. El municipio de Tamanique se constituyó inicialmente con 120 habitantes en el año 1740, los cuales se dedicaban al cultivo de maíz,

algodón, cacao, bálsamo y crianza de gallinas. En el año 1770, Tamanique pertenecía a Ateos y su población creció a 160 habitantes. En 1865 el pueblo de Tamanique pasa a formar parte del distrito de Nueva San Salvador, departamento de La Libertad.

8.2.3.3 Información general

El municipio tiene un área geográfica de 101,02 km², y la altitud de la cabecera es de 595 msnm. A través de los años ha sido conocido como Zinancantan (1600), y posteriormente Santiago Tamanique. Forma parte de la cadena costera central del país.

8.2.3.4 Fiestas patronales

Tamanique celebra sus fiestas patronales en honor a la Virgen de La Paz del 19 al 21 de noviembre y en honor a la Virgen de Santa Lucía, en la segunda mitad del mes de febrero. Existe la práctica del parapente, especialmente en el cerro La Gloria; además de turismo de montaña hacia destinos como las cascadas del río Grande.^{6 7}

Por estar aledaño a la costa del Pacífico, en el municipio se localizan las playas de El Sunzal y El Tunco, en las que se desarrolla el buceo y el surf, de hecho sus olas son reconocidas a nivel mundial para la práctica de este deporte. Además se localizan una serie de bares, hostales y restaurantes. La otra playa ubicada en Tamanique es la del Palmarcito.

8.2.3.5 División política administrativa

El municipio se divide en 11 cantones, 25 caseríos y 7 lotificaciones.

8.2.3.6 Ubicación geográfica y límites

Ubicado al sur del departamento de La Libertad, limita al Norte con Jayaque y Talnique (departamento de La Libertad); al Este con Comasagua y La Libertad (departamento de La Libertad); al Sur con el Océano Pacífico y al Oeste con Chiltiupán (departamento de La Libertad).

8.2.3.7 Vías de comunicación.

Sus principales calles y avenidas están pavimentadas y las calles de acceso cantonal son de tierra. Su principal acceso es la carretera Litoral CA-2 que recorre el municipio por su zona baja, proporcionando acceso directo a diversas comunidades y al casco urbano a través de calle asfaltada de 15 kilómetros. Ésta después se hace de tierra y se comunica con el caserío Santa Lucía, El Pinal y con el municipio de Comasagua y Talnique.

Además hay otras vías que desde la carretera Litoral van hacia el cantón San Alfonso, la colonia el Progreso y a la hacienda San Alfonso; caserío El Sunzal, el Ranchón y el Izcanal; colonia el Palmar, El Palmarcito y La Lima hasta San Isidro y Acahuaspán, entre otras.

8.2.3.8 Hidrografía

El Municipio de Tamanique lo irrigan los ríos Tamanique o Santa Lucía, se forma de la confluencia de las quebradas Santa Lucía y corre de norte a sur, haciendo un recorrido de 5 km.; Río Huiza, Nace del río Los Ángeles, corre de norte a sur y su longitud es de 10km.; Río El Sunzal, se forma de la confluencia de los ríos Santa Lucía y Huiza, su recorrido es de 13.2 km. De norte a sur y desemboca en el Océano Pacífico; Río El Palmar, se forma de la confluencia de los ríos La Lima y Acahuaspán, tiene una longitud de 4.7 km., y su recorrido lo hace de norte a sur y desemboca en el Océano Pacífico; Río Grande o San Vicente, tiene una longitud de 6 km. Hace su recorrido de norte a sur y desemboca en el Océano Pacífico.

8.2.3.9 Orografía

Los rangos orográficos más notables son: Los cerros El Tigre, El Zunzal, El Nance, El Cenizo o La Vaca, Redondo, Pueblo Viejo, El Portal o San José, Siberia, El Pital o Tecolote, Santa María, El Chuluma, El Infierno.

8.2.3.10 Servicio de Transporte

Su sistema de transporte cuenta con dos rutas de buses: la 187-A, que hace el punto en un costado del parque municipal y hace su recorrido al Puerto de La Libertad, llegando al punto conocido como punto Comalapa que se encuentra sobre la 1ª calle poniente, Barrio el Centro del puerto La Libertad, sale del parque de Tamanique, desde las 5:30 a.m., el primero hasta las 8:30 a.m., que tienen un intervalo de media hora entre cada salida, después de las 8:30 a.m., el siguiente sale a las 10:00 a.m. y luego hasta las 12:00 del mediodía, que comienzan a salir cada hora hasta las 5:00 de la tarde que sale el último. La tarifa es de \$0.60.

La ruta 483, recorre de Tamanique hasta San Salvador, salen por la mañana a las 4:30, 5:00, 7:15, 8:00, 9:30, y 11:00 a.m.; y por la tarde a las 2:15 y 4:00 p.m. la tarifa es de \$1.20

En caso de que no logre abordarse el bus en la hora establecida, se cuenta en el municipio, con servicios de transporte en pick-up, proporcionados por personas particulares, y que cobran \$10.00 hasta el Puerto de La Libertad y \$15.00 hasta San Salvador.

8.2.3.11 Economía

Actualmente el municipio de Tamanique la economía se basa en la producción agrícola predominante como los granos básicos, café, pastos, y bálsamo, entre la manufactura se tienen las fábricas de ladrillos y teja de barro, elaboración de productos lácteos. La producción agropecuaria importante en el Municipio gira alrededor de la crianza de ganado vacuno, porcino, caballar, mular y aves de corral y la producción de lácteos. La carpintería es otra actividad económica en la que se elaboran muebles y artesanías de madera, también las artesanías innovadoras realizadas con material reciclable obtenidas de las playas como madera, conchas, caracoles, y piedras obtenidas de canteras.

El comercio gira alrededor de 50 tiendas pequeñas que comercializan artículos de primera necesidad como alimentos, vestuario, zapatos, cosméticos. Cuenta con ferreterías, farmacia, comedores, clínicas, ventas de bebidas alcohólicas y su intercambio comercial lo realizan principalmente con los municipios de La Libertad y Nueva San Salvador.

Como parte de su economía se puede mencionar el potencial turístico en sus cerros y playas como El Zunsal, El Palmarcito y El Tunco, sitios atractivos para la inversión nacional e internacional, significando un polo de desarrollo, que actualmente se está dinamizando en estas playas.

8.2.3.12 Indicadores socioeconómicos del municipio

La siguiente tabla muestra diferentes indicadores socioeconómicos del municipio, tanto datos globales como divididos por zona urbana y rural, como por género

Tabla 16 Indicadores socioeconómicos del municipio de Tamanique

Indicadores socio-económicos	Total	Urbano	Rural	Masculino	Femenino
Número de personas	13,544	3,957	9,587	6,725	6,819
Número de hogares ¹	2,922	914	2,008	1,930	992
Escolaridad promedio (en años)	4.0	4.5	3.7	4.1	3.9
Tasa de alfabetismo adulto (mayores de 15 años)	73.0	78.6	70.7	76.2	70.1
Tasa bruta de escolaridad parvularia [ODM]	43.5	51.6	40.5	43.3	43.7
Tasa bruta de escolaridad primaria [ODM]	86.6	90.2	85.2	88.8	84.4
Tasa bruta de escolaridad media [ODM]	23.1	27.6	21.4	21.0	25.5
Porcentaje de personas receptoras de remesas	8.8	8.1	9.1	6.4	7.7
Porcentaje de hogares con déficit habitacional	52.3	29.2	62.7	na	na
Porcentaje de hogares con acceso a agua (dentro de casa) [ODM]	45.1	54.3	41.0	na	na
Porcentaje de hogares con acceso a alumbrado	75.7	90.3	69.1	na	na
Porcentaje de hogares con acceso de servicio de recolección de basura	37.0	79.4	17.7	na	na
Porcentaje de hogares con saneamiento por alcantarillado [ODM]	26.9	42.1	20.0	na	na
Porcentaje de hogares que utilizan leña para cocinar	53.6	28.8	65.4	na	na
Porcentaje de hogares en viviendas sin título de propiedad	35.2	35.6	35.0	na	na
Porcentaje de hogares con servicio de internet [ODM]	0.3	0.7	0.2	na	na
Porcentaje de hogares con servicio de teléfono [ODM]	21.6	31.8	17.0	na	na

FUENTE: ALMANAQUE 262, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009

8.3 ANALISIS DE LA SITUACION INTERNA DE LOS MUNICIPIOS DE LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR

8.3.1 Aspectos socioeconómicos de los municipios

8.3.1.1 Población

A continuación se muestra un cuadro resumen con la población de los municipios de la Libertad, Tamanique y Chiltiupán pertenecientes al micro región “Cumbres del Mar”.

Tabla 17: Población Territorio de los municipio: La Libertad, Tamanique y Chiltiupán

Municipio	Población									IM	% Urbano
	Total			Área							
				Urbana			Rural				
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres		
La Libertad	35,997	17,399	18,598	23,103	11,047	12,056	12,894	6,352	6,542	93.6	64.2
Chiltiupán	10,897	5,484	5,413	777	359	418	10,120	5,125	4,995	101.3	7.1
Tamanique	13,544	6,725	6,819	3,957	1,960	1,997	9,587	4,765	4,882	98.6	29.2
Total	60,438	29,608	30,830	27,837	13,366	14,471	32,601	16,242	16,419		

Fuente: elaboración propia en base a “VI Censo de población y V de vivienda”, DIGESTYC, 2007.

También se muestra, la población por grupos etéreos. Nótese la columna central de los tramos de edad que nos da la Población Económicamente Activa (PEA) de la micro región.

Tabla 18 población por grupos etéreos

MUNICIPIO	POBLACION TOTAL	TRAMOS DE EDAD		
		0-14	15-64	65 o MAS
La Libertad	35,997	13,333	20,634	2,030
Chiltiupán	10,902	4,584	5,700	618
Tamanique	13,544	5,464	7,356	724
total	60,443	23,381	33,690	3,372

Fuente Elaboración propia en base a “VI Censo de población y V de vivienda”, DIGESTYC, 2007

Se observa como la población de la micro región es eminentemente rural, con mayor énfasis en los municipios Chiltiupán; Tamanique sigue la misma dinámica pero en menor medida. Solamente en el municipio de La Libertad la situación es contraria, hay más población concentrada en áreas urbanas que rurales, en parte por la cercanía que existe con la capital y Santa Tecla, en parte porque su casco urbano está en la zona de la costa y no así los demás municipios y en parte porque dicho municipio, a diferencia de los otros cuatro, no posee mucha zona montañosa habitable.

Se infiere pues que, en general, a medida la población habita –geográficamente hablando- más lejos de La Libertad, la población es menor, más rural y con similares proporciones de entre hombres y mujeres. Además, la PEA es, de los grupos etéreos, el de mayor número, algo positivo desde el punto de vista económico productivo.

Los tres municipios aglutinan a más de 60 mil habitantes, de los cuales el 49 por ciento son hombres y el 51 por ciento, mujeres.

8.3.1.2 Educación

A continuación se muestran algunos indicadores educativos de la zona en estudio

Tabla 19: indicadores de los municipios La Libertad, Chiltiupán y Tamanique

Indicadores		Total	Urbano	Rural	Masculino	Femenino
La Libertad	Escolaridad promedio (años)	4.8	5.2	4.0	5.0	4.6
	Tasa alfabetismo adulto (mayores 15 años)	78.6	81.1	73.8	83.2	74.6
	Tasa bruta escolaridad parvularia	41.8	43.5	39.0	43.1	40.4
	Tasa bruta escolaridad primaria	86.9	90.1	81.8	87.6	86.2
	Tasa bruta escolaridad media	30.4	34.5	23.7	31.5	29.3
Chiltiupán	Escolaridad promedio (años)	3.9	4.5	3.8	4.0	3.7
	Tasa alfabetismo adulto (mayores 15 años)	74.0	82.7	73.3	78.0	70.2
	Tasa bruta escolaridad parvularia	53.8	62.1	53.2	56.2	51.1
	Tasa bruta escolaridad primaria	90.2	103.4	89.2	91.9	88.4
	Tasa bruta escolaridad media	24.5	35.0	29.9	23.5	25.6
Tamanique	Escolaridad promedio (años)	4.0	4.5	3.7	4.1	3.9
	Tasa alfabetismo adulto (mayores 15 años)	73.0	78.6	70.7	76.2	70.1
	Tasa bruta escolaridad parvularia	43.5	51.6	40.5	43.3	43.7
	Tasa bruta escolaridad primaria	86.6	90.2	85.2	88.8	84.4
	Tasa bruta escolaridad media	23.1	27.6	21.4	21.0	25.5

Fuente: elaboración propia en base a “Almanaque 262, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador”, PNUD, 2009

En general, el nivel de educación es bajo en la micro región. El municipio de La Libertad cuenta con el mayor promedio de años de escolaridad con 4.8, seguido de Tamanique con 4.0 y por ultimo Chiltiupán con 3.9. Más aún, la tendencia que se vislumbra en el apartado de población se repite en el aspecto educativo, es decir, a medida la población está más lejos del municipio de La Libertad, más bajo es el nivel educativo.

Vale la pena recalcar que los niveles más altos de escolaridad se dan en las áreas urbanas de los municipios, destacan con una escolaridad promedio por debajo de la media nacional, que es de 6.4, según la Encuesta de Hogares y Propósitos Múltiples de 2012

En relación a la tasa de alfabetismo en personas mayores de 15 años el promedio es alto. La Libertad tiene el 78.6, Tamanique 73.0 y Chiltiupán 74.0. En este aspecto se repite el fenómeno: la población está más alfabetizada en las zonas urbanas que en las rurales y los hombres están más alfabetizados que las mujeres.

La población, en esos municipios, registra un promedio de analfabetismo que, en el caso de las mujeres (25 por ciento), duplica el promedio nacional (12.4 por ciento), según el Censo Nacional de 2007.

Entre escolaridad parvularia, primaria y media, es mayor la escolaridad primaria en los municipios, lo que significa que si bien el promedio de alfabetismo es positivo, los habitantes no han culminado sus estudios básicos, es decir, hay mucha deserción escolar luego del sexto grado.

Un estudio más profundo pudiera decir las causas de los bajos niveles de escolaridad o los altos niveles de deserción: pobreza, migración, falta de infraestructura, inseguridad, factores culturales, distancia, entre otros, pero ese objetivo escapa a los alcances de esta investigación.

8.3.1.3 Relación de escolaridad, remesas e índice de desarrollo humano.

El índice de desarrollo humano (IDH) mide los logros medios de un país, región o municipio en cuanto al desarrollo humano básico en un índice compuesto, el cual trata de capturar tres dimensiones fundamentales del desarrollo humano: disfrutar de una vida larga y saludable, adquirir conocimientos y destrezas que le permitan participar creativamente en la vida y el logro de un nivel decente de vida.

El valor del IDH indica la distancia que se debe recorrer para lograr el valor máximo posible de uno –o su insuficiencia– y permite, además, hacer comparaciones con otros países, o regiones dentro de un mismo país.

Como se puede visualizar en el siguiente cuadro, el fenómeno se sigue repitiendo: mientras más lejos se encuentran los municipios del polo de desarrollo económico productivo (La Libertad), menor es su IDH y viceversa. A continuación se muestran el IDH para cada uno de los municipios en estudio de la micro región Cumbres del Mar.

Tabla 20 IDH de los municipios de la micro región.

MUNICIPIOS	IDH	Ranking
La Libertad	0.698	90
Chiltiupan	0.656	191
Tamanique	0.655	193

Fuente: elaboración propia en base a “Almanaque 262, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador”, PNUD, 2009

En cuanto al tema remesas, en el siguiente cuadro se muestra el % población que recibe remesas en la zona intervenida.

Tabla 21 Porcentaje de personas receptoras de remesas de los municipios de la micro región.

MUNICIPIOS	% de personas receptoras de remesas				
	total	Urbano	Rural	Masculino	Femenino
La Libertad	9.1	10.8	5.9	7.2	10.2
Chiltiupán	12.5	12.7	12.5	11.6	11.7
Tamanique	8.8	8.1	9.1	6.4	7.7

Fuente: elaboración propia en base a “Almanaque 262, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador”, PNUD, 2009.

Estos niveles de recepción de remesas son bajos si se comparan con otras regiones del país. Nótese cómo las mujeres son el grupo que más recibe remesas. El municipio que muestra una mayor recepción de remesas es el de Chiltiupan seguido del municipio de La Libertad. Además, la población rural es la que más recibe remesas en el municipio de Tamanique caso contrario en los otros dos municipios donde se observa mayor recepción de remesas en la zona urbana. En el siguiente cuadro, se observa la relación que hay entre las variables analizadas anteriormente: IDH, escolaridad promedio y porcentaje de personas receptoras de remesas.

Tabla 22: Relación entre IDH, escolaridad y % de remesas de los municipios de la micro región.

MUNICIPIOS	IDH	Escolaridad Promedio	% Remesas
La Libertad	0.698	4.8	9.1
Chiltiupán	0.656	3.9	12.5
Tamanique	0.655	4.0	8.8

Fuente: elaboración propia en base a “Almanaque 262, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador”, PNUD, 2009.

Se observa que todo está relacionado: en general, a mayores promedios de años de escolaridad, mayor IDH y mayor porcentaje de personas que reciben remesas; a excepción de Chiltiupán que muestra mayor porcentaje de remesas a pesar de poseer prácticamente el mismo promedio de escolaridad que Tamanique. Por supuesto, estos datos son de 2009, por lo que a la fecha es probable que hayan variado y, por tanto, la relación también.

8.3.1.4 Pobreza y servicios básicos

A continuación, se muestran algunos indicadores de pobreza de la micro región “Cumbres del Mar”:

Tabla 23 Indicadores de pobreza de los municipios de la micro región.

CONDICION	MUNICIPIO		
	La Libertad	Chiltuipan	Tamanique
Tasa de pobreza extrema	13.20	36.30	34.30
Brecha de pobreza	16.19	32.94	30.72
Índice de carencia educativa	20.47	19.47	22.80
Índice integrado de vivienda	29.06	44.50	52.04
Índice integrado de marginalidad municipal	21.83	34.69	37.49
% viviendas sin agua por cañería	39.20	30.50	62.30
% viviendas sin sanitario	14.60	35.00	31.10
% viviendas sin energía eléctrica	15.40	34.90	4630

Fuente: Mapa de Pobreza, Tomos I y II, FLACSO, 2005.

Como se pudo observar el municipio que presenta el mayor porcentaje de pobreza es Chiltuipan a pesar de ser el más cercano al municipio de la Libertad

A continuación se muestra una tabla resumen donde se muestran específicamente los niveles de pobreza de los tres municipios haciendo énfasis en la clasificación del nivel de pobreza:

Tabla 24 Densidad de habitantes, extensión territorial y niveles de pobreza

Municipio	Densidad de habitantes/km2	km2	Nivel de pobreza
Chiltiupán	112	96.66	Alta
Tamanique	229	59.04	Moderada
La Libertad	222	162	Baja

FUENTE: elaboración propia con información de Almanaque 262

En cuanto a los niveles de pobreza sólo Chiltiupán está clasificado en condiciones de pobreza alta, mientras que Tamanique registra pobreza moderada y La Libertad se considera en un nivel de pobreza baja, de acuerdo con el mapa de pobreza de 2005.

Para profundizar en los demás índices mostrados se recomienda ir directamente a la fuente de información: el mapa de pobreza, que si bien es cierto ya está desfasado, son las últimas cifras oficiales que se tienen sobre el tema. Sobre las necesidades o prioridades de inversión que en aquel momento en que fue hecho el mapa de pobreza se tenían, se pueden mencionar:

Tabla 25 Prioridades de inversión de los municipios de la micro región.

CONDICION	MUNICIPIO		
	La Libertad	Chiltuipan	Tamanique
Condiciones de marginalidad municipal	Moderada	Severa	Severa
Índice educativa	Alta	Alta	Máxima
Índice agua potable	Alta	Moderada	Máxima
Índice drenajes	Alta	Máxima	Máxima
Inversión energía eléctrica	Moderada	Máxima	Máxima
Inversión vivienda	Moderada	Máxima	Máxima

Fuente: Mapa de Pobreza, Tomos I y II, FLACSO, 2005.

Las necesidades de inversión en servicios básicos, educación y vivienda son máximas en Tamanique, y disminuye un poco en los otros dos municipios. Con certeza, luego de ocho años, esta situación probablemente haya cambiado, sin embargo, no hay estudios actualizados al respecto.

Uno de los principales problemas que tiene la zona es la dificultad de acceso a agua potable y la falta de tratamiento de aguas residuales. Debido a que la afluencia y estancia de turistas en la zona es cada vez mayor, esta situación se vuelve primordial resolverla. Más de la mitad de la población cuenta con los tres servicios básicos. En particular, el servicio de agua potable en la zona se presenta a continuación4:

- La Libertad: 3,500 usuarios con servicio de agua potable, cubriendo el 50% de la población. El alcantarillado sanitario sólo lo posee un 20 % de la población del municipio.
- Chiltiupán: 350 usuarios con servicio de agua potable, cubriendo el 30% de la población. No existe servicio de alcantarillado en el municipio.
- Tamanique: el sistema de agua potable es administrado por la municipalidad, sólo da servicio al casco urbano del municipio, se alimentan por medio de dos nacimientos de agua. No dan servicio a las playas Zonte y Palmarcito. No existe servicio de alcantarillado en el municipio.

De todas las anteriores cifras se puede inferir que el polo de desarrollo donde se concentran más las actividades productivas y económicas es el municipio de La Libertad, es el punto neurálgico de la zona y donde confluyen todos los servicios, carreteras, comercio, etc. A medida se avanza hacia el occidente, hacia la periferia del polo, el panorama va cambiando tanto a nivel económico como social. Nótese cómo el IDH y el nivel de escolaridad disminuye a medida los municipios se alejan de La Libertad y cómo la tasa de analfabetismo aumenta (con excepción de Chiltiupán).

Esto pudiera cambiar si estos municipios tuvieran su propia dinámica económica, pero para dinamizar la zona es necesario invertir primero en infraestructura básica y dado que no se pueden cubrir por completo todas las necesidades, es menester empezar por lo siguiente: introducción de agua potable, tratamiento de aguas residuales (emisario submarino) y construcción de hostales

La dinámica de los municipios más cercanos al municipio de La Libertad es diferente en tanto el rubro del turismo costero es más rentable, hay más productividad, diversificación de productos agrícolas; el tipo de habitantes de la zona es más auto gestor y emprendedor, busca los servicios institucionales para crecer y además el turista le ha enseñado al empresario/a lo que busca, por lo que se ha visto en la obligación de ir creciendo y entendiendo las nuevas exigencias que el turista actual demanda en la zona.

Las remesas recibidas por la población no son tan fuertes comparadas con otros municipios del país y no hay relación directa entre el porcentaje de remesas recibidas y pobreza, más bien, el fenómeno que se da es el que se da en todo el país: la finalidad de las remesas es el consumo y no la inversión en actividades productivas.

8.4 SITUACION ACTUAL DE LAS COOPERATIVAS

Para analizar la situación interna de las cooperativas es necesario tener un acercamiento con cada una de ellas, para identificar la organización, servicios turísticos que ofrecen, infraestructura entre otras, para ello se ha realizado un levantamiento de información de cada cooperativa en las seis playas en estudio:

8.4.1 EL OBISPO

- Entrevista dirigida a: **Amanda**
- Nombre de la Cooperativa: **ASODESPO (Asociación de Desarrollo Playa el Obispo)**
- Playa: **El Obispo**
- Información de contacto:
- **Teléfono:2335-3343**
- **Correo: salvadorian_chick@hotmail.com, ashley_tt@av.com.**

ORGANIZACIÓN

ASODESPO nace a través de la iniciativa de los comerciantes de la playa el obispo, aunque todavía se encuentra en el proceso de legalización, esta asociación tiene aproximadamente 8 meses de haber iniciado el proceso de organización.

Está integrada por 14 negocios, los cuales tiene aproximadamente 30 años de existencia, la mayoría por no decir todos se dedican al servicio de alimentación.

Antes que la playa el Tunco fuera la sensación del departamento de La Libertad, existía la Playa el Obispo, los establecimientos tenían mayor afluencia de turística, pero poco a poco el turista gustaba de otros atractivos y con la construcción de un Centro Comercial que oculta totalmente a la playa, fue como así la playa quedo en el olvido, los negocios cada vez reciben menos turística, además una de las grandes limitantes es que los miembros de la asociación no coinciden en estar dispuestos a integrarse y participar en el desarrollo de actividades turísticas ya que ellos se oponen a modernización y diversificación de los servicios turísticos.

SERVICIOS TURISTICO

Esta asociación ofrece los servicios de alimentación en la mayoría de negocios, Restaurantes con vista al mar que ofrecen desayunos, almuerzo y cenas, platillos como carnes, pollo, mariscos entre esto pescados y ostras, así como el servicio de bebidas como sodas, frozen, licuados y bebida alcohólicas.

Los horarios de atención todos los días de 8:00 am a 9:00pm o hasta que el ultimo cliente se vaya.

INFRAESTRUCTURA

La playa el obispo cuenta con agua potable, energía eléctrica y fosas sépticas, no existe el tratamiento de aguas residuales y tampoco cuentan con duchas para los clientes.

Las vías de acceso se encuentra en buen estado, pavimentada y la playa el obispo posee vías de entradas a la playa. Cada restaurante cuenta con parqueo propio para los turistas.

La infraestructura turística con la que cuenta la asociación son establecimientos de bloque de concreto, cuenta con baños, mesas, sillas , local con energía eléctrica, así como buenas prácticas de salubridad y limpieza

DEMANDA DE TURISTAS

La principal afluencia de turista es proveniente de visitantes locales, la temporada alta son días festivos, vacaciones, y normalmente es el fin de semana

PUBLICIDAD Y PROMOCION

No se tiene un programa de promoción y publicidad.

Si bien cuenta con rotulo en la entrada a la playa, este no posee la señalización turística adecuada.

APOYO EXTERNO

Actualmente la alcaldía del municipio de La Libertad brinda apoyo a la asociación por medio de faroles para iluminar la playa en la noches, de igual manera está haciendo los trámites necesarios para adquirir un terreno baldío que se encuentra frente a los negocios para convertirlo en un parqueo, también se están realizando los trámites para la legalización de los terrenos y promover la playa el Obispo

8.4.2 SAN BLAS

- **Entrevista dirigida a: Javier Orellana**
- **Nombre de la Cooperativa: Asociación de conservación de la tortuga marina San Blas**
- **Playa: San Blas**
- **Información de contacto:**
- **Nombre: Javier Orellana**
- **Teléfono: 7172 5119**

ORGANIZACIÓN

La idea surge a través de la necesidad de conservar la tortuga en El Salvador, en el 2007 se saqueaban de 300 a 400 huevos de tortugas en la playa San Blas, los cuales eran destinado para el consumo.

Cuatro personas comprometidas con la comunidad y con el medio ambiente deciden enfrentar esta problemáticas a través de ACONTOMSAB, asociación destinada a la protección, conservación y liberación de tortugas.

A través del apoyo de la comunidad con donación de huevos, disposición de tiempo entre otro fue como ACONTOMSAB se dio a conocer con FUNZEL(Fundación Zoológico de El Salvador), la cual brindo el apoyo para establecer legalmente a la Asociación , fundar las bases para la administración y capacitación técnica en el área de conservación de tortugas marinas.

Hoy en día ACONTOMSAB esta forma por 21 personas locales, entre artesanos, buscadores de huevo , entre otros

De igual forma la playa de San Blas cuenta con una ADESCO la cual no posee una participación de los miembros de la comunidad por considerar que los beneficios que esta puede presentar no es para ellos sino para los dueños de los ranchos, debido a que la mayoría de las personas que forman parte de la comunidad trabajan cuidando los ranchos de esta zona, mientras que los dueños de ellos viven en la capital, esto los desmotiva a buscar algún tipo de beneficio para la comunidad.

SERVICIOS

Los servicios que ofrece la cooperativa es la Conservación de tortugas y artesanías con materia prima propia del lugar y material reciclado.

La Protección, Conservación y liberación de Tortugas se ofrece durante el periodo de Agosto hasta enero (periodo de anidación de tortugas en El Salvador), durante esta temporada los turistas pueden ver la liberación de tortugas como la prieta y golfina.

El costo del servicio es de \$7 Adulto y \$5 niños se hacen precios especiales a grupos.

Otro servicio es la venta de artesanías las cuales se elaboración con materia primas propia el lugar como lo es el coco, así como también material reciclado como el plástico, los artículos van desde pulseras hasta adornos para el hogar.

Actualmente ACONTOMSAB tiene alianza con un restaurante de la zona para ofrecer servicios de alimentación y alojamiento. Entre los proyecto a largo plazo que tiene la cooperativa es establecer relaciones con los demás restaurantes y hoteles de la zonas para mejorar, diversificar los servicios actuales y aumentar su capacidad para brindar sus servicios.

Otro atractivo turístico potencial con el que cuenta la playa es un barco que tiene 100 años de estar hundido, durante los meses de septiembre a noviembre se puede observar el barco a 5 metros debajo del mar, el objetivo de cooperativa es convertir esa área en una zona protegida, ya que se ve afecta por saqueadores del lugar.

Horario de atención de 7:00am a 5:00 pm

INFRAESTRUCTURA

Actualmente en la zona no se cuenta con servicio de agua potable y agua residuales, algunos establecimientos cuenta con fosa séptica y otros depositan su aguas directamente al mar. Se cuenta con energía eléctrica, y cada cierto tiempo para el tren de aseo.

La asociación no cuenta con un área física. Los restaurantes, hoteles y hostales de la playa son de bloques de concreto, poseen parqueo, y bonitas instalaciones para la prestación de servicio turístico.

DEMANDA DE TURISTA

La demanda de turista se durante el mes de agosto a enero ya durante este periodo las tortugas anidan en la playas de El Salvador.

El tipo de turista que hace uso de los servicios de las asociación es 50 % nacionales y 50% internacionales

PUBLICIDAD Y PROMOCION

Actualmente la asociación está trabajando con una fan page, para darse a conocer, anteriormente lo hacían a través de la fundación Funzel, que es la que establecías contactos con empresas, persona entre otros y también cuentan con un tour operador (eco experiencias) que ofrece sus servicios.

APOYO EXTERNO

ACONTOMSAB cuenta con el apoyo de la Alcaldía a través de alianza para la disposición de un terreno propio de la asociación , en sus inicio conto con el apoyo de Funzel mediante capacitaciones técnicas , de igual manera trabajó con Conamype, Cedemype y el MARN

8.4.3 EL MAJAHUAL

- **Entrevista dirigida a: Rene Martínez**
- **Nombre de la Cooperativa: Asociación de desarrollo bello mar**
- **Playa: El Majahual**
- **Información de contacto:**
- **Nombre: Rene Martínez**
- **Teléfono: 2310-5697, 7292-0970**

ORGANIZACIÓN

La cooperativa nació de la necesidad de la comunidad de tener un mejor ordenamiento y desarrollo comunal, aproximadamente existe desde 1998, están establecidos legalmente y tienen casa comunal, posee estructura organizativa, solo se basa en los estatutos que la conforman, llevan un libro de actas y de contabilidad, no poseen visión ni visión, está integrada por 67 negocios que están conformado tanto por los ranchos como tiendas y abarroterías de los cuales todos están activos.

La cooperativa está comprometida con el desarrollo turístico y comunal, los miembros de la ADESCO pagan \$3 al mes y si son miembros pero no poseen negocio el pago es de \$2 al mes ya que reciben los servicios de fumigación, campaña de limpieza entre otros

SERVICIOS

Los servicios que se ofrecen son de restaurante, renta de cuartos para que los turistas guarden sus pertenencias mientras disfrutan de las playas con tranquilidad, renta de habitaciones para los que desean pasar la noche en la playa, renta de hamacas, ventas de traje de baño y flotadores en algunos establecimientos y parqueo

INFRAESTRUCTURA

Actualmente los locales de los miembros de la cooperativa cuenta con energía eléctrica y agua potable pero carecen de tratamiento de aguas residuales pero cuentan con fosas.

Los ranchos cuentan con parqueo, área de concina normalmente a la vista de los turistas, restaurante, cuartos para que los turistas guarden sus pertenencias y habitaciones, su infraestructura es de cemento, madera y techos de palma de coco en su mayoría.

El área de baños es poco atractivo y carece de salubridad, en su mayoría los establecimientos no poseen regaderas o duchas, pero cuentan con pozo para que la gente pueda quitarse la arena y sal después de disfrutar del mar

DEMANDA DE TURISTAS

La mayoría de turistas que visita esta playa son turistas salvadoreños y la temporada alta son días festivos, vacaciones, y normalmente es el fin de semana. Para estas fechas se puede observar buses repletos de salvadoreños que se acercan a esta playa para disfrutar de los diversos servicios que se ofrecen.

En temporada alta se ofrece servicio las 24 horas y en temporada baja de Lunes a Viernes de día y Sábado las 24 horas

PUBLICIDAD Y PROMOCION

La mayoría de los establecimientos publicidad por medio de banners que son patrocinados por la constancia, PEPSI, DIANA, TIGO y Petrov

APOYO EXTERNO

Posee apoyo de la alcaldía en la seguridad y con la limpieza de igual manera en las temporadas altas la alcaldía ayuda a acreditar a todas las ventas informales cobrándoles y así poder tener una estadística de esas ventas informales, también tienen apoyo del MINICE que los exhorta y ayuda en la medida de lo posible para que participen en los concursos que este realiza para obtener

financiamiento

8.4.4 EL SUNZAL

- Entrevista dirigida a: **Guadalupe Ramos**
- Nombre de la Cooperativa: **Asociación Cooperativa de Comercialización y improvisación el Sunzal de R.L.**
- Playa: **El Sunzal**
- Información de contacto:

Nombre: Guadalupe Ramos

Teléfono: 7271-9155

ORGANIZACIÓN

La cooperativa nace a partir del concurso que lanzo el MINEC el año pasado (2013) para brindarle fondos a diferentes asociaciones y por qué se ha dado a conocer que se va construir un malecón en la zona donde están los establecimientos y que no se les van a reconocer nada por la infraestructura que ellos han levantado.

La cooperativa cuenta con 31 socios que comenzaron el proceso de organización en octubre del 2013, fue así como se juramentaron en Diciembre del 2013, para junio del presente año ya está constituida legalmente.

No cuentan con un lugar propio, tienen un proyecto que consta en poseer un local propio para realizar reuniones y donde puedan venderles a los mismos socios insumos para dar el servicio turístico y así poder obtener fondos para la cooperativa. Cada socio aporta \$5 mensuales a la cooperativa, el compromiso de la cooperativa es hacer crecer a los socios haciéndoles préstamos en base a lo que se ahorra de lo que aportan mensualmente.

Poseen estructura organizativa y estatutos.

Uno de los problemas de la asociación es que algunos de sus miembros no tiene el compromiso con colaborar con el recurso económico, de igual manera con la cooperativa

Los establecimiento en la playa el Sunzal cuenta con más 20 años de existencia , en el pasado se compraron los locales pero no se poseen escritura del terreno , actualmente se pagan los impuesto respectivos para su funcionamiento

SERVICIOS

Esta asociación ofrece los servicios de alimentación en la mayoría de negocios

Los horarios de servicio es solo es el fin de semana, ya que la mayoría de ranchos solo abre en este horario, uno o dos locales abre toda la semana. Los platillos que ofrecen son pollo, carne, pescado y mariscos.

Uno de los servicios potenciales es el servicio de alojamiento ya que actualmente solo se cuenta con dos cuartos para brindar este servicio.

Además la playa posee cuevas en donde los pescadores buscan ostras, cuando la marea baja.

INFRAESTRUCTURA

La playa el Sunzal no cuenta con agua potable y tratamiento de aguas residuales. Solo 5 locales cuentan con energía eléctrica y 4 establecimientos con fosa.

La infraestructura turística es muy pobre, uno o dos locales cuenta con todo lo necesarios para llevar a cabo el servicio de alimentación como mesas, cocina , refrigeradora entre otros, la mayoría de negocios vende comida ya preparada.

Los establecimiento están contruidos con palmas de coco y troncos de madera

DEMANDA DE TURISTAS

La principal afluencia de visitantes son salvadoreños que en grupos familiares busca el servicio de alimentación a un bajo precio

Los días con mayor afluencia es semana Santa, las fiestas de agosto y diciembre.

PUBLICIDAD Y PROMOCION

La playa el Sunzal solo cuenta con la publicidad de banners que los coloca la constancia solo en semana santa.

No posee señalización turística

APOYO EXTERNO

La división de Fomento productivo Territorial del MINEC ha brindado apoyo a la cooperativa a establecer legalmente.

No cuenta con apoyo de la alcaldía, según se comenta la alcaldía tiene un proyecto turístico denominado Malecón el Sunzal, un proyecto similar al Malecón del Puerto de la libertad, la ideas es quitar todos los locales y construir nueva infraestructura no tomando en cuenta a la comunidad el Sunzal, la cooperativa jamás ha sido convocada a alguna reunión que realice la alcaldía por lo que se considera que no es tomada en cuenta en lo más mínimo

8.4.5 EL PALMARCITO

- **Entrevista dirigida a: José Héctor Reyes**
- **Nombre de la cooperativa: ACOPALMAR (Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria y Pesquera el Palmarcito)**
- **Playa: el Palmarcito**
- **Información de contacto:**
- **Nombre: José Héctor Reyes**
- **Teléfono: 2310-5697, 7731-7814**

ORGANIZACIÓN

Los pescadores de la playa el Palmarcito con la ilusión de mejorar sus utensilios de pescas como atarrayas, motores entre otros, deciden forma la Asociación ACOPALMAR para buscas fuentes de financiamiento y poder desarrollarse como cooperativas agropecuaria pesquera.

La iniciativa surge aproximadamente hace 4 años, pero de estar establecida legalmente desde 26 de octubre del 2012, y está integrada por 35 personas locales del cantón el Palmar, los cuales tienen el compromiso de ayudarse mutuamente y colaborar con la cooperativa. Uno de los objetivos de ACOPALMAR es tener un lugar donde guardar sus utensilios de pescas, así como también mejor su equipo de trabajo.

SERVICIOS

Los servicios que ofrece esta Asociación Cooperativa es la venta de Pescado como bagre corvina, cubril, ostras, langosta a un precio entre \$4.50 a \$9.00 en dos restaurantes propios de la playa. Una característica diferenciadora es el bajo precio con el cual vendes sus productos.

Además poseen alojamiento el cual tiene un costo de \$6 el día y \$12 la noche.

Los horarios de atención: 6:30 am hasta que el ultimo cliente se vaya.

Entre otros servicios potenciales que ofrece la playa el Palmarcito y que no son partes de la cooperativa esta hostales, café, piscinas, alquiler de tablas y lecciones de surf.

Un atractivo natural con el que cuenta la playa es un manglar que se encuentra en el estero. El cual se podría utilizar para alquiler de cayucos.

INFRAESTRUCTURA

Actualmente los locales de los miembros de la cooperativa no cuenta con energía eléctrica, agua

potable y tratamiento de agua residuales.

Los establecimientos tiene un infraestructura de troncos de madera y palmas de cocos

DEMANDA DE TURISTAS

La mayor demanda de turistas en la playa se da los Fines de semana, vende 45 a 60 platos por establecimientos, el tipo turista que visita la playa es tanto nacional como internacional.

PUBLICIDAD Y PROMOCION

No cuenta con ningún medio de promoción y publicidad.

Posee poca señalización turística

APOYO EXTERNO

ACOPALMAR ha recibido del Centro de Desarrollo de la Pesca y Acuicultura(CENDEPESCA)

8.4.6 . EL ZONTE

- **Entrevista dirigida a: Julio Argeni Martínez**
- **Nombre de la cooperativa: Asociación Cooperativa Mar y Plata (Nombre Tentativo)**
- **Playa: el Zonte**
- **Información de contacto:**
- **Nombre: Julio Argeni Martínez**
- **Teléfono: 2310-8718,2323-8946,7900-5556**
- **Correo: merenderoelteco@hotmail.com**

ORGANIZACIÓN

Actualmente las personas de la playa el zonte están en el proceso de conformar una cooperativa, esto surge a través de un concurso de fondos que realizo la División de Fomento Territorial Productivo del MINEC en julio el 2013, finalizado el concurso las personas de la playa el zonte descubrieron que las cooperativas tiene más oportunidades de financiamiento y son más fuertes hablando de organización.

En el proceso de organización ha integrado a 5 personas locales y 3 negocios familiares, aun no hay decidido el nombre de la cooperativa, pero se podrían llamar Cooperativa Mar y Plata.

SERVICIOS

Entre los servicios que ofrecen actualmente los negocios esta:

Alimentación platos de \$3.50 a \$10, Transporte al aeropuerto entre \$35 y \$40, Clases de surf a \$20 la hora, renta de tablas de surf \$10, internet \$1.50 la hora o fracción y artesanías de \$10 a \$15

INFRAESTRUCTURA

Los locales poseen energía eléctrica, agua potable, teléfono y algunos locales cuenta tratamiento de aguas residuales o canaletas.

Los locales son de cemento, techos de palma de coco, mesas de madera y sillas de plásticas o hechas con troncos

DEMANDA DE TURISTAS

En las temporadas de semana santa y vacaciones de agosto el turista es nacional, pero en las fechas de octubre a mediados de marzo la mayoría de la afluencia es de turista extranjero.

PUBLICIDAD Y PROMOCION

La cooperativa en si no posee un medio para la publicidad pero si el local del representante de la asociación por medio de las fan Pagés: merendero el teco y teco guanaco

APOYO EXTERNO

la asociación no posee el 100% del apoyo de la alcaldía, pero si posee apoyo de INTERVIDA y del MINEC

8.5 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LAS COOPERATIVAS

Tabla 26 Síntesis de la situación actual de las cooperativas y asociaciones en estudio

Playa	Asociación o Cooperativa	Organización	Servicios turísticos	Infraestructura	Demanda de turismo	Promoción y publicidad	Apoyo externo
El Obispo	ASODESPO(Asociación de Desarrollo Playa el Obispo	Proceso legalización , integrada por 16 negocios	Alimentación Alojamiento	Agua potable Energía Eléctrica Aguas Residuales	Turista local	Alcaldía municipal	Alcaldía Municipal
San Blas	ACOTOMSAB(Asociación para la Conservación de Tortugas Marinas Playa San Blas) ADESCO (Asociación de Desarrollo Comunal)	Establecidos legalmente, integrada por 21 personas locales	Esparcimiento Conservación de tortugas marinas Artesanías	Energía Eléctrica	Turista nacional	Alcaldía municipal FUNZEL	FUNZEL MARN Conamype
El Majahual	Asociación de desarrollo bello mar playa El Majahual	Establecidos legalmente	Alimentación Alojamiento Otros: Ventas de artículos varios de playa	Agua potable Energía Eléctrica	Turista nacional	Alianza con proveedores, Alcaldía municipal	Alcaldía municipal
El Sunzal	Asociación Cooperativa de Comercialización y improvisación el Sunzal de R.L.	Establecidos legalmente, integrada por 64 negocios	Alimentación Alojamiento Otros: Ventas de artículos varios de playa	Energía Eléctrica	Turista nacional e internacional	No cuenta	MINEC
El Palmarcito	ACOPALMAR (Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria y Pesquera el Palmarcito	Establecidos legalmente, integrada por 35 pescadores locales	Venta de pescado Alimentación Alojamiento	No poseen servicio públicos en la zona de la playa	Turista nacional e internacional	No cuenta	CENDEPESCA
El Zonte	Asociación Cooperativa Mar y Plata	En proceso de organización, 5 personas locales y 3 negocios familiares	Alimentación Alojamiento Venta de artesanías Clases de surf Transporte Internet	Agua potable Energía Eléctrica	Turista nacional y Extranjero	No cuenta	INTERVIDAD, MINEC

Fuente: Elaboración Propia

- Las cooperativas, asociaciones y ADESCO que poseen las playas en estudio solo 66%, están establecidas legalmente (ASODESPO, ACOTOMSAB, Asociación de Desarrollo Bello Mar, ACOPALMAR y Asociación cooperativa del Sunzal) las demás se encuentra en el proceso de legalización (ASODESPO) o comienzan el proceso de organización de una cooperativa (Asociación Cooperativa Mar y Plata).
- Las cooperativas están integradas por persona locales que tiene sus negocios a la orilla de mar o cerca de la playa, comerciantes locales o agricultores y pescadores, personas que buscan un desarrollo para su comunidad y progresos en sus actividades productivas, solo el 33 % de las cooperativas y asociaciones están dirigidas a esfuerzos turísticos, el resto se enfoca al desarrollo comunal u otros sectores productivos
- Todas las cooperativas brindan el servicio de alimentación y alojamiento, 33% el servicio de artesanías, 33% ventas artículos varios de playas, y solo 16% otros servicio como conservación de tortugas marinas, venta de pescado, clases de surf, y transporte.
- De las asociaciones y cooperativas estudiadas solo 16 % tiene una oficina física para llevar a cabo sus reuniones, las restantes buscas un local de un integrante de la asociación o cooperativa para las reuniones,
- El 50% de los turistas que demanda los productos turísticos de las asociaciones y cooperativas son nacionales, el resto son turistas internacional provenientes Estados Unidos, Guatemala, Canadá y Europa. Las temporadas altas del turista nacional son días festivos y periodos de vacaciones y para el turista internacional desde Noviembre a finales de febrero.
- Entre las organizaciones que brindan apoyo a estas asolaciones y cooperativas están MINEC, MARN, FUNZEL, CONAMYPE, FUNDAVIA, Alcaldía Municipal del municipio de La Libertad.
- Un problemas que enfrenta las asociaciones y cooperativas es que no cuenta con las escrituras de propiedad donde ofrecen el servicio turístico, esto dificultad la ampliación de los negocios o establecimiento, como lo es el caso de la Asociación y Cooperativa el Sunzal ACOPALMAR, que tiene discrepancia con la alcaldía de la municipalidad de Tamanique, la cual no brinda los permisos necesarios para construcción.
- Un grave problema de la asociaciones y cooperativa es que los miembros de están no se encuentran completamente identificados con los esfuerzos o son reacios a comprometerse enteramente con las actividades de la asociaciones.

8.6 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PLAYAS

8.6.1 PLAYA ELOBISPO

Ubicación y Descripción

Ubicada en el casco urbano de La Libertad, sobre la carretera litoral (CA-2) .Situada en la calle “El Obispo” que inicia desde la entrada principal del Puerto de La Libertad.

Su nombre es en honor a un obispo que solía visitar esta zona y que muriera precisamente en esta playa al ser arrastrado por un fuerte oleaje. Esta zona está conformada por una gran variedad de restaurantes y un hotel, ofrece a sus turistas un área donde disfrutar de ricos y variados alimentos, alojamiento y su acceso a directo a la playa. Playa El Obispo es reconocida por sus bellas formaciones rocosas que detienen la fuerza de las imponentes olas del mar.

Recursos naturales

Este territorio se caracteriza por los recursos hídricos, cuenta con un arrecife, el recurso mide aproximadamente 125 metros de largo. Está situado aproximadamente a 400 metros de la costa, según la Fundación Zoológica de El Salvador (Funzel), Entre la diversidad de fauna se encuentra moluscos (ostras dos diferentes tipos), especímenes de uso comestible: parcos, parquetas; coral blando (aermatíticos como las esponjas, los tubos) y coral duro (pétreos o ermatíticos), de estos (coral duro). Además se identifica la playa, árboles frutales, así como diversidad de especies marina y aves.

Conectividad vial

Desde la Carretera el litoral la playa el Obispo cuenta con dos acceso, el principal ubicado en el barrio la cruz en el casco urbano de la Libertad, denominado pasaje el Obispo, y otro acceso que está ubicado a un costado del Centro Comercial El Faro. Al finalizar el pasaje obispo, encontramos la Calle el obispo que recorre los establecimientos de la playa el obispo



Cualquier vehículo puede acceder a lugar, ya que las tres calles se encuentra adoquinadas.

Rutas de buses disponibles: La ruta es: 80 A-B que tiene su recorrido en la Ciudad del Puerto de La Libertad. El costo del pasaje varía hasta los \$0.75 USD

Servicios Básicos

La playa el obispo cuenta con los servicios de agua potable, energía eléctrica, así como también servicios de aguas negras. Por estar en una zona urbana cuenta con los servicio de telefonía fija.

Infraestructura turística

La zona turística de la playa el obispo se encuentra ubicada en la Calle el Obispo, desde el final del pasaje el Obispo hasta el final de la otra vía de acceso a la playa.

La calle El Obispo se ve caracteriza por restaurantes con infraestructura de concreto, techo de duralita o lamina, muy bien equipado, con mesas, baños y lavamanos con agua, y todo los necesarios para brindar el servicio de alimentación

Los establecimientos no se encuentran al mismo nivel del mar, la mayoría se encuentra a una altura de 1 m, pero tiene acceso a la playa. Estos establecimientos se identifican por tener una vista hermosa del mar

Servicios turísticos

Servicio de Alimentación: Los platillos que se ofrecen especialmente, Pescado frito, Cocteles, Mariscadas, así como también pollo y carne, acompañas de arroz, ensalada, chirmol, tortillas tostadas o fritas, según el platillo. Los platos van desde un promedio \$5.00 hasta \$17 según el establecimiento. Todos los negocios ofrecen a sus visitantes el servicio de bebidas, como gaseosas, jugos, licuados, frozen y bebidas alcohólicas.

Servicio de Alojamiento: Este servicio lo ofrece únicamente un hotel ue ofrecen habitaciones con cama, A/C, Televisión entre otros y un establecimiento de la calle el Obispo, en cual alquila únicamente 3 cuartos que se utilizan como des vestideros o para pasar la noche. El precio de los cuartos es de \$10

Otros Servicios: Hay otros servicio como estacionamiento, baños y duchas que va incluido el servicio de alimentación.

Promoción y publicidad

Actualmente la playa tiene poco afluencia turística, ya que no cuenta con ningún medio de publicidad, los establecimientos de alimentación no cuenta con páginas web, correo electrónico u otro medio. La playa solo cuenta con un rotulo deteriorado

8.6.2 PLAYA SAN BLAS

Ubicación y Descripción

Situada en el kilómetro 39 y medio de la Carretera del Litoral, la playa San Blas está rodeada de complejos residenciales privados como Lomas de San Blas y Complejo Habitacional San Blas y otra parte abierta al público, con varias opciones de restaurantes que ofrecen el más fresco marisco en platos especializados a precios accesibles.

Su nombre se debe a El barco de vapor San Blas que encalló en una playa de La Libertad en 1901. Actualmente el barco se encuentra sumergido

Recursos naturales

Este territorio se caracteriza por los recursos hídricos, idóneo para la pesca artesanal; se identifican la playa, árboles frutales, tropicales y, así como diversidad de especies marina y aves. Cuenta con un corral de incubación de tortugas marina apoyado por FUNZEL, y ACOTOMSAB la asociación de tortugeros.

Conectividad vial

La playa el San Blas cuenta con un único acceso público, la calle principal las cual dirige a una calle secundaria denominada Calle San Blas que recorre todos los establecimientos turísticos y ranchos privados La calle principal como la secundaria es una combinación de grava y tierra. Cualquier vehículo puede acceder a estas vías.



Transporte público: Desde San Salvador la ruta 22, se aborda en el lugar conocido como Ceiba de Guadalupe o en el Parque Bolívar en el centro de San Salvador, directo hasta el Puerto de La Libertad, luego se aborda la ruta 80-B hasta el desvío hacia la Playa San Blas, de allí hacia la playa la única opción es caminar unos 2 kilómetros.

Servicios Básicos

La zona de la Playa San Blas cuenta con los servicios de Energía Eléctrica, pero no con el servicio de agua potable, las viviendas de la zona cuentan con pozos de agua dulce. Los pobladores tienen acceso a el servicio de telefonía fija.

La Playa San Blas no goza con un sistema de recolección, tratamiento y disposición de aguas residuales, conducidas por un sistema de alcantarillado adecuado. Los negocios de la zona cuentan con una fosa séptica, para las aguas grises, cuando la fosa se llena, la vacían y tiran esas aguas a la arena de la playa y sus alrededores.

Infraestructura turística

La calle El Obispo se caracteriza por restaurantes con infraestructura de concreto, techo de duralita o lamina, muy bien equipado, con mesas, baños y lavamanos con agua, y todo lo necesario para brindar el servicio de alimentación. Además de contar con piscinas para adultos y niños, parqueo privados, zonas verdes, área de comedores.

Servicios turísticos

Servicio de Alimentación: Los platillos que se ofrecen son Pollo, Carne, Pescado frito, Cocteles, Mariscado, acompañas de arroz, ensalada, chirimol, tortillas tostadas o fritas, según el platillo. Los platos van desde un promedio \$4.00 hasta \$20 según el establecimiento.

Servicio de Alojamiento: La mayoría de establecimientos son Hoteles que ofrecen habitación sencilla, dobles, triples totalmente equipadas con Televisión con Cable, Aire acondicionado, Wi-Fi entre otros. Los precios promedio van desde sencillas \$ 25 Dobles \$ 35 y triples \$45

Otros Servicios: Hay otros servicios como estacionamiento que va incluido el servicio de alimentación o alojamiento.

El anidamiento de tortugas marinas puede ser observado en Playa San Blas durante las noches de julio a septiembre, cuando salen a desovar las tortugas. También se dan a conocer los esfuerzos para fortalecer los programas de protección y conservación que está llevando a cabo la comunidad local para cuidar a esta especie en peligro de extinción. El costo del servicio es de \$5 Niños y \$7 Adultos

De igual manera la asociación ofrece al público artesanías elaboradas de coco y camisetas con mensajes de conservación,

Promoción y publicidad

El servicio de esparcimiento: Conservación de tortugas cuenta con la publicidad que le adjudica la Fundación Zoológica de El Salvador (FUNZEL)

8.6.3 PLAYA EL MAJAHUAL

Ubicación y Descripción

Se encuentra ubicada Km. 40 1/2 de la Carretera El Litoral, Cantón Playa El Majahual, Municipio de La Libertad. El Majahual, en Departamento de La Libertad, es una de las playas más populares del país debido a su cercanía con la capital. Tiene oleaje amigable y gentil. Cuenta con una longitud de 1 km, la playa el Majahual inicia desde el puente Río El Majahual hasta la zona conocida como las peñitas.

La Playa cuenta con un Centro Escolar Cantón el Majahual, una iglesia católica, una cancha de fútbol, un establecimiento de AA y un Cyber.

Recursos naturales

Este territorio se caracteriza por los recursos hídricos, idóneo para la pesca artesanal; se identifican la playa, árboles frutales, tropicales y manglar, así como diversidad de especies marina y aves.

Conectividad vial



La playa el Majahual cuenta con dos accesos a la playa desde la carretera La litoral (CA 2), estas vías de acceso son una combinación de arena y tierra. Cualquier tipo de vehículo puede acceder hasta la orilla de la playa, también cuenta con una vía que conecta el estero del río El Majahual hasta el final de la playa que recorre todos los negocios de la playa, y otra calle que conecta las dos vías de acceso a la playa, donde se localiza viviendas, Centro Escolar, Cyber y la Iglesia.

Servicios Básicos

Toda la zona del Cantón la Playa el Majahual cuenta con los servicio de Energía Eléctrica, el servicio de agua potable no es muy constante, por lo cual los pobladores la utilizan únicamente para la cocina, para otras tareas del hogar, la viviendas de cantón cuentan con pozos de agua dulce Los pobladores poseen el servicio de telefonía prepago únicamente.

La zona de la playa Majahual no goza con un sistema de recolección, tratamiento y disposición de aguas residuales, conducidas por un sistema de alcantarillado adecuado. Los de negocios de la zona cuentan con una fosa séptica, para las aguas grises, cuando la fosa se llena, la vacían y tiran esas aguas a la arena de la playa y sus alrededores

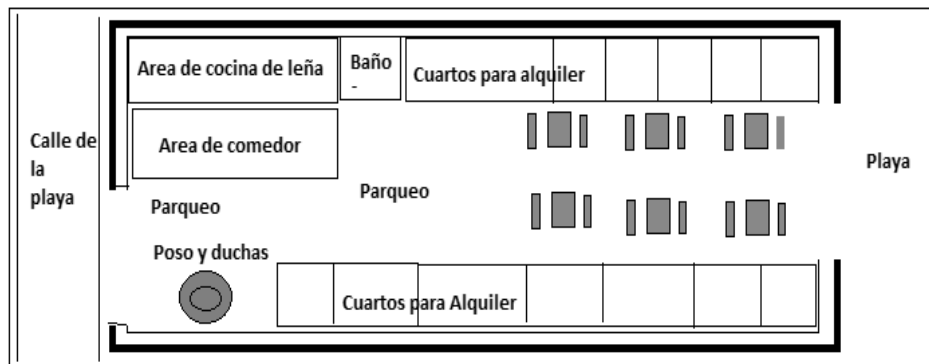
Infraestructura turística

Los negocios turísticos se encuentran ubicados en la calle principal y calle de la playa

La calle principal se ve caracteriza por hoteles, con infraestructura de concreto en su mayoría, con restaurantes, habitaciones, piscinas y amplio parqueos, con árboles frutales y tropicales.

La calle de playa se encuentra ubicados los famosos “Changaros” que se caracterizan por techo de palmas de coco, vigas de madera, piso de arena, cocina de leña, mesas de madera, cuartos de concreto o de palmas de coco y troncos de madera. Los changaros ubicados cerca de la bocana del rio Grande ofrece servicio específico para excursiones, debido a que la calle es más amplia y los parqueos son más extensos, desde la zona media hasta finalizar la playa se distinguen por turistas que van con su familia o amigos en vehículos o pick up

Los changaron de la playa el Majahual se caracterizan por ubicar sus áreas de la siguiente manera:



Servicios turísticos

Servicio de Alimentación: Los platillos que se ofrecen son Pollo, Carne, Pescado frito, Cocteles, Mariscado, acompañas de arroz, ensalada, chirimol, tortillas tostadas o fritas, según el platillo. Los platos van desde un promedio \$3.00 hasta \$15 según el establecimiento. Hay negocios que ofrecen comida rápida como pupusas, papa fritas entre otros. De igual manera el servicio de bebidas que van desde gaseosas, licuados, jugos hasta bebidas alcohólicas como cervezas.

Servicio de Alojamiento: Se alquilan cuartos que se utilizan como des vestideros los cuales van acompañados de un mesa y dos bancos. Los precios promedio van desde \$5 a \$7 temporadas baja a \$ 20 a \$ 25 temporadas alta. De igual manera ofrecen el servicio de cuartos con camas para los turistas que deseen quedarse a dormir. Los precios promedios van desde \$8 a \$10 temporada baja a \$30 a \$ 35 temporada baja.

Otros Servicios: Hay otros servicio como estacionamiento que muchas veces va incluido el servicio de alimentación o alojamiento. Los precio de parqueo promedio son \$3 temporada baja a \$ temporada alta. Baños y duchas los cuales no posee ningún costo siempre y cuando se utilicen los otros servicios.

En la playa además se pueden encontrar ventas de trajes de baños e inflables, abarroterías, tiendas, Carritos de minutas, Venta de Artesanías, Dulces típicos entre otros.

Promoción y publicidad

Los establecimientos poseen alianza con empresas proveedoras, que les proporcionan artículos promocionales como gallardetes, o rótulos de identificación con la condición de vender su producto únicamente, así también como eventos promotores de publicidad en la playa, publicidad en la calle principal

8.6.4 PLAYA EL SUNZAL

Ubicación y Descripción

Se encuentra ubicada Km. 44 1/2 de la Carretera El Litoral, Municipio de Tamanique, en Departamento de La Libertad, es una de las playas consideradas como de las mejores del mundo para practicar surf, se encuentra a 45 minutos de la capital. Cuenta con una longitud de 2 km.

La Playa cuenta con un área de ranchos y una zona libre de estos donde se puede caminar y disfrutar de la naturaleza .de igual manera se observan varios clubs y restaurantes que están ubicados en peñascos lo que les permite tener una vista impresionante del mar, pero no cuentan con acceso a las playas

Recursos naturales

Este territorio se caracteriza por ser Considerada por los medios especializados y surfedores internacionales entre las mejores playas del mundo para practicar el surfing , excelente playa para practicar el snorkeling y buceo a poca profundidad ,en su lecho marino que es rocoso puede observar el habitat de ostras ,langostas ,corales con toda claridad en especial en los meses de verano (noviembre a abril); se identifican la playa, árboles tropicales, un rio, acantilados, una cueva donde cuentan los lugareños que hace años apareció la Virgen, así como diversidad de especies marina y aves.

Conectividad vial



La playa el Sunzal cuenta con dos accesos a la playa desde la carretera La litoral, el acceso principal o calle principal conduce a una zona de ranchos privados que no son de interés para este estudio por lo que nos concentraremos en el la calle secundaria que es la que conduce a los servicios turísticos o ranchos también conocidos como “changarros”, esta vía de acceso es una combinación de arena y tierra. Cualquier tipo de vehículo puede acceder hasta la orilla de la playa, también cuenta con una vía que recorre todos los negocios de la playa.

Servicios Básicos

Toda la zona donde se encuentran los servicios turísticos no cuenta con agua potable y solo algunos locales poseen lo que es el servicio de energía eléctrica de igual manera lo que son las fosas debido a que se observó que solo como 4 locales las poseen.

La zona de la playa del Sunzal no goza con un sistema de recolección, tratamiento y disposición de aguas residuales, conducidas por un sistema de alcantarillado adecuado. Solo algunos negocios de la zona cuentan con una fosa séptica.

El servicio de recolección de basura es precario debido a que este solo pasa una vez por semana.

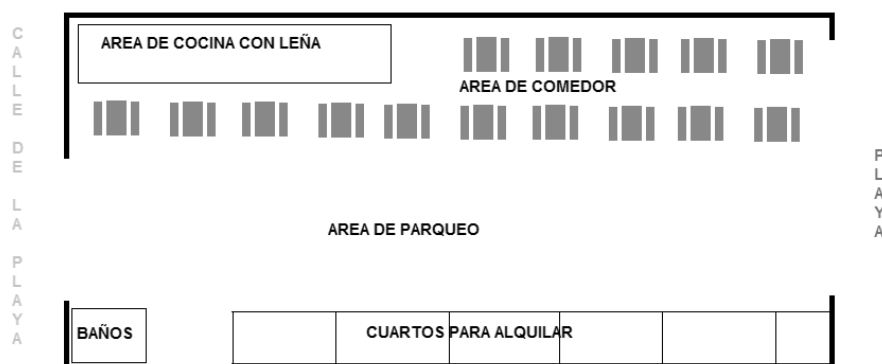
Infraestructura turística

Los negocios turísticos se encuentran ubicados en la calle de la playa

La calle secundaria se ve caracteriza por ranchos privados, con infraestructura de concreto en su mayoría.

La calle de playa se encuentra ubicados los famosos “Changaros” que se caracterizan por techo de palmas de coco, vigas de madera, piso de arena, cocina de leña, mesas de madera, los negocios que están más cerca de la calle secundaria son en su mayoría ranchos con techos de palma de cocos y vigas de madera, no poseen área de cocina solo espacio para mesas y hamacas donde los turistas pueden disfrutar de la belleza de la playa

Los changaron de la playa el Sunzal que poseen área de cocina se caracterizan por ubicar sus áreas de la siguiente manera:



Los ranchos que no poseen área de cocina, cuartos para alquilar y baños, solo tienen distribuidas las mesas en toda el área que conforma el negocio.

Servicios turísticos

Servicio de Alimentación: Los platillos que se ofrecen son Pollo, Carne, Pescado frito, Cocteles, Mariscado, acompañas de arroz, ensalada, chirimol, tortillas. Los platos van desde un promedio \$2.00 hasta \$10 según el establecimiento. De igual manera el servicio de bebidas que van desde gaseosas, hasta bebidas alcohólicas como cervezas.

Servicio de Alojamiento: Se alquilan cuartos que se utilizan como des vestideros, los precios promedio van desde \$5 a \$10. La capacidad que posee la playa del Sunzal para brindar el servicio de habitaciones es muy bajo debido a que cuenta con muy pocos cuartos para este fin, para los turistas que deseen quedarse a dormir los precios promedios van desde \$8 a \$10 temporada baja a \$20 a \$25 temporada alta.

Otros Servicios:

- Estacionamiento o parqueo: los locales que tienen espacio para brindar este servicio no cobran ningún cargo extra si los clientes consumen en el establecimiento, pero si estos llevan sus propios alimentos les cobran aproximadamente \$5 por el parqueo
- Baños y duchas los cuales no posee ningún costo siempre y cuando se utilicen los otros servicios, de no ser así se cobra \$0.25 por el uso de estos
- Alquiler de hamacas: si el cliente quiere descansar le alquilan cada hamaca a \$1

En la playa además se pueden encontrar ventas de trajes de baños e inflables

Otros restaurantes hoteles y clubs que se pueden encontrar en la zona de la playa el Sunzal pero que no tienen acceso a la playa y se encuentran a la orilla de la carretera del litoral son:

- Ola Betos
- Restaurante lo Nuestro
- Restaurante la Curva de don Jere
- Club Salvadoreño
- Casa de Mar
- Sunshine Paradise
- Club Tecleño

Promoción y publicidad

Los establecimientos poseen alianza con empresas proveedoras, que les proporcionan artículos promocionales como gallardetes, o rótulos de identificación con la condición de vender su producto únicamente, pero estos proveedores solo se acercan en la temporada de Semana Santa

8.6.5 PLAYA EL PALMARCITO

Ubicación y Descripción

Se encuentra ubicada en el departamento de La Libertad, tomando el desvío en el kilómetro 51 y 1/2 de la carretera CA-2 (litoral), Municipio de Tamanique, en Departamento de La Libertad, es una de las playas que gracias a sus condiciones naturales rodeada de peñascos es idónea para familias que gustan de un ambiente familiar y privacidad.

La Playa cuenta con un manglar, diversos ranchos privados y una pequeña área de ranchos los cuales no poseen parqueo debido a que se encuentran ubicados directamente en la playa donde no hay acceso a los vehículos, estos deben ser parqueados al final de la calle principal y luego se camina hacia los locales donde se brindan los servicios de comida.

Recursos naturales

Este territorio se caracteriza por los recursos hídricos, idóneo para la pesca artesanal; se identifican la playa, árboles tropicales, un manglar, acantilados, así como diversidad de especies marina y aves.

Conectividad vial



La playa el Palmarcito cuenta con un accesos a la playa desde la carretera La litoral (calle principal) esta vía de acceso es una combinación de arena y tierra. Cualquier tipo de vehículo puede acceder hasta el final de la calle donde comienza la playa, pero para poder llegar a los negocios de servicio de comida es necesario parquear el carro al final de la calle principal y luego caminar por la playa

Servicios Básicos

Pocos de los establecimientos cuentan con energía eléctrica, agua potable y tratamiento de aguas residuales

Los negocios grandes que se encuentran en la zona como ATAMI tiran las aguas residuales directamente al mar o al manglar incrementando así la contaminación

Los establecimientos tienen una infraestructura de troncos de madera y palmas de cocos

Infraestructura turística

Los negocios turísticos se encuentran ubicados en su mayoría alejados de la calle principal pero cercanos a la salida que el complejo ATAMI tiene a la playa.

La calle principal se ve caracteriza en su mayoría por ranchos privados y hostales con infraestructura de concreto en su mayoría, con habitaciones, piscinas y amplio parqueos, con árboles frutales y tropicales.

Los establecimientos tienen una infraestructura de troncos de madera y palmas de cocos, ninguno de ellos posee una distribución uniforme, cada propietario ha distribuido las áreas de cocina, comedor de manera particular.

Servicios turísticos

Servicio de Alimentación: Los platillos que se ofrecen son Pollo, Carne, Sopas, Pescado frito, Cocteles, Mariscado, acompañas de arroz, ensalada o chirimol, tortillas. Los platos van desde un promedio \$4.00 hasta \$20 según el establecimiento. De igual manera el servicio de bebidas que van desde gaseosas, licuados, jugos hasta bebidas alcohólicas como cervezas.

Prácticamente el servicio de alimentación es el único servicio que se les brinda a los turistas debido a que los negocios no poseen renta de habitaciones para ofrecer a los clientes.

Promoción y publicidad

Los negocios a diferencia de las tiendas que se encuentran en la calle principal no poseen ningún tipo de publicidad, algunos locales ni siquiera poseen rótulos con el nombre del establecimiento

8.6.6 PLAYA EL ZONTE

Ubicación y Descripción

Ubicada en el kilómetro 53 de la carretera del Litoral, municipio de Chiltiupán, departamento de La Libertad,

Esta es una excelente playa para la práctica del surf, que se convierte en escenario para pruebas nacionales e internacionales de este espectacular deporte

El Zonte ofrece una extensa oferta de restaurantes, comedores y áreas de bar para satisfacer desde los gustos más sencillos hasta los más sofisticados.

De igual manera goza de tener gran variedad de actividades diurnas y nocturnas, desde tours alrededor del país hasta fiestas, batucadas y eventos deportivos exclusivos para el surf a escala nacional e internacional.

Es conocido por sus instalaciones bohemias, donde podrá encontrar tranquilidad, silencio y un ambiente armonioso a precios cómodos

Recursos naturales

Tiene zonas rocosas con bellísimos paisajes y un suave oleaje para la familia, este territorio se caracteriza por los recursos hídricos; se identifican la playa, árboles frutales, tropicales, manglar, así como diversidad de especies marina y aves.

Conectividad vial



La playa el Zonte cuenta con tres entradas, la calle secundaria conduce a un área donde se encuentran una diversidad de ranchos privados, hoteles y restaurantes, esta zona es la más desarrollada por lo que no es de interés para este estudio, así que nos concentraremos en la calle principal que conduce a la calle de la playa donde hay una diversidad de negocios que ofrecen sus servicios turísticos.

La calle principal está en buenas condiciones, es de adoquín y cualquier clase de carro puede entrar por ahí, de igual manera hay otra calle alterna que viene desde la carretera del litoral, esta calle alterna no posee las condiciones idóneas para que cualquier carro entre debido a que es de piedra y tierra, a parte que el trayecto desde la carretera del litoral hasta la playa es mucho más largo por la calle alterna que por la principal.

Servicios Básicos

Toda la zona de la playa el Zonte poseen energía eléctrica, agua potable, teléfono, internet y cable. La zona de la playa El Zonte no goza con un sistema de recolección, tratamiento y disposición de aguas residuales, conducidas por un sistema de alcantarillado adecuado.

Infraestructura turística

La calle principal se ve caracteriza en su mayoría por ranchos privados, restaurantes y hostales con infraestructura de concreto, equipados con habitaciones, piscinas y amplio parqueos, con árboles frutales y tropicales.

A todo lo largo de la calle de la playa se encuentran ubicados establecimientos que tienen una infraestructura de concreto, troncos de madera y palmas de cocos, ninguno de ellos posee una distribución uniforme, cada propietario ha distribuido las áreas de cocina, comedor, baños y cuartos si es que los posee de manera particular.

Servicios turísticos

Clases personalizadas de surf a precios accesibles desde \$5.00 USD a \$10.00 USD la sesión (clases disponibles en inglés).

Servicio de restaurantes y comedores y áreas de bar: los precios son variados desde \$0.50 hasta platos de \$5.00 a \$10.00 por persona.

Servicio de hospedaje: puede negociar el alquiler del lugar con los lugareños y se pueden tener opciones que van desde los \$8.00 hasta los \$20.00 la noche o alquilar cuartos para todo el mes donde los precios oscilan los \$80

Promoción y publicidad

Los establecimientos poseen alianza con empresas proveedoras, que les proporcionan artículos promocionales como gallardetes, o rótulos de identificación con la condición de vender su producto únicamente, así también como eventos promotores de publicidad en la playa.

8.7 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PLAYAS

8.7.1 Ubicación y Descripción:

El 50% de las palayas en estudio (El Obispo, San Blas y el Majahual) se encuentran en el municipio de la libertad lo que les proporciona cierta ventaja turística al encontrarse en proximidad al malecón, que es un imán de turistas nacionales por sí solo, sin embargo a pesar que la playa el obispo es la más cercana al malecón es una de las playas más desconocidas y con un marcado declive en la afluencia de turistas. De igual manera esta ubicación es ventajoso por el apoyo que poseen de la alcaldía, debido a que esta muestra gran interés en impulsar el turismo y mejorar las condiciones de la zona en la medida de sus posibilidades.

El 33.3% de las playas (El Sunzal y El Palmarcito).están ubicadas en el municipio de Tamanique a 8.7 kilómetros y 15.7 kilometros respectivamente del principal atractivo turístico del departamento de la libertad, lo que provoca una menor afluencia de turistas comparado con otras playas. De igual manera su ubicación es desventajosa al no poseer apoyo de la alcaldía del municipio.

El 16.6% restante de las playas se encuentra ubicado en el municipio de Chiltiupán a 18.7 kilómetros del puerto de la libertad. De igual manera su ubicación es desventajosa al no poseer apoyo de la alcaldía del municipio.

En las playas en estudio se puede observar gracias al oleaje que presentan que un 33.3% de ellas (El Sunzal y El Zonte) son reconocidas por ser idóneas para practicar surf, lo que las convierte en un atractivo potencial para turistas internacionales que gustan de este deporte. otro 33.3% de estas playas (San Blas y El Palmarcito) su atractivo potencial es para los turistas que gustan disfrutar con la familia en un ambiente relajado y que son amantes de la conservación de especies debido a su oferta turística que se basa en la liberación y anidación de las tortugas en la playa de San Blas. Un 16.6% de las playas (El obispo) es idóneo para potenciar el turismo nocturno, gracias a su ubicación prácticamente contigua al puerto y por ser la primera playa que se encuentra al llegar a la carretera del litoral. El 16.66% restante (El Majahual) gracias a su cercanía relativa con la ciudad y su fama como una playa popular es idónea para el turista nacional.

8.7.2 Conectividad vial

Las calles que permiten el acceso a las playas en su mayoría son una combinación de tierra, grava o arena, pero sin importar esto permiten el acceso de cualquier clase de carro. Por otra parte solo dos playas poseen calles de cemento o adoquinadas que son El Zonte y El Obispo respectivamente, que son idóneas para el acceso de los turistas.

8.7.3 Servicios básicos

Como se puede observar en la tabla siguiente solo una de las playas en estudio (El Obispo) cuenta con todos los servicios básicos de agua potable, energía eléctrica, servicio de aguas negras y telefonía fija.

Tabla 27 resumen servicios básicos

PLAYAS / SERVICIOS	SERVICIOS BASICOS					OTROS	
	AGUA POTABLE	ENERGIA ELECTRICA	TELEFONIA		AGUAS RESIDUALES	POZO DE AGUA	FOSA
			FIJA	PREPAGO			
EL OBISPO	x	x	x	x	x		
SAN BLAS		x	x	x		x	x
EL MAJAHUAL	x	x		x		x	x
EL SUNZAL		x		x			x
EL PALMARCITO	x	x		x			
EL ZONTE	x	x	x	x			x

FUENTE: ELABORACION PROPIA

AGUA POTABLE: 4 de las playas en estudio cuentan con este servicio, en donde se puede observar que en la playa El Majahual todos los establecimientos poseen el servicio de agua potable pero este es inconstante por lo que se ven a obligados a almacenar el agua que utilizarán exclusivamente para cocinar y lavar los enseres que utilizan para la preparación de los platillos que ofrecen, debido a esto la mayoría de los locales posee pozos de agua dulce para los turistas que deseen quitarse la arena del mar. El Zonte un 91.66% de los locales gozan de este servicio mientras que en El Palmarcito solo un 60%.

ENERGIA ELECTRICA: Como se puede observar en la tabla anterior todas las playas cuentan con el servicio de energía eléctrica pero a pesar de ello en las playas El Sunzal y El Palmarcito no todos los establecimientos gozan de este servicio. En El Palmarcito solo un 30% cuenta con energía eléctrica mientras que en El Sunzal solo un 25%.

AGUAS RESIDUALES: solo una Playa (el Obispo) cuenta con este servicio, el resto de ellas hace uso de fosas sépticas, en algunos casos las fosas que son utilizadas para aguas grises, cuando la fosa se llena, la vacían y tiran esas aguas a la arena de la playa y sus alrededores. Como se puede observar el servicio de aguas residuales es precario y de suma importancia que se mejore para un mejor servicio a los turistas.

TELEFONIA: el 100% de las playas cuenta con el servicio de telefonía móvil o prepago como forma de contacto para sus negocios y solo un 50% de estas posee también telefonía fija con el mismo fin.

8.7.4 Infraestructura turística

En el tema de infraestructura turística tan solo el 33.33% de las playas cuenta con una infraestructura idónea como lo son: las playa El Obispo donde todos los locales están equipados

con todo lo necesario para brindar el servicio de restaurante y la playa de San Blas que cuenta con hoteles y restaurantes equipados de igual manera.

El 50% de las playas (El Majahual, El Sunzal y El Palmarcito) a pesar de contar con una infraestructura para brindar los servicios de turismo, en muchos casos no es la idónea debido a la falta de servicios básicos, recursos financieros o permisos de la alcaldía.

La playa El Zonte tiene una mezcla de locales idóneos para el turismo por sus instalaciones con habitaciones equipadas con aire acondicionado y baños propios, y establecimientos que no cumplen con los requerimientos idóneos para brindar el servicio, sobre todo por el tipo de turista que visita esta playa debido a que proviene del extranjero.

8.7.5 Servicios turísticos

En general los servicios que se ofrecen son de acuerdo a la clase de turistas que se acercan a las playas siendo estos: restaurante, alojamiento, renta de tablas de surf, clases de surf, transporte e internet, no obstante en su mayoría no poseen la calidad requerida para el tipo de turista al que van dirigidos los servicios, debido que al 50% de las playas se acercan turistas internacionales que están acostumbrados a altos estándares de calidad por su países de procedencia. El rango de precios de los platillos que ofrecen los restaurantes en su mayoría se observa que va en aumento de acuerdo a la lejanía que estas presentan con el puerto que es su principal abastecedor a excepción del obispo que a pesar de estar contiguo al puerto los platillos tienen precios desde los \$5. Al igual que se puede ver que las playas donde hay mayor afluencia de turistas extranjeros son las que brindan servicio de clases y alquiler de tablas de surf. El 50% de las playas (El Obispo, El Sunzal y El Palmarcito) carece de suficientes habitaciones para brindar hospedaje a los turistas y las que poseen no tienen las condiciones idóneas para este servicio.

8.7.6 Promoción y publicidad

El 83.33% de las playas no posee ningún tipo de publicidad y promoción por medio de internet o fan page, a excepción de los establecimientos que se encuentran en la playa de San Blas los cuales si poseen página en internet, fan page y tour operadores

8.7.7 Seguridad

De acuerdo a las entrevistas realizadas a las diferentes asociaciones y cooperativas, todos hicieron énfasis en la poca seguridad que se observa en la zona, debido a que en las temporadas altas es la única época en la que se ve la visita del CAN o la policía, en temporadas baja prácticamente no se observan los elementos de seguridad. En la playa del Majahual este punto es de suma importancia debido a la fama que tiene de ser una zona donde predominan la influencia de las maras, por otra parte en el Sunzal se ven afectados debido a que no les pueden brindar ninguna garantía de seguridad a los turistas que desean alquilar cuartos para pasar la noche en la playa.

8.8 INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS Y FACILIDADES TURISTICAS

8.8.1 Introducción

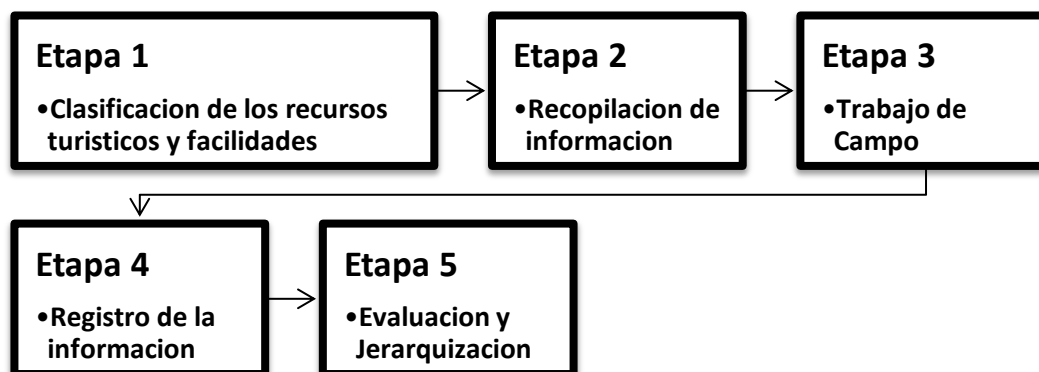
El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.

Un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico.

Es preciso destacar, que el procesamiento de la información para el inventario es un trabajo permanente, de tal manera que éste se encuentre actualizado. Todo inventario deberá presentar dos características fundamentales:

- ☛ Debe constituir un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos, indicando la información técnica y la situación en que se encuentran, porque a partir de este instrumento se puede propiciar el acondicionamiento necesario que permita el desarrollo turístico, conllevando a producir ciertos beneficios para el espacio geográfico estudiado.
- ☛ Debe de ser claro, abierto y dinámico; permitiendo su actualización periódica de todas las variaciones que se experimentan en los recursos turísticos, y su situación nueva; así como la incorporación de los mismos.

8.8.2 Metodología del Inventario Turístico



8.8.3 Etapa I: Clasificación de los recursos turístico

Para realiza el inventario turísticos primero se seleccionar dos esquemas de clasificación de recurso turísticos, en donde se desglosan minuciosamente todos y cada uno de los segmentos de los atractivos turístico y las facilidades turísticas. A continuación se presente el esquema general del producto turístico.

Tabla 28: Diagrama del producto turístico

DIAGRAMA DEL PRODUCTO TURISTICO	ATRATIVIVOS	De sitio	Naturales
			Usos y costumbre. Infraestructura
		De Eventos	Ferias y Exposiciones
			Congresos
			Convenciones
	Eventos Especiales		
	FACILIDADES TURISTICAS (Permite la permanencia)	Alojamiento	Hoteles
			Moteles
			Albergues
			Camping
			Condominios
		Alimentaciones	Restaurantes
			Cafeterías
			Bares
			Fuentes de soda
		Esparcimiento	Distracciones
			Diversiones
		Otros	Tour locales
			Excursiones
ACCESO	Transportación	Área	
		Marítima	
		Terrestre	
		Fluvial	

Fuente: Promoción turística, Miguel Acerenza (2000)

Para la realización del inventario turístico tomaremos en cuenta los siguientes elementos: Atractivos y Facilidad Turísticas cada uno se describe a continuación:

8.8.3.1 LOS ATRACTIVO TURÍSTICOS.

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”. Según la OMT un patrimonio es turístico en el momento en que los visitantes se interesan por él, y es recurso turístico cuando mediante la intervención humana es utilizable turísticamente. Para que exista turismo debe haber un recurso a consumir y una motivación por parte del visitante para consumirlo, por lo que es necesario que primero exista el recurso, de forma que éstos se consideran como la materia prima del turismo.

Tabla 29: Clasificación desglosada de los Atractivos turísticos

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPOS	CARACTERISTICAS
Sitios Naturales	Costas	Playas Arrecifes Barras Islas	Calidad del Agua(Color, Transparencia, Salinidad, Temperatura) Playa(dimensiones y calidad de la arena u otro tipo de suelo) Flora y fauna marina
	Lagos, Lagunas y Esteros		Dimensiones Característica de la costa Tipo de paisaje circundante
	Ríos		Tamaño(Largo, ancho y caudal) Flora y Fauna Zonas navegables
	Lugares de observación de flora y fauna		Descripción de las especies Suelo y paisaje Posibilidades de observación
Museos y Manifestaciones culturales	Museos	Pintura Escultura	Tipo de colección Posibilidades de visita(Días y horas)
Folklore	Manifestaciones religiosas, creencia populares		Lugar y época del acontecimiento Duración Descripción de la ceremonia
	Ferias y mercados		Lugares Fecha del acontecimiento Duración
	Música y Danza		Lugares y oportunidades de presenciarlas
	Comidas y bebidas típicas		Lugares Tipo y calidad de los platos y bebida
Acontecimientos programados	Artísticos	Música	Fecha de realización Precio por entrada Causas del interés turístico
	Deportivos		Descripción general del espectáculo Precio por entrada
	Otros	Fiestas religiosas y Ferias y exposición Parques de recreación Carnavales	Características generales del lugar de realización precio por entrada causas del interés turístico

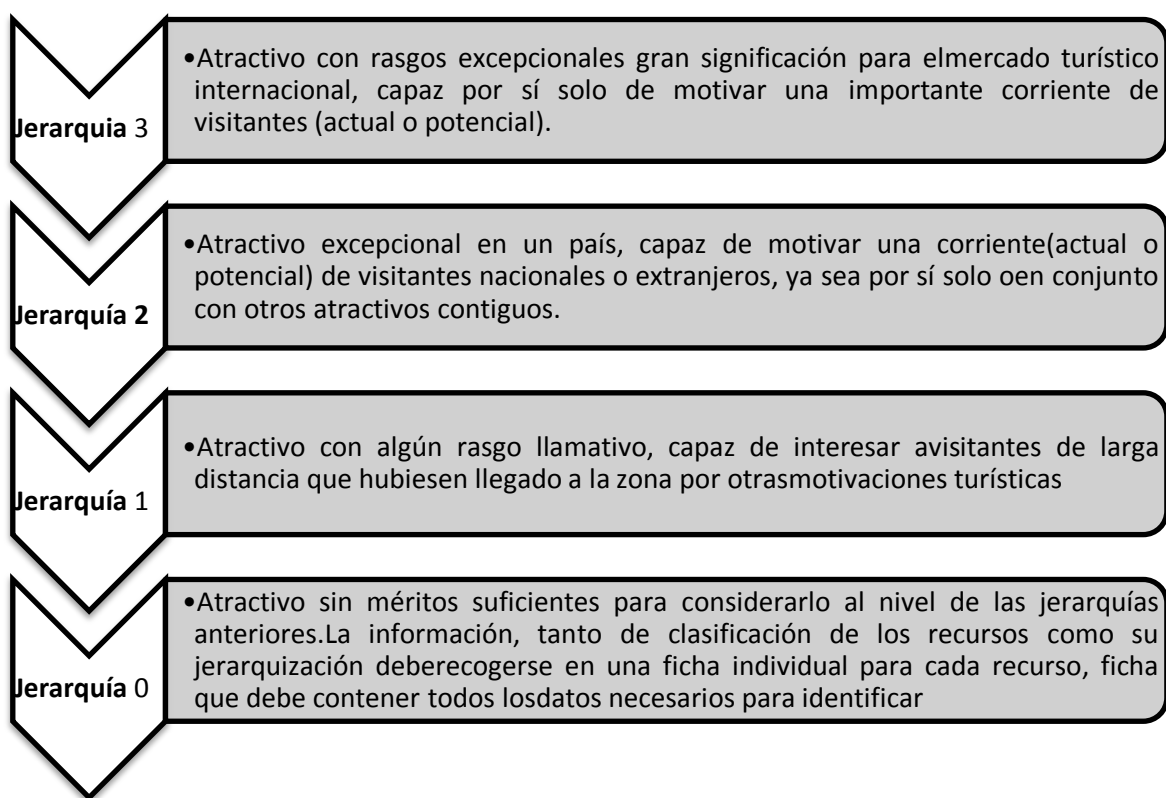
Fuente: Proyecto turístico, Fabio Cardenas(2003)

8.8.3.1.1 EVALUACIÓN DE LOS ATRACTIVOS

Proceso que permite definir la importancia actual y futura de un recurso turístico. Los factores internos son aquellos que hacen referencia a las cualidades y valores específicos que posee cada recurso. Los factores externos son los que, de una manera sensible, ejercen o pueden ejercer una influencia en el flujo turístico con destino al recurso, determinando la posición de éste con respecto a la demanda

La evaluación final del recurso se efectúa aplicando una escala de valores a cada uno de los factores considerados. Generalmente se trata de escala de 0 a 3 puntos que indica únicamente la intensidad del factor considerado. El objetivo principal del método no es la valoración del potencial turístico de un recurso concreto, sino determinar el valor de diversas zonas con el fin de establecer un orden de prioridad en las labores de planificación y desarrollo del turismo, bajo la óptica del mejor aprovechamiento de unos medios humanos y económicos limitados.

Este orden de prioridad o, dicho de otro modo, el valor turístico de la zona, se establece en base a los recursos turísticos que en ella se ubican y las características propias del conjunto de la zona. Se establecen 4 jerarquías para la fase de evaluación, de mayor a menor importancia turística:



8.8.3.2 FACILIDADES TURISTICAS (PLANTA TURISTICA)

Son aquellas que complementas los atractivos pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Son todas aquellas instalaciones y servicio destinados a facilitar el alojamiento y alimentación igual que las distracciones, amenidades y servicios complementarios para el turista.

- **Alojamiento:** Se entiende por establecimiento hotelero o de hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente a inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios mediante un contrato de hospedaje
- **Alimentación:** se entiende por establecimiento gastronómico, bares y similares, cuya actividad económica está relacionado con la producción, servicio y venta de alimentos y bebidas para consumo
- **Esparcimiento:** esta categoría comprende todos aquellos establecimientos cuyo servicios van dirigidos a distraer, divertir y hacer sentir bien a sus clientes
- **Otros:** Estos tiene que ver con todos aquellos bienes y servicios comerciales, públicos y turísticos que demandan los visitante durante su permanencia o visita a un destino. De vital importancia son los transporte, agencia de viajes y tour operados, pues gracias a ellos los turistas pueden trasladar a los lugares deseados

Tabla 30: Tipos de facilidades turísticas, subtipos y características

CATEGORIA	TIPOS	SUBTIPO	CARACTERISTICAS
Facilidades turísticas	Alojamiento	Hoteles, Moteles, Hosterías y posadas, Pensiones, Aparthoteles, Condominios, Casa, Cabañas, Albergues, Tráileres, Camping, Camas en casas de familia	<ul style="list-style-type: none"> • Número de habitaciones • Número de camas, • Numero de baños privados • Numero de baños comunes • Comedor, cafetería, o bar (Número de mesas)
	Alimentación	Restaurantes, Cafeterías, Quioscos, comedores típicos	<ul style="list-style-type: none"> • Número de mesas • Dimensiones del comedor • Numero de meseros • Tipos de comida • Aire acondicionado • Butacas de mostrados • Tipo de servicio(meseros o autoservicio)
	Esparcimiento	Light Club, Discotecas, Bares, Casino y otros juegos de azas, Cines y teatro, Otros espectáculos públicos , Clubes deportivos, Parques temáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de deporte • Número de unidades de cada tipo • Precio • Numero de butacas
	Otros Servicio	Agencias de viajes, información, guías, comercio, cambio de	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de servicio que ofrecen • Número de empleados • Dimensiones aproximada del

moneda, dotación para congresos y convenciones, trasportes turísticos, primeros auxilios, guarderías, estacionamiento	local de atención al público
	<ul style="list-style-type: none"> • Horario • Tarifas • Productos que vende • Precio

Fuente: Proyecto turístico, Fabio Cárdenas (2003)

8.8.4 Fase II: Recopilación de la información

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos y facilidades turísticas para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

Fuentes de información

- Proyectos de grado similares a inventarios turísticos de otros municipios
- Página Web de los establecimientos
- Información en el MITUR
- Bibliografía relacionada al turismo

8.8.5 Fase III: Trabajo de Campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo

Fuentes de información

- Observación Directa
- Mesas de trabajo con miembros de cooperativas y asociaciones de las playas
- Encuesta realizadas a los establecimientos turísticos
- Mesas de trabajo con personas involucradas en el sector turismo

8.8.6 Fase IV: Registro de la información

Luego de culminadas las etapas anteriores se seleccionará la información definitiva sobre cada atractivo y se registrará en los formularios diseñados para este efecto según las categorías.

Se realiza mediante el llenado de fichas, en donde se indicará claramente lo siguiente:

Información necesaria para los Atractivos Turísticos

☞ Tipo de atractivo con el que se cuenta:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Natural • Artificial • Cultural • Histórico | <ul style="list-style-type: none"> • Arqueológico • Tecnológico • Otro () Especificar Cantón |
|--|--|

☞ Dirección y/o Ubicación del recurso:

☞ Propietario y/o contacto:

☞ Distancia en Km desde San Salvador hasta el Municipio

☞ Tiempo desde San Salvador hasta el Municipio:

☞ Distancia en Km. y tiempo desde el Centro Histórico del Municipio hacia el Sitio y/o Recurso:

☞ Nombre de la carretera principal al Municipio:

☞ Condición de la Carretera principal al Municipio:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Excelentes condiciones • Buenas Condiciones | <ul style="list-style-type: none"> • Regulares Condiciones • Otros, especifique |
|--|---|

☞ Nombre del camino de acceso directo al sitio:

- ☞ Condición del camino de acceso directo al sitio y/o recurso: Excelentes Condiciones
- ☞ Nombre de las vías alternas y condición de las mismas al sitio y/o recurso:
- ☞ Tipo de vehículo recomendado:
 - Doble
 - Todo tipo de vehículo
- ☞ Rutas de transporte público que convergen al lugar (Buses y Microbuses):
- ☞ Flora observable: Árboles frutales y tropicales.
- ☞ Fauna existente (Según lugareños y/u observación):
- ☞ Condición de aseo y ornato del sitio y/o recurso: Limpia.
- ☞ Especifique tipo de señalización turística existente:
- ☞ Estado de conservación del sitio y/o recurso:
- ☞ Estado de conservación del entorno del sitio y/o recurso:
- ☞ Se cuenta con servicio de guías:
- ☞ Tipo de Guías:
 - Local () # de Guías _____
 - Profesional () # de Guías: _____
 - Otros, especifique _____; # de Guías
- ☞ Servicio de vigilancia:
- ☞ Tipo de Vigilancia :Privada, Publica, Ambas, Otros especifique
- ☞ Facilidades turísticas:
- ☞ Tipo de facilidades turísticas:
 - Alojamiento
 - Alimentación
 - Esparcimiento
 - Otros
- ☞ Infraestructura y Servicios básicos:
 - Energía Eléctrica
 - Agua Potable
 - Alcantarillado
 - Basureros
 - Servicios Sanitarios
- ☞ Época propicia de visita

Información necesaria para las facilidades turísticas

- ☞ **Nombre de la playa:** ubicación del establecimiento
- ☞ **Información de contacto:** Nombre del local, Teléfono y Correo/Pagina Web/Facebook
- ☞ **Tipo de ingreso:**
 - Libre: Cualquier persona puede ingresar
 - Reservación: previa cita para poder ingresar al establecimiento
 - Club: Ingreso solo a través de membresía
 - Otros: Ingreso solo a turistas internacional, ingreso solo a surfistas, etc.
- ☞ **Infraestructura de servicio públicos**
 - Cuenta con el servicio de energía eléctrica
 - Cuenta con el servicio de agua potable
 - Cuenta con el servicio de Aguas residuales
- ☞ **Servicio Actuales que ofrecen los atractivos**
 - **Alojamiento**
 - Tipo de alojamiento: Hotel, Hostal, Solo renta habitaciones, etc.
 - Tipo de habitaciones
 - Número de habitaciones con las que cuenta
 - Costo de las habitaciones

- Facilidades de la habitaciones: A/C, Baño Privado, Mesa, No. de camas, Internet, Televisión, etc.
- **Alimentación**
 - Tipo de alimentación: Comidas a la vista, Comida Rápida , A la carta
 - Servicio de bebidas
 - Cuenta con Bar, Buffet, No. de Comedores, Cafetería.
 - No. silla, No mesas con las que cuenta.
- **Otros servicios**
 - Discotecas
 - Alquiler de botes
 - Alquiler de caballos
 - Juegos infantiles
 - Piscinas
 - Servicios de taxi
 - Venta de artesanías
 - Oasis
 - Internet
 - Venta de trajes de baños
 - Venta de inflables
 - Alquiler de Estacionamiento
 - Alquiler Baños y duchas
 - Renta de hamacas
 - Renta de mesas
 - Otros
- ☞ Formas de pago: Efectivos, Tarjetas de crédito, Cheques, otros.
- ☞ Recurso Humano
 - Formación Técnica del personal
 - Formación profesional
 - Formación básica
 - Número de empleados fijo con los que cuenta
 - Número de empleados eventuales
- ☞ Seguridad Industrial
 - Cuenta con Salidas de emergencia, Alarmas de emergencia, salvavidas, extinguidores, rótulos de emergencia, otros.

8.8.7 Fase V: Evaluación y Jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas; calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

8.8.7.1 Metodología para la Jerarquización

Criterios de Evaluación

Se han identificado ocho criterios de evaluación cuya aplicación permitirá asignar la jerarquía a las potencialidades turísticas evaluadas.

☞ Clasificación

Para una mejor comprensión y manejo de los criterios de evaluación identificados, éstos han sido integrados en función de la homogeneidad de las variables de medición, en los siguientes grupos:

- Criterios relacionados con el valor intrínseco del recurso
 - A. Particularidad
 - B. Publicaciones
 - C. Reconocimientos
 - D. Estado de conservación
- Criterios relacionados con la representatividad y la demanda
 - E. Flujo de turistas
 - F. Representatividad territorial
 - G. Inclusión en la visita turística
 - H. Demanda potencial

Ponderación

Con la finalidad de afinar los resultados de la aplicación de los indicadores, se ha procedido a asignarles un factor de ponderación, en función a su importancia turística, para determinar la inclusión y aprovechamiento del recurso en el desarrollo turístico

Tabla 31: Ponderación de los recursos turísticos

CODIGO	CRITERIOS DE EVALUACION	PESO	
		Recurso en Operación	Recurso que no está en Operación
A	Particularidad	2	2,5
B	Publicaciones	0,5	1
C	Reconocimiento	1,5	2,5
D	Estado de conservación	1,5	3
E	Flujo de turistas	2	
F	Representatividad	1,5	
G	Inclusión en la visita turística	1	
H	Demanda potencial		1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

8.8.7.2 Procedimiento para Jerarquizar

Se ha establecido dos formas de evaluar, según la funcionalidad de los recursos:

1) Recursos en operación

Se evaluarán usando los criterios de evaluación del A al G (Tabla) y siguiendo los siguientes pasos:

- Teniendo en cuenta cada criterio de evaluación y las variables que están debidamente valorizadas, se procederá a establecer el valor que le corresponde.
- Llenar la Ficha de Jerarquización anotando el valor que le corresponde por cada criterio de evaluación en la columna “valor asignado”.
- Proceder a multiplicar el valor asignado por cada ponderación y el resultado ubicarlo en la columna Sub-Total.
- La suma de la columna Sub-Total establece el puntaje del recurso.
- El puntaje se compara con la “Tabla Final de Equivalencias T” para finalmente asignar la jerarquía a la cual corresponde el recurso.

2) Recursos que no están en operación: No se tomara en cuenta este criterio, ya que las playas tienen actividad turística.

8.8.7.2.1 Tabla de Criterios de Evaluación

Criterios de Evaluación del Valor Intrínseco del Recurso

A. Particularidad

Es Considerar si el recurso a evaluar cuenta con características importantes que le otorguen una singularidad especial que lo distinga y lo diferencie

Tabla 32: Criterio Particularidades

CRITERIO DE EVALUACION	VALORACION
Atributos únicos que lo destacan en el ámbito internacional: - Reconocimiento internacional que lo diferencie. - Valor histórico (antigüedad, hechos, cultura auténtica). - Características naturales que lo diferencian a nivel internacional.	6
Atributos que lo destacan en el ámbito nacional: - Valor histórico (antigüedad, hechos, cultura auténtica). - Valor y calidad arquitectónica que lo diferencie (edificaciones auténticas, calidad del diseño, diferente a las de su género). - Características naturales que lo diferencian a nivel nacional.	4
Atributos que lo destacan en el ámbito regional: - Características culturales y naturales que lo diferencian a nivel regional. - Valor y calidad arquitectónica que lo diferencie.	2
Atributos que lo destacan en el ámbito local: - Características culturales y naturales que lo diferencian a nivel local. - Valor y calidad arquitectónica que lo diferencie.	1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

B. Publicaciones

Se refiere a la existencia de algún tipo de publicaciones sobre el recurso turístico evaluado, que generan en él alguna trascendencia de orden internacional o nacional.

Tabla 33: Criterio Publicaciones

CRITERIO DE EVALUACION	VALORACION
Publicaciones de orden científico, histórico, cultural y natural de trascendencia internacional.	6
Publicaciones de orden científico, histórico, cultural y natural de trascendencia nacional.	4
Publicaciones de orden científico, histórico, cultural y natural de trascendencia regional.	2
Publicaciones menores: monografías y artículos.	1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

C. Reconocimientos

Se refiere a la existencia o no de distinciones oficiales que otorgan al recurso turístico algún tipo de reconocimiento como recurso de orden natural o cultural.

Dicho reconocimiento puede haber sido otorgado por instituciones internacionales o nacionales, tales como:

- Patrimonio de la Humanidad
- Patrimonio de la Nación
- Declaración de Reserva Turística
- Otros

Tabla 34: Criterio Reconocimientos

CRITERIO DE EVALUACION	VALORACIÓN
Tiene algún reconocimiento oficial de primer orden de carácter internacional como recurso natural o cultural: - UNESCO (Patrimonio de la Humanidad). - RAMSAR (Humedales, Pantanos), otros.	6
Tiene algún tipo de reconocimiento oficial de carácter nacional como recurso natural o cultural: - Ley - Declaración de Patrimonio Cultural de la Nación – INC. - Area Natural Protegida – INRENA. - Otros.	4
Tiene algún reconocimiento oficial de carácter regional como recurso natural o cultural: - Areas de Conservación Regional, otros.	2
Tiene algún reconocimiento oficial de carácter local como recurso natural o cultural: - Areas de Protección Municipal, otros.	1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

D. Estado de Conservación

Verificar si los recursos se ven afectados por acciones humanas, industrial u otros.

Tabla 35: Estado de Conservación

CRITERIO DE EVALUACION	VALORACIÓN
Muy bueno Su estado de conservación y presentación permite distinguir plenamente sus características y atributos: - No tiene problemas o impactos leves referidos a depredación y/o contaminación.	6
Bueno El recurso es distinguible y apreciable; presenta algunos problemas temporales: - Con impacto leve referido a depredación y/o contaminación.	4
Regular Es posible reconocer las características principales del recurso, aunque con limitaciones debido a las condiciones en que se encuentra. Es posible su recuperación: - Problemas de depredación. - Problemas de contaminación.	2
Malo No es posible reconocer sus características principales del recurso, salvo por referencias. Tiene problemas trascendentes: - Problemas de depredación. - Problemas de contaminación. - Problemas de invasión de áreas.	1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

E. Flujo de Turistas

Se refiere al tipo de visitantes del recurso turístico evaluado. Se considera necesario precisar el tipo con mayor flujo de visitantes (Local, regional, nacional o internacional)

Tabla 36: Criterio Flujo de turistas

CRITERIO DE EVALUACION	VALORACIÓN
Es visitado principalmente por el turismo internacional.	6
Es visitado principalmente por el turismo nacional.	4
Es visitado principalmente por el turismo regional.	2
Es visitado principalmente por el turismo local.	1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

F. Representatividad Territorial

Orientado a establecer el ámbito territorial de influencia que alcanza la imagen de un recurso turístico, considerado como símbolo o ícono representativo

Tabla 37: Criterio de Representatividad Territorial

CRITERIO DE EVALUACION	VALORACIÓN
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad internacional: - Imagen a nivel internacional y posicionamiento turístico a nivel internacional.	6
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad nacional: - Imagen a nivel nacional y posicionamiento turístico a nivel nacional.	4
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad regional: - Imagen a nivel regional y posicionamiento turístico a nivel regional.	2
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad local: - Recurso característico de la localidad e imagen a nivel local.	1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

G. Inclusión en la Visita Turística

Este criterio de evaluación está orientado a determinar la importancia del recurso turístico en la estructuración de la visita turística

Tabla 38: Criterio de la inclusión turística

CRITERIO DE EVALUACION	VALORACION
Recurso de visita principal en los circuitos y corredores turísticos nacionales y regionales.	6
Recurso de visita complementaria en los circuitos y corredores turísticos regionales.	4
Es un recurso turístico de visita opcional en los circuitos y corredores turísticos regionales.	2
Recurso incluido en la visita sólo por su ubicación en los circuitos y corredores turísticos regionales.	1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

H. Demanda Potencial

Es la estimación cualitativa a futuro de rangos de una demanda posible expresada considerando segmentos reconocidos en la actividad turística y en base a la comparación con recursos referenciales existentes en otros lugares

Tabla 39: Criterio Demanda Potencial

CRITERIO DE EVALUACION	VALORACIÓN
Se estima que tiene condiciones para recibir un turismo receptivo principalmente	6
Se estima que tiene condiciones para recibir un turismo interno principalmente	4
Se estima que tiene condiciones para recibir un turismo de nivel regional principalmente	2
Se estima que tiene condiciones para recibir visitas de nivel local principalmente	1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

8.8.8 Ficha de Jerarquización

A continuación se muestra la ficha de jerarquización que se utilizara para la identificación de potencialidades turísticas.

Tabla 40: Ficha de Jerarquización

Nombre del Recurso Turístico	Categoría	Tipo:	Subtipo:
Código	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PODERACION SUBTOTAL
A	Particularidad		
B	Publicaciones		
C	Reconocimiento		
D	Estado de Conservación		
E	Flujo de turistas		
F	Representatividad		
G	Inclusión en la vista Turística		
H	Demanda potencial		
		SUBTOTAL	
		JERARQUIA	

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

8.8.8.1 Tabla Final de Equivalencia

Finalmente, con los resultados de la ponderación de las potencialidades turísticas, en operación, se realiza la comparación en la Tabla Final de Equivalencia para asignarle la jerarquía correspondiente.

Tabla 41: Final de equivalencia

VALORACIÓN TOTAL	JERARQUIA
De 50 a 60 puntos	4
De 30 a 49 puntos	3
De 15 a 29 puntos	2
Menores de 15 puntos	1

Fuente: HENRY GINES S., Especialista en Identificación de Potencialidades Turísticas IMAGE PERU

A continuación se presenta un resumen de la jerarquización de las playas, las cuales muestran las evaluaciones de cada uno de los atractivos turísticos en estudio.

Tabla 42: Ficha de Evaluación para los atractivos turísticos

Atractivo turístico	El Obispo	San Blas	El Majahual	El Sunzal	El Palmarcito	El Zonte
Criterio de Evaluación	Sub total de la Evaluación					
Particularidad	4	8	8	12	4	12
Publicaciones	0.5	2	2	3	0.5	3
Reconocimiento	0	0	0		0	0
Estado de Conservación	6	3	1.5	6	6	6
Flujo de	2	8	8	12	8	12

Turistas						
Representativa	1.5	6	6	9	6	9
Inclusión en la visita turística	2	6	6	4	1	6
Total	16	33	31.5	46	25.5	48
Jerarquía	2	3	3	3	2	3

Fuente: Elaboración propia

8.8.9 Inventario Turístico:

8.8.9.1 Recurso turístico

Tabla 43: Recursos turísticos

Recurso Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Playa El Obispo	Sitios Naturales	Costa	Playa	2
Playa San Blas	Sitios Naturales	Costa	Playa	3
Playa El Majahual	Sitios Naturales	Costa	Playa	3
Playa el Sunzal	Sitios Naturales	Costa	Playa	3
Playa El Palmarcito	Sitios Naturales	Costa	Playa	2
Playa El Zonte	Sitios Naturales	Costa	Playa	3

Fuente: Elaboración Propia

8.8.9.2 Potencialidades turísticas

Tabla 44: Potencialidades turísticas

Recurso Turístico	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Arrecife de coral	Sitios Naturales	Costa	Arrecife	1
Arrecife San Blas	Sitios Naturales	Costa	Playa	1
Barco Hundido	Otros			1
Manglar El Majahual	Sitios Naturales	Costa	Playa	1
Manglar El Palmarcito	Sitios Naturales	Costa	Playa	1

Fuente: Elaboración Propia

8.8.9.3 Facilidades Turísticas

Tabla 45: Capacidad cuantitativa de las facilidades turísticas por playa

Playa	Facilidades Turísticas												
	Servicio de Alojamiento						Alimentación						
	Hostales			Hoteles			Restaurantes						
	Cantidad	No. de Camas	No. de habitaciones	Cantidad	No. de Camas	No. de Habitaciones	Categoría		Cantidad	No. de mesas	No. de sillas	Categoría	
No. Estrellas							Cantidad	No. Tenedores				Cantidad	
El Obispo				1	50	30	1 Estrella		16	232	932	1 Tenedor	1
							2 Estrella					2 Tenedor	14
							3 Estrella	1				3 Tenedor	1
							4 Estrella					4 Tenedor	
							5 Estrella					5 Tenedor	
San Blas	1	6	12	4	35	24	1 Estrella		6	145	902	1 Tenedor	
							2 Estrella	2				2 Tenedor	6
							3 Estrella	2				3 Tenedor	
							4 Estrella					4 Tenedor	
							5 Estrella					5 Tenedor	
El Majahual				4	70	43	1 Estrella		47	1703	6795	1 Tenedor	43
							2 Estrella	1				2 Tenedor	1
							3 Estrella	3				3 Tenedor	3
							4 Estrella					4 Tenedor	
							5 Estrella					5 Tenedor	
El Sunzal				1			1 Estrella		19	302	1014	1 Tenedor	12
							2 Estrella	1				2 Tenedor	4
							3 Estrella					3 Tenedor	1
							4 Estrella					4 Tenedor	1

							5 Estrella					5 Tenedor	
El Palmarcito	2	9	14				1 Estrella		7	129	536	1 Tenedor	7
							2 Estrella					2 Tenedor	
							3 Estrella					3 Tenedor	
							4 Estrella					4 Tenedor	
							5 Estrella					5 Tenedor	
El Zonte	6	28	44	1	6	10	1 Estrella		8	124	459	1 Tenedor	2
							2 Estrella	1				2 Tenedor	4
							3 Estrella					3 Tenedor	2
							4 Estrella					4 Tenedor	
							5 Estrella					5 Tenedor	
Capacidad	9	43	80	11	161	107			103	1805	10,638		

Fuente: Elaboración Propia

La calidad de los hoteles se mide por estrellas, de la misma manera los restaurantes se miden por tenedores. Para los hoteles: la mayor cantidad de estrellas que un establecimiento puede tener es de 5 y para los tenedores: el nivel máximo es de 5. (Ver anexo)

8.8.10 Síntesis de la oferta turística

Tabla 46: Síntesis del inventario turístico.

Inventario Turístico	Categoría	Tipo	Cantidad
Recursos Turístico	Sitios Naturales	Costa	6
		Arrecife	2
		Manglares	2
Facilidades turísticas	Alimentación	Restaurantes	103
		Comedor	5
	Alojamiento	Hoteles	11
		Hostales	9
		Esparcimiento	3
	Otros	2	

Fuente: Elaboración Propia

- ☞ Durante el inventario se identificaron 11 atractivos turísticos, de los cuales el 64% están ubicados en el municipio de La Libertad, 27 % el municipio de Tamanique y el restante 9% en el municipio de Chiltiupán.
- ☞ De los 11 atractivos turísticos identificados el 54.54% de ellos están siendo utilizados como destinos turísticos, los cuales son las playas en estudio.
- ☞ Dentro de los recursos turísticos identificados en la zona se tiene que el 100% son atractivos naturales, que lo integran Playas (54.54%), Arrecifes (18.18%), Manglares (18.18%) y otros (9.1%)
- ☞ En la zona de estudio se identificaron 108 servicios de alimentación, los cuales están distribuidos de la siguiente manera 67 % se concentra en municipio de la Libertad, 25 % en el municipios de Tamanique, y el restante 8% en el municipio de Chiltiupán, De las playas, el Majahual es la que concentra mayor número de restaurante.
- ☞ La playa el obispo cuenta con 16 restaurantes y 1 hotel, la playa San Blas cuenta 6 restaurantes, 4 hoteles y 1 hostel, la playa el Majahual cuenta con 47 restaurantes y 4 hoteles, la playa el Sunzal cuenta con 19 restaurantes y hotel, la playa el Palmarcito posee 7 restaurantes y 2 hostales y la playa el Zonte cuenta con 8 restaurantes, 6 hostales y un hotel.
- ☞ Se tiene una capacidad instalada de 187 habitaciones y 204 camas en todas las playas en estudio para el servicio de alojamiento.
- ☞ Se tiene una capacidad instalada de 1,805 mesas y 10,638 sillas en todas las playas en estudio para el servicio de alimentación.
- ☞ Además de los servicios de alimentación y alojamiento, se tiene el servicio de esparcimiento integrado por los 3 clubes de playas ubicados en la playa el Majahual y en San Blas, además cuenta con otros servicios integrados por Transporte, Artesanías y conservación y Liberación de Tortugas Marinas, estacionamiento, ventas de artículos de playas, y abarroterías.
- ☞ La calidad prestada por lo hoteles de la zona se clasifico de la siguiente manera 54.54% es de 3 estrellas, y45.6% es de 2 estrellas.
- ☞ La calidad prestada por lo restaurantes de la zona se clasifico de la siguiente manera 1% es de 4 tenedores, 7% es de 3 tenedores, 29% es de 2 tenedores y el 63% es de 1 tenedor.
- ☞ El 18.18% de los hoteles en estudio no poseen las medidas de seguridad, respecto a extinguidores, vías de evacuación, señalización entre otros.

8.9 SITUACION EXTERNA DE LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR

8.9.1 Análisis del entorno

Para llevar a cabo un análisis del entorno, que permita observar las diferentes situaciones del sector turismo a nivel de país se hará uso de la identificación de aspectos que permitirán obtener un mejor panorama de factores que amenazan y generan oportunidades al sector, siendo estos los siguientes: Institucional, Económico, Político y Social

8.9.1.1 INSTITUCIONES QUE APOYAN Y REGULAN AL SECTOR TURÍSTICO

Tabla 47: Instituciones nacionales que apoyo al sector turismo

 <p>MINISTERIO DE TURISMO & CORSATUR</p>	<p>El Ministerio de Turismo (MITUR) es la institución rectora en materia de turismo, su función es determinar y vigilar el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo. MITUR. Esta institución además se encarga de financiar los proyectos turísticos, los cuales son gestionados por CORSATUR y quiénes son los que deciden qué proyectos tienen potencial a largo plazo.</p>
	<p>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. Al estar inscritas las empresas obtienen beneficios como capacitaciones, promoción en catálogo, información de sus servicios en la página Web institucional, participar en ferias internacionales y la aplicación a incentivos fiscales. Pueden inscribirse empresas de alojamiento, restaurantes, operadores de turismo, organizadores de evento, transporte turístico, parques recreativos, campos de golf y otras empresas que presenten servicios directos de naturaleza turística.</p>
	<p>El Instituto Salvadoreño de turismo (ISTU), tiene como finalidad la administración de los Centros Recreativos de su propiedad, así como de los inmuebles e instalaciones que le han sido asignados conforme a las leyes; además, tiene a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar y excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos Centros. Por lo anteriormente mencionado los hoteles, pensiones y cualquier otro lugar de alojamiento de turistas deben registrarse ante el Instituto Salvadoreño de Turismo. Asimismo, estas actividades deben contar con el permiso sanitario de funcionamiento, así como el visto bueno para su ubicación, de conformidad con el plan de ordenamiento territorial de la región</p>
	<p>Antes llamado CONCULTURA, la secretaria de la cultura es el organismo encargado de la protección de los Centros Turísticos y bienes culturales inmuebles de nuestro país. Para conseguir sus objetivos la Secretaría de la Cultura se coordina con otras instituciones del Gobierno Central.</p>



FONDO DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES (FOEX)

Se encarga de promover el desarrollo económico y social del país mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos.

El Ministerio de Economía cuenta con diferentes programas de apoyo a los distintos sectores productivos del país. Cuyo objetivo es impulsar y apoyar el turismo como sector de desarrollo social y económico nacional El Fomento a las Exportaciones se hace a través del Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO). Iniciativa de Fomento a las Exportaciones, Calidad, Asociatividad, Productividad e Innovación siempre y cuando apoye el fortalecimiento competitivo de las MIPYMES, a través de cofinanciamiento No Reembolsable.

Apoyado por el sector Turismo, el cual brinda el cofinanciamiento no reembolsable de actividades elegibles para promocionar al país como destino turístico



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), Elaboración y aprobación un Estudio de Impacto Ambiental.
- Proyectos en Ejecución: Presentar el Diagnostico Ambiental de acuerdo a los Lineamientos que se exigen



El Ministerio de Hacienda se encarga de registrar a todas las empresas, incluyendo empresas turísticas 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.



MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS

Institución pública rectora y facilitadora del ordenamiento y desarrollo territorial a través de la provisión de servicios básicos de infraestructura vial, sistemas de transporte y asentamientos humanos.



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, seguridad en el trabajo, entre otras actividades.



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, protección y seguridad a los turistas extranjeros y nacionales.



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.

Esta negociación es aplicable al sector turístico, y es importante considerar la pertinencia ya que para ciertos trámites los empresarios deben tener registrada su planilla en el Ministerio de Trabajo

ALCALDÍAS MUNICIPALES

Cada municipio está subordinado a una alcaldía o municipalidad esta entidad ordena y organiza la vida civil y política de este territorio a su vez está gobernado por un alcalde y su consejo el cual se encarga de realizar reuniones que terminan en decisiones políticas las cuales norman al uso del suelo y de otras actividades comerciales, habitacionales, turísticas, limpieza, etc. es por ello que se debe su importancia de conocer y contactar con las autoridades legalmente elegidas por la población.

Las disposiciones legales que dan base a estas disposiciones, es el código municipal, este fue aprobado por la asamblea legislativa del país

Fuente: Elaboración Propia

8.9.1.2 COOPERANTES INTERNACIONALES DE APOYO AL SECTOR

Tabla 48: Cooperantes internacionales de apoyo al sector turismo

CANADA: El organismo oficial responsable del manejo de la cooperación es la Agencia Canadiense de Cooperación Internacional (ACDI).

ALEMANIA: Las agencias responsables de la Cooperación Internacional de Alemania son la GTZ (Sociedad Alemana de Cooperación Técnica) y el KfW (Banco de Reconstrucción de Alemania).

SUECIA: 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).

PAISES BAJOS (HOLANDA): 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.

DINAMARCA: 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

SUIZA: 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, .También da fondos a organismos multilaterales como al Fondo para Medio Ambiente del Banco Mundial (GEF).

JAPON: El Gobierno de Japón, posee como organismos responsables de la Cooperación Internacional a la Agencia Japonesa de Cooperación Internacional (JICA), para los asuntos relacionados con la Cooperación Técnica; al Fondo de Cooperación Económica de Ultramar (OECF), para los aspectos de la Cooperación Financiera (préstamos) y también contempla el Programa de Cooperación de Voluntarios Japoneses de Ultramar (JOCV), que envía jóvenes y expertos a los países para proporcionar asistencia técnica en áreas como las artes y la cultura, agricultura, riego, cooperación internacional, etc. Recientemente, la fusión del EXIMBANK de Japón con el OECF, dio

origen al JICB (Japanese International Cooperation Bank).

REPÚBLICA DE CHINA, TAIWAN (ROC): El organismo responsable de la cooperación es el Fondo de Desarrollo para la Cooperación Internacional (ICDF, siglas en inglés), el cual depende del Ministerio de Asuntos Exteriores y otorga tanto Cooperación Técnica como Cooperación Financiera.

EEUU: Agencia para el Desarrollo Internacional (AID). La AID 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.

ISRAEL: El Ministerio de Relaciones Exteriores (MASHAV), es el eje fundamental de la Cooperación Internacional de Israel.

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS (OEA): La OEA, es una organización regional que recientemente fue reestructurada. Actualmente, es a través del Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI) como la OEA promueve la cooperación entre los Estados Americanos, con el propósito de lograr su desarrollo integral y para contribuir a la eliminación de la pobreza crítica

BANCO CENTROAMERICANO DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA (BCIE): Se creó para solucionar los requerimientos financieros de la integración económica y social de Centroamérica y como actividad de desarrollo. Tiene un Fondo de Microproyectos para atender a microempresarios y apoya a las pequeñas y medianas empresas.

SECRETARIA TÉCNICA DEL FINANCIAMIENTO EXTERNO (SETEFE): 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).

FONDO DE POBLACIÓN DE NACIONES UNIDAS (FNUAP): 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 Actualmente, promueve la participación de ONG's y organizaciones sociales tales como APROSAI, CPAS y PROVIDA. También 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

FONDO DE INVERSIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO LOCAL (FISDL): Tiene como objetivo fundamental promover la generación de riquezas y el desarrollo local con la participación de los Gobiernos Municipales, las Comunidades, la Empresa Privada y las Instituciones del Gobierno Central. Trabaja mediante el apoyo de Fuentes de Cooperación Internacional como la USAID, Banco Mundial, BID, BCIE, KFW, Gobierno de Japón, Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) y la Junta de Andalucía, entre otros

FONDO AMBIENTAL DE EL SALVADOR –FONAES: 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. En términos de su organización y administración, para el cumplimiento de sus fines y objetivos, el FONAES cuenta

con los órganos de dirección y administración que determina el Art. 5, de su Ley.

BID: Fundado en 1959, el BID es una fuente de financiamiento para el desarrollo de América Latina y el Caribe, con un sólido compromiso para lograr resultados mensurables, con una mayor integridad, transparencia y rendición de cuentas. Tiene un programa de reformas en evolución que busca aumentar el impacto de desarrollo en la región

Atiende solicitudes de préstamo y de cooperación técnica para financiar estudios y proyectos de inversión que contribuyan al desarrollo del turismo en los países miembros.

Fuente: Elaboración propia

8.9.1.3 Entorno económico

8.9.1.3.1 Canasta básica

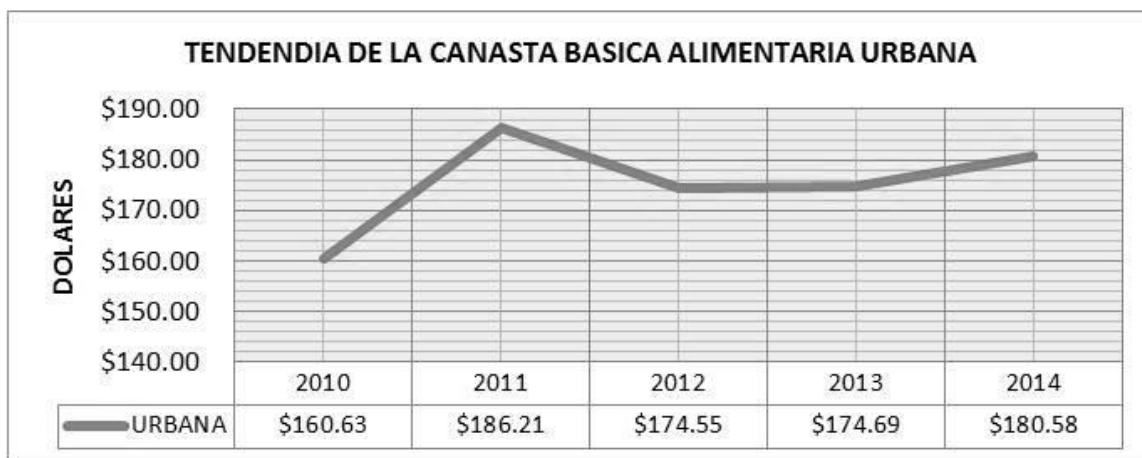


La canasta básica alimentaria es el conjunto de alimentos, expresados en cantidades suficientes para satisfacer las necesidades de calorías de un hogar promedio. Sin embargo, debe quedar claro que representa un mínimo alimentario a partir de un patrón de consumo de un grupo de hogares de referencia y no una dieta suficiente en todos los nutrientes

Al analizar el comportamiento de los precios de la canasta básica alimentaria durante los últimos 5 años se puede ver la fluctuación que

ha tenido, el siguiente gráfico muestra la variación que tuvo durante el mes de mayo del 2010 al 2014 en la zona urbana

GRAFICA 8: Tendencia de la canasta básica alimentaria urbana en los últimos 5 años



FUENTE: Elaboración propia con datos de DIGESTYC

Como se puede observar se ha incrementado considerablemente en un 12.38% desde el 2010 y la tendencia mostrada en los últimos años indica que para mayo del 2015 el bolsillo de las familias Salvadoreñas de la zona urbana se verá afectado por un incremento en el precio de la canasta básica alimentaria.

Lo cierto es que una persona y familia no solo necesita alimentos para vivir, que es lo que refleja la canasta básica alimentaria. Igual es necesario tener acceso a otros bienes y servicios igualmente básicos como son la salud, la educación, la vivienda, transporte, agua.

8.9.1.3.2 Salarios en el salvador



En Julio de 2013 el salario mínimo de los salvadoreños se vio incrementado y conjuntamente a este aumento se decretó que en los años 2014 y 2015 habrá un aumento del 4% en cada uno de esos años. Dicho incremento quedo de la siguiente manera:

Tabla 49 Aumento salarial en El Salvador

SECTORES	Salario anterior Al 30/06/2013		Al 1 de julio de 2013		Al 1 de enero de 2014		Al 1 de enero de 2015	
	Mensual	Diario	4 %		4 %		4 %	
			Mensual	Diario	Mensual	Diario	Mensual	Diario
Maquila, textil y confección	\$ 187.50	\$ 6.25	\$ 195.00	\$ 6.50	\$ 202.80	\$ 6.76	\$ 210.90	\$ 7.03
Industria	\$ 219.30	\$ 7.31	\$ 228.00	\$ 7.60	\$ 237.00	\$ 7.90	\$ 246.60	\$ 8.22
Comercio y servicios	\$ 224.10	\$ 7.47	\$ 233.10	\$ 7.77	\$ 242.40	\$ 8.08	\$ 251.70	\$ 8.39
Agrícola	\$ 105.00	\$ 3.50	\$ 109.20	\$ 3.64	\$ 113.70	\$ 3.79	\$ 118.20	\$ 3.94
Recolección cosecha café	\$ 114.60	\$ 3.82	\$ 119.10	\$ 3.97	\$ 123.90	\$ 4.13	\$ 129.00	\$ 4.30
Recolección cosecha azúcar	\$ 97.20	\$ 3.24	\$ 101.10	\$ 3.37	\$ 105.00	\$ 3.50	\$ 109.20	\$ 3.64
Recolección cosecha algodón	\$ 87.60	\$ 2.92	\$ 91.20	\$ 3.04	\$ 94.80	\$ 3.16	\$ 98.70	\$ 3.29
Beneficios de café	\$ 152.10	\$ 5.07	\$ 158.10	\$ 5.27	\$ 164.40	\$ 5.48	\$ 171.00	\$ 5.70
Beneficios algodón y azúcar	\$ 110.40	\$ 3.68	\$ 114.90	\$ 3.83	\$ 119.40	\$ 3.98	\$ 124.20	\$ 4.14

FUENTE: educaconta

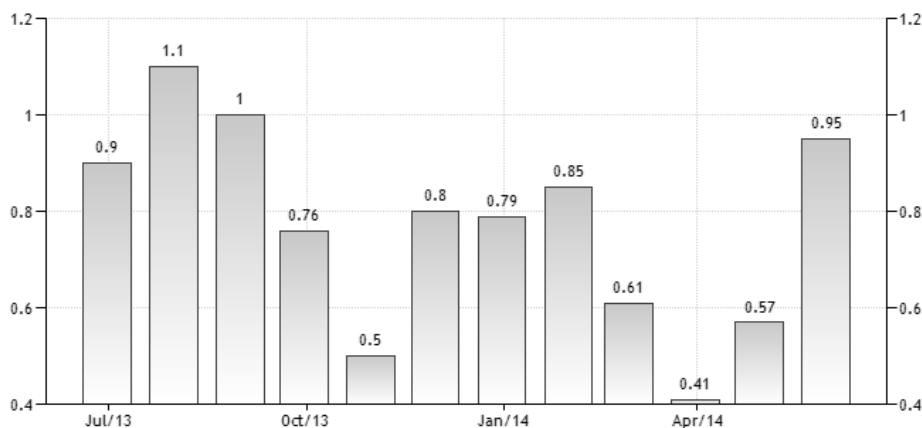


Al realizar una comparación de los salarios mínimos del 2014 con el costo de la canasta básica alimentaria se puede observar que el 66.66% de los sectores no están en capacidad de cubrir el costo de esta, y el 33.33% aunque rebasa el precio de la canasta básica no es con un margen muy amplio.

8.9.1.3.3 Inflación

El Salvador registró en agosto del 2013 pasado la tasa de inflación más baja en Latinoamérica con un 1.0% versus el 5.1% del promedio de la región, según información del Ministerio de Economía, se puede observar en el siguiente grafico que la tasa de inflación alcanzó su punto más bajo en abril de 2014 con un 0.41%, y para junio del mismo año ha mostrado un incremento llegando a 0.95%, a pesar de que el incremento de la tasa de inflación de abril a junio es poco más del doble sigue manteniéndose por debajo del 1.0% de agosto del 2013

GRAFICA 9 comportamiento de la tasa de inflacion



FUENTE: tradingeconomics

El siguiente cuadro muestra las expectativas de incremento en la tasa de inflación, como se puede observar la tasa real ha superado lo esperado en los últimos 3 meses por lo tanto se puede esperar un aumento para el próximo mes

Tabla 50: expectativas de incremento en la tasa de inflación

Calendario	GMT	País	Evento	Referencia	Real	Anterior	Consenso	Expectativa
2014-03-07	09:00 PM	El Salvador	Tasa de inflación (anual)	Feb 2014	0.61%	0.85%		0.63%
2014-04-08	12:00 AM	El Salvador	Tasa de inflación (anual)	Mar 2014	0.41%	0.61%		0.25%
2014-05-12	07:00 PM	El Salvador	Tasa de inflación (anual)	Apr 2014	0.57%	0.41%		1.09%
2014-06-07	12:00 AM	El Salvador	Tasa de inflación (anual)	May 2014	0.95%	0.57%		1.18%

FUENTE: tradingeconomics

8.9.1.3.4 Remesas en El Salvador



Las remesas familiares enviadas por los salvadoreños en el exterior, entre enero y octubre de 2013, asciende a \$3,263.6 millones, cifra que supera en \$40.5 millones lo registrado en el mismo período del año anterior, equivalente a un crecimiento anual de 1.3%, informó la Gerencia de Estudios y Estadísticas Económicas del Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR).

Durante el mes de octubre ingresaron al país \$331.9 millones, superando en \$2.1 millones al monto registrado en el mismo mes del año anterior.

Según los datos brindados del total de envíos de remesas familiares, el sistema bancario liquidó el 61.0% del total de remesas recibidas durante el período, por un monto que asciende a \$1,989.7 millones, en 7,459,556 operaciones.

Es necesario recalcar que el 33.1% del total fue liquidado por la Federaciones como FEDECACES, FEDECRÉDITO y otros agentes y empresas, por un monto de \$1,080.0 millones, en un total de 4,690,075 operaciones. El resto fue trasladado a sus beneficiarios por familiares que visitaron el país, por salvadoreños que viajaron desde los Estados Unidos y por gestores de encomiendas.

La Gerencia destacó que durante 2013, El Salvador ha recibido remesas por un promedio mensual de \$326.4 millones, cifra superior en \$4.0 millones mensuales, a los \$322.3 millones recibidos durante los primeros diez meses del año anterior.

El comportamiento de las remesas familiares depende en gran medida a la situación económica, y particularmente laboral, en los Estados Unidos. De acuerdo con datos publicados por la Oficina de Estadísticas Laborales de Estados Unidos, durante el período de enero a octubre, se han creado 1,863,000.00 empleos.

En cuanto a la tasa de desempleo global y la hispana mostraron un leve aumento de 0.1 puntos porcentuales con respecto a la registrada en el mes de septiembre; ubicándose en 7.3% y 9.1% respectivamente.

8.9.1.3.5 El contexto económico del sector del turismo

El Turismo es conocido como la actividad económica que puede generar el mayor impacto financiero a corto plazo en el desarrollo de las economías que se benefician de la misma. Bajo este contexto, pequeños países, como los de la región Centroamericana que no tienen capacidad territorial para competir a nivel mundial en Agricultura contra gigantes como Argentina o Brasil, han apostado por el turismo como la vía adecuada para el desarrollo económico de sus naciones. Se debe tener en cuenta que Centroamérica representa tan solo el 1% del territorio terrestre mundial pero el 8% de la biodiversidad del planeta tierra. Sin duda alguna el Turismo, como pilar estratégico fundamental, es la decisión más acertada para el crecimiento económico de El Salvador. Sin embargo, para que se logre ese desarrollo exitosamente el Turismo, debe existir una coordinación privada y gubernamental que involucre a todos y cada uno de los actores de la industria.

Aspectos relevantes que han fomentado el sector han sido la entrada de la Ley de Turismo, el Plan Nacional de Turismo 2014 y el Plan Nacional de Turismo 2020, éste último en el año 2008, resultado de la revisión y actualización del Plan 2014 para contar con una visión de largo plazo sobre el desarrollo turístico de El Salvador.



La Organización Mundial del Turismo (OMT) destaca el papel del sector como motor de crecimiento económico de las naciones especialmente en vías de desarrollo. Asimismo, el turismo genera uno de cada diez empleos existentes a nivel mundial.

El comportamiento del turismo durante todo el año 2013 ha sido muy positivo en todo el mundo, superando las previsiones de principios de año, que eran de un crecimiento del 3-4 por ciento.

Según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial, el gasto de los visitantes internacionales en alojamientos, gastronomía, espectáculos, compras y otros bienes y servicios representó para los destinos del mundo unos ingresos estimados en 1.159.000 millones de dólares en 2013. El crecimiento superó la tendencia a largo plazo, alcanzando un 5% en términos reales (teniendo en cuenta las fluctuaciones del tipo de cambio y la inflación). La tasa de crecimiento de los ingresos fue equivalente al incremento de las llegadas de turistas internacionales, que también aumentó en un 5%, hasta los 1.087 millones en 2013, frente a 1.035 millones en 2012.



Se trata de unos resultados muy positivos, puesto que el aumento de turistas internacionales el año pasado fue igual al incremento de los ingresos que generaron más de mil millones de turistas que viajaron por el mundo en 2013, por motivos de negocios, ocio, visitas a amigos y familiares u otros. Estas cifras confirman la creciente importancia del sector turístico como estímulo para el crecimiento económico.



El turismo internacional (viajes y transporte de pasajeros) representa el 29% de la exportación mundial de servicios, y el 6% de todas las exportaciones de bienes y servicios. A escala mundial, el turismo es la quinta categoría de exportación, tras los combustibles, productos químicos, alimentos y productos de automoción; al mismo tiempo, ocupa el primer lugar en muchos países en desarrollo.

8.9.1.3.6 Las actividades turísticas en el PIB

Cuando se examina el peso de las actividades turísticas regularmente se recurre al uso de indicadores, es por ello que el indicador que frecuentemente es utilizado para medir el aporte que ofrece el sector turístico a la economía nacional es el coeficiente turístico T/PIB que sirve para observar la participación de los ingresos turísticos con respecto al PIB.

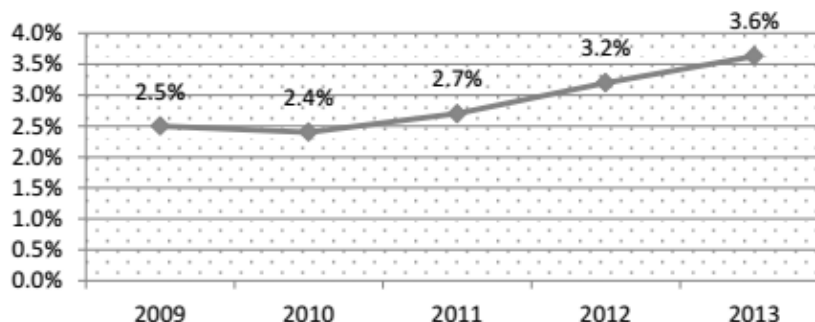
EL turismo representa uno de las mayores fuentes de ingreso que tienen nuestro país. Al cierre del 2012 representó el 3.2 % del Producto Interno Bruto (PIB), mientras que al tercer trimestre de 2013 el turismo aportó al país el 3.6% de este indicador macroeconómico.

Tabla 51: IMPACTO DEL INGRESO TURISTICO EN EL PIB 2009-2013

AÑOS	PIB en millones de \$	Ingreso turístico en millones \$	TI/PIB
2009	20,661.00	516.6	2.5%
2010	21,427.90	518.02	2.4%
2011	23,054.10	615.1	2.7%
2012	23.831.50	771.55	3.2%
2013	24,619.6	893.84	3.6%

FUENTE: BCR-CORSATUR- Datos preliminares PIB a precios corrientes-ingresos turísticos totales

GRAFICA 10: PIB en el tiempo (2009-2013)



FUENTE: CORSATUR-BCR-Datos del PIB es a precios corrientes y preliminares

De acuerdo con el Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR), la llegada de turistas al país a lo largo de 2013 significó ingresos por \$904 millones.

El dato supera en \$168 millones, equivalentes a un 22.8 %, a los \$736 millones generados por el turismo durante 2012.

En cuanto a la llegada de turistas al país, en 2013 se registró el arribo 1,822,003 visitantes, un 4.8 % adicional a los 1,738,317 que llegaron en 2012. las expectativas del MITUR fueron superadas, gracias a la promoción del país a escala internacional. La meta inicial del MITUR era lograr el ingresos de al menos 1.8 millones de turistas en 2012.

8.9.1.4 ENTORNO POLITICO

8.9.1.4.1 Política nacional de turismo



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

Convoca a los actores públicos y privados que intervienen en la gestión del turismo, a tomar decisiones de inversión, operación y promoción, que permitan responder con oportunidad para que el turismo incida en el desarrollo local y nacional; al tiempo que se ofrecen experiencias significativas para los visitantes, incrementando su satisfacción, gasto per cápita y estadía, convirtiéndolos en agentes multiplicadores que recomienden a los destinos de El Salvador

La visión de la política nacional de turismo consiste en ser una política de Estado que convoque y oriente a la gran diversidad de actores públicos, privados y sociales que participan en el desempeño de la actividad, de tal forma que el turismo en la República de El Salvador, sea rentable, distributivo y responsable.

Teniendo por objetivos tanto posicionar al turismo como prioridad nacional en función de su potencial para coadyuvar a resolver los grandes retos del país, como Articular y orientar a los actores que participan en el desarrollo del turismo para mejorar la eficiencia y efectividad de los esfuerzos y recursos que se invierten en la actividad.

8.9.1.4.2 Política regional centroamericana para el desarrollo turístico



Los ministros de Turismo de Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y República Dominicana aprobaron el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de la región para el período 2014-2018.

El cuál será la guía para las acciones turísticas de los países centroamericanos en el próximo quinquenio, con un trabajo coordinado y centrado en la promoción de Centroamérica como un multidestino integrado, sostenible y de alta calidad.

SITCA (Secretaría de Integración Turística de Centroamérica) asegura que los países centrarán en los próximos cinco años sus esfuerzos en el área de mercadeo y promoción de la región, como un multidestino capaz de atraer al visitante y ofrecer experiencias altamente satisfactorias y enriquecedoras, así como productos turísticos diversos, sostenibles y competitivos, que con el concurso de los actores público, privados y sociales de la región contribuirán a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Centroamérica.

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2014-2018 incluye un área de calidad y sostenibilidad turística que impulsará el desarrollo y el mejoramiento de una oferta de productos y servicios turísticos sostenibles, competitivos y de alta calidad. Paralelamente, se trabajará en un área estratégica política desde la cual se impulsará la inclusión del turismo en las agendas de temas vinculantes como seguridad turística, facilitación turística e inversión.

El Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) a través de la SITCA, dará seguimiento a las acciones del plan, que contempla una cartera de cinco programas específicos asociados a las tres áreas estratégicas mencionadas.

Para su implementación, los países continuarán aportando sus cuotas anuales tanto a la SITCA como a la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) y manteniendo una permanente gestión de recursos con cooperantes internacionales que apoyan el turismo como sector estratégico y prioritario para desarrollo económico a nivel nacional y regional.

8.9.1.5 ENTORNO SOCIAL

8.9.1.5.1 Impacto sociocultural de la actividad turística



El turismo es una actividad por la que entran en contacto personas con bagajes culturales, sociales y económicos totalmente diferentes, incluso en ocasiones, antagónicos. La dimensión que ha cobrado en nuestros tiempos es de gran trascendencia. Este encuentro ocasiona una serie de influencias capaces de modificar no solamente el nivel de vida, sino también la personalidad social e individual de la población receptora.

El turismo se ha constituido, como uno de los fenómenos sociales de mayor capacidad transformadora en pueblos y culturas, con la peculiaridad de que una de las características más sobresalientes en cuanto a los cambios que esta actividad introduce es la rapidez con que se producen

Siempre es recibido con mucho entusiasmo por parte de los lugareños, pues perciben en él una nueva actividad económica capaz de conseguir que su sociedad pueda mejorar en sus condiciones de vida.

El impacto del turismo es preciso valorarlo también conjugando otras variables, como son las ambientales y las socioculturales. También es cierto que, el turismo, como toda actividad humana, y aun presentando una consideración positiva en tantos aspectos, sobre otros muchos presenta un balance perjudicial para las sociedades receptoras. Una industria, como es la turística, que anualmente envuelve a cerca de mil quinientos millones de personas en todo el mundo, no puede ser absolutamente inocua. A este respecto, la Organización Mundial del Turismo, afirma que entre determinados segmentos de la población autóctona de algunos países en vías de desarrollo, se ha ido extendiendo cierto recelo o resentimiento hacia el turismo internacional.

Para la O.M.T entre las principales causas que generan esta tensión social se menciona:

- La aparición de centros turísticos de lujo en espacios donde lo que impera es la pobreza.
- Ocupación de los puestos de trabajo más cualificados por los extranjeros.
- Ofertar empleos con menor responsabilidad y peor pagados a los nacionales.
- Severos impactos medioambientales
- Procesos nocivos de una urbanización irracional, entre otros.

Impactos positivos

- Contribución del turismo a la conservación del patrimonio cultural de una zona.
- Incremento del reconocimiento de los residentes locales por su patrimonio.
- Mejora en las facilidades e instalaciones del destino.

- El uso de la cultura como atracción turística y Revitalización de las artes tradicionales, festivales y lenguas.
- Contactos directos entre turistas y residentes (ruptura de los estereotipos negativos).
- Mejora de las condiciones sanitarias, educación y mejora de la calidad de vida.

Otro aspecto a tener en cuenta es el crecimiento demográfico asociado al desarrollo turístico, el cual afecta al tamaño de la población residente positivamente (los nuevos empleos suponen un freno de la emigración, un estímulo al crecimiento vegetativo e incluso una atracción para trabajadores inmigrantes)

8.9.1.5.2 Seguridad

Para brindar turismo, es muy importante tener en cuenta la seguridad pública que se brinda por parte de las diferentes instituciones de seguridad, teniendo en cuenta las tasas de violencia y delincuencia para tomar medidas que ayuden a disminuirlas. Todo turista busca principalmente la seguridad de los lugares que va a visitar. Las tasas de criminalidad, el desarrollo económico y el crecimiento se relacionan de una manera compleja. Bajos niveles de desarrollo económico implican altos grados de pobreza y niveles igualmente altos de actividad criminal.

El tema de la violencia sigue siendo uno de los principales talones de Aquiles para El Salvador. En agosto del 2013 la Organización Mundial de la Salud (OMS) difundió un listado en el que el país aparece como el segundo con más homicidios a escala mundial, al registrar 69.2 muertes violentas por cada 100 mil habitantes. El Salvador es considerado como uno de los países más violentos de América Latina. Esto se refleja particularmente en sus altos índices de crímenes violentos y homicidios.

En El Salvador mueren 92 jóvenes por cada 100,000 de ellos en el mundo a raíz de la violencia criminal, en su mayoría generada por las pandillas, según el informe de Desarrollo Humano (IDH) 2013-2014 del Programa de Desarrollo de Naciones Unidas (PNUD).

Refiere el informe IDH que los jóvenes, principalmente los varones, han sido los más afectados por la violencia y la criminalidad; a la vez que son los responsables más comunes de la violencia y los delitos.

En Centroamérica, los salvadoreños perciben que la inseguridad ciudadana está relacionada a las pandillas, según la encuesta LAPOP-PNUD, que fue elaborada con datos del año 2012 para el informe de Desarrollo Humano.

Una encuesta penitenciaria realizada el año 2013, por el PNUD en El Salvador, reveló que el 37 de los reclusos pertenecían a una pandilla al momento de ser detenidos; del resto de internos, el 63 por ciento, un 10 por ciento se integró a las pandillas dentro de las cárceles.

El estudio IDH advierte de la violencia de género como una amenaza persistente y un obstáculo para el desarrollo humano, la salud pública y los derechos humanos en la región.

Centroamérica cuenta con los más altos índices de homicidios de mujeres en Latinoamérica. Asesinan a casi 15 mujeres por cada 100,000 féminas; en El Salvador mueren 14 mujeres a raíz de la violencia criminal.

8.10 ESTUDIO DE MERCADO

8.10.1 Introducción

Estando en un tiempo de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, por el cambiante mundo del marketing es necesario estar pendientes a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas; entre las cuales una de las más destacadas por su profundización y abordaje amplio, es llevar a cabo un estudio de mercado en conjunto con una serie de investigaciones como lo son competencia, canales de distribución, lugares de venta del producto, que publicidad existe en el mercado, precios, entre otros.

Siendo el mercado un conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos, la frase clave es conocer el mercado y sus necesidades, es decir las necesidades de los consumidores pues son las que dan la pauta para poder definir mejor que es lo que vamos a vender y a quienes, así como dónde y cómo lo haremos; por ello es parte esencial de investigación y evaluación para definir los objetivos de un proyecto que tiene como fin el originar un bien o servicio y mejorar los existentes y su aceptación, presentar un informe que constituye todos sus esfuerzo a la realización del “*Estudio de Mercado*” como fin de evaluar la actividad económica como desarrollo empresarial, en el que se incluye de forma más detallada e importante aspectos relevantes de los participantes en la interacción productor-consumidor.

El objetivo primordial de desarrollar este estudio es la determinación del grado de aceptación que podría poseer el servicio a brindar, pues del interés o no de los mismos, dependerá el nivel de riesgo a correr al decidir la puesta en marcha de nuevas estrategias de comercialización. Para su desarrollo y logro correcto, se recurre a evaluaciones individuales de los involucrados en la acción de comercialización; de modo que su investigación integral abarque el análisis de mayores factores y aspectos que condicionan el desarrollo de las estrategias.

Para cada elemento a estudiar, se aplicaran las metodologías adecuadas y necesarias de investigación y evaluación que permitan al empresario comprender lo realizado y sus impactos y resultados sobre sus decisiones. Además, de la determinación de cada elemento se pretende a través del análisis de cada uno, forjar el criterio suficiente y los elementos adecuados para brindar estrategias que permitan a la contraparte sobrellevar con éxito la dirección de las mismas.

8.10.2 Objetivos

8.10.2.1 Objetivo general

“Identificar y definir las oportunidades y problemas de los mercados, para conocer los antecedentes del problema, generar y evaluar las medidas de mercadeo mejorando la comprensión del proceso de comercialización.”

8.10.2.2 *Objetivos específicos*

- ✓ Crear las herramientas necesarias para facilitar la obtención de datos para ser analizados y procesados obteniendo resultados de aceptación o desarrollo.
- ✓ Identificar las motivaciones y hábitos de consumo para la generación de productos o servicios de aceptación.
- ✓ Investigar a través de herramientas que arrojan datos primarios y secundarios las variables involucradas en el proceso de comercialización para generar el análisis de las mismas identificando y enlistando los aspectos y características relevantes para su desarrollo y mejora.
- ✓ Definir la metodología a utilizar para la determinación de los mercados en interés para una mejor comprensión y análisis de la problemática y sus variables.
- ✓ Determinar los criterios de evaluación que más se adapten a las necesidades buscadas por la temática para evaluar los posibles o potenciales mercados a establecer para la comercialización exitosa o conveniente a la actividad desarrollada por la micro región.
- ✓ Identificar y detallar las necesidades investigadas de cada mercado para describir el perfil de los mercados reales y deseados.
- ✓ Determinar las prioridades de los mercados para establecer las estrategias más útiles para un mejor manejo del desarrollo de los mercados.

8.10.3 *Generalidades*

Unas de las categorías básicas en el estudio de la economía es el mercado, por lo que es necesario definirlo antes de analizar sus componentes. En general, el mercado es determinado como un área geográfica en el cual concurren compradores y vendedores de una mercancía o servicio para realizar transacciones comerciales. Los elementos que concurren a la formación del mercado son:

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| a. Bienes y servicios (mercancía) | c. Demanda de bienes y servicios |
| b. Oferta de bienes y servicios | d. Precio de los bienes y servicios |

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis importantes:

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. Análisis de la demanda | 3. Análisis de los canales de distribución |
| 2. Análisis de la oferta | |

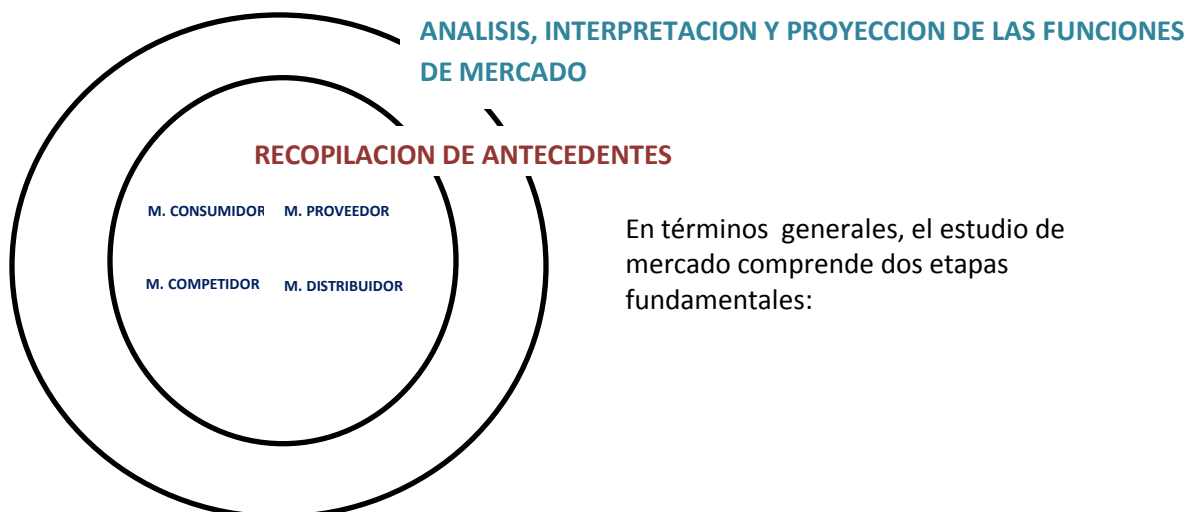
El análisis de mercado debe concentrarse en investigar aquellos aspectos sobre los cuales se tienen dudas y debe proveer elementos que faciliten la toma de decisiones, la formulación de metas y estrategias. Los componentes básicos del estudio de mercado son:

1. **Análisis del sector:** Trata de conocer bien la situación actual y lo que posiblemente se espera que suceda en el sector económico al cual se está estudiando.
2. **Análisis del mercado:** Genera la distinción y separación de las partes del mercado para llegar a conocer los principios o elementos de este.
3. **Plan de mercadeo:** Recoge las estrategias que se van a utilizar para lograr los resultados previstos en términos de volumen.

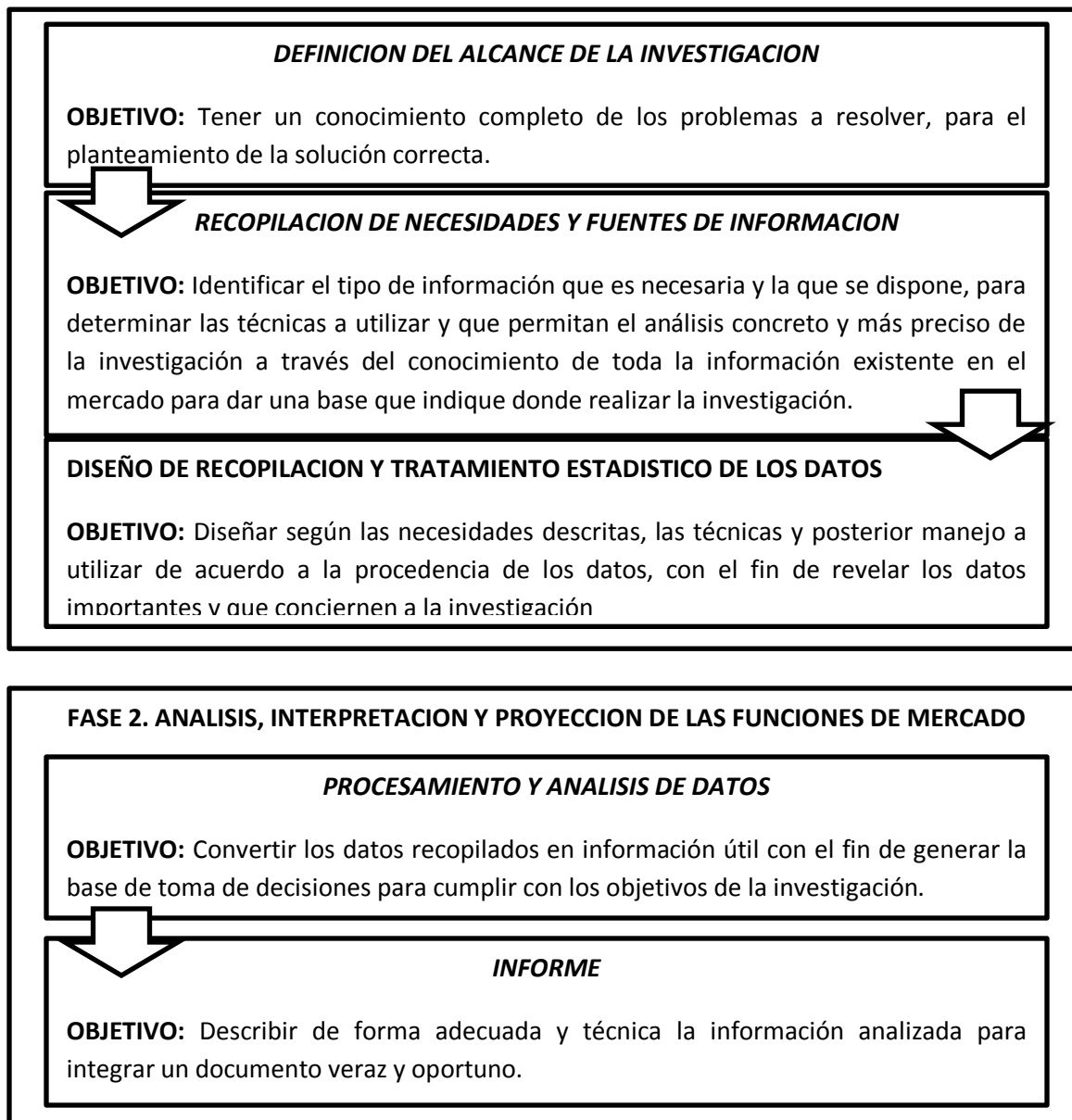
El proceso del estudio de mercado, estará en función del carácter cronológico de la información que se analiza. Es así, que para identificar y proyectar todos los mercados, deberá realizarse un análisis histórico, uno de la situación actual y otro de la situación futura o proyectada, de cada uno de los mercados a estudiar.

1. **Análisis histórico del mercado:** Tiene 2 objetivos, el primero, reunir información de carácter estadístico que pueda servir para proyectar esa situación a futuro y segundo, evaluar el resultado de algunas decisiones tomadas por otros agentes del mercado, para lograr identificar los efectos positivos o negativos que se lograron.
La experiencia de otros, puede evitar que cometamos los mismos errores y a la vez, podemos repetir o imitar las acciones que les produjeron beneficios. Entonces, debe ser un objetivo primordial explicar la relación de causa y efecto, que determinó las variaciones en el pasado.
2. **Análisis de la situación actual:** Es importante porque es la base de cualquier predicción que se realice del futuro. Además, genera una gran cantidad de información sobre el modo en que están funcionando todas las variables importantes a analizar, como es el caso de la demanda, oferta, competencia, proveedores y consumidores, entre otros. Toda esta información, sirve para aprender el modo en que se desarrolla la situación vigente y para realizar las distintas proyecciones que lleven a tomar las decisiones correctas a futuro.
3. **Análisis de la situación proyectada:** El estudio de la situación futura, es lejos el más importante para evaluar el proyecto. La información histórica y la vigente analizada, permiten proyectar una situación suponiendo la mantención de un orden de cosas, que con la sola implementación del proyecto se debería modificar.
Entonces, es necesario que en la situación proyectada se diferencie una situación futura sin el proyecto y otra con el proyecto, es decir, con la nueva definición del mercado. Debe tenerse cuidado en esto, ya que, son muchos los casos en que al evaluar la situación futura de un proyecto, resulta sumamente atractiva su implementación, pero una vez en marcha el proyecto, se modifican las condiciones de la industria y del mercado, pudiendo ser letal el hecho de llevarlo a cabo. Por lo tanto, es necesario hacer dos evaluaciones futuras, una sin el proyecto y otra con el proyecto implementado, para analizar realmente si es rentable o no llevarlo a cabo.
El analizar la situación futura o esperada de las distintas variables, implica hacer las proyecciones necesarias de las tendencias futuras, de todos los factores que puedan afectar positiva o negativamente el desempeño del proyecto.

8.10.4 METODOLOGIA GENERAL



1. **RECOPIACION DE ANTECEDENTES.** Estudio a nivel exploratorio, únicamente se requiere conocer el orden de magnitud del mercado en cuanto al producto en estudio; puesto que con dichos datos históricos es posible hacer una proyección del consumo aparente, mediante la obtención de una línea de tendencia, sea por métodos gráficos o matemáticos y su extrapolación posterior. (FASE 1)
2. **ANALISIS, INTERPRETACION Y PROYECCION DE LAS FUNCIONES DE MERCADO.** La información obtenida a nivel exploratorio se precisa por medio de investigaciones más profundas de diversos factores cualitativos, para luego introducir ajustes y re proyectar para determinar con mayor exactitud el mercado potencial. (FASE 2)



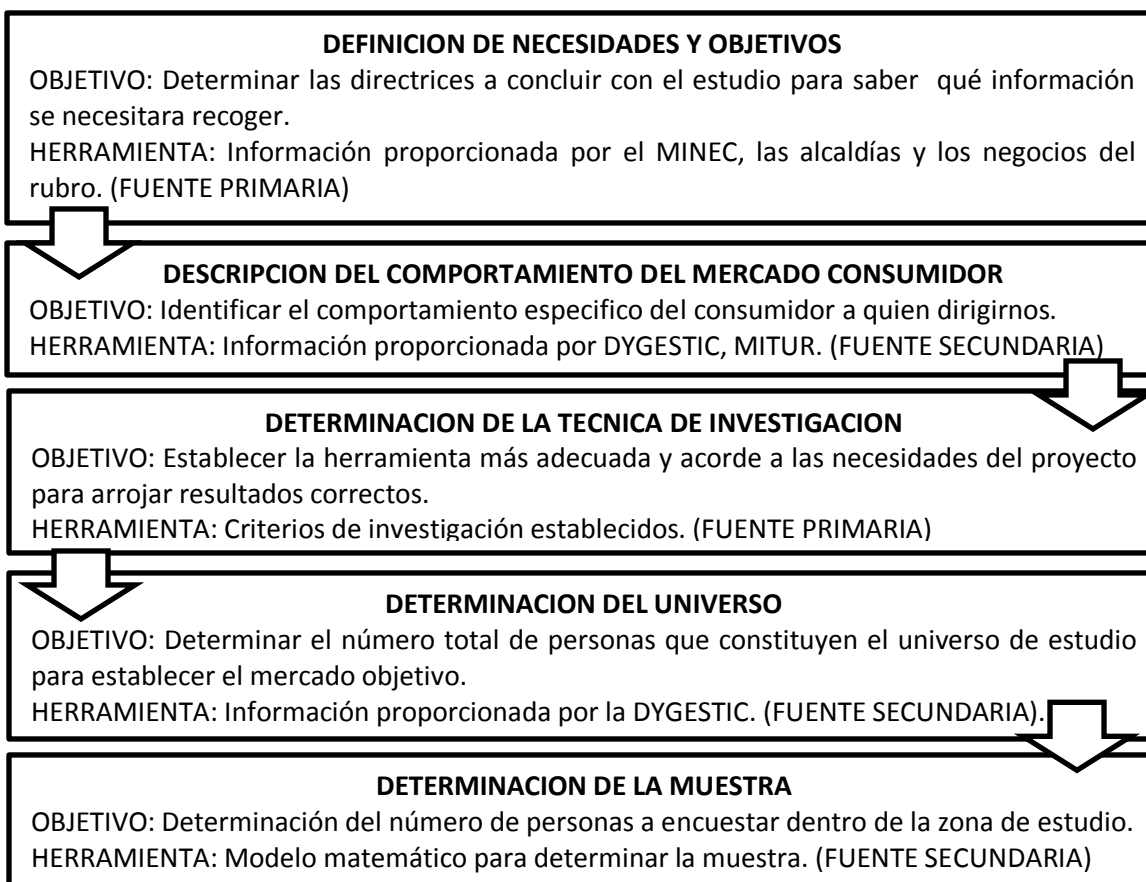
8.10.5 MERCADO DE CONSUMO

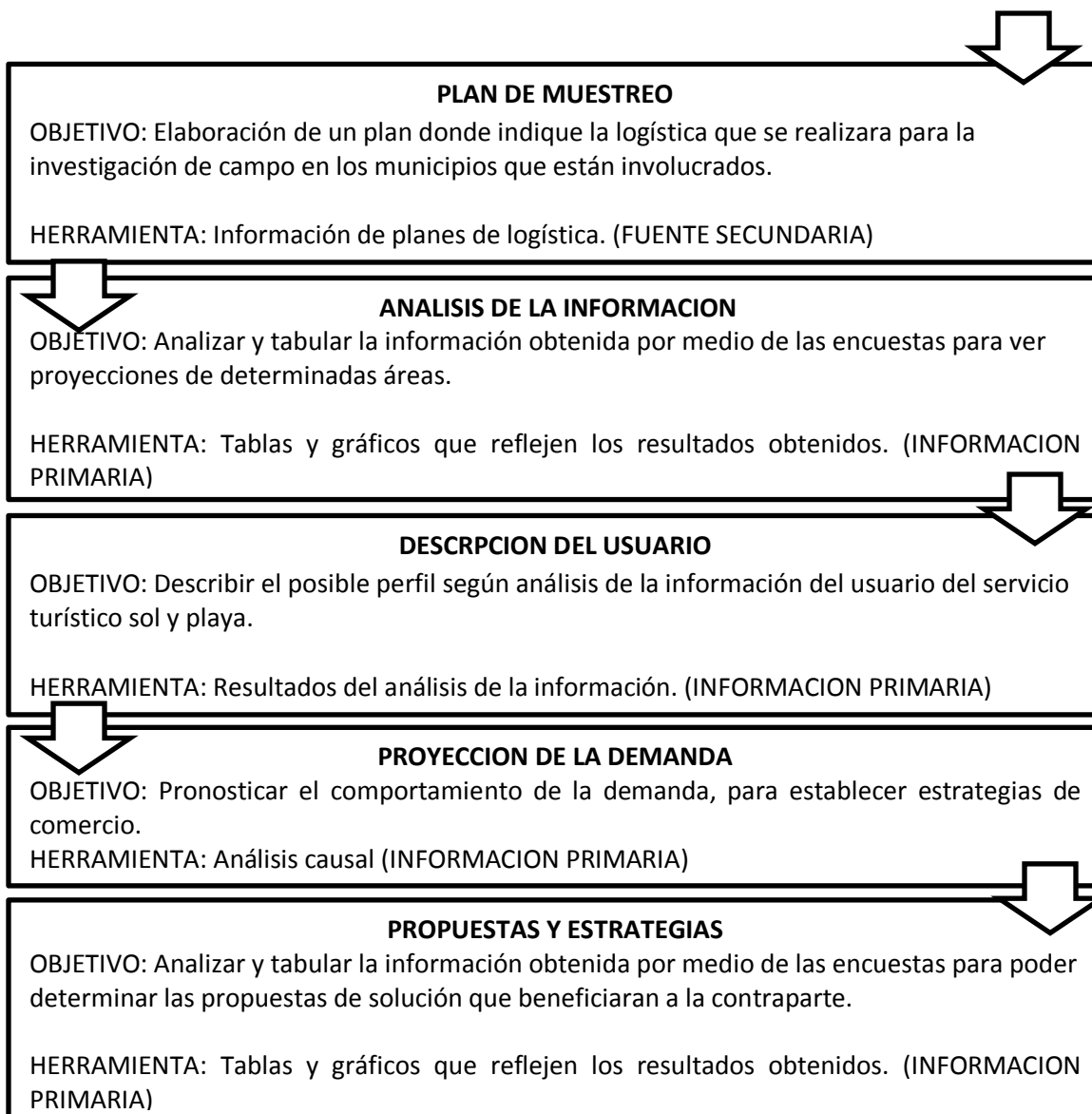
Es importante explicar las características de aquellos agentes económicos que necesitan o requieren del bien o servicio del proyecto, pues a partir de ellos se tomarán decisiones importantes que se relacionarán con la estrategia comercial del bien o servicio. Si se conocen las características de los consumidores, es posible conocer el comportamiento, gustos, preferencias y percepciones que tienen; además, se puede inferir las posibles reacciones que tendrán frente al bien o servicio; por lo tanto, el principal determinante del éxito, radica en la demanda que exista del bien o servicio.

Es un término utilizado para referirse a un segmento particular o a la propia población económicamente activa de un país que comprar o utilizar productos de empresas específicas, esto significa que son todas las personas que tienen un poder adquisitivo.

A continuación se presenta la investigación realizada al mercado consumidor, el cual fue realizado con la finalidad de definir sobre los aspectos que buscan los consumidores en los lugares turísticos y perfil del consumidor de dicho servicio, generándonos como resultado la determinación del pronóstico de ventas, ciclo de vida del producto, el mismo perfil del consumidor, hasta las estrategias propuestas para el manejo del servicio en dicho mercado.

8.10.5.1 METODOLOGIA DE ANALISIS





8.10.5.2 DEFINICION DE NECESIDADES Y OBJETIVOS

- Definir segmentos de mercado, con el fin de elegir el mercado meta.
- Determinar las personas que usan el producto o servicio. Para calificar el tipo de usuario del producto o servicio.
- Determinar el tipo de producto o servicio que requieren.
- Determinar las características que debe tener el producto para satisfacer la demanda.
- Determinar la cantidad y frecuencia del uso del producto, con el fin de definir demandas actuales del producto.
- Identificar las formas de pago del producto, para definir el grado de accesibilidad que posean.

- Determinar donde consume el producto, con el fin de identificar las preferencias del consumidor respecto al punto de venta y además conocer una parte del canal de distribución, además de las características del sitio que prefiere el consumidor para comprar.
- Determinar las razones de la decisión de compra del producto o servicio, identificando cual es la necesidad que satisface al comprarlo y que tiene en cuenta para seleccionarlo.
- Identificar los medios de información que utilizan los clientes, con el fin de seleccionar las estrategias de promoción más adecuadas y poder llegar mejor al cliente.
- Caracterizar y calificar a través del cliente, el tipo de producto o servicio que ofrecen los competidores, para calificar sus fortalezas y tratar de identificar su ventaja competitiva.
- Conocer las percepciones del cliente respecto a la tecnología, instalaciones, personal e imagen de los negocios.
- Conocer cuáles son nuestros clientes o cuáles lo serán en el futuro.
- Identificar quien es la persona que toma la decisión de compra, con el fin de dirigir la estrategia de promoción a la persona adecuada.
- Identificar la percepción del precio con respecto al producto o servicio.
- Identificar cuáles son las necesidades, deseos y expectativas de los clientes actuales y potenciales.
- Cuantificar y demostrar que existen los consumidores en una zona específica, con un mercado de consumidores, de usuarios actuales y potenciales de nuestro producto o servicio.
- Para el análisis del consumidor es necesario tener en cuenta que nuestro mercado está ligado a la capacidad de pago de los consumidores y a una verdadera relación de intercambio, por ello se debe determinar las capacidades de pago que poseen los integrantes del mercado en estudio.
- Conocer los patrones de comportamiento de los encuestados en el momento de elegir un producto o servicio, con el fin de desarrollar estrategias de mercadeo que lleven a la empresa a satisfacer de una mejor manera sus clientes actuales y potenciales y lograr así nuevos y mejores mercados.
- Identificar las características del consumo en el mercado potencial, con el fin de identificar estrategias adecuadas al consumidor seleccionado.
- Detectar y medir la necesidad actual o futura del bien o servicio.
- Cuantificar el número de individuos u otras entidades que dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la necesidad del proyecto.

8.10.5.3 DESCRIPCION DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO CONSUMIDOR

8.10.5.3.1 IMPORTANCIA DEL CONSUMIDOR

Los clientes en últimas determinan si están satisfechos o no, cuando las expectativas de los clientes coinciden o son inferiores al desempeño percibido por el producto, habrá satisfacción, en caso contrario, cuando las expectativas se quedan cortas en relación con el desempeño del producto habrá insatisfacción. Los consumidores almacenan las evaluaciones de los productos en su memoria y se refieren a ellas en decisiones futuras; si el consumidor está satisfecho, las decisiones de compra se hacen más breves y a los competidores se les hace mucho más difícil tener acceso a las mentes y procesos de decisión de consumidores satisfechos, porque estos

tienen tendencia a comprar la misma marca y en la misma tienda, mientras sigan siendo satisfechos; pero los consumidores insatisfechos son un buen grupo para llegarles con estrategias de mercado que ofrezcan algo mejor.

Un consumidor es la persona que tiene una necesidad y busca resolverla efectivamente con el mejor producto que exista en el mercado. Y la empresa busca conocer esa necesidad y la interpreta en el desarrollo de productos rentables destinados a uno o varios grupos específicos de clientes, con características o cualidades distintivas que lo diferencian de sus competidores directos o relevantes, asegurando así una ventaja competitiva defendible. El consumidor es la resultante de una serie de variables que lo definen como apto para un producto, un precio, una plaza y una promoción.

En el análisis del consumidor se debe demostrar que se conoce y se entiende el mercado al que se va a dirigir, justificar las razones por las cuales se selecciona un determinado segmento de mercado. Se debe demostrar que el producto o servicio ofrecido es precisamente que el perfil del consumidor necesita, desea y comprará.

Un consumidor es la cultura, valores (bueno, malo, regular), comportamiento (cuál es su actitud frente a la compra y el uso), sus sueños (cómo lo desea), es clase social (status). Los consumos están condicionados por:

- a. Edad
- b. Condición social
- c. Estado civil
- d. Nivel de educación
- e. Grado de desarrollo social

La satisfacción del producto, depende de:

- a. El estilo de vida
- b. Personalidad
- c. Autoimagen
- d. Motivación.

8.10.5.4 MACROSEGMENTACION. PRODUCTO TURISTICO

Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran con atractivos, facilidades y acceso. Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres:

1. **Recursos turísticos:** Pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia o con la cultura viva del destino turístico.
2. **Infraestructuras:** Son los elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso del destino y disfrute de su oferta turística por parte del turista como pueden ser infraestructuras de transporte (carreteras, aeropuertos, aparcamientos), de sanidad

(hospitales, centros de salud) de seguridad y protección del turista, (policía, protección civil, embajadas), de energía (alumbrado de calles), de señalización turística (paneles, monolitos con información turista de los destinos), hidráulicas, abastecimiento y evacuación de aguas).

3. **Servicios turísticos:** Para el servicio turístico es importante los recursos naturales, es decir aquellos recursos turísticos que aporta el espacio natural, además de los productos que se obtienen de la zona de desarrollo turístico.

Los productos turísticos, son la combinación de recurso, infraestructura y servicios turísticos.

TURISMO SOL Y PLAYA	
<i>RECURSOS:</i> Sol, Playa y Esteros	<i>INFRAESTRUCTURA:</i> Calles, accesos, seguridad, señalización, centros de salud y servicios potables y de energía.
<i>SERVICIOS TURISTICOS:</i> Alojamiento, restauración y entretenimiento deportivo.	

8.10.5.4.1 SERVICIO TURISTICO

Son todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores, son bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.). Sus características son:

- *Intangibilidad:* No es tangible
- *Inseparabilidad:* No se fabrica, se presta
- *Perecibilidad:* No se puede almacenar
- *Heterogeneidad:* No se puede probar
- *Propiedad:* No se puede devolver

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de alimentación, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Servicio de guía, cuando se preste servicios de guía turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- Servicio de acogida, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- Servicio de información, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de intermediación, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- Servicios de consultoría turística, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.

8.10.5.5 CARACTERIZACION DEL SERVICIO

Tabla 52: Características de la ubicación donde se desarrollara el servicio a prestar:

	EL OBISPO	EL MAJAHUAL	SAN BLAS	EL ZONTE	EL SUNZAL	EL PALMARCITO
UBICACIÓN GEOGRAFICA						
DEPARTAMENTO	La Libertad					
MUNICIPIO	La Libertad			Chiltuipan		Tamanique
EXTENSION	162 Km ²			96.66 Km ²		59.04 Km ²
ÁREA URBANA	64.20%			7.10%		29.20%
POBREZA	BAJA			ALTA		MODERADA
POBLACION	35,997			10,897		13,544
LIMITANTES NORTE	Comasagua, Santa Tecla, Zaragoza, San José Villanueva, Huizúcar - Departamento de La Libertad; Rosario de Mora y Panchimalco - Departamento de San Salvador			Jayaque - Departamento de La Libertad		Jayaque y Talnique - Departamento de La Libertad
LIMITANTES SUR	-			-		-
LIMITANTES ESTE	Olocuilta y San Luis Talpa - Departamento de La Paz			Tamanique - Departamento de La Libertad		Comasagua y La Libertad - Departamento de La Libertad
LIMITANTES OESTE	Tamanique - Departamento de La Libertad			Jicalapa y Teotepeque - Departamento de La Libertad		Chiltiupán - Departamento de La Libertad
CLIMA	tierra caliente			tierra caliente		tierra caliente
VIAS DE COMUNICACION	carretera y acceso pavimentada	carretera pavimentada y acceso de arena	carretera pavimentada y acceso de arena	carretera pavimentada y acceso de arena		carretera pavimentada y acceso de arena
INDUSTRIA Y COMERCIO	agricultura (caña de azucar, café, algodón, cocoteros, balsamo, granos basicos, frutas citricas), pesca, servicio y comercios locales					
PRACTICA DEL TURISMO	servicio de alimentación, alojamiento y recreación	servicio de alimentación, alojamiento y recreación	servicio de alimentación, alojamiento, recreación y deporte	servicio de alimentación, alojamiento, recreación y deporte	servicio de alimentación, alojamiento, recreación y deporte	servicio de alimentación, alojamiento, recreación y deporte

Fuente: Elaboración propia

8.10.5.6 PRACTICA DEL TURISMO SOL Y PLAYA

Es un turismo que se da en localidades costeras en las que existen playas y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves entre 25 a 30°C. Este tipo de turismo suele ser utilizado por personas que residen en lugares en las que el clima es nublado durante gran parte del año o temperaturas bajas, en personas que no tienen playas cercas de sus lugares de residencia o para vacacionar como ocio.

En estas localidades suele haber gran cantidad de hoteles o alojamientos temporales, actividades para ocio y tiempo libre, lugares de comida preparada y del lugar, suele realizarse durante el día acudir a las playas donde se toma sol y se visitan lugares de comida y por la noche se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento.

PLAYA EL OBISPO: El turismo se realiza con la visita y esparcimiento en la playa de La Libertad, el ocio es considerado con el alojamiento en el único hotel de la playa y la actividad económica activa son los restaurantes y un único restaurante donde existen diferentes juegos de recreación de mesa. Su ambiente genera la calidez familiar, individual, pareja, grupal.

PLAYA EL MAJAHUAL: El ocio se desarrolla en el esparcimiento en la playa, cuenta con numerosos establecimientos de comida y pequeños lugares de alojamiento temporal. Su ambiente es para familia, grupal, individual, pareja.

PLAYA SAN BLAS: Se caracteriza por contar con restaurantes de categoría media, con hoteles y según temporada actividades recreativas, de entretenimiento y en ocasiones en la participación de la liberación de tortugas, Su consumidor es familia, individual, grupal y pareja.

PLAYA EL PALMARCITO: En su mayoría consta de restaurantes y hoteles de categoría media, el ocio se realiza en el recreo en la playa, en algunas ocasiones se practica el surf según sea la altura de las olas.. En su mayoría es visitada por grupos de personas o individuales, pero su ambiente es propicio a la familia también.

PLAYA EL SUNZAL: Es famosa por ser la playa que posee la altura de las olas para practicar el surf, se caracteriza por ser una playa con actividad comercial solo los fin de semanas y en épocas de vacación, su actividad económica radica en pequeños establecimientos de comida. Su ambiente es familiar, grupal e individual.

PLAYA EL ZONTE: Comprendida por establecimientos medios de comida y de alojamiento temporal, su visita a la playa es menor puesto a sus condiciones rocosas y difíciles de caminar. Es bastante visitada para la práctica de surf. Su ambiente es familiar, grupal e individual.

8.10.5.7 USUARIOS DEL TURISMO SOL Y PLAYA

La gente se desplaza hacia un sitio u otro por sus preferencias según sea lo que buscan y la oferta de cada lugar, entre ellos se distingue en términos más comunes los siguientes tipos de turistas:

- A. Los turistas que buscan un buen precio, son los que más les importa obtener lo más barato, la mayoría se ubica en el ámbito juvenil-estudiantes o grupos familiares con poder adquisitivo mínimo, localizada en su mayoría en zona urbana baja, trabajadores de poca edad, en su mayoría les interesa el tema de ocio en la playa y no tanto el tema de hospedarse en un sitio.
- B. Turistas que buscan precio y calidad, en su mayoría son aquellos que buscan alojarse en lugares buenos pero a un precio razonable que no les ocasione un gasto económico muy

elevado, pero que sea el suficiente gasto para disfrutar de una cómoda vacación en un lugar conocido por sus buenas características.

- C. Turistas que priorizan la calidad antes que el precio, son aquellos que no les importa pagar un elevado precio, pues lo único importante es buscar las mejores zonas y los mejores hoteles con amplia diversidad de recursos con acceso de forma privilegiada.

Algunos de los aspectos importantes de preferencia al turismo sol y playa radican en los siguientes:

1. El primer aspecto tiene en cuenta el clima acompañado de la calidad de la playa ya sea por su amplitud, el tipo de arena y agua.
2. Se fija en los servicios próximos que se pueden encontrar cerca de la playa y disposición de los mismos.
3. El tercer aspecto tiene en cuenta todo lo relacionado con el tema de la sanidad, cercanía de los mismos y los servicios que prestan.
4. Otro aspecto que en los últimos tiempos es el grado de conservación y cuidado del medio ambiente del destino que se escoge, pues la urbanización es un tema del que se intenta escapar al momento de vacaciones.
5. Como último aspecto se hace referencia a la amplia oferta turística.

Por ello en términos generales, se presentan algunas de las características del servicio turístico sol y playa en nuestro país como principal segmento de mercado:

- ✓ Jóvenes
- ✓ Parejas sin hijos
- ✓ Familias
- ✓ Extranjeros

Los servicios que se ofrecen en los mismos se adaptan al perfil del turista, a su modo de pensar, sentir y reaccionar. Se centran exclusivamente en familias, parejas, aficionados al cuidado de la salud y otros segmentos.

8.10.5.8 CLASIFICACION DE LA ACTIVIDAD

De acuerdo a la CIIU Revisión 4, el rubro al que pertenece los servicios del proyecto se visualizan:

8.10.5.8.1 Sección I. Actividades de alojamiento y de servicio de comidas

Esta sección abarca las actividades de unidades que ofrecen a sus clientes servicios de alojamiento para estancias cortas y de preparación de comidas completas y bebidas para su consumo inmediato. El monto y el tipo de servicios suplementarios proporcionados en el marco de esta sección pueden variar considerablemente. No se incluye el suministro de alojamiento a largo plazo como residencia primaria, tampoco se incluye la preparación de comidas y bebidas que no están preparadas para el consumo inmediato o que se venden a través de canales de distribución independientes, es decir, mediante actividades de venta al por mayor o al por menor.

Actividades de alojamiento

Esta División comprende el suministro de alojamiento temporal para visitantes y otros viajeros. También se incluye el suministro de alojamiento por períodos más largos para estudiantes, trabajadores y otras categorías de personas. Algunas unidades sólo proporcionan alojamiento,

mientras que otras ofrecen una combinación de alojamiento, comidas y/o instalaciones recreativas.

Actividades de alojamiento para estancias cortas.

Esta clase comprende el suministro de alojamiento, en general por días o por semanas, principalmente para estancias cortas de los visitantes. Abarca el suministro de alojamiento amueblado en habitaciones y apartamentos o unidades totalmente independientes con cocina, con o sin servicio diario o regular de limpieza y que incluyen a menudo diversos servicios adicionales, como los de servicio de comidas y bebidas, aparcamiento, lavandería, piscina y gimnasio, instalaciones de recreo e instalaciones para conferencias y convenciones. Esta clase comprende el suministro de alojamiento por estancias cortas en:

- ✓ Hoteles
- ✓ Centros vacacionales
- ✓ Hoteles de suites/apartamentos
- ✓ Moteles
- ✓ Hoteles para automovilistas
- ✓ Casas de huéspedes
- ✓ Pensiones
- ✓ Unidades de alojamiento y desayuno
- ✓ Pisos y bungalow
- ✓ Unidades utilizadas en régimen de tiempo compartido
- ✓ Casas de vacaciones
- ✓ Chalet y cabañas con servicio de mantenimiento y limpieza
- ✓ Albergues juveniles y refugios de montaña

Actividades de servicio de comidas y bebidas

Esta división comprende las actividades de servicio de comidas y bebidas que proporcionan comidas completas y bebidas preparadas para su consumo inmediato, ya sea en restaurantes tradicionales, en restaurantes de autoservicio o de comida preparada, para llevar, o en puestos de comida permanentes o temporales, con o sin mesas y asientos. El elemento definitorio es el hecho de que se sirvan comidas preparadas para su consumo inmediato, no el tipo de instalaciones en las que se sirven. No se incluye la producción de comidas no preparadas para su consumo inmediato, de comidas que no está previsto consumir de inmediato ni de alimentos preparados que no se considere que constituyen una comida, tampoco se incluye la venta de alimentos que no sean de producción propia y que no se considere que constituyen una comida y de comidas que no estén preparadas para su consumo inmediato

Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.

Esta clase comprende el servicio de comidas a los clientes, ya se les sirvan en mesas o se sirvan ellos mismos de un surtido de platos expuestos, y ya se trate de comida para consumir en el local, para llevar o para entrega a domicilio. Abarca la preparación y el servicio de comidas para su consumo inmediato desde vehículos, sean o no motorizados. Esta clase comprende las actividades de:

- ✓ Restaurantes
- ✓ Cafeterías
- ✓ Restaurantes de comida rápida
- ✓ Reparto de pizza a domicilio
- ✓ Restaurantes de comida para llevar
- ✓ Vendedores ambulantes de helados
- ✓ Puestos ambulantes de comida
- ✓ Preparación de alimentos en puestos de mercado

Se incluyen también las actividades de restaurantes y bares vinculadas a actividades de transporte, si las realizan unidades separadas

Actividades de servicio de bebidas.

Esta clase comprende la preparación y el servicio de bebidas para su consumo inmediato en el local. Se incluyen las actividades de:

- ✓ Bares
- ✓ Tabernas
- ✓ Coctelerías
- ✓ Discotecas (con predominio del servicio de bebidas)
- ✓ Cervecerías y pubs
- ✓ Cafeterías
- ✓ Tiendas de jugos de frutas
- ✓ Vendedores ambulantes de bebidas

8.10.5.9 DETERMINACION DE LA TECNICA DE INVESTIGACION

8.10.5.9.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es un procedimiento sistemático, crítico, reflexivo y controlado que le da al investigador la posibilidad de descubrir nuevos datos, hechos, o relaciones en cualquier campo del conocimiento. De acuerdo a su profundidad, tenemos que la investigación se divide en:

1. Exploratoria.
2. Descriptiva.
3. Explicativa o causal.

Para el proyecto en desarrollo, se comenzara utilizando la investigación exploratoria la cual es muy adecuada en las primeras etapas del proceso de toma de decisiones y es la función que ejecuta durante el estudio de mercado. Esta investigación es para obtener un análisis inicial de la situación y poder obtener otros datos del rubro que aún no fueron identificados anteriormente mediante el abordaje con la contraparte. Esta investigación incluye las fuentes secundarias de:

1. Observación
2. Entrevistas con expertos
3. Investigación de relatos de casos que serán de gran apoyo para el estudio de mercado (haciendo referencia a la actividad que desempeña la contraparte o similar).

Luego continuamos con la investigación aplicada-explicativa, este tipo de investigación analiza causas y efectos de la relación entre cada una de las variables y prueban la hipótesis. Aquí se estudia el porqué de las cosas, hechos o situaciones; que nos ayudaran a formular las preguntas a los entrevistados por medio del instrumento a utilizar.

Con la investigación descriptiva se llegan a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos y las personas. Por medio de esta investigación se plasmara el perfil del consumidor, teniendo en cuenta las características demográficas, económicas y geográficas.




Por ultimo tendremos la elaboración de la encuesta, por medio de la cual se re coleccionará los datos que nos serán de utilidad para establecer las posibles estrategias, recomendaciones y conclusiones de la etapa de mercado.

8.10.5.9.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

La labor previa a toda investigación debe ser siempre el análisis y recopilación de toda la información que se pueda obtener, en relación a los problemas que se pretenden investigar, aunque en el mercado existe una serie de informes monográficos, datos estadísticos, estudios de organismos públicos, etc., que están a plena disposición del analista, y que constituyen una fuente muy valiosa. Las fuentes de información para el estudio de mercado son aquellos instrumentos de los que puede obtenerse la información necesaria para efectuar el estudio de mercado. Estas fuentes se pueden encontrar dentro de la empresa (fuentes internas), o bien fuera de ella (fuentes externas).

Las fuentes de información externas son las más importantes para la obtención de datos útiles, estos datos pueden ser de dos tipos:

1. **Fuente primaria:** Son los datos originales reunidos especialmente para el estudio en cuestión. Contribuciones y apreciaciones por parte de la contraparte, observación directa sobre los consumidores en los lugares aledaños para conocer hábitos y observar la conducta al momento de elegir determinados servicios, opiniones de los lugareños para conocer más a profundidad sus necesidades, entrevistas a personas que conocen sobre nuestro enfoque en base a sus experiencias en otros proyectos, participación en eventos que involucren la región en forma de apoyo sobre la temática.

INSTRUMENTO	INFORMACION ESPERADA	
Elaboración de encuesta para Consumidor.	Se dará a conocer el cuestionario elaborado para obtener la información necesaria de los consumidores, para establecer posibles estrategias, según demanda futura de las zonas involucradas.	
Elaboración de encuesta para negocios de la micro región.	Conocer toda la información posible acerca de las ideas, puntos de vista de algunos de los Directivos, así como también sobre los proyectos de los negocios, para así poder evaluar qué medidas serían de beneficio.	
Entrevista con Asesores del MINEC	Para tener un conocimiento más profundo del proyecto y la meta deseada, se estableció relaciones con miembros de la Gerencia de Fomento Productivo Territorial del MINEC.	

Para la obtención de esta información, se elaboraron los siguientes instrumentos de recolección de información:

2. **Fuente secundaria:** son aquellos datos recogidos previamente con algún otro propósito, que nos servirá para completar la información y datos obtenidos en la investigación de campo. Entre las fuentes están:
 - Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC).
 - Censo 2007
 - Consultoría a la Contraparte
 - Plan Nacional de Turismo 2014, El Salvador MITUR-CORSATUR
 - Estadísticas-MITUR/CORSATUR
 - Ministerio de Economía

8.10.5.10 DETERMINACION DEL UNIVERSO

8.10.5.10.1 SEGMENTACION

Es el proceso de dividir un mercado heterogéneo en segmentos homogéneos específicos, identificándolos fijados como objetivo de productos específicos y una mezcla de propuestas distintivas.

El hecho de dividir el mercado en este trabajo es para aprovechar al máximo los recursos del micro región cumbres del mar, orientado al rubro de turismo llevando así a que la oferta sea más competitiva. Al identificar los segmentos se pueden establecer de mejor manera que este servicio sea aceptado por el mercado consumidor.

Cabe mencionar que la segmentación de mercado permite la identificación de las necesidades de los clientes y nos ayuda a crear el diseño más eficaz de la mezcla de marketing para satisfacerlas.

El fin último del servicio turístico es el consumo del mismo, por lo que se consideró en este punto 3 tipos de individuos:

1. Los que conocen y practican Turismo Sol y Playa (SEGMENTACION 1- 2)
2. Los que conocen y no practican Turismo Sol y Playa (SEGMENTACION 2)
3. Los que no conocen del Turismo Sol y Playa (SEGMENTACION 2)

En la actualidad el Turismo Sol y Playa genera desarrollo local en la medida en que se ocupan personas del mismo territorio, ya que se capacitan a los mismos pobladores, ellos mismos van a servir a los turistas, se da la revalorización del paisaje y recurso natural. Las familias mejoran sus ingresos e infraestructura y también su educación. Nuestros consumidores son básicamente los que valoran el ver, hacer y sentir en la playa. Se puede decir que es un modelo económico que permitirá el desarrollo del turismo dentro del país.

El turismo sol y playa es una opción de aventura y descanso para los turistas, el concepto que se quiere ofrecer es la de un espacio de relajación y convivencia al aire libre, donde puede degustar de sus platos característicos de la zona así como de la estancia en su alojamiento temporal.

8.10.5.10.1.1 SEGMENTACION 1. PERSONAS QUE CONOCEN Y PRACTICAN TURISMO SOL Y PLAYA.

En este grupo vamos a identificar aquellas personas que se encuentran en el área de interés de estudio, pues son de las que se conoce el 100% de interés y práctica del tema en investigación. Para la determinación del universo de ésta primera segmentación, nos valdremos de datos como el número de establecimientos de restaurante y alojamiento que se poseen en el departamento y según sean los de la micro región, nos basaremos en ello para estimar un valor de ingreso aproximado de los mismos y así obtener un numero promedio de personas que llegan al lugar según su gasto promedio menor registrado en MITUR.

Tabla 53: Número de establecimientos la libertad

	No. ESTABLECIMIENTOS	INGRESOS (\$)
HOTELES Y RESTAURANTES LA LIBERTAD	1,718	128,409,797

FUENTE: INFORMACION BRINDADA POR MINISTERIO DE ECONOMIA DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA Y CENSO. CUADRO 2A – RESUMEN GENERAL DE SERVICIOS, SEGÚN DIVISION Y AGRUPACION DE SERVICIOS, RESTAURANTES Y HOTELES, POR DEPARTAMENTO.

La Micro Región Cumbres del Mar cuenta con aproximadamente 110 establecimientos en los que se conciben tanto restaurantes como alojamiento o un conjunto de ambos servicios.

Tabla 54: Gasto y estadía promedio por nacionalidad 2009-2013

Gasto y estadía promedio, por nacionalidad, turista y excursionista, años (2009-2013)	2009	2010	2011	2012	2013	% de variación
Turista salvadoreño						
Estadía Media (noches)	11.2	10.9	10.0	12.0	12.5	4.2%
Gasto por Persona y día (en US\$)	\$88.4	\$87.8	\$106.3	\$105.8	\$107.1	1.2%
Turista extranjero						
Estadía Media (noches)	5.0	4.6	4.4	4.2	5.2	23.2%
Gasto por Persona y día (en US\$)	\$70.8	\$73.5	\$89.2	\$89.7	\$100.9	12.5%
Total Turista						
Estadía Media (noches)	6.2	5.8	5.4	6.0	6.5	7.9%
Gasto por Persona y día (en US\$)	\$76.8	\$78.5	\$94.2	\$98.5	\$103.2	4.7%
Excursionista						
Estadía Media (noches)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0%
Gasto por Persona y día (en US\$)	\$33.5	\$41.0	\$40.2	\$41.1	\$48.4	17.8%

Fuente: Encuesta del Perfil y Gasto del Visitante Internacional - ARALDI-IT CORNER

Para la determinación de número de personas que visitan y hacen uso de los servicios en la micro región, se estima a través de los ingresos posibles en los establecimientos conformados en las 6 playas y el gasto promedio de los practicantes, un estimado de la afluencia a las mismas. Tomando en cuenta los siguientes datos:

Tabla 55: Ingresos posibles por establecimientos de las 6 playas

	ESTABLECIMIENTOS	INGRESOS (\$)
LA LIBERTAD	1,718	128,409,797
MICRO REGION CUMBRES DEL MAR	110	8,221,814.71

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto nuestro universo es equivalente a: **169,873 personas.**

8.10.5.10.1.2 Segmentación 2. Personas que conocen y practican turismo sol y playa., personas que conocen y no practican turismo sol y playa y personas que no conocen del turismo sol y playa

En este grupo vamos a identificar aquellas personas que se encuentran en un universo común y general, donde el interés de estas radicara en su poder adquisitivo y lugares de residencia que haga posible su traslado a las playas, tomando en cuenta la incidencia en encontrarnos con personas que pueden conocer o no del turismo en interés y de las personas que pueden o no practicarla.

Para delimitar el mercado de consumidor final se debe considerar principalmente dos tipos de segmentación:

1. *Segmentación Demográfica*
 - a. Por edades
 - b. Por nivel Socio Económico
2. *Segmentación Geográfica*

SEGMENTACION DEMOGRAFICA

Incluye diversos factores como sexo, edad, tamaño de la familia y ciclo de vida familiar, así como también variables socioeconómicas, como ingreso, nivel educativo, ocupación, clase social, estado civil, religión y orígenes étnicos.

Las variables más sobresalientes para definir las posibles estrategias de marketing son la edad y el nivel económico, pues es importante ya que para percibir la acción de compra que tendría el servicio en cada uno de los individuos son con respecto a las satisfacciones de las necesidades y posibilidad de pago.

EDAD

Se define como sobresaliente porque es la variable que me dice a donde debo de dirigir mi mercado, en nuestro caso está dirigido a todo público, pero con fines estratégicos tenemos los siguientes rangos:

Tabla 56: Rango de edades del mercado

DESCRIPCION	RANGO
Joven	12-18 años
Adulto-Joven	19-25 años
Adulto	26-59 años
Adulto-Mayor	60 años a mas

Fuente: Elaboración propia

NIVEL SOCIO-ECONOMICO

Es la que clasifica el mercado según variables que miden el poder adquisitivo o la posición social y cultural de los consumidores. Su objetivo cuantifica la voluntad de adquisición del servicio, esta para que sea más confiable tiene que venir de personas alejadas de la extrema pobreza, puesto que sería muy difícil que una persona con estas características pueda adquirir un servicio de turismo o similar. Por lo tanto nuestro servicio no podría ser adquirido por niveles de ingresos bajos y pobreza media, sus datos se saldrían de nuestro objetivo de estudio, los resultados estarían mal enfocados. Por lo que tomamos el nivel de ingreso como importante.

SEGMENTACION GEOGRAFICA

Divide a los clientes de acuerdo con el lugar donde viven o trabajan con relación a otras variables; esta segmentación se realiza debido a que el servicio por ser turístico, es demandado por todo el país, por lo tanto se deberá enfocar a aquellos sectores donde será mayor la posibilidad de aceptación, entre los factores que tomaremos en cuenta están la cantidad de población y su poder adquisitivo, por lo que se excluyen las áreas cuyos ingresos son inferiores o son catalogados como de extrema pobreza. Se tomaran los municipios alrededor del micro región cumbres del mar donde los ingresos son de media y baja pobreza.



De los departamentos aledaños a La Libertad los departamentos de La Paz y Sonsonate serán excluidos puesto que son departamentos que cuentan con su línea costera y ofertantes del mismo servicio.

Tomando en cuenta el aspecto demográfico con variable en el nivel socio económico, serán excluidos del universo aquellos departamentos donde la pobreza es alta e ingresos bajos.

Tabla 57: Departamentos según el nivel de ingresos y tipo de pobreza

DEPARTAMENTOS INGRESOS BAJO Y POBREZA ALTA (IDH<0.694)	DEPARTAMENTOS INGRESOS BAJO A MEDIOS Y POBREZA MEDIA (0.694<IDH<0.718)	DEPARTAMENTOS INGRESOS SOBRE LA MEDIA Y POBREZA BAJA (IDH>0.718)
<i>Ahuachapán</i>	<i>La Paz</i>	<i>Santa Ana</i>
<i>Chalatenango</i>	<i>San Vicente</i>	<i>Sonsonate</i>
<i>Cabañas</i>	<i>Usulután</i>	<i>La Libertad</i>
<i>Morazán</i>	<i>San Miguel</i>	<i>San Salvador</i>
<i>La Unión</i>		<i>Cuscatlán</i>

Fuente: PNUD

Por el aspecto demográfico-nivel socio económico, se excluye el departamento Chalatenango. El IDH es un indicador que determina el nivel de desarrollo que tienen los países, su objetivo es conocer no solo los ingresos económicos de las personas en un país, sino también para evaluar si el país aporta a sus ciudadanos un ambiente donde puedan desarrollar mejor o peor su proyecto y condiciones de vida, para esto, el IDH cuenta con 3 variables:

1. Esperanza de vida al nacer, promedio de edad de las personas fallecidas en un año.
2. Educación, recoge el nivel de alfabetización adulta y el nivel de estudio alcanzados.
3. PIB per cápita, considera el producto interno bruto per cápita y evalúa el acceso a los recursos económicos necesarios para que las personas puedan tener un nivel de vida decente.

El IDH aporta valores entre 0 y 1, siendo 0 la calificación más baja y 1 la más alta, los países se clasifican en 3 grupos:

1. Países con Alto Desarrollo Humano: IDH>0.80.
2. Países con Medio Desarrollo Humano: 0.50<IDH<0.80
3. Países con Bajo Desarrollo Humano: IDH<0.50

Tabla 58: Índice de Desarrollo humano por Departamentos seleccionados

MUNICIPIOS	IDH
SANTA ANA	
Candelaria de la Frontera	0.691
Chalchuapa	0.737
Coatepeque	0.685
El Congo	0.719
El Porvenir	0.681
Masahuat	0.625
Metapan	0.697
San Antonio Pajonal	0.681
San Sebastian Salitrillo	0.725

Santa Ana	0.760
Santa Rosa Guachipilin	0.633
Santiago de la Frontera	0.634
Texistepeque	0.675
LA LIBERTAD	
Antiguo Cuscatlan	0.861
Chiltiupan	0.656
Ciudad Arce	0.711
Colon	0.757
Comasagua	0.648
Huizucar	0.669
Jayaque	0.685
Jicalapa	0.641
La Libertad	0.688
Santa Tecla	0.790
Nuevo Cuscatlan	0.785
San Juan Opico	0.703
Quezaltepeque	0.710
Sacacoyo	0.706
San Jose Villanueva	0.712
San Matias	0.671
San Pablo Tacachico	0.668
Talnique	0.678
Tamanique	0.655
Teotepeque	0.631
Tepecoyo	0.690
Zaragoza	0.727
SAN SALVADOR	
San Salvador	0.812
Aguilares	0.733
Apopa	0.749
Ayutuxtepeque	0.802
Cuscatancingo	0.772
Ciudad Delgado	0.775
El Paisnal	0.669
Guazapa	0.707
Ilopango	0.781
Mejicanos	0.821
Nejapa	0.698
Panchimalco	0.684
Rosario de Mora	0.689
San Marcos	0.759
San Martin	0.753
Santiago Texacuangos	0.722
Santo Tomas	0.757
Soyapango	0.792
Tonacatepeque	0.740

Fuente: PNUD

Tabla 59: Universo de los municipios seleccionados

MUNICIPIO	POBLACION	ZONA URBANA (%)	UNIVERSO
SAN SALVADOR			
San Salvador	316,090	100.00	316,090
Aguilares	21,267	90.00	19,141
Apopa	131,286	100.00	131,286
Ayutuxtepeque	34,710	100.00	34,710
Cuscatancingo	66,400	100.00	66,400
Ciudad Delgado	120,200	93.30	112,147
Ilopango	103,862	100.00	103,862
Mejicanos	140,751	100.00	140,751
San Marcos	63,209	100.00	63,209
San Martin	72,758	90.70	65,992
Santiago Texacuangos	19,428	63.70	12,376
Santo Tomas	25,344	74.00	18,755
Soyapango	241,403	100.00	241,403
Tonacatepeque	90,896	86.00	78,171
LA LIBERTAD			
Antiguo Cuscatlan	33,698	100.00	33,698
Colon	96,989	94.00	91,170
Santa Tecla	121,908	89.30	108,864
Nuevo Cuscatlan	6,897	59.10	4,077
Zaragoza	22,525	80.10	18,043
SANTA ANA			
Chalchuapa	74,038	64.40	47,681
El Congo	24,219	60.30	14,605
San Sebastian Salitrillo	18,566	94.20	17,490
Santa Ana	245,421	83.30	204,436
TOTAL			1,944,357

Fuente. Elaboración propia

El Salvador: Tasa de desempleo de la población de 16 años y más, por departamento. EHPM – 2012

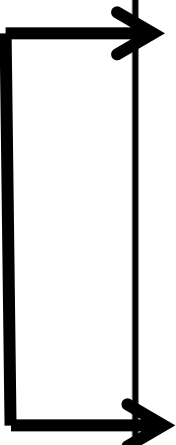
DEPARTAMENTO	TASA
Usulután	4.4
Ahuachapán	4.5
La Libertad	5.1
Sonsonate	5.4
Santa Ana	5.5
San Miguel	5.8
Cuscatlán	5.9
La Paz	6.3
Chalatenango	6.3
La Unión	6.5
Morazan	6.5
San Vicente	6.5
San Salvador	6.7
Cabañas	7.3



Los departamentos con valores arriba del promedio de desempleo de 6.1%, es decir, alto nivel de desempleo.

Además es de interés la edad puesto que de ella depende el poder adquisitivo:

GRUPOS DE EDAD	TOTAL	SEXO	
		HOMBRES	MUJERES
TOTAL	6,249,262	2,952,771	3,296,491
0 - 4	499,398	250,787	248,611
5 - 9	564,165	282,165	282,000
10 - 14	717,518	360,886	356,632
15 - 19	734,893	376,250	358,443
20 - 24	577,045	279,400	297,645
25 - 29	445,271	204,783	240,488
30 - 34	440,814	197,877	242,937
35 - 39	425,072	192,784	232,288
40 - 44	356,789	161,984	194,805
45 - 49	304,573	131,856	172,717
50 - 54	269,356	112,747	156,609
55 - 59	227,225	101,464	125,761
60 - 64	192,115	87,607	104,508
65 - 69	149,902	65,277	84,625
70 Y MAS	345,326	146,904	198,422



También se debe tomar en cuenta la PEI puesto que de acuerdo a ello existen los ingresos necesarios que ocasionaran o darán la disponibilidad de realizar turismo:

CARACTERISTICAS E INDICADORES	TOTALES
1- TOTAL DE HOGARES	1,828,108
2- TOTAL DE PERSONAS	6,249,262
3- PERSONAS POR HOGAR	3,84
4- TOTAL HOMBRES	2,952,771
5- TOTAL MUJERES	3,296,491
6- INDICE DE MASCULINIDAD (4 / 5)	0,90
7- POBLACION DE 16 AÑOS Y MAS	4,308,837
8- HOMBRES DE 16 AÑOS Y MAS	1,976,313
9- MUJERES DE 16 AÑOS Y MAS	2,332,324
10- JEFES DE HOGAR HOMBRES	1,065,957
11- JEFES DE HOGAR MUJERES	572,149
12- POBLACION DE 10 AÑOS Y MAS	5,185,899
13- HOMBRES DE 10 AÑOS Y MAS	2,419,819
14- MUJERES DE 10 AÑOS Y MAS	2,765,880
15- POBLACION EN EL EXTRANJERO	333,898
16- POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA	2,724,754
17- POBLACION ECONOM. ACTIVA, HOMBRES	1,807,819
18- POBLACION ECONOM. ACTIVA, MUJERES	1,116,935
19- TASA DE PARTICIPACION BRUTA	43,80
20- TASA DE PARTICIPACION GLOBAL	63,24
21- TASA DE PARTIC. ESPECIF, HOMBRES	81,35
22- TASA DE PARTIC. ESPECIF, MUJERES	47,89
23- TOTAL DE OCUPADOS	2,559,315
24- TOTAL DE ECONOMICAMENTE INACTIVOS	1,583,883
25- OCUPADOS POR HOGAR (23 / 1)	1,57

De acuerdo a ello se establece:

Los individuos de interés por poseer algún ingreso y detallado según leyes de trabajo que no permiten el trabajo de menores y tomando en cuenta la mayoría de edad entre 18 y 21 años se establece que para una población de 6,249,262 el universo de interés en cuanto a edad es de 3,388,162, es decir, 54.22% y según población por departamentos significaría:

Tabla 60: Porcentaje de la población de los departamentos de Santa Ana, La Libertad y San salvador

DEPARTAMENTOS	%POBLACION	%INTERES SEGÚN EDAD	%INTERES DESEMPLEO	%INTERES VARIABLES
SANTA ANA	9.12	4.95	5.5	4.68
LA LIBERTAD	11.50	6.24	5.1	5.93
SAN SALVADOR	27.28	14.79	6.7	13.80

Fuente: PNUD

Tabla 61: Demografía de los municipios seleccionados

MUNICIPIO	POBLACION	ZONA URBANA (%)	POBLACION (% MUNICIPIO)	POBLACION SEGÚN EDAD	POBLACION SEGÚN DESEMPLEO	UNIVERSO ZONA URBANA
SAN SALVADOR (POBLACION 27.28% = 1,447,604)(POBLACION 14.79% = 784,827) (POBLACION 13.80% = 732,293)						
San Salvador	316,090	100.00	21.84	171,407	159,933	159,933
Aguilares	21,267	90.00	1.47	11,537	10,765	9,689
Apopa	131,286	100.00	9.07	71,184	66,419	66,419
Ayutuxtepeque	34,710	100.00	2.40	18,836	17,576	17,576
Cuscatancingo	66,400	100.00	4.59	36,024	33,613	33,613
Ciudad Delgado	120,200	93.30	8.30	65,141	60,781	56,709
Ilopango	103,862	100.00	7.18	56,351	52,579	52,579
Mejicanos	140,751	100.00	9.72	76,286	71,179	71,179
San Marcos	63,209	100.00	4.37	34,297	32,002	32,002
San Martin	72,758	90.70	5.03	39,477	36,835	33,410
Santiago Texacuango	19,428	63.70	1.34	10,517	9,813	6,251
Santo Tomas	25,344	74.00	1.75	13,735	12,816	9,484
Soyapango	241,403	100.00	16.68	130,910	122,147	122,147
Tonacatepeque	90,896	86.00	6.28	49,288	45,988	39,550
LA LIBERTAD(POBLACION 11.50% = 282,017)(POBLACION 6.24% = 153,025) (POBLACION 5.93% = 145,423)						
Antiguo Cuscatlan	33,698	100.00	11.95	18,287	17,379	17,379
Colon	96,989	94.00	34.39	52,626	50,011	47,011
Santa Tecla	121,908	89.30	43.23	66,153	62,867	56,141
Nuevo Cuscatlan	6,897	59.10	2.45	3,750	3,563	2,106
Zaragoza	22,525	80.10	7.99	12,227	11,620	9,308
SANTA ANA (POBLACION 9.12% = 362,244)(POBLACION 4.95% = 196,613) (POBLACION 4.68% = 185,889)						
Chalchuapa	74,038	64.40	20.44	40,188	37,996	24,470
El Congo	24,219	60.30	6.69	13,154	12,436	7,499
San Sebastian Salitrillo	18,566	94.20	5.13	10,087	9,537	8,984
Santa Ana	245,421	83.30	67.75	133,206	125,940	104,909
TOTAL						898,214

Fuente: Elaboración Propia

Si de la población entera de 6,249,262 hay un total de PEI de 1,583,883, para un universo de 1,944,357 se aproxima un PEI de 492,799.63 ≈ 492,800, reduciendo el universo a 405,414.

8.10.5.11 DETERMINACION DE LA MUESTRA

La muestra constituye una porción representativa del universo a través de la cual se podrá recabar información real del comportamiento del universo, es decir que haga que los resultados de la investigación tengan un respaldo técnico. El modelo matemático utilizado para la determinación de esta es representativo de población finita, debido a que el universo que se utilizara para este estudio es de 405,414 individuos.

8.10.5.11.1 MÉTODO DE MUESTREO

El método de muestreo será probabilístico, ya que por medio de este se obtendrá la representatividad de dicha muestra, utilizando por lo tanto el muestreo aleatorio simple, el cual consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista (marco de la encuesta).

Para calcular el tamaño de la muestra, de poblaciones finitas tenemos que:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde tenemos que:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

E = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Para el cálculo de la muestra el nivel de confianza se establece en un 93% (Z = 1.81), el error muestral permitido que se maneja es de 8%. Para el determinar el valor de P y Q se debe realiza un sondeo preliminar que permita disminuir la incertidumbre en relación a estas dos variables.

8.10.5.11.1.1 DETERMINACIÓN DEL P Y Q (PRELIMINAR)

Para determinar el valor de p y q se realizó un muestreo preliminar el cual consistió en realizar una pregunta, se realizó a 50 personas elegidas aleatoriamente para determinar la relación sobre Turismo Sol y Playa, teniendo en cuenta:

8.10.5.11.1.1.1 SEGMENTACION 1.

¿Ha visitado los establecimientos de comida o alojamiento cuando realiza turismo en la playa?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	44	88%
NO	6	12%
TOTAL	50	100%

Dónde:

P	0.88
Q	0.12
N	169,873
Z²	3.2761
d²	0.0064
(N-1)	169,872

Por lo tanto tenemos de la siguiente manera:

$$n = \frac{169,873 \times 3.2761 \times 0.88 \times 0.12}{(0.0064 \times 169,872) + (3.2761 \times 0.88 \times 0.12)}$$

$$n = \frac{58,768.62}{1,087.53}$$

Po lo tanto obtenemos el tamaño de la muestra que es de 54.0386 ≈ 55

n = 55 individuos

8.10.5.11.1.1.2 SEGMENTACION 2.

¿Ha experimentado Turismo Sol y Playa en El Salvador?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	43	86%
NO	7	14%
TOTAL	50	100%

Dónde:

P	0.86
Q	0.14
N	405,414
Z²	3.2761
d²	0.0064
(N-1)	405,413

Por lo tanto tenemos de la siguiente manera:

$$n = \frac{405,414 \times 3.2761 \times 0.86 \times 0.14}{(0.0064 \times 405,414) + (3.2761 \times 0.86 \times 0.14)}$$

$$n = \frac{159,912.49}{2,595.044}$$

Po lo tanto obtenemos el tamaño de la muestra que es de 61.622264 ≈ 62

n = 62 individuos

Luego se presentara la distribución de la muestra en cada uno de los departamentos:

Tabla 62: Cantidad y Porcentaje de muestra por municipio seleccionado

MUNICIPIO	PORCENTAJE MUESTRA	MUESTRA
SAN SALVADOR		
San Salvador	16.26	10
Aguilares	0.99	1
Apopa	6.75	4

Ayutuxtepeque	1.79	1
Cuscatancingo	3.42	2
Ciudad Delgado	5.77	3
Ilopango	5.34	3
Mejicanos	7.24	4
San Marcos	3.25	2
San Martin	3.39	2
Santiago Texacuangos	0.64	1
Santo Tomas	0.97	1
Soyapango	12.42	8
Tonacatepeque	4.02	2
LA LIBERTAD		
Antiguo Cuscatlán	1.73	1
Colon	4.69	3
Santa Tecla	5.60	3
Nuevo Cuscatlán	0.21	1
Zaragoza	0.93	1
SANTA ANA		
Chalchuapa	2.45	1
El Congo	0.75	1
San Sebastián Salitrillo	0.90	1
Santa Ana	10.51	6

Fuente: Elaboración Propia

8.10.5.12 DISEÑO DEL INSTRUMENTO

Para la determinación de los intereses del mercado, sus necesidades y mejoras en el sector, nos auxiliaremos de la herramienta técnica de un cuestionario que refleje los intereses y prioridades que busca el consumidor final del mismo.

La encuesta es una técnica de recogida de información que consiste en la formulación de una serie de personas que deben responderlas sobre la base de un cuestionario. Es la técnica cuantitativa más utilizada para la obtención de información primaria. Tratando de cumplir con ese objetivo, el cuestionario se realizó haciendo uso de preguntas cerradas y preguntas tipo matriz. Dichas preguntas se realizaron pudiesen interactuar tanto el entrevistador como el entrevistado, en cualquier consulta.

8.10.5.12.1 Ficha técnica

En los anexos se presenta el instrumento que se utiliza para recolectar información sobre los

Realizada por:	AP05041, DA0006, MS06009, PF05012
Estudio:	Determinación del mercado consumidor
Instrumento a utilizar:	Encuesta con 27 preguntas
Universo definido:	3 Departamentos
○ San Salvador:	San Salvador, Aguilares, Apopa, Ayutuxtepeque, Cuscatancingo, Ciudad Delgado, Ilopango, Mejicanos, San Marcos, San Martín, Santiago Texacuango, Santo Tomás, Soyapango, Tonacatepeque.
○ La libertad:	Antiguo Cuscatlán, Colon, Santa Tecla, Nuevo Cuscatlán, Zaragoza.
○ Santa Ana:	Chalchuapa, El Congo, San Sebastián Salitrillo, Santa Ana.
Muestra obtenida:	117 encuestas
Técnica o método a emplear:	Entrevista personal
Nivel de confianza:	1.81
Error:	0.07

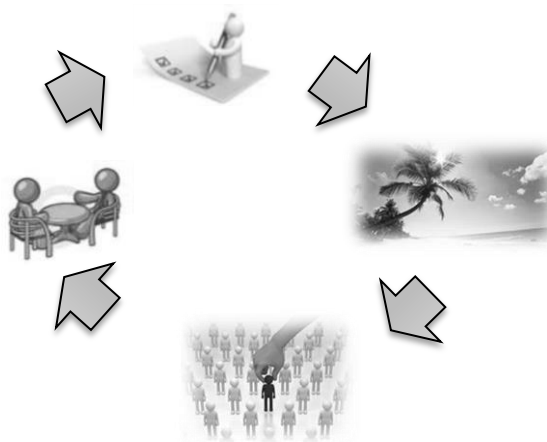
usuarios del turismo sol y playa, se describe el objetivo y la acción de cada pregunta. (ANEXO 7)

8.10.5.13 PLAN DE MUETREO SEGMENTACION 1.

ESQUEMA 6: plan de muestreo segmentación 1

LA DINAMICA DE LA ENCUESTA ESTARA CONFORMADA POR 3 ETAPAS:

- 1. INTRODUCCION:** SE EXPLICARA BREVEMENTE EL INTERES DEL ESTUDIO Y LA IMPORTANCIA DE SU PARTICIPACION.
- 2. INDICATIVA:** SE EXPLICARA LA DINAMICA DE LA ENCUESTA Y LA FORMA GENERAL DE LLENADO.
- 3. DESARROLLO:** LA ACCION DE LLENADO DE LA ENCUESTA Y LA FINALIZACION DE LA MISMA CON EL AGRADECIMIENTO DEL TIEMPO TOMADO AL ENTREVISTADO.



EL ENTREVISTADOR DEBE PREPARAR LA DOCUMENTACION CON ANTELACION PARA TENER UN MAYOR APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO. PLANEAR LA ORGANIZACIÓN Y DIRECCION A LAS PLAYAS.

LA PRESENTACION DEL ENTREVISTADOR DEBE SER CASUAL Y SU IDENTIFICACION MAS CLARA ATRAVES DE PORTAR EL CARNET DE LA UNIVERSIDAD. LA ESCOGITACION DE LOS ENTREVISTADOS SERA DE MANERA ALEATORIA Y EN ESPARCIAMIENTO EN LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE SE OFREZCAN ACTUALMENTE EN LA PLAYA.

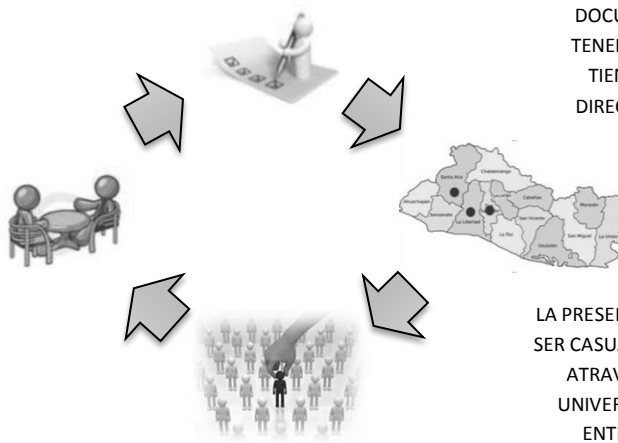
Fuente: elaboración propia

8.10.5.14 PLAN DE MUETREO SEGMENTACION 2.

ESQUEMA 7: plan de muestreo segmentación 2

LA DINAMICA DE LA ENCUESTA ESTARA CONFORMADA POR 3 ETAPAS:

1. **INTRODUCCION:** SE EXPLICARA BREVEMENTE EL INTERES DEL ESTUDIO Y LA IMPORTANCIA DE SU PARTICIPACION.
2. **INDICATIVA:** SE EXPLICARA LA DINAMICA DE LA ENCUESTA Y LA FORMA GENERAL DE LLENADO.
3. **DESARROLLO:** LA ACCION DE LLENADO DE LA ENCUESTA Y LA FINALIZACION DE LA MISMA CON EL AGRADECIMIENTO DEL TIEMPO TOMADO AL ENTREVISTADO.



EL ENTREVISTADOR DEBE PREPARAR LA DOCUMENTACION CON ANTELACION PARA TENER UN MAYOR APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO. PLANEAR LA ORGANIZACIÓN Y DIRECCION A LOS MUNICIPIOS DE INTERES.

LA PRESENTACION DEL ENTREVISTADOR DEBE SER CASUAL Y SU IDENTIFICACION MAS CLARA ATRAVES DE PORTAR EL CARNET DE LA UNIVERSIDAD. LA ESCOGITACION DE LOS ENTREVISTADOS SERA DE MANERA ALEATORIA Y EN ESPARCIAMIENTO EN E MUNICIPIO Y EN LUGARES PUBLICOS DE INTERES DEL MISMO.

Fuente: elaboración propia

8.10.5.15 ANALISIS DE LA INFORMACION-SEGMENTACION 1

PLAYA EL OBISPO
RESUMEN DATOS (EDAD/SEXO/OCUPACION)
<p>Se observa que la mayoría de encuestados es figura masculina, entre los cuales se oscila entre la edad de rangos de 26-35 años y con 70% representación de empleado del sector formal; esto corresponde a que según censos la mayoría del PEA es ocupado en un 81.4% por el sexo masculino, quien en su mayoría con un aproximadamente 65% es el portador del hogar, además debemos recordar que en un 92.5% el PEA oscila en edades de 18 años en adelante, por ello es que el rango de edades mayoritario entre los encuestados se encuentra en el rango definido de 26-35 años.</p> <p>También es de observar, que aun cuando el sector informal representa un 1% de mayor practicidad los ingresos por parte de este igual a un valor como menor de \$129.67 y siendo el del sector formal de \$281.65; por ello puede ser que es un factor importante a enlistar la razón por la cual el empleador de sector formal tiene mayor participación en las actividades de ocio.</p>
<p>PREGUNTA 1. ¿Con quién habitualmente realiza las visitas a la playa?</p> <p>PREGUNTA 4. ¿Cuánto es el presupuesto promedio por persona que estima para una salida turística?</p> <p>PREGUNTA 5. ¿Qué factores ha tomado en cuenta para visitar las playas?</p>
<p>El que la encuesta refleje que hay una predominación de practicar la actividad en familia y amigos, nos indica que se busca el esparcimiento en conjunto y al mismo tiempo se visualiza que el gasto promedio por persona estimado es con mayor suceso menos a \$25.00, esto puede justificar la razón que la mayoría de hogares o el grupo con quien habitualmente se realiza es numeroso, puesto que en un aproximadamente 60% los miembros de un hogar oscilan entre 2 a 4 y en un 23% seguido entre 5 a 6, aún más si se justifica que los portadores en el hogar oscilan en su</p>

mayoría entre 1 a 3. Es de agregar que siendo los factores más importantes el precio, seguridad, negocio y servicios turísticos, podemos concluir que el realizar esta actividad en grupo implica una preocupación de los precios por lo antes explicado, la seguridad por tratarlo con individuos de mucha importancia, el negocio por el ambiente que brinde y sea sano por puntos como la existencia de menores en el grupo y servicios turístico por la diversidad de criterios y gustos de cada miembro componente del grupo.

PREGUNTA 2. ¿Cuántas veces al año visita las playas?

PREGUNTA 3. ¿En qué meses visita las playas?

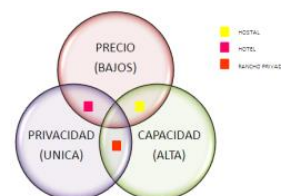
Siendo la categoría con mayor puntuación la visita anual y otras-vacaciones, puede detallarse que si se realiza anual, es porque algunos empleos realizan el periodo de vacación correspondiente al empleado una vez al año y estos aprovechan para el ocio y por ser los meses con mayor visita agosto, diciembre, abril, marzo y enero podemos concluir que en un gran porcentaje las personas realizan esta actividad en los diferentes periodos de vacaciones pautadas a lo largo del año, siendo esta la otra forma de la que gozan algunos empleados de sus vacaciones laborales repartidas en estos periodos.

PREGUNTA 6. ¿Qué servicios son importantes para una visita en las playas?

PREGUNTA 7. ¿Cuál es el tipo de visita que realiza a la playa?

PREGUNTA 8. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere quedarse pasar la noche?

Por ser la mayoría de ocasiones viaje del día y ser una función básica la alimentación es que el servicio de restaurante es el más importante, siendo el de playas abiertas un factor secundario pero no menos importante puesto que es el recurso por el que se trasladan a la zona costera, además de que la zona cuenta con paisaje, clima y alimentos típicos y únicos de la zona.



También se refleja que en caso sucediese la recreación con un periodo mayor a 24 horas y es necesario el quedarse en el lugar, prefieren el uso de hostales, pues entre las opciones es de las económicamente más bajas y es propicio para el alojamiento en grupos mayores.

PREGUNTA 9. ¿Qué tipo de actividades le gustaría encontrar en la zona costera?

La conservación de especies es una actividad que actualmente está en auge pues hay una mayor concientización del cuidado del medio ambiente y un mayor interés por el saber del mismo, es una actividad que es sano y educativo para compartir como grupo familiar, muy seguido de ello esta como mejor actividad de interés lo que son torneos de juegos varios que son de mayoría de preferencia a lo mismo que se interfiere al tipo de actividad realizada por varios y de mucho interés para compartir entre amigos y de la misma manera por los adolescentes o pequeños del grupo familiar.

PREGUNTA 10. ¿Qué opina sobre la infraestructura de la playa visitada?

Para la calificación de la playa el servicio de alimentación es entre los que más destaca pues posee en su mayoría la calificación de 9, ello da hincapié a que los restaurantes en servicio tienen buena preparación de los mismos y satisfacen las expectativas del consumidor, seguido es de mucha importancia en observar que el estacionamiento, la limpieza y salubridad de la zona satisface a sus visitante y que entre los factores a tomar de mayor importancia para su mejora es la mejora de los servicios sanitarios aun cuando este se encuentra en un rango de bueno y de mayor importancia y enfoque planes dirigidos a las vías de acceso pues las calificaciones se concentran en un 6 que deriva que su infraestructura es regular.

TIPO DE TURISMO/PREGUNTA 11. ¿Ha observado o escuchado anuncios de los distintos atractivos turísticos de la playa?

PREGUNTA 12. ¿A través de qué medios de comunicación tuvo conocimiento de los

diferentes atractivos turísticos que posee la playa?
El mayor porcentaje de usuarios de la playa El Obispo corresponde a turista nacional y el porcentaje mínimo de turista extranjero, puede ser un factor muy influyente la poca publicidad que se presta de la misma para su identificación, lo cual es de observar que la mayoría la reconoce por medio de la recomendación de otros y en un mínimo porcentaje por la opinión de la alcaldía, quien manifiesta una posición neutral para sus playas en mandato, cabe mencionar que en periodos anteriores a la existencia del faro la playa poseía mayor auge, situación que ha cambiado luego de la construcción del faro pues resta visibilidad además, de que en sus vías de acceso existe la descarga de los proveedores del faro y de la ferretería existentes en una de las entradas.
PREGUNTA 13. ¿Considera útil la señalización turística?
PREGUNTA 14. ¿Cuál es el estado percibido de la señalización turística de la zona costera?
PREGUNTA 15. ¿Considera necesaria la existencia de puntos de información a lo largo de la zona costera?
Es un factor muy importante para los turistas la identificación específica de las zonas de turismo pues a través de ello hay un mayor grado de conocimiento y mayor lista de selección entre playas. El calificar el estado de la señalización turística como mala nos genera la inquietud y confirma lo descrito anteriormente que la playa El Obispo necesita de una identificación pronunciada para su reconocimiento.
PREGUNTA 16. Durante su viaje ¿Ud. observo algún tipo de seguridad?
PREGUNTA 17. ¿Dónde observo seguridad?
PREGUNTA 18. ¿Está satisfecho con la seguridad brindada en la zona costera?
El no observar algún tipo de seguridad, da cierta incertidumbre del lugar a los turistas y puede ser un factor que si se mejora incrementa la afluencia de los turistas a la zona, pues se ha observado en los datos recogidos que el sector de interés es la familia, rubro al cual el aspecto de seguridad es muy importante para el sano desarrollo turístico, lo cual se manifiesta en la insatisfacción unánime de los turistas hacia la seguridad percibida.
PREGUNTA 19. ¿Cuánto gasta en promedio por persona diariamente cuando visita la playa?
PREGUNTA 20. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir en el establecimiento?
El turismo en la playa de El Obispo muestra que presenta en sus servicios de alimentación y hospedaje precios difícilmente accesibles a diferencia del gasto en el transporte que refleja costos menores y la acción de descuentos en el transporte refleja la necesidad de que existan menores gastos en los que incurrir en este rubro. En cambio para el servicio de alimentación la inclinación de descuentos refleja que el aminorar el gasto de este factor pueda ser debido al numeroso grupo con el que se realiza la actividad turística, que sería de relevancia puesto que en el hospedaje hay una mayor inclinación por promociones de adición que es de necesidad para cubrir un mayor número de usuarios o servicios suplementarios.

PLAYA SAN BLAS
RESUMEN DATOS (EDAD/SEXO/OCUPACION)
Se observa que la mayoría de encuestados es figura masculina, entre los cuales se oscila entre la edad de rangos de 36-45 años y con 100% representación de empleado del sector formal; esto corresponde a que el sexo masculino lidera entre el PEA y en su mayoría con un es el portador del hogar, según el rango de edades con mayor porcentaje encontramos el comprendido entre 36-45 años, de lo que se analiza que los turistas de esta playa sean individuos con mayor tiempo laboral y mayor estabilidad, que se refleja de igual manera la unánime porcentual de pertenecer al sector formal de empleo.
PREGUNTA 1. ¿Con quién habitualmente realiza las visitas a la playa?

PREGUNTA 4. ¿Cuánto es el presupuesto promedio por persona que estima para una salida turística?

PREGUNTA 5. ¿Qué factores ha tomado en cuenta para visitar las playas?

El que la encuesta refleje que hay una predominación de practicar la actividad en familia y amigos, nos indica que se busca el esparcimiento en conjunto, al mismo tiempo se visualiza que el gasto promedio por persona estimado con mayor suceso oscila entre los \$26.00-\$50.0 y agregando que el factor menos importante es el precio y entre los factores más importantes esta la seguridad, el negocio, los servicios turísticos, el placer y la comodidad, se puede concluir que el gasto no importa si la actividad implica la satisfacción completa de la misma, lo que confirma que por el rango de edades previsto el mercado de esta playa son individuos con mayor seguridad en su capacidad adquisitiva.

PREGUNTA 2. ¿Cuántas veces al año visita las playas?

PREGUNTA 3. ¿En qué meses visita las playas?

Siendo la categoría con mayor puntuación la visita anual y otras-vacaciones, puede detallarse que si se realiza anual, es porque algunos empleos realizan el periodo de vacación correspondiente al empleado una vez al año y estos aprovechan para el ocio y por ser los meses con mayor visita agosto, diciembre, abril, marzo y enero podemos concluir que en un gran porcentaje las personas realizan esta actividad en los diferentes periodos de vacaciones pautadas a lo largo del año, siendo esta la otra forma de la que gozan algunos empleados de sus vacaciones laborales repartidas en estos periodos.

PREGUNTA 6. ¿Qué servicios son importantes para una visita en las playas?

PREGUNTA 7. ¿Cuál es el tipo de visita que realiza a la playa?

PREGUNTA 8. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere quedarse pasar la noche?

Por ser la mayoría de ocasiones quedarse a dormir en el lugar y siendo el de playas abiertas un factor importante por el que se trasladan a la zona costera, además de que la zona cuenta con paisaje, clima y alimentos típicos y únicos de la misma, puede concluirse que la importancia de las actividades para los turistas de esta playa es el recurso natural mismo y su esparcimiento en el, También se refleja que el quedarse en el lugar, prefieren el uso de hoteles y ranchos privados, pues entre las opciones es de las más privadas.

PREGUNTA 9. ¿Qué tipo de actividades le gustaría encontrar en la zona costera?

Esta como mejor actividad de interés lo que son las discotecas que son de preferencia porque es una actividad que se disfruta en grupo y conlleva a una relación más social con individuos diferentes y de una elite mayor o igual a la perteneciente.

PREGUNTA 10. ¿Qué opina sobre la infraestructura de la playa visitada?

Para la calificación de la playa en general todos los servicios que prestan se encuentran en un rango bueno y con calificaciones muy buenas de 8 y 9, no por ello, es de olvidar en desarrollarlos a ser una mejor opción para su preferencia o hacerlos únicos o el desarrollar atractivos turísticos nuevos para una mayor captación del mercado.

TIPO DE TURISMO/PREGUNTA 11. ¿Ha observado o escuchado anuncios de los distintos atractivos turísticos de la playa?

PREGUNTA 12. ¿A través de qué medios de comunicación tuvo conocimiento de los diferentes atractivos turísticos que posee la playa?

El mayor porcentaje de usuarios de la playa San Blas corresponde a turista nacional y el porcentaje mínimo de turista extranjero y aun cuando existe la publicidad de la misma la afluencia de extranjeros no es significativa y aun cuando entre sus servicios destacan la calidad de los mismos, factores como la diversificación de servicios y atractivos hacen de la playa de poco interés. Además, es de destacar que entre los medios de conocimiento más reconocidos están las vallas publicitarias lo que es un buen uso de la publicidad para su identificación directa.

PREGUNTA 13. ¿Considera útil la señalización turística?
PREGUNTA 14. ¿Cuál es el estado percibido de la señalización turística de la zona costera?
PREGUNTA 15. ¿Considera necesaria la existencia de puntos de información a lo largo de la zona costera?

Es un factor muy importante para los turistas la identificación específica de las zonas de turismo pues a través de ello hay un mayor grado de conocimiento y mayor lista de selección entre playas. El calificar el estado de la señalización turística como regular nos genera la inquietud de mejora de las existentes y la forma en desarrollarlas con mayor atracción.

PREGUNTA 16. Durante su viaje ¿Ud. observo algún tipo de seguridad?
PREGUNTA 17. ¿Dónde observo seguridad?
PREGUNTA 18. ¿Está satisfecho con la seguridad brindada en la zona costera?

El observar algún tipo de seguridad, da cierta confianza del lugar a los turistas y puede ser un factor que mejora e incrementa la afluencia de los turistas a la zona, pues se ha observado en los datos recogidos que el sector de interés es la familia, rubro al cual el aspecto de seguridad es muy importante para el sano desarrollo turístico, lo cual se manifiesta en la satisfacción mayoritaria de los turistas hacia la seguridad percibida

PREGUNTA 19. ¿Cuánto gasta en promedio por persona diariamente cuando visita la playa?
PREGUNTA 20. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir en el establecimiento?

El turismo en la playa San Blas muestra que presenta en sus servicios de alimentación y hospedaje precios difícilmente accesibles a diferencia del gasto en el transporte que refleja costes menores y la acción de descuentos en el transporte refleja la necesidad de que existan menores gastos en los que incurrir en este rubro. En cambio para el servicio de alimentación la inclinación de descuentos refleja que el aminorar el gasto de este factor pueda ser debido al numeroso grupo con el que se realiza la actividad turística, que sería de relevancia puesto que en el hospedaje hay una mayor inclinación por promociones de adición que es de necesidad para cubrir un mayor número de usuarios o servicios suplementarios.

PLAYA EL MAJAHUAL

RESUMEN DATOS (EDAD/SEXO/OCUPACION)

Se observa que hay una equidad de género, entre los cuales se oscila entre la edad de rangos de 26-35 años y con 60% representación de empleado del sector informal; esto corresponde a que según censos la mayoría del PEA en el sector informal es aproximadamente el 52% ocupado por el género femenino y que existe en nuestra población muchos hogares donde la figura femenina es quien representa la cabeza y manutención de los hogares.

PREGUNTA 1. ¿Con quién habitualmente realiza las visitas a la playa?
PREGUNTA 4. ¿Cuánto es el presupuesto promedio por persona que estima para una salida turística?
PREGUNTA 5. ¿Qué factores ha tomado en cuenta para visitar las playas?

El que la encuesta refleje que hay una predominación de practicar la actividad en familia y amigos, nos indica que se busca el esparcimiento en conjunto y al mismo tiempo se visualiza que el gasto promedio por persona estimado es con mayor suceso menos a \$25.00, esto puede justificar la razón que la mayoría de hogares o el grupo con quien habitualmente se realiza es numeroso. Es de agregar que siendo los factores más importantes el precio, seguridad y servicios turísticos, podemos concluir que el realizar esta actividad en grupo implica una preocupación de los precios por lo antes explicado, la seguridad por tratarlo con individuos de mucha importancia y servicios turístico por la diversidad de criterios y gustos de cada miembro componente del grupo.

<p>PREGUNTA 2. ¿Cuántas veces al año visita las playas?</p> <p>PREGUNTA 3. ¿En qué meses visita las playas?</p>
<p>Siendo la categoría con mayor puntuación otras-vacaciones y por ser los meses con mayor visita agosto, abril, enero, marzo y diciembre podemos concluir que en un gran porcentaje las personas realizan esta actividad en los diferentes periodos de vacaciones pautadas a lo largo del año, siendo esta una de las formas de la que gozan algunos empleados de sus vacaciones laborales repartidas en estos periodos.</p>
<p>PREGUNTA 6. ¿Qué servicios son importantes para una visita en las playas?</p> <p>PREGUNTA 7. ¿Cuál es el tipo de visita que realiza a la playa?</p> <p>PREGUNTA 8. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere quedarse pasar la noche?</p>
<p>Por ser la mayoría de ocasiones viaje del día y ser playas abiertas un factor importante por ser el recurso por el que se trasladan a la zona costera, y además de que cuenta con paisaje, clima y alimentos típicos y únicos de la misma, se concluye que los turistas de esta playa disfrutan más del ocio en la playa que otras funciones como restaurantes y hospedaje. También se refleja que en caso sucediese la recreación con un periodo mayor a 24 horas y es necesario el quedarse en el lugar, prefieren el uso de hostales, pues entre las opciones es de las económicamente más bajas y es propicio para el alojamiento en grupos mayores.</p>
<p>PREGUNTA 9. ¿Qué tipo de actividades le gustaría encontrar en la zona costera?</p>
<p>Como mejor actividad de interés se observan lo que son los torneos de juegos varios de preferencia a lo mismo que se interfiere al tipo de actividad realizada por varios y de mucho interés para compartir entre amigos y de la misma manera por los adolescentes o pequeños del grupo familiar.</p>
<p>PREGUNTA 10. ¿Qué opina sobre la infraestructura de la playa visitada?</p>
<p>Para la calificación de la playa el servicio de alimentación es entre los que más destaca pues posee en su mayoría la calificación de 7, ello da hincapié a que los restaurantes en servicio son aceptables y satisfacen en lo básico al consumidor, seguido es de mucha importancia en observar que los demás factores se encuentran en rangos bajos de calificación y por ello es de tomar de mayor importancia para su mejora y enfoque de planes dirigidos a las mismas.</p>
<p>TIPO DE TURISMO/PREGUNTA 11. ¿Ha observado o escuchado anuncios de los distintos atractivos turísticos de la playa?</p> <p>PREGUNTA 12. ¿A través de qué medios de comunicación tuvo conocimiento de los diferentes atractivos turísticos que posee la playa?</p>
<p>El unánime porcentaje de usuarios de la playa El Majahual corresponde a turista nacional, puede ser un factor muy influyente de la nula presencia de turistas extranjeros, la poca publicidad que se presta de la misma para su identificación, lo cual es de observar que la mayoría la reconoce por medio de la recomendación de otros.</p>
<p>PREGUNTA 13. ¿Considera útil la señalización turística?</p> <p>PREGUNTA 14. ¿Cuál es el estado percibido de la señalización turística de la zona costera?</p> <p>PREGUNTA 15. ¿Considera necesaria la existencia de puntos de información a lo largo de la zona costera?</p>
<p>Es un factor muy importante para los turistas la identificación específica de las zonas de turismo pues a través de ello hay un mayor grado de conocimiento y mayor lista de selección entre playas. El calificar el estado de la señalización turística como regular nos genera la inquietud que la playa El Majahual necesita de una mejor y atractiva identificación para su reconocimiento, aun cuando es una de las playas populares se limita a un solo segmento.</p>
<p>PREGUNTA 16. Durante su viaje ¿Ud. observo algún tipo de seguridad?</p> <p>PREGUNTA 17. ¿Dónde observo seguridad?</p> <p>PREGUNTA 18. ¿Está satisfecho con la seguridad brindada en la zona costera?</p>

El observar algún tipo de seguridad, da cierta certidumbre del lugar a los turistas y puede ser un factor que de mejora y preferencia que incremente la afluencia de los turistas a la zona, pues se ha observado en los datos recogidos que el sector de interés es la familia, rubro al cual el aspecto de seguridad es muy importante para el sano desarrollo turístico, lo cual se manifiesta en la mayoría de satisfacción en los turistas hacia la seguridad percibida.

PREGUNTA 19. ¿Cuánto gasta en promedio por persona diariamente cuando visita la playa?

PREGUNTA 20. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir en el establecimiento?

El turismo en la playa de El Majahual muestra que presenta en sus servicios precios accesibles que refleja costes menores y la acción de descuentos en el transporte refleja la necesidad de que existan menores gastos en los que incurrir en este rubro. En cambio para el servicio de alimentación la inclinación de descuentos refleja que el aminorar el gasto de este factor pueda ser debido al numeroso grupo con el que se realiza la actividad turística, que sería de relevancia puesto que en el hospedaje hay una mayor inclinación por promociones de adición que es de necesidad para cubrir un mayor número de usuarios o servicios suplementarios.

PLAYA EL SUNZAL

RESUMEN DATOS (EDAD/SEXO/OCUPACION)

Se observa que la mayoría de encuestados es figura masculina, entre los cuales se oscila entre la edad de rangos de 26-35 años y con 70% representación de empleado del sector formal; esto corresponde a que según censos la mayoría del PEA es ocupado por el sexo masculino, quien en su mayoría es el portador del hogar y además de entre el rango de edad de mayor frecuencia están las edades en que los individuos en el país están activamente económica y mayor estabilidad en el mismo. Puede ser que la capacidad adquisitiva y seguridad laboral es un factor importante a enlistar como razón por la cual el empleador de sector formal tiene mayor participación en las actividades de ocio.

PREGUNTA 1. ¿Con quién habitualmente realiza las visitas a la playa?

PREGUNTA 4. ¿Cuánto es el presupuesto promedio por persona que estima para una salida turística?

PREGUNTA 5. ¿Qué factores ha tomado en cuenta para visitar las playas?

El que la encuesta refleje que hay una predominación de practicar la actividad en amigos, nos indica que se busca el esparcimiento en conjunto y al mismo tiempo se visualiza que el gasto promedio por persona estimado es con mayor suceso menos a \$50.00, esto puede justificar la razón que los grupos habitualmente son numeroso, aún más si se justifica que los portadores en actividades como esta oscila entre 1 a 3 personas. Es de agregar que siendo los factores más importantes la seguridad, servicios turísticos, placer y negocio, podemos concluir que el realizar esta actividad en grupo implica una preocupación de cuidar de todos, los servicios turístico por la diversidad de criterios y placer de cada miembro componente del grupo.

PREGUNTA 2. ¿Cuántas veces al año visita las playas?

PREGUNTA 3. ¿En qué meses visita las playas?

Siendo la categoría con mayor puntuación la visita anual y otras-vacaciones, puede detallarse que si se realiza anual, es porque algunos empleos realizan el periodo de vacación correspondiente al empleado una vez al año y estos aprovechan para el ocio y por ser los meses con mayor visita agosto, enero, diciembre, marzo y abril podemos concluir que en un gran porcentaje las personas realizan esta actividad en los diferentes periodos de vacaciones pautadas a lo largo del año, siendo esta la otra forma de la que gozan algunos empleados de sus vacaciones laborales repartidas en estos periodos.

PREGUNTA 6. ¿Qué servicios son importantes para una visita en las playas?

PREGUNTA 7. ¿Cuál es el tipo de visita que realiza a la playa?

PREGUNTA 8. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere quedarse pasar la noche?

Por ser la mayoría de ocasiones viaje del día y ser una función básica la alimentación es el servicio de restaurante el más importante, siendo el de playas abiertas un factor secundario importante pues es el recurso por el que se trasladan a la zona costera. También se refleja que en caso sucediese la recreación con un periodo mayor a 24 horas y es necesario el quedarse en el lugar, prefieren el uso de hostales, pues entre las opciones es de las económicamente más bajas y es propicio para el alojamiento en grupos mayores.

PREGUNTA 9. ¿Qué tipo de actividades le gustaría encontrar en la zona costera?

La mejor actividad de interés son los torneos de juegos varios que son de mayoría de preferencia pues se interfiere al tipo de actividad realizada por varios y de mucho interés para compartir entre amigos.

PREGUNTA 10. ¿Qué opina sobre la infraestructura de la playa visitada?

Para la calificación de la playa el servicio de alimentación es entre los que más destaca pues posee en su mayoría la calificación de 7, ello da hincapié a que los restaurantes en servicio tienen una aceptable preparación de los mismos y realizan su función básica como alimento al consumidor, seguido es de mucha importancia en observar que los demás servicios se encuentran en un rango regular y es de importancia y enfoque dirigir planes de mejora para una mejor satisfacción de los usuarios.

TIPO DE TURISMO/PREGUNTA 11. ¿Ha observado o escuchado anuncios de los distintos atractivos turísticos de la playa?

PREGUNTA 12. ¿A través de qué medios de comunicación tuvo conocimiento de los diferentes atractivos turísticos que posee la playa?

El mayor porcentaje de usuarios de la playa El Sunzal corresponde a turista extranjero y el porcentaje mínimo de turista nacional, puede ser un factor muy influyente la poca publicidad que se presta de la misma para su identificación, lo cual es de observar que la mayoría la reconoce por medio de la recomendación de otros y en un mínimo porcentaje por la web, cabe mencionar que las entradas de turistas extranjeros es por el lado de la playa y su conocimiento es por la característica particular de sus olas, es por ello también que los gastos promedio se sitúan en un rango mayor y es practicado entre amigos que tienen afinidad entre actividades a practicar.

PREGUNTA 13. ¿Considera útil la señalización turística?

PREGUNTA 14. ¿Cuál es el estado percibido de la señalización turística de la zona costera?

PREGUNTA 15. ¿Considera necesaria la existencia de puntos de información a lo largo de la zona costera?

Es un factor muy importante para los turistas la identificación específica de las zonas de turismo pues a través de ello hay un mayor grado de conocimiento y mayor lista de selección entre playas. El calificar el estado de la señalización turística como regular nos genera la inquietud anteriormente que la playa El Sunzal necesita de una mayor identificación para su reconocimiento en el acceso vial.

PREGUNTA 16. Durante su viaje ¿Ud. observo algún tipo de seguridad?

PREGUNTA 17. ¿Dónde observo seguridad?

PREGUNTA 18. ¿Está satisfecho con la seguridad brindada en la zona costera?

El no observar algún tipo de seguridad, da cierta incertidumbre del lugar a los turistas y puede ser un factor que si se mejora incrementa la afluencia de los turistas a la zona, pues es muy importante para el sano desarrollo turístico, lo cual se manifiesta en la insatisfacción unánime de los turistas hacia la seguridad percibida.

PREGUNTA 19. ¿Cuánto gasta en promedio por persona diariamente cuando visita la

playa?

PREGUNTA 20. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir en el establecimiento?

El turismo en la playa de El Sunzal muestra que presenta en sus servicios accesibles que refleja costes menores y la acción de descuentos en el transporte refleja la necesidad de que existan menores gastos en los que incurrir en este rubro, más aun recordando que el turista extranjero posee un gasto mayor en el pasaje. En cambio para el servicio de alimentación y hospedaje la inclinación de descuentos refleja que el aminorar el gasto de estos factores pueda ser debido al numeroso grupo con el que se realiza la actividad turística.

PLAYA EL PALMARCITO

RESUMEN DATOS (EDAD/SEXO/OCUPACION)

Se observa que la mayoría de encuestados es figura masculina, entre los cuales se oscila entre la edad de rangos de 26-35 años y con 60% representación de empleado del sector formal; esto corresponde a que según censos la mayoría del PEA es ocupado por el sexo masculino, quien en su mayoría es el portador del hogar, además el PEA oscila en edades de 18 años en adelante, por ello es que el rango de edades mayoritario entre los encuestados se encuentra en el rango definido de 26-35 años. El que exista un mayor puntaje en el sector formal, es un factor importante a enlistar como mayor participación en las actividades de ocio, su capacidad adquisitiva mayor.

PREGUNTA 1. ¿Con quién habitualmente realiza las visitas a la playa?

PREGUNTA 4. ¿Cuánto es el presupuesto promedio por persona que estima para una salida turística?

PREGUNTA 5. ¿Qué factores ha tomado en cuenta para visitar las playas?

El que la encuesta refleje que hay una predominación de practicar la actividad en familia y amigos, nos indica que se busca el esparcimiento en conjunto y al mismo tiempo se visualiza que el gasto promedio por persona estimado es con mayor suceso entre \$26.00-\$50.00, esto puede justificar la razón que la mayoría de hogares o el grupo con quien habitualmente se realiza es numeroso, es de agregar que siendo los factores más importantes la seguridad, precio, negocio y servicios turísticos, podemos concluir que el realizar esta actividad en grupo implica una preocupación de los precios por lo antes explicado, la seguridad por tratarlo con individuos de mucha importancia, el negocio por el ambiente que brinde y sea sano por puntos como la existencia de menores en el grupo y servicios turístico por la diversidad de criterios y gustos de cada miembro componente del grupo.

PREGUNTA 2. ¿Cuántas veces al año visita las playas?

PREGUNTA 3. ¿En qué meses visita las playas?

Siendo la categoría con mayor puntuación otras-vacaciones y por ser los meses con mayor visita agosto, marzo, enero y diciembre podemos concluir que en un gran porcentaje las personas realizan esta actividad en los diferentes periodos de vacaciones pautadas a lo largo del año, siendo esta la otra forma de la que gozan algunos empleados de sus vacaciones laborales repartidas en estos periodos.

PREGUNTA 6. ¿Qué servicios son importantes para una visita en las playas?

PREGUNTA 7. ¿Cuál es el tipo de visita que realiza a la playa?

PREGUNTA 8. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere quedarse pasar la noche?

Por ser la mayoría de ocasiones viaje del día y ser una función básica la alimentación es que el servicio de restaurante es el más importante, siendo el de playas abiertas un factor secundario pero no menos importante puesto que es el recurso por el que se trasladan a la zona costera, además de que la zona cuenta con paisaje, clima y alimentos típicos y únicos de la zona. También se refleja que en caso sucediese la recreación con un periodo mayor a 24 horas y es

<p>necesario el quedarse en el lugar, prefieren el uso de hostales, pues entre las opciones es de las económicamente más bajas y es propicio para el alojamiento en grupos mayores.</p>
<p>PREGUNTA 9. ¿Qué tipo de actividades le gustaría encontrar en la zona costera?</p>
<p>Como mejor actividad de interés están los torneos de juegos varios que son de mayoría de preferencia a lo mismo que se interfiere al tipo de actividad realizada por varios y de mucho interés para compartir entre amigos y de la misma manera por los adolescentes o pequeños del grupo familiar.</p>
<p>PREGUNTA 10. ¿Qué opina sobre la infraestructura de la playa visitada?</p>
<p>Para la calificación de la playa el servicio de alimentación es entre los que más destaca pues posee en su mayoría la calificación de 9, ello da hincapié a que los restaurantes en servicio tienen buena preparación de los mismos y satisfacen las expectativas del consumidor, seguido es de mucha importancia en observar que la limpieza y salubridad de la zona satisface a sus visitante y que los demás factores a tomar de mayor importancia para su mejora pues se encuentran en un rango de regular.</p>
<p>TIPO DE TURISMO/PREGUNTA 11. ¿Ha observado o escuchado anuncios de los distintos atractivos turísticos de la playa?</p>
<p>PREGUNTA 12. ¿A través de qué medios de comunicación tuvo conocimiento de los diferentes atractivos turísticos que posee la playa?</p>
<p>El mayor porcentaje de usuarios de la playa El Obispo corresponde a turista nacional y el porcentaje mínimo de turista extranjero, puede ser un factor muy influyente la poca publicidad que se presta de la misma para su identificación, lo cual es de observar que la mayoría la reconoce por medio de la recomendación de otros, cabe mencionar que en la actualidad la playa es reconocida como parte del club Atami como playa del mismo y no independiente, lo que genera su poco reconocimiento como tal.</p>
<p>PREGUNTA 13. ¿Considera útil la señalización turística?</p>
<p>PREGUNTA 14. ¿Cuál es el estado percibido de la señalización turística de la zona costera?</p>
<p>PREGUNTA 15. ¿Considera necesaria la existencia de puntos de información a lo largo de la zona costera?</p>
<p>Es un factor muy importante para los turistas la identificación específica de las zonas de turismo pues a través de ello hay un mayor grado de conocimiento y mayor lista de selección entre playas. El calificar el estado de la señalización turística como regular nos genera la inquietud de necesidad de una identificación pronunciada para su reconocimiento.</p>
<p>PREGUNTA 16. Durante su viaje ¿Ud. observo algún tipo de seguridad?</p>
<p>PREGUNTA 17. ¿Dónde observo seguridad?</p>
<p>PREGUNTA 18. ¿Está satisfecho con la seguridad brindada en la zona costera?</p>
<p>El observar algún tipo de seguridad, da cierta confianza del lugar a los turistas y puede ser un factor que incremente la afluencia de los turistas a la zona, pues se ha observado en los datos recogidos que el sector de interés es la familia, rubro al cual el aspecto de seguridad es muy importante para el sano desarrollo turístico, lo cual se manifiesta en la satisfacción mayoritaria de los turistas hacia la seguridad percibida.</p>
<p>PREGUNTA 19. ¿Cuánto gasta en promedio por persona diariamente cuando visita la playa?</p>
<p>PREGUNTA 20. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir en el establecimiento?</p>
<p>El turismo en la playa de El Palmarcito muestra que presenta en sus servicios de alimentación y hospedaje precios difícilmente accesibles a diferencia del gasto en el transporte que refleja costes menores y la acción de descuentos en el transporte refleja la necesidad de que existan menores gastos en los que incurrir en este rubro. En cambio para el servicio de alimentación la inclinación de descuentos refleja que el aminorar el gasto de este factor pueda ser debido al numeroso grupo con el que se realiza la actividad turística, que sería de relevancia puesto que en el hospedaje hay</p>

una mayor inclinación por promociones de adición que es de necesidad para cubrir un mayor número de usuarios o servicios suplementarios.

PLAYA EL SONTE
RESUMEN DATOS (EDAD/SEXO/OCUPACION)
Se observa que la mayoría de encuestados es figura masculina, entre los cuales se oscila entre la edad de rangos de 26-35 años y con 50% representación de empleado del sector formal; esto corresponde a que según censos la mayoría del PEA es ocupado por el sexo masculino, además que el PEA oscila en edades de 18 años en adelante, por ello es que el rango de edades mayoritario entre los encuestados se encuentra en el rango definido de 26-35 años. También por el nivel de capacidad adquisitiva y seguridad, que poseen los empleados del sector formal es un factor importante a enlistar en las razones por las cuales existe una mayor participación en las actividades de ocio.
PREGUNTA 1. ¿Con quién habitualmente realiza las visitas a la playa?
PREGUNTA 4. ¿Cuánto es el presupuesto promedio por persona que estima para una salida turística?
PREGUNTA 5. ¿Qué factores ha tomado en cuenta para visitar las playas?
El que la encuesta refleje que hay una predominación de practicar la actividad individual y amigos, puede ser que un factor influyente del mismo es que se trata con un mercado con turista extranjero, que en su mayoría practican sus actividades de ocio de manera sola o con amigos con afinidad en las practicas, es por ello también, que se visualiza que el gasto promedio por persona estimado es con mayor suceso en el rango de \$51.00-\$100.00, esto puede justificar la razón que la mayoría son turistas y que su capacidad adquisitiva es mayor en relación a la existente en el país en un 4.5 a 1. Es de agregar que siendo los factores más importantes los servicios turísticos, precio, seguridad y negocio, podemos concluir que el realizar esta actividad implica una preocupación de los servicios que ofrece el lugar, que tanta es la cobertura y tipo para satisfacer las expectativas, el precio pues de acuerdo a ello establecen un itinerario vacacional y tiempo de estadía, la seguridad por tratarlo con individuos de mucha importancia, y el negocio por el ambiente que brinde de acuerdo a sus intereses.
PREGUNTA 2. ¿Cuántas veces al año visita las playas?
PREGUNTA 3. ¿En qué meses visita las playas?
Siendo la categoría con mayor puntuación otras-vacaciones y por ser los meses con mayor visita agosto, marzo, enero y diciembre podemos concluir que en un gran porcentaje las personas realizan esta actividad en los diferentes periodos de vacaciones pautadas a lo largo del año, siendo esta la otra forma de la que gozan algunos empleados de sus vacaciones laborales repartidas en estos periodos y en el caso de turistas extranjeros aprovechan promociones de la época.
PREGUNTA 6. ¿Qué servicios son importantes para una visita en las playas?
PREGUNTA 7. ¿Cuál es el tipo de visita que realiza a la playa?
PREGUNTA 8. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere quedarse pasar la noche?
Por ser la mayoría de ocasiones quedarse a dormir, debido a que el mercado es extranjero y pernoctan en periodos largos, es de mucha importancia el servicio de hospedaje, siendo el de playas abiertas y de restaurantes factores secundarios pero no menos importantes puesto que es el recurso por el que se trasladan a la zona costera y la alimentación es una función básica del individuo, además de que la zona cuenta con paisaje, clima y alimentos típicos y únicos de la zona. También se refleja que prefieren el uso de hostales, pues entre las opciones es de las económicamente más bajas y permisible a la opción de consumir fuera de las instalaciones o en las mismas sin necesidad de ser obligación de realizarlos en sus rubros.

<p>PREGUNTA 9. ¿Qué tipo de actividades le gustaría encontrar en la zona costera?</p> <p>La conservación de especies es una actividad que actualmente está en auge pues hay una mayor concientización del cuidado del medio ambiente y un mayor interés por el saber del mismo, es una actividad que es sano y educativo para compartir; además es de caracterizar que en países con mayor desarrollo al nuestro hay una mejor valorización de los recursos, muy seguido de ello esta como mejor actividad de interés lo que son torneos de juegos varios que son de mayoría de preferencia a lo mismo que se interfiere al tipo de actividad realizada por varios y de mucho interés para compartir.</p>
<p>PREGUNTA 10. ¿Qué opina sobre la infraestructura de la playa visitada?</p> <p>Para la calificación de la playa el servicio de alimentación es entre los que más destaca pues posee en su mayoría la calificación de 8, ello da hincapié a que los restaurantes en servicio tienen buena preparación de los mismos y satisfacen las expectativas del consumidor, seguido es de mucha importancia en observar que los demás factores están calificados en rangos regulares y con prioridad en notas buenas, por ello es de tomar de mayor importancia para su mejora y enfoque planes dirigidos que desarrollen una mejor satisfacción de expectativas del usuario.</p>
<p>TIPO DE TURISMO/PREGUNTA 11. ¿Ha observado o escuchado anuncios de los distintos atractivos turísticos de la playa?</p> <p>PREGUNTA 12. ¿A través de qué medios de comunicación tuvo conocimiento de los diferentes atractivos turísticos que posee la playa?</p> <p>El mayor porcentaje de usuarios de la playa El Sonte indica conocer la playa por medio de publicidad que se ha encontrado con mayor frecuencia en el facebook, por su reconocimiento como una de las playas que mejor olaje posee para surf.</p>
<p>PREGUNTA 13. ¿Considera útil la señalización turística?</p> <p>PREGUNTA 14. ¿Cuál es el estado percibido de la señalización turística de la zona costera?</p> <p>PREGUNTA 15. ¿Considera necesaria la existencia de puntos de información a lo largo de la zona costera?</p> <p>Es un factor muy importante para los turistas la identificación específica de las zonas de turismo pues a través de ello hay un mayor grado de conocimiento y mayor lista de selección entre playas. El calificar el estado de la señalización turística como regular nos genera la inquietud que la playa necesita de una identificación mejor desarrollada con mayor visualización.</p>
<p>PREGUNTA 16. Durante su viaje ¿Ud. observo algún tipo de seguridad?</p> <p>PREGUNTA 17. ¿Dónde observo seguridad?</p> <p>PREGUNTA 18. ¿Está satisfecho con la seguridad brindada en la zona costera?</p> <p>El observar algún tipo de seguridad, da cierta confianza del lugar a los turistas y puede ser un factor que si se mejora incrementa la afluencia de los turistas a la zona, pues se ha observado en los datos recogidos que el sector de interés es el turista extranjero, rubro al cual el aspecto de seguridad es muy importante para el sano desarrollo turístico, lo cual se manifiesta en la insatisfacción de los turistas hacia la seguridad percibida.</p>
<p>PREGUNTA 19. ¿Cuánto gasta en promedio por persona diariamente cuando visita la playa?</p> <p>PREGUNTA 20. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir en el establecimiento?</p> <p>El turismo en la playa de El Sonte muestra que presenta en sus servicios de transporte y hospedaje precios difícilmente accesibles a diferencia del gasto en la alimentación que refleja costes menores y la acción de descuentos esta refleja la necesidad de que existan menores gastos en los que incurrir en este rubro. En cambio para el servicio de transporte la inclinación de descuentos refleja que el aminorar el gasto de este factor sea debido al coste alto de un pasaje del exterior y la adición de otros servicios al de hospedaje la necesidad y facilidad que se posea de adquirir servicios suplementarios. Además por tratarse de un mercado de individuos del extranjero es importante el contar con el servicio de venta de productos varios, en el cual por sus</p>

costes y uso y adquisición de extranjeros estiman un aporte mayor a \$30.00 del cual se espera en caso de promociones descuentos en los mismos para una mayor captación o adiciones que faciliten la compra de menos artículos.

8.10.5.16 ANALISIS DE LA INFORMACION-SEGMENTACION 2

RESUMEN DATOS
<p>Se puede observar que el rango más sobresaliente en la encuesta es el de 26-35 años, que es adulto joven, sexo masculino. Es decir un rango en el que la mayoría es económicamente activo pudiendo adquirir el servicio que ofrecemos que es de 59%.</p> <p>Para el análisis de la ocupación, se observa que en un porcentaje casi igualatorio a la edad, la población económicamente activa se dedica al desarrollo en el sector formal con 51%, donde podemos concluir por los beneficios que se ofrecen en comparación y diferencia sustantiva con el trabajo informal, que la protección legal y salarial fija, genera una seguridad social al gasto y respaldo financiero.</p> <p>En el caso del tipo de turismo, se observa que con un 94% este es practicado en el mismo país y que la afluencia de turista extranjero es mínima, cabe resaltar que esto no significa que no exista una practicidad del mismo o que no exista una afluencia de visitante internacional, puesto que la encuesta se realizó en lugares que podrían ser de poca aglomeración o afluencia de los mismos. Un mejor resultado se observara en las encuestas realizadas para la segmentación 2.</p>
PREGUNTA 1
<p>El observar que un 97% practica el turismo, significa que es una actividad que la mayoría realiza y su practicidad común genera la confiabilidad y certeza que es un atractivo y factor importante de desarrollo para el individuo.</p>
PREGUNTA 2
<p>El que la mayoría de los encuestados refleje que la actividad turística la realiza con la familia en un 44%, satisface la necesidad a fundamentar lugares con mayor atractivos y factores de influencia dirigidos a interés familiar, estrategias de oferta familiar o grupal, puesto que de la misma forma el siguiente mayor rubro es la practica con los amigos en un 33%, siendo un factor común entre los mismos la practica en conjunto e individuos varios.</p>
PREGUNTA 3
<p>Respondiendo a esta problemática se tiene que la frecuencia en la realización de turismo es mensual, con un 45% ayudándonos de las preguntas anteriores se puede decir que estas visitas son aprovechadas en su mayoría los fines de semanas, días que representan para un núcleo familiar o grupo de amigos de descanso. Como segundo lugar tenemos el 29% con la frecuencia de 1 vez al mes que pueden ser realizadas en temporadas de vacaciones.</p>
PREGUNTA 4
<p>Se observa que el gasto por persona es entre rangos de \$26 a \$50 con un 42% y en un 23% menores a gastos de \$25, esto conlleva a que las ofertas vayan dirigidas a un promedio menor de \$50 por persona, de manera que en ello la satisfacción de las expectativas sea cubierta de la mejor manera y así potenciar la participación mayor de los usuarios.</p>
PREGUNTA 5
<p>Teniendo el total de encuestados el turismo que es más practicado es el de sol y playa con un 37%, lo que nos reitera que su preferencia se transfiera en un turismo con mayor potencialidad y nivel de preferencia mayoritaria o accesibilidad al mismo; además tomando en cuenta con un 12% menos se encuentra de preferencia el turismo ecológico lo que genera la certeza que los usuarios buscan la práctica de servicios desarrollados en entornos naturales como atractivo. También es de tomar en cuenta que un factor influyente por su porcentaje significativo es la preferencia en tercer y cuarto lugar al turismo urbano y aventura, teniendo estos en variable común la diversificación de servicios sociales</p>

de mayor experimentación e innovación.
PREGUNTA 6
El prestar atención que en su totalidad los encuestados han visitado las playas del país, retribuye al aumento del grado de confiabilidad que se ha venido observando en preguntas similares anteriormente en que el turismo sol y playa es una de las actividades con mayor practica y afluencia de los demás, lo que genera que su potencialidad como rubro sea de interés para desarrollo.
PREGUNTA 7
Observamos que entre los factores más importantes en casi igualdad de porcentaje son: Precio, Seguridad, Servicios Turísticos, Comodidad y Placer y Cercanía; siendo el factor Precio el más importante y con un 1% menos el factor Seguridad, lo que es de esperarse puesto que en preguntas anteriores se observaba que la practicidad del mismo en su mayoría es generada en grupo y en el caso de familia en su mayoría las personas económicamente activas oscilan entre 1-3 en el grupo familiar, lo que genera que los gastos generales recaigan en ellos y por ello buscan un presupuesto más bajo, sin dejar de lado el tema de la seguridad puesto que en ello existe la convivencia con menores y a la vez el manejo del dinero libremente. No obstante, es de resaltar que los tipos de servicios turísticos ofrecidos es de suma importancia puesto que deben satisfacer las necesidades de entidades con gustos diversos que a la vez sean placenteros y le den la comodidad necesaria al grupo.
PREGUNTA 8
Para hacer de la visita a las playas una experiencia de placer y confort, la estadía debe complementar una gama de servicios básicos, siendo uno de ellos el desarrollo y uso de restaurantes para la satisfacción de una de las funciones básicas del ser humano que es alimentarse, a lo cual hay que agregar que en una costera es de fácil atracción el degustar de platillos propios de la zona como lo son los mariscos, alimento no cotidiano a consumir en la vida cotidiana, es por ello que el servicio más importante es reflejado en el rubro de restaurantes, seguido del servicio de ranchos y hoteles, que generan una mayor seguridad de instancia e higiene en la práctica del turismo. Sin dejar de lado que el factor de visita a las playas es su ocio en las mismas como recurso y por ello otro factor muy importante es la accesibilidad a la misma.
PREGUNTA 9
En esta interrogante se verifica que aun en el turismo sol y playa su practicidad se da en compañía de la familia o amigos como mayores habitualidades, lo que genera una certeza en dirigir el enfoque de estrategias a grupos.
PREGUNTA 10
La mayoría de visitas al esparcimiento en la playa refleja una estadía del día, lo que genera a que la atracción del mismo conlleve al desarrollo de actividades pequeñas pero de entero placer en su desarrollo, facilitando así el tiempo de las mismas a rangos pequeños y diversificándolas en diferentes contextos o temáticas.
PREGUNTA 11
Para el 32% de los encuestados que realizan instancia mayor a un día, para el servicio de alojamiento prefieren realizarlo en rancho privado con un 50%, lo que conlleva a que este sea de su preferencia porque en su mayoría por la realización en grupo, es un factor que sale más cómodo en cuanto a gastos, cuenta en su mayoría con un mayor número de esparcimientos recreativos y espacio, mayor privacidad y además gastos como comida pueden ser absorbidos por los mismos de manera propia y arbitraria.
PREGUNTA 12
La frecuencia en la realización de turismo es de 2 veces al año, con un 44% ayudándonos de las preguntas anteriores se puede decir que estas visitas son aprovechados en las vacaciones: semana santa, vacaciones de agosto y fines de año, anualmente siempre se sucederá en algunas de las épocas

de vacaciones y mensualmente da referencia al esparcimiento en los fines de semana que es un desarrollo menos habitual pero común entre actividades a desarrollar como familia o grupo de amigos.
PREGUNTA 13
Con los resultados obtenidos, se verifica que la amplitud en la frecuencia de visita es ancha, puesto que las temporadas de vacaciones poseen la misma amplitud y son mayores los días de recreación y ocio, comprobando la mayoría de frecuencia en los meses involucrados en cada vacación: <ul style="list-style-type: none"> - Vacaciones Semana Santa comprenden entre los meses de Marzo y Abril. - Vacaciones Fiestas Agustinas comprenden en el mes de Agosto. - Vacaciones Fin de Año comprenden entre los meses de Diciembre y Enero.
PREGUNTA 14
Al analizar los resultados verificamos que para el esparcimiento atractivo se debe contar con una diversificación de servicios como dinámicas, englobados entre ellos la práctica deportiva entre juegos que pueden realizarse en tiempos matutinos y parte de la tarde como llevar el tema urbano a la playa con un sentido único de la zona que lo haga singular el mismo. Siendo la actividad con mayor interés la conservación de especies, una vez más se comprueba que el compartir en un entorno natural es de mayor interés y atracción para los usuarios de los mismos.
PREGUNTA 15
Refleja el conocimiento de las playas en estudio en su mayoría con un 94%, siendo este un factor importante para el mismo, reflejando la potencialidad de las playas de esta zona para el esparcimiento de las persona.
PREGUNTA 16
Observamos que entre las playas más visitadas en porcentajes casi iguales se tienen: El Tunco, San Diego, El Majahual, El Sunzal y San Blas, entre ellas encontrando factores específicos como los siguientes por preferencias: <ul style="list-style-type: none"> - El Tunco: Su publicidad, diversificación de servicios nocturnos, información y seguridad. - San Diego: Privacidad y seguridad. - El Majahual: Económicamente accesible. - El Sunzal: Publicidad de ser de la mejor playa para surf. - San Blas: Diversificación de restaurantes, hoteles y seguridad.
PREGUNTA 17
<p>Aun cuando el puntaje de los vestidores y servicios sanitarios refleja estar en un rango bueno, se observa que poseen de las calificaciones más bajas del rango con un 42% y 39% correspondiente, lo que significa que son aceptables al uso y función pero son factores para desarrollarlos a mejoras.</p> <p>Para las vías de acceso se refleja estar en un rango bueno, puesto que en un 33% tienen una calidad 8, es decir que están más allá de un servicio aceptable, aunque no por ello es de obviar que hay 31% que refleja una satisfacción aceptable, generándose así la inquietud de realizar mejoras.</p> <p>Para el factor de limpieza y salud se refleja estar en un rango bueno, pero dentro de ello el 42% recae en el mínimo del rango, es decir por ser un factor que lleva consecuencias mayores y de suma importancia, su nivel de confiabilidad es bajo y por ello es de observar y dirigir mayor atención al mismo para un mejor y rápido desarrollo a buenas practicas.</p> <p>Para el factor estacionamiento, el nivel de conformidad y desarrollo se encuentra en niveles superiores a los demás factores, pasando a ser este por su calificación de los factores con menor prioridad, pero para mejorar el 32% bajo y 35% intermedio de calificación es de enfocar pequeñas pero directas estrategias al factor para un desarrollo excelente y de calidad.</p> <p>Para el servicio de alimentación, el nivel de calidad y satisfacción se encuentra en niveles superiores a los demás factores y es el mejor calificado, pasando a ser este, por su calificación el factor con menor prioridad de enfoque de mejora, pero para mejorar el 10% bajo y 34% intermedio de calificación es de</p>

enfocar al igual que el factor estacionamiento, pequeñas pero directas estrategias para una mejor cualificación y nivel.
PREGUNTA 18
La práctica de turismo sol y playa como recreación es uno de los turismo con mayor antigüedad, es por ello que a pesar que no se cuente con mucha publicidad su afluencia y potencialidad de preferencia entre otros es elevada, sin embargo es de observar que el componente publicitario es una herramienta que incide en la búsqueda de satisfacción de placeres e incitación de acciones no penadas a realizarse, presta también a que las mismas inciden en las decisiones ultimas de los usuarios. Entonces, la encuesta refleja que el incrementar el componente publicidad este tendría una mayor potencialidad de participación en las decisiones de los individuos.
PREGUNTA 19
Observamos que el mayor medio de información utilizado y de mayor canal de distribución se encuentran el Facebook como red social con un 19% y la televisión con un 18%, seguidos de los medios de recomendación, radio, web y vallas publicitarias con un porcentaje menor, lo que arroja que para una mayor canalización de atención e información los medios que mejor distribuyen la mismas por sus características visuales y de credibilidad son los mencionados, de manera que los esfuerzos sean orientados a enriquecerlos en la vías antes mencionadas.
PREGUNTA 20
Se observa que una buena señalización ayuda a que los usuarios tengan una mayor identificación e información del lugar y esto al mismo tiempo, mejora la participación al mismo, es por ello que su buena orientación y disposición en las vías de acceso facilitan el propósito último e incrementan el nivel de contribución.
PREGUNTA 21
Siendo las calificaciones más altas los de rango regular y buena con un 38% y 48% correspondientemente, se debe concluir que estas deben tomar una mayor importancia con respecto a estrategias de perfeccionamiento para un mejor uso de las misma que a su vez provoquen una mejor orientación al usuario.
PREGUNTA 22
El que en una mayoría muy significativa la necesidad de puntos de información sea necesaria, confirma lo observado con anterioridad, que a mayor información e identificación de los mismos, mayor atracción e interés se genera para los mismos.
PREGUNTA 23
Percibir que casi un 50% no observo algún tipo de seguridad, es de tomar en cuenta con mucha relevancia, puesto que la seguridad es un factor que da confiabilidad a los servicios y mayor esparcimiento.
PREGUNTA 24
Se puede observar que el despliegue de seguridad publica juega un papel importante y que su presencia aunque haya sido de término medio, ha sido la que operativamente ha ayudado a que los usuarios que la perciben tengan mayor confiabilidad; por ello cabe mencionar que el ocupar estrategias para una seguridad mixta y un mayor despliegue en el camino es de una mayor evaluación y mejoría para el servicio costero.
PREGUNTA 25
Con un porcentaje mayor al 50% de insatisfacción en la seguridad actual que se ofrece en la zona costera, podemos concluir con un mejor despliegue y uso de estos brindaría mayor uso de las mismas con una mayor confianza.
PREGUNTA 26
Se puede observar que los rangos de gastos por persona diarios no exceden los \$50 y que hay una

fuerte inclinación por un gasto menor a \$20, situación que se debe suceder porque en su mayoría es una actividad preocupada en grupos y los que aportan dentro de ellos son pocos.

PREGUNTA 27

Podemos observar que si existiese alguna promoción, los descuentos sea el servicio que se brinde es el de mayor demanda, o que cabe resaltar que se busca respondiendo a la necesidad que la actividad se practica en conjunto de personas.

8.10.5.16.1 DESCRIPCION DEL USUARIO

Tabla 63: Perfil de Consumidor Turístico Para la Microrregión Cumbres del Mar

PERFIL CONSUMIDOR TURISTICO	
GRUPO	Familia/Amigos
EDAD	Indiferente
ÁREA DE RESIDENCIA	El Salvador
NIVEL SOCIO ECONOMICO	Categoría media a alta.
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO	Anual
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO SOL Y PLAYA	Anual
PERIODOS DE PREFERENCIA	Vacaciones
TURISMO DE INTERES	Sol y Playa Urbano Ecológico Aventura
NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL TURISMO SOL Y PLAYA	100%
INTERESES DEL USUARIO	<ul style="list-style-type: none"> - Practica continua del turismo para el ocio familiar. - Deseo de experimentar la apreciación del medio natural. - Deseo de experimentar la exploración, historia y cultura. - Optar por lugares con mayor número de atractivos turísticos. - Atracción en promociones. - Afinidad a lugares reconocidos públicamente e identificados.
FACTORES DE DECISION	Seguridad Cercanía Precio Diversificación de Servicios
PRESUPUESTO (\$diario/persona)	Hasta \$50.00
NIVEL DE CALIFICACION DE SERVICIOS	Muy Buena (Calificación de 7 a 8)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 64: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Obispo

PERFIL CONSUMIDOR TURISTICO-EL OBISPO					
GRUPO	Familia/Amigos				
EDAD	Indiferente				
ÁREA DE RESIDENCIA	El Salvador				
NIVEL SOCIO ECONOMICO	Categoría media baja				
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO	Anual				
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO SOL Y PLAYA	Anual				
PERIODOS DE PREFERENCIA	Vacaciones				
INTERESES DEL USUARIO	<ul style="list-style-type: none"> - Deseo de experimentar la apreciación del medio natural. - Deseo de experimentar la exploración, historia y cultura. - Optar por lugares con mayor número de atractivos turísticos. - Atracción en promociones. - Afinidad a lugares reconocidos públicamente e identificados. 				
FACTORES DE DECISION	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">Seguridad</td> <td style="width: 50%;">Diversificación de Servicios</td> </tr> <tr> <td>Precio</td> <td>Infraestructura</td> </tr> </table>	Seguridad	Diversificación de Servicios	Precio	Infraestructura
Seguridad	Diversificación de Servicios				
Precio	Infraestructura				
PRESUPUESTO (\$diario/persona)	Hasta \$30.00				
NIVEL DE CALIFICACION DE SERVICIOS	Excelente (Calificación de 9 a 10)				

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 65: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa San Blas

PERFIL CONSUMIDOR TURISTICO-SAN BLAS							
GRUPO	Familia/Amigos						
EDAD	Indiferente						
ÁREA DE RESIDENCIA	El Salvador						
NIVEL SOCIO ECONOMICO	Categoría media alta						
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO	Anual						
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO SOL Y PLAYA	Anual						
PERIODOS DE PREFERENCIA	Vacaciones						
INTERESES DEL USUARIO	<ul style="list-style-type: none"> - Deseo de experimentar la apreciación del medio natural. - Deseo de experimentar la exploración, historia y cultura. - Optar por lugares con mayor número de atractivos turísticos. - Atracción en promociones. - Afinidad a lugares reconocidos públicamente e identificados. 						
FACTORES DE DECISION	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">Seguridad</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td>Infraestructura</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Precio</td> <td></td> </tr> </table>	Seguridad		Infraestructura		Precio	
Seguridad							
Infraestructura							
Precio							
PRESUPUESTO (\$diario/persona)	Hasta \$30.00						
NIVEL DE CALIFICACION DE SERVICIOS	Excelente (Calificación de 9 a 10)						

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 66: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Majahual

PERFIL CONSUMIDOR TURISTICO-EL MAJAHUAL	
GRUPO	Familia/Amigos
EDAD	Indiferente
ÁREA DE RESIDENCIA	El Salvador
NIVEL SOCIO ECONOMICO	Categoría baja de la categoría NO POBRE
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO	Anual
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO SOL Y PLAYA	Anual
PERIODOS DE PREFERENCIA	Vacaciones
INTERESES DEL USUARIO	<ul style="list-style-type: none"> - Deseo de experimentar la exploración, historia y cultura. - Optar por lugares con mayor número de atractivos turísticos. - Atracción en promociones. - Afinidad a lugares reconocidos públicamente e identificados.
FACTORES DE DECISION	Seguridad Diversificación de Servicios Precio
PRESUPUESTO (\$diario/persona)	Hasta \$10.00
NIVEL DE CALIFICACION DE SERVICIOS	Regular (Calificación de 5 a 6)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 67: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Sunzal

PERFIL CONSUMIDOR TURISTICO-EL SUNZAL	
GRUPO	Familia/Amigos/Parejas
EDAD	Indiferente
ÁREA DE RESIDENCIA	Nacional/Internacional
NIVEL SOCIO ECONOMICO	Categoría media baja
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO	Anual
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO SOL Y PLAYA	Anual
PERIODOS DE PREFERENCIA	Vacaciones
INTERESES DEL USUARIO	<ul style="list-style-type: none"> - Deseo de experimentar la apreciación del medio natural. - Deseo de experimentar la exploración, historia y cultura. - Optar por lugares con mayor número de atractivos turísticos. - Atracción en promociones. - Afinidad a lugares reconocidos públicamente e identificados.
FACTORES DE DECISION	Seguridad Precio Diversificación de Servicios Infraestructura
PRESUPUESTO (\$diario/persona)	Hasta \$10.00/Hasta \$30.00
NIVEL DE CALIFICACION DE SERVICIOS	Buena (Calificación de 5 a 6)/Excelente (Calificación de 9 a 10)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 68: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Palmarcito

PERFIL CONSUMIDOR TURISTICO-EL PALMARCITO					
GRUPO	Familia/Amigos				
EDAD	Indiferente				
ÁREA DE RESIDENCIA	El Salvador				
NIVEL SOCIO ECONOMICO	Categoría media alta				
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO	Anual				
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO SOL Y PLAYA	Anual				
PERIODOS DE PREFERENCIA	Vacaciones				
INTERESES DEL USUARIO	<ul style="list-style-type: none"> - Deseo de experimentar la apreciación del medio natural. - Deseo de experimentar la exploración, historia y cultura. - Optar por lugares con mayor número de atractivos turísticos. - Atracción en promociones. - Afinidad a lugares reconocidos públicamente e identificados. 				
FACTORES DE DECISION	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">Seguridad</td> <td style="width: 50%;">Diversificación de Servicios</td> </tr> <tr> <td>Precio</td> <td>Infraestructura</td> </tr> </table>	Seguridad	Diversificación de Servicios	Precio	Infraestructura
Seguridad	Diversificación de Servicios				
Precio	Infraestructura				
PRESUPUESTO (\$diario/persona)	Hasta \$30.00				
NIVEL DE CALIFICACION DE SERVICIOS	Muy Buena(Calificación de 7 a 8)				

Fuente: elaboración Propia

Tabla 69: Perfil de Consumidor Turístico Para la Playa El Zonte

PERFIL CONSUMIDOR TURISTICO-EL ZONTE					
GRUPO	Solo/Amigos				
EDAD	Indiferente				
ÁREA DE RESIDENCIA	Nacional/Internacional				
NIVEL SOCIO ECONOMICO	Categoría media baja				
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO	Anual				
TASA DE USO MINIMO DEL TURISMO SOL Y PLAYA	Anual				
PERIODOS DE PREFERENCIA	Vacaciones				
INTERESES DEL USUARIO	<ul style="list-style-type: none"> - Deseo de experimentar la apreciación del medio natural. - Deseo de experimentar la exploración, historia y cultura. - Optar por lugares con mayor número de atractivos turísticos. - Atracción en promociones. - Afinidad a lugares reconocidos e identificados. 				
FACTORES DE DECISION	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">Seguridad</td> <td style="width: 50%;">Diversificación de Servicios</td> </tr> <tr> <td>Precio</td> <td>Infraestructura</td> </tr> </table>	Seguridad	Diversificación de Servicios	Precio	Infraestructura
Seguridad	Diversificación de Servicios				
Precio	Infraestructura				
PRESUPUESTO (\$diario/persona)	Hasta \$30.00/Hasta \$100.00				
NIVEL DE CALIFICACION DE SERVICIOS	Buena(Calificación de 5 a 6)/Muy Buena(Calificación de 7 a 8)				

Fuente Elaboración Propia

8.10.5.17 PROYECCION DE LA DEMANDA

Las proyecciones de la demanda para el proyecto se tomaran como base la información suministrada por la población encuestada, como muestra del universo de consumidores detallada, para esto se consideran los siguientes elementos denotados en la encuesta:

1. Voluntad de consumo del servicio
2. Frecuencia de consumo

Estos factores son los que dan la cuantificación de una demanda global aparente, que para el análisis se continúa con la selección de una parte de la demanda potencial según la interpretación de los resultados mismos de la encuesta. Los factores relevantes a considerar en el pronóstico que no forman parte de la encuesta a los consumidores potenciales son los siguientes:

1. **El horizonte de tiempo del pronóstico:** El número de años en el futuro con que se espera pronosticar
2. **El porcentaje de la demanda aparente:** La parte que se tomara de todo lo que se estime como frecuencia de consumo del servicio.

Se considera que la muestra que se ha tomado es representativa de la población objetivo y la información obtenida de las encuestas ha sido interpretada adecuadamente, lo que brindara respaldo a los cálculos de la demanda elaborados. Pero a la vez, toman en cuenta otros factores tales como:

- ❖ **Temporadas:** Épocas o estaciones que se presenten durante el año.

Tabla 70: Factores para la proyección de la demanda

DETERMINACION DE FACTORES
VOLUNTAD DE CONSUMO DEL SERVICIO= 100% (PREGUNTA 6)
FRECUENCIA DE CONSUMO= 2 VECES AL AÑO (PREGUNTA 12)
HORIZONTE DE TIEMPO DEL PRONOSTICO= 5 AÑOS
UNIVERSO= 405,414

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 71: Universo por municipio

MUNICIPIO	UNIVERSO
San Salvador	159,933
Aguilares	9,689
Apopa	66,419
Ayutuxtepeque	17,576
Cuscatancingo	33,613
Ciudad Delgado	56,709
Ilopango	52,579
Mejicanos	71,179
San Marcos	32,002
San Martin	33,410
Santiago Texacuango	6,251
Santo Tomas	9,484
Soyapango	122,147

Tonacatepeque	39,550
Antiguo Cuscatlan	17,379
Colon	47,011
Santa Tecla	56,141
Nuevo Cuscatlan	2,106
Zaragoza	9,308
Chalchuapa	24,470
El Congo	7,499
San Sebastian Salitrillo	8,984
Santa Ana	104,909
SUB-TOTAL	898,214
PEI	492,800
TOTAL UNIVERSO	405,414

Fuente: Elaboración Propia

8.10.5.17.1 PORCENTAJE DEMANDA APARENTE

Tabla 72: porcentaje de la demanda

NUMERO DE ENCUESTADOS = 117				
MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL	VACACIONES	NUMERO DE VECES AL AÑO
18%	44%	24%	13%	
21	52	28	16	
VISITAS				
252	104	28	48	432 VECES
PORCENTAJE DE PRACTICIDAD MAYOR A UN DIA				32% = 139
NUMERO DE VECES AL AÑO				571 VECES
VISITA POR PERSONA				4.88

FUENTE: DATOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA (PREGUNTA 10, PREGUNTA 12)

$$VISITAS = (NUMERO DE ENCUESTADOS)(PORCENTAJE DE VISITAS A LA PLAYA)$$

PRACTICIDAD MAYOR A UN DIA

$$= (NUMERO DE VECES AL AÑO)(PORCENTAJE DE PRACTICIDAD MAYOR A UN DIA)$$

$$NUMERO DE VECES AL AÑO = (\Sigma VISITAS) + PRACTICIDAD MAYOR A UN DIA$$

$$VISITA POR PERSONA = \frac{NUMERO DE VECES AL AÑO}{NUMERO DE ENCUESTADOS}$$

UNIVERSO	VISITA POR PERSONA	DEMANDA APARENTE
405,414	4.88	1,978,421

$$DEMANDA APARENTE = (UNIVERSO)(VISITA POR PERSONA)$$

$$= NUMERO DE VISITAS AL AÑO$$

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO PRONOSTICADA	DEMANDA APARENTE
2015	5.93	2,095,741

8.10.5.17.2 CRECIMIENTO TURISMO

Tabla 73: Tasa anual de crecimiento poblacional

DEPARTAMENTO	TASA ANUAL DE CRECIMIENTO POBLACIONAL
SANTA ANA	1.69%
LA LIBERTAD	2.29%
SAN SALVADOR	1.35%
CRECIMIENTO PROMEDIO	CRECIMIENTO INVESTIGADO (CORSATUR-INFORME ESTADISTICO 2009-2013)
5.33%	5.6%-6%

CRECIMIENTO PROMEDIO = TASA ANUAL DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

TEMPORABILIDAD

Tabla 74: Temporalidad de la demanda aparente

DEMANDA = 2,095,741		
MES	TASA DE PARTICIPACION	DEMANDA APARENTE
ENERO	10%	208,387
FEBRERO	4%	83,355
MARZO	13%	270,903
ABRIL	14%	291,742
MAYO	4%	83,355
JUNIO	3%	62,516
JULIO	4%	83,355
AGOSTO	19%	395,935
SEPTIEMBRE	4%	83,355
OCTUBRE	3%	62,516
NOVIEMBRE	8%	166,710
DICIEMBRE	14%	291,742

FUENTE: Elaboración propia

GRAFICA 11: estacionalidad



FUENTE: Elaboración propia

8.10.5.17.3 CICLO DE VIDA

El ciclo de vida de los destinos turísticos está íntimamente ligado al desarrollo de productos, en este sistema turístico todo esa interrelacionado y todos los elementos deben de trabajar al mismo ritmo y en óptimas condiciones para funcionar. Sobre el ciclo de vida de los destinos turísticos, existen muchos autores que han dedicado documentos, investigaciones y bibliografía técnica especializada para explicar cuáles son las etapas de crecimiento de un destino turístico. Luego tomando como referencia a algunos autores, investigaciones y experiencia profesional, se definirán las etapas que realmente son claves que nos indique en qué nivel de desarrollo se encuentra un destino, pero además como estas etapas se pueden aplicar también a un producto en específico.

Las etapas de desarrollo más comunes y que se pueden aplicar a cualquier lugar son:

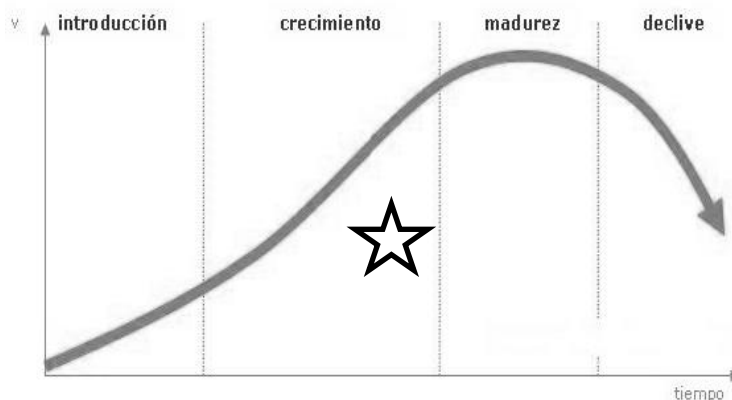
1. **Exploración o desarrollo (inicio o introducción):** Se caracteriza por la llegada de pocos turistas al lugar, donde existen muy pocos servicios, el lugar es casi inaccesible, se comienza a invertir en infraestructura.
2. **Crecimiento:** En esta etapa llegan más turistas, aquí aparecen nuevos competidores, negocios, más servicios, mejora el acceso, el atractivo principal se habilita para el turista (es difícil definir la frontera entre esta etapa y la anterior).
3. **Madurez:** Es cuando los productos y servicios son suficientes para atender la demanda, ha habido una progresión en el aumento de visitantes, todo el sistema turístico va al ritmo de la demanda, el atractivo principal está posicionado en la mente del cliente. Es cuando difícilmente se puede crecer más en número de turistas, cuando comienzan las tensiones en la economía turística, un solo mercado para muchas empresas.
4. **Declive (estancamiento o deterioro):** Disminución de turistas, disminución de ventas, productos turísticos deteriorados y gastados, ausencia de nuevas actividades, nuevos productos, baja calidad en los servicios. La idea es no llegar a esta etapa de declive.

No necesariamente estas etapas se cumplen así, una tras otra, no es que un destino o producto empieza su desarrollo, su nacimiento e inmediatamente se produce su crecimiento algunos ni nacen, algunos solo se quedan en el intento de ser un espacio con actividades turísticas y ni siquiera pasan a la etapa de desarrollo.

El análisis del ciclo de vida debe realizarse para dos enfoques del servicio:

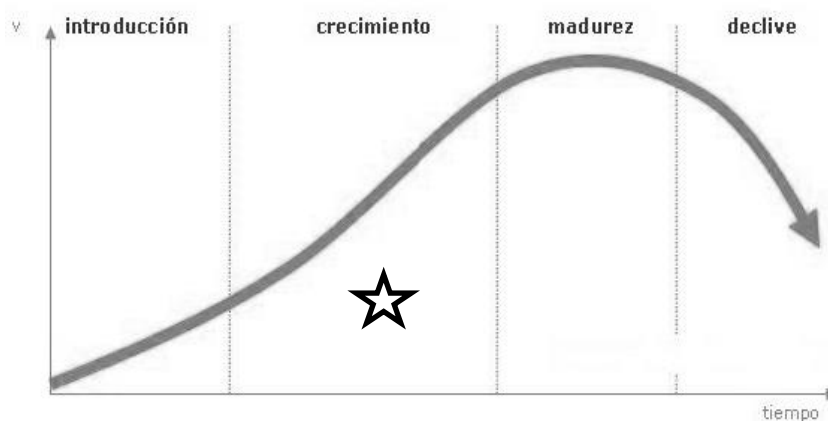
1. CV de un destino turístico
2. CV de nuestra marca

8.10.5.17.4 CICLO DE VIDA-DESTINO TURÍSTICO



El turismo sol y playa es uno de los más frecuentemente en uso por la mayoría de la población, sin la necesidad de auxiliarse de factores de propicio como la publicidad y promoción, comienza a surgir la inquietud de mejora y desarrollo de nuevas zonas turísticas y la introducción de nuevos atractivos turísticos para la captación de mayores usuarios y una mayor satisfacción de los existentes.

8.10.5.17.5 CICLO DE VIDA-MARCA



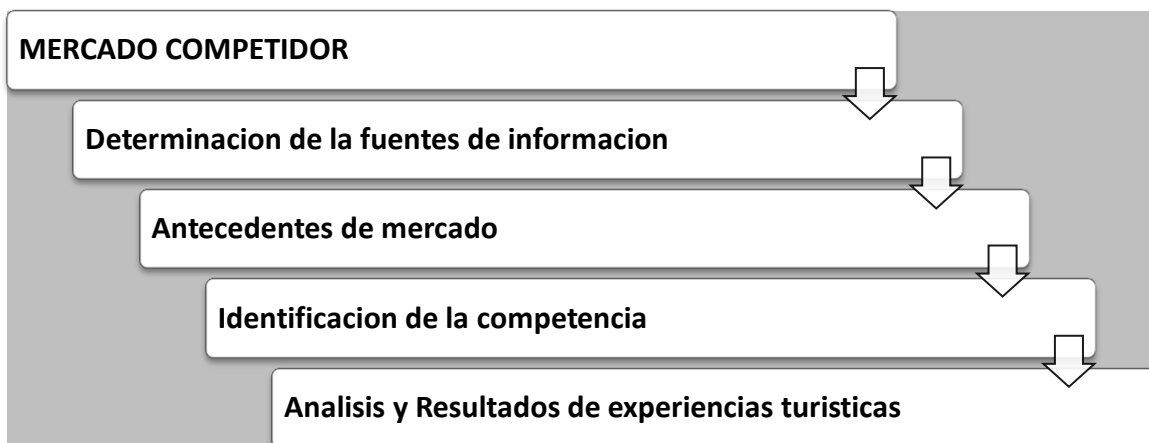
CRITERIO	INTRODUCCION	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLIVE
NUMERO DE COMPETIDORES	DEBIL-CONSIDERADA	EQUILIBRADA	EQUILIBRADA	NULA
TASA DE CRECIMIENTO	DEBIL-MEDIA	FUERTE	DEBIL	NEGATIVO
POTENCIAL DE CRECIMIENTO	IMPORTANTE	IMPORTANTE	NINGUNO	NEGATIVO

Las playas de la micro región cumbres del mar se encuentran en una transición de etapas del ciclo pues aun cuando la mayoría de las playa en composición tienen tiempo en actividad, existen muy pocos servicios y la llegada de los turistas es mínima en comparación a sus competidores que son numerosos y muy bien estructurados, equipados y capacitados; la tasa de crecimiento en el rubro como actividad turística es fuerte pues el turismo es un rubro en auge y el potencial de crecimiento es importante pues debe haber un desarrollo y mejora de su infraestructura y servicios. Se ubica en la etapa de introducción pues la inversión en infraestructura es baja.

8.10.6 MERCADO COMPETIDOR

8.10.6.1 Metodología de Investigación del Mercado Competidor

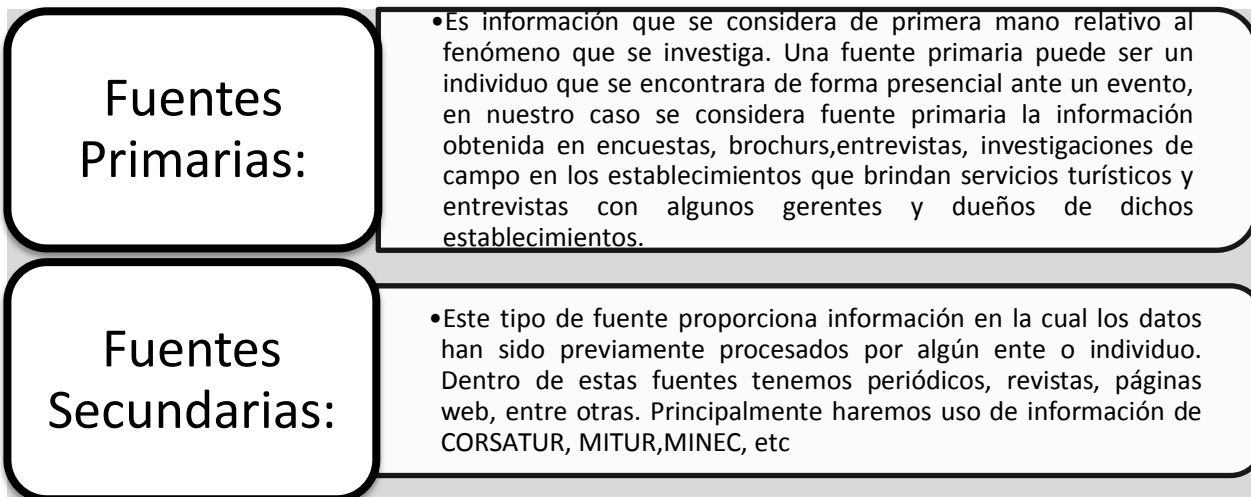
Para realizar la investigación de la competencia se procederá utilizar la siguiente metodología la cual pretende abarcar los diferentes sectores que la conforma:



8.10.6.2 Determinación de las Fuentes de Información

A continuación se presenta las técnicas y herramientas a utilizar en cada fase del estudio de la Competencia, con lo cual se pretende recoger y analizar la mayor cantidad de información que nos permita delinear estrategias.

Fuentes de información:



8.10.6.2.1 ANTECEDENTES DEL MERCADO

Durante los últimos cinco años, el turismo ha tenido una participación sobresaliente en el PIB, destacándose el año 2005 con una participación record de 3.8%. Asimismo, su intervención ha sido por arriba de los productos tradicionales como el café, el camarón y el azúcar manteniéndose únicamente por debajo de las remesas familiares. Esta participación en el PIB y la contribución sustancial en



la mejora del ingreso de divisas son algunas de las principales razones por las cuales el actual gobierno salvadoreño ha optado por impulsar el turismo como sector estratégico para el desarrollo económico nacional. En este sentido, se puede decir que el turismo se ha convertido en un generador de nuevos empleos y en un medio para la contribución económica y el desarrollo social del país.

En El Salvador, el aumento de turistas fue del 19.5% con respecto al 2004. A pesar de los acontecimientos ocurridos (el huracán Stan y la actividad del Volcán Ilimatepec), la industria turística ha demostrado una resistencia y consolidación cada vez mayor o mejor. El impacto de los fenómenos naturales se superó en un corto plazo, a pesar de que difundieron a nivel internacional.

Los resultados obtenidos en el año 2004 en el flujo de la actividad turística en el país nos muestran que el turismo sigue en crecimiento de manera constante y progresiva. A ello se suma el decidido empuje brindado por la empresa privada, que ha visto en el turismo una herramienta importante para el desarrollo, generación de empleo y mejoramiento de las condiciones de vida, propiciando la sostenibilidad del sector.

El turismo de playa es uno de los más demandados a nivel mundial, es esa la razón por la cual los inversionistas extranjeros están tan interesados en este rubro.

En las épocas de temporada alta (Semana santa, fiestas agostinas, diciembre) es cuando más turistas se acercan a las diferentes playas del país, y no solamente los turistas nacionales sino también los extranjeros.

En El Salvador, las playas más visitadas por los turistas son las de La Libertad ubicadas en la zona central del país. Hay playas muy visitadas y también una gran variedad de restaurantes donde ofrecen el típico "caldo 7 mares"; cócteles de concha, camarón, mixto; ceviche; ostras y por supuesto, para acompañar la comida, cerveza, debido a que el consumo de mariscos es alto en el país.

Las playas como El Tunco o El Sunzal son ideales para practicar el surfing. Muchos europeos y estadounidenses han optado por visitar constantemente las playas salvadoreñas ya que han tenido muy buena experiencia con las olas de las playas del país, catalogadas entre las mejores del mundo para surfear.

En fin, en las playas salvadoreñas también se puede pescar, hacer surf, o simplemente tomar el sol. Toda la costa del país posee hermosas playas, desde Ahuachapán hasta La Unión. Cada una es especial, por su gente, sus aguas y la belleza de sus atardeceres.

8.10.6.3 IDENTIFICACION DE LA COMPETENCIA

El turismo de playa, se caracteriza principalmente por cumplir los requisitos del turismo de vacación, deporte y aventura, ya que busca un estado de relajación y adrenalina para cada turista que las visita.

En este tipo de turismo se busca sacar el mayor beneficio tanto los visitantes como las empresas encargadas de la atención y servicio en la zona, tales como los hoteles, restaurantes, centros recreativos, parques acuáticos, etc.

Para poder identificar el tipo de competencia, se deberá tener en cuenta las diferentes modalidades de turismo que se encuentran en el país, para este caso, se hará énfasis las características similares al turismo sol y playa, las microrregiones, rutas y destinos turístico que tenga estas características será nuestra competencia directa.

También existen los competidores indirectos, estos lo conformaran las modalidades como el ecoturismo con servicios, atractivos, o destinos turísticos que ofrezcan lagos, ríos, cascada, lagunas



características, alimentación y alojamiento, afines al turismo sol y playa. Por último los productos sustitutos las modalidades faltantes como el turismo de aventura, agroturismo, turismo urbano etc.

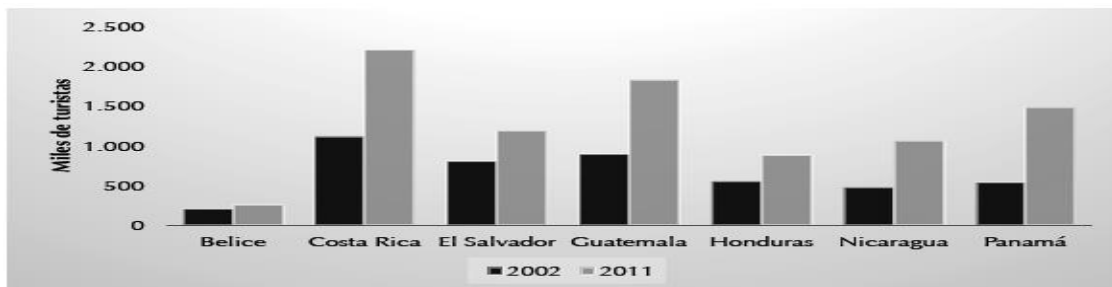
En Centroamérica, los países poseen mejores atractivos turísticos con las modalidades de turismo sol y playa, para esto caso Honduras y Nicaragua se considera la competencia más fuerte debido a la cercanía y con el cual se podría compartir mercado

8.10.6.4 *Ámbito Regional: Turismo Sol y Playa en Centroamérica*

Hablar de playas en Centroamérica es hablar de dos costas y de dos mares bien diferenciados, la Costa Oeste y la Costa Este, es decir, la costa del Océano Pacífico y la Costa del Caribe. Una más cálida, otra más húmeda, pero ambas con extraordinarias playas tropicales.

Durante la última década todos los países de Centroamérica incrementaron la cantidad de turistas. Para el año 2011 la región fue visitada por poco menos de 9 millones de turistas, aproximadamente el doble de los que recibía la región a inicios de la década anterior. En Panamá la cantidad de turistas más que se triplicó durante la última década, convirtiéndose en el tercer país de la región con mayor cantidad de turistas, solo superado por Costa Rica y Guatemala que concentraron en el 2011 el 45% del total de visitantes (Ver gráfico)

GRAFICA 12: Turistas que ingresan a cada país 2002 a 2011



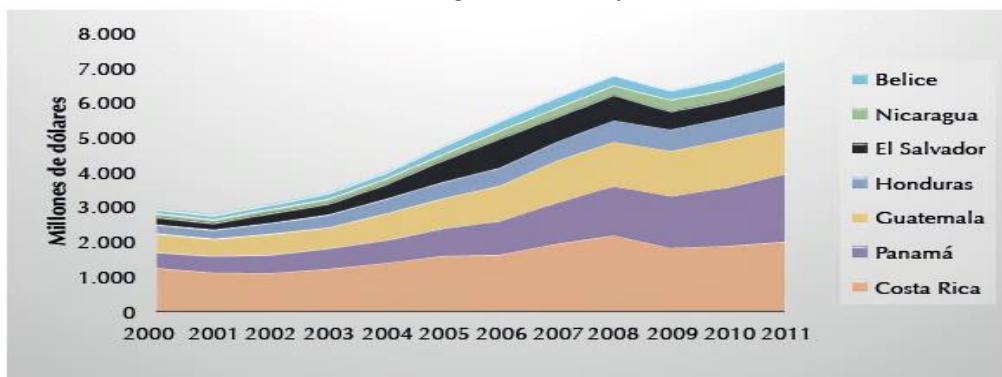
Fuente: Estadísticas de Centroamérica 2013, Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (Costa Rica)

En la última década los ingresos generados por el turismo más que se duplicaron. Pasaron de 2.947 millones de dólares en el 2000 a 7.208 mil millones de dólares en el 2011 (Ver Gráfico) El turismo representó en el 2011 el 5% del PIB regional.

En Panamá y Nicaragua su participación en el valor total de la producción de bienes y servicios se duplicó. Dentro de la región hay importantes asimetrías entre la cantidad de visitantes y los ingresos generados por el turismo. Mientras Panamá recibió en el 2011 el 17% de turistas que visitaron Centroamérica y obtuvo el 27% del total de ingresos regionales, Nicaragua recibió el 12% del total de visitantes pero obtuvo tan solo el 5% del total de las divisas generadas por el turismo a nivel regional.

A nivel intrarregional, los principales flujos de turismo y migración regular son de Nicaragua a Costa Rica y de Guatemala a El Salvador. En este último caso los flujos en el 2011 fueron cercanos a medio millón de personas. Guatemala es el país de Centroamérica que recibe la mayor cantidad de turistas provenientes de los países de la región (930 mil en el 2011)

GRAFICA 13: Evolución del ingreso de divisas por turismo 2000 a 2011



Fuente: Estadísticas de Centroamérica 2013, Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (Costa Rica)

La importancia relativa del turismo en la economía de los países de Centroamérica se resume en el cuadro que aparece a continuación:

Tabla 75: Importancia del turismo en la economía

País	Ingresos por turismo como porcentaje del PIB(2011)	Turistas que ingresaron(miles de turistas) (2011)	Total de divisas Generadas por turismo (millones de dólares)(2011)
Belice	20.2	250	292
Costa Rica	4.9	2.192	2.009
El Salvador	2.7	1.184	615
Guatemala	2.9	1.823	1.350
Honduras	3.6	871	639
Nicaragua	4.0	1.060	377
Panamá	6.3	1.477	1.926

Fuente: Estadísticas de Centroamérica 2013, Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (Costa Rica)

Como se ilustra, la mayoría de países de la región tienen varias características en común. Aparte del desafío de cambiar las imágenes que la mayoría de norteamericanos y europeos tienen del turbulento pasado de la región, también existe una clara oportunidad de consolidar y aprovechar los atractivos comunes a los distintos países.

Centroamérica está ubicada en un punto de enlace de dos destinos establecidos y competitivos: México y el Caribe. Todos compiten por una porción del mercado norteamericano europeo, y han destinado significativos recursos a sus esfuerzos promocionales. En la actualidad, la región centroamericana compite con México y el Caribe, pero más aún, cada país compite con los demás por lograr una mayor participación del mercado norteamericano. A continuación se procurará brindar argumentos que apoyen la idea de una unión centroamericana en cuanto a la promoción, como destino turístico unificado.

La competencia turística intrarregional en Centro América es una espada de doble filo. Por una parte, la competencia entre dos países del mismo mercado debería tener los mismos efectos



beneficiosos que la competencia entre dos compañías del mismo mercado: en particular, que la competencia estimula la innovación, y obliga a cada competidor a ser creativo en sus esfuerzos de mercadeo para alcanzar más eficazmente a los clientes. Sin embargo, la competencia no siempre es la forma más eficaz ni económicamente más eficiente de relación entre compañías o entre destinos turísticos. Investigaciones ha demostrado que el desarrollo turístico, en particular, es un área en la que, a menudo, la

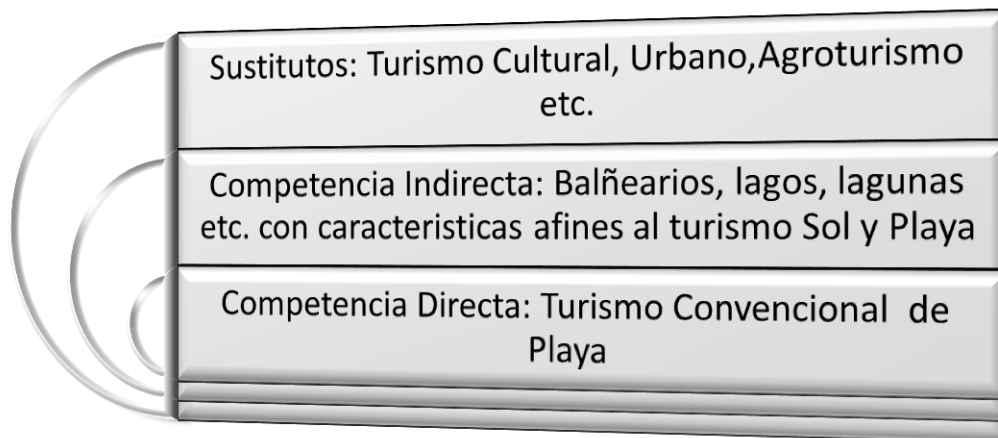
cooperación es más importante que la competencia.

Esto ocurre, especialmente, cuando los recursos de los dos países son sumamente limitados. En tal caso y en ciertas condiciones resulta estratégico cooperar y compartir recursos. Con la excepción de Costa Rica, la imagen de los destinos turísticos de Centroamérica sufre de falta de identidad en los principales países generadores de turismo. La conciencia del producto y la familiaridad de los turistas con los notables cambios que han ocurrido durante los últimos años son débiles. Desafortunadamente, ninguno de los países tiene suficientes recursos para combatir por sí solo este problema. Aunque tuvieran los recursos para resolver sus problemas de imagen, o si no existieran estos problemas, todavía persiste el problema de mercadeo y promoción estándar, y también, en este caso, los presupuestos en cada país son limitados. A causa de que los países buscan mercados similares con productos parecidos, es totalmente racional que mancomunen al menos algunos de sus recursos para tratar de alcanzar esos mercados.

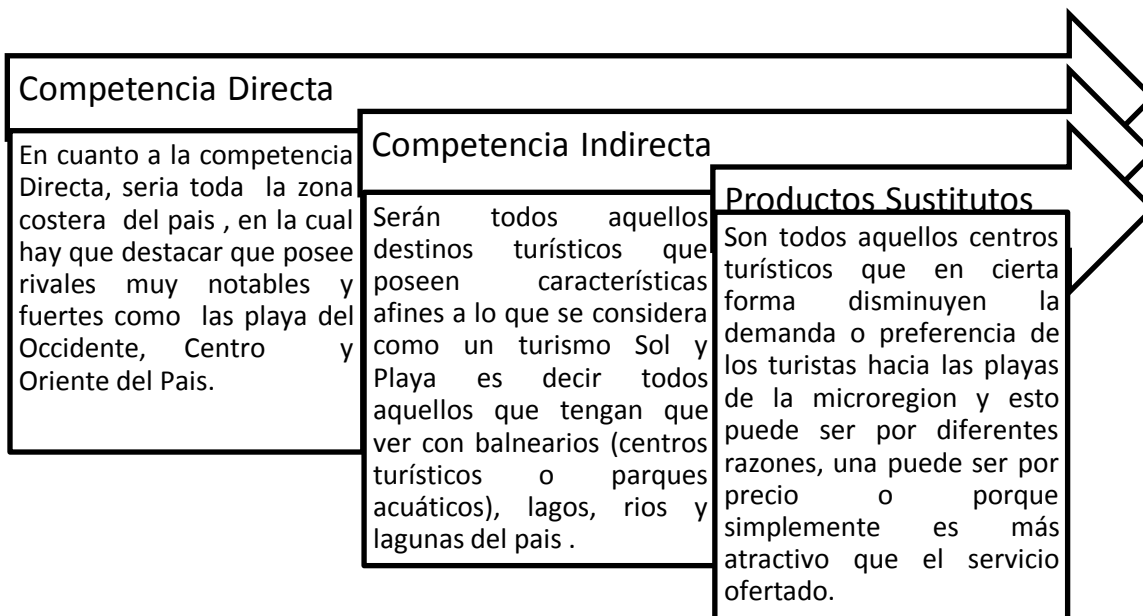
Esta es la razón básica para la integración regional del sector de turismo En resumen, la industria del turismo ha crecido en términos de llegadas de turistas y los ingresos que generan. Por otra parte, es una fuente importante de empleo. Sin embargo, el futuro del turismo de ocio en Centroamérica dependerá, en parte, de la preservación del medio ambiente y del impacto del cambio climático en la subregión. Los cambios en las condiciones actuales podrían alterar los ecosistemas frágiles y también las perspectivas de esta industria en el futuro. Es posible que el turismo intrarregional, que no se ha especializado en turismo de esparcimiento, se vea menos afectado por estos elementos climáticos que el turismo que se nutre de visitantes procedente de los Estados Unidos y Europa.

8.10.6.5 *Ámbito Nacional*

El mercado competidor se analizara de la siguiente manera:



ESQUEMA 8: análisis del mercado competidor

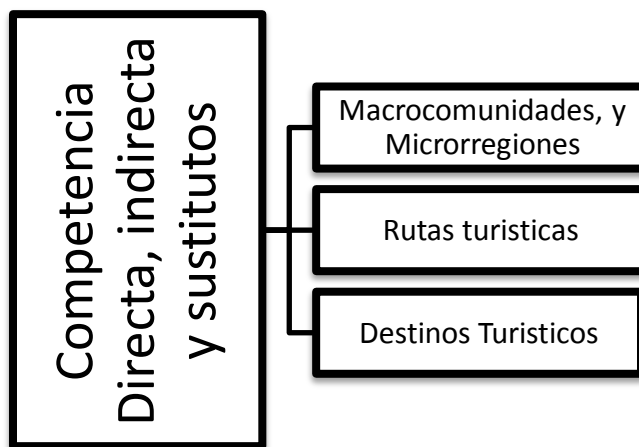


FUENTE: elaboración propia

En el Salvador existen organizaciones turística y de estas deberán identificarse la competencia directa, que será constituido por todas las mancomunidades, microrregiones o asociaciones de municipios que ofertan sus servicios turísticos relacionados con el turismo sol y playa a nivel nacional. Además existen rutas turísticas y destinos turísticos que habrá de tomarlos en cuenta para el análisis de la competencia de las playas de la microrregión Cumbres del Mar.

A continuación se muestra el esquema de cómo se definirá y analizará la competencia directa, indirecta y productos sustitutos.

ESQUEMA 9: análisis de la Competencia Directa, indirecta y sustitutos



FUENTE: elaboración propia

8.10.6.6 COMPETENCIA DIRECTA

En una competencia directa, los ofertantes de turismo se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe cierta cantidad de ofertantes que realizan el mismo servicio y la participación en el mercado está determinada por la calidad, precio y el servicio que se brinda al consumidor.

Definiremos a la competencia directa como todos aquellos destinos turísticos que se pueden clasificar dentro de las modalidades que pertenecen al turismo Sol y Playa que se están brindando en el país.

Definiremos a la competencia directa en 3 sentidos

- Macro comunidades y microrregiones
- Rutas turísticas
- Destinos Turístico

8.10.6.7 Competencia directa: Microrregiones

8.10.6.7.1 Microrregión Ahuachapán Sur

Cuenta con un plan estratégico elaborado en que dirige su actuar, constituyendo la principal herramienta de trabajo de las municipalidades. Ese plan considera los siguientes elementos:

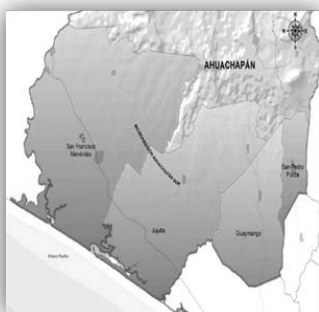
Misión

Gestionar los recursos del territorio de manera sostenible, potenciando el desarrollo económico social a través de la diversificación productiva, el turismo, con especial énfasis en la protección de los recursos naturales de nuestra región, promoviendo la integración y articulación de los esfuerzos de todos los actores claves de la región.

Visión

Somos una Asociación gestora del desarrollo local de nuestro territorio, promovemos el desarrollo sostenible, ofrecemos servicios con altos estándares de calidad a nuestros miembros. Nuestro territorio y nuestra Asociación se manejan con sostenibilidad económica y técnica.

Ubicación geográfica



La Microrregión Ahuachapán Sur conformada por cuatro municipios San Francisco Menéndez, Guaymango, San Puxtla y Jututla, se ubica en la zona occidental de la República de El Salvador, en el departamento de Ahuachapán, limita al norte con los municipios de Tacuba, Concepción de Ataco y Apaneca del departamento de Ahuachapán, al este con los municipios de Santa Catarina Masahuat, Santo Domingo de Guzmán y Acajutla del departamento de Sonsonate, al sur con el Océano Pacífico y al oeste con el municipio de Moyuta, del departamento de Jutiapa de la República de Guatemala.

Infraestructura y Servicios

- A diferencia de las otras unidades territoriales de la Región, ésta cuenta con una abundante red de servicios sanitarios de primer nivel: si bien San Pedro Puxtla y Guaymango poseen una sola Unidad de Salud cada uno, Jututla cuenta con 4 y San Francisco Menéndez con 6. Además, San Francisco Menéndez cuenta con una Casa de Salud y un Centro Rural de Nutrición. No obstante lo anterior, esta Unidad Territorial registra el tiempo más alto de viaje a un establecimiento de la red de servicios de salud.

- ☞ La tasa de analfabetismo de adultos de 15 años (37%) es la más alta de la Región, y el promedio de años de escolaridad (3 años) es el menor. Los niveles de inasistencia son los más altos de la Región para niños en edad de parvularia, y están entre los más altos para los jóvenes en edad de educación media.
- ☞ Los sistemas de abastecimiento de agua potable presentan serias deficiencias en la Unidad Territorial Ahuachapán Sur, a pesar de estar junto a una zona de alta recarga acuífera que incluye la cordillera de Apaneca y el bosque El Imposible. La cobertura de redes para el abastecimiento domiciliar es escasa, siendo numerosas las viviendas que se abastecen de agua potable por medios alternativos.
- ☞ Falta completar la red de energía eléctrica principalmente en la zona rural. Los sistemas de telefonía fija y celular tienen bastante cobertura y buen servicio. La disposición final de los desechos sólidos de los núcleos de San Pedro Puxtla, Guaymango y Jujutla se ha solucionado en base al relleno sanitario del municipio de Ahuachapán.
- ☞ La situación de los 4 municipios de la Unidad Territorial en el Mapa de Pobreza (2004) es la siguiente: San Francisco Menéndez está en un nivel moderado de pobreza extrema; Jujutla y San Pedro Puxtla están en un nivel alto; y Guaymango está en un nivel severo.

Empleo La Unidad Territorial presenta la mayor tasa de desempleo (11%) para mayores de 15 años, siendo menor en el área urbana (8%) que en la rural (12%). El promedio de remesas por hogar, para aquellos hogares que las reciben, es la más alta de la Región, lo cual puede explicar las elevadas tasas de desempleo por modificación del salario de reserva. No obstante, el ingreso familiar promedio es el más bajo de la Región, y el salario promedio de los ocupados es el segundo más bajo de la Región lo cual podría contribuir a la emigración hacia el exterior de la Unidad Territorial.

Geografía y Actividad Económica El elemento más preponderante es la existencia del Parque Nacional El Imposible, que presenta un rango altitudinal de 250 a 1425 msnm; al Gran Paisaje de Montañas Costeras y presenta la mayor diversidad de flora y fauna a nivel nacional; contiene nuevas especies de árboles para la ciencia y nuevos reportes de fauna para El Salvador (aves, mariposas); posee además especies en peligro de extinción local; alta producción hídrica; bellezas escénicas particulares; petrograbados y sitios arqueológicos del Postclásico e incluye espacios naturales en propiedad del Estado para asegurar su conservación como son: El Salto, El Cortijo, Aguachapío y Las Colinas.



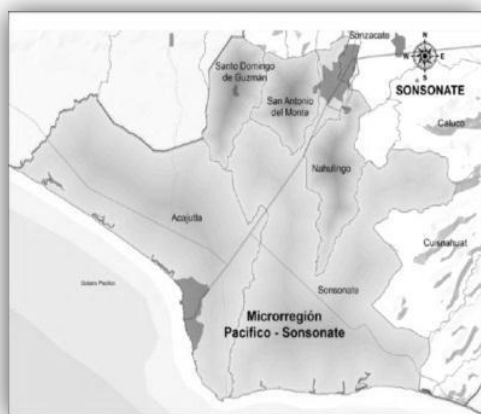
En cambio, Barra de Santiago es un Complejo de espacios que está compuesto por el manglar de Barra de Santiago y los bosques aluviales y riparios de El Chino, Cara Sucia y Santa Rita. La Barra de Santiago se sitúa en el litoral sur del departamento de Ahuachapán. En la zona litoral, los ranchos de los lugareños alternan con casas particulares y de veraneo y algunos pequeños hoteles y restaurantes. Corresponde al Gran Paisaje de la Planicie Costera; se incluyen áreas de valor cultural, como Cara Sucia: Centro Regional Prehispánico. La vegetación predominante es manglar, pero también incluye un bosque de transición salado-dulce, bosque subperennifolio, bosque de galería y palmar.

Zona Turística Además, las cotas altas montañosas de los municipios de San Pedro Puxtla, Guaymango y Jujutla, por encima de las cabeceras municipales, están cubiertas de cafetales bajo sombra en prolongación de los de Apaneca y Concepción de Ataco. La zona cuenta con la

particularidad de ser fronteriza con Guatemala mediante el cauce del río Paz que nace en las montañas de Quezalapa, departamento de Jutiapa (Guatemala). Tiene un recorrido de 54 km y en su tramo bajo sirve de línea divisoria entre El Salvador y Guatemala, aunque en su recorrido final se debe considerar un curso divagante. El río ofrece, además de un atractivo entorno, posibilidades para disfrutar de actividades náuticas en distintos lugares de su curso, y pozas y remansos apropiados para el baño, principalmente en la barra de su desembocadura, cerca de la cual a 4 km al este se encuentra la barra Garita Palmera: dos barras de fácil acceso y de una belleza salvaje impresionante. La Carretera del Litoral separa las zonas de montaña y la planicie litoral y sirve para facilitar el acceso desde Guatemala y las zonas urbanas de Sonsonate y San Salvador, además de cumplir la función de conectar los municipios.

8.10.6.7.2 Microrregión Pacífico Sonsonate

Ubicación Geográfica



La Micro región del Pacífico está ubicada en el departamento de Sonsonate, en la zona Occidental del país. Integrada por los municipios de Sonsonate, Acajutia los dos más importantes del departamento, cabecera departamental y puerto marítimo respectivamente, Sonzacate, San Antonio del Monte y Nahulingo. Cuenta con una extensión territorial de 468.05 Km². de a cual el 97.21% es rural; sin embargo, el área urbana 2.79% concentra una fuerte actividad política, económica, social y cultural, sobre todo de los municipios de Sonsonate, Sonzacate, San Antonio del Monte y Nahulingo.

Infraestructura y servicios

- ☛ Para el año 2006, la Unidad Territorial contaba con 1 hospital nacional y 8 unidades de salud (al menos 1 por municipio; 2 en Sonsonate y 2 en Acajutla). Esto lleva a un promedio de 36 minutos de viaje a dicha infraestructura, inferior a los promedios regional y nacional. Las infecciones respiratorias agudas y las diarreas fueron las causas de morbilidad más comunes.
- ☛ Según el censo de 2009, la infraestructura de educación parvularia a media en la Unidad Territorial se compone de unos 158 centros escolares. A lo anterior, se sumaban 3 Universidades y 1 Instituto Tecnológico. Dicha disponibilidad de servicios educativos ha contribuido a que la Unidad Territorial posea el menor porcentaje de analfabetismo (19%) en habitantes de 15 años y el más alto promedio de escolaridad de la Región (6 años: 8 en área urbana y 5 en área rural).
- ☛ En cierta manera los municipios de esta Unidad Territorial tienen desarrollada la recolección de las aguas servidas por alcantarillas, pero carecen de sistemas de plantas de tratamiento y disposición final adecuada de ellas, debiendo enfatizarse la necesidad de ampliar e instalar una plena red de recolección de aguas servidas. En general se manejan las alcantarillas de aguas lluvias sin mayores problemas de inundación, pero hay que atender problemas puntuales entre Sonsonate y Nahulingo.
- ☛ El servicio de energía eléctrica en los cascos urbanos es muy bueno en calidad y cobertura, pero en la parte rural la cobertura se reduce a cerca del 80%.

Geografía y Actividad Económica

Esta zona es una prolongada franja que se extiende desde el río Paz, a lo largo de las tierras bajas costeras, hasta el límite con el departamento de La Libertad. Comprende la parte sur de los municipios de San Francisco Menéndez y Jujutla, casi todo el municipio de Acajutla, la parte sur de Sonsonate. Se caracteriza por la presencia de manglares y estuarios. Los manglares de Garita Palmera, Barra de Santiago, Metalío y Barra Salada, son considerados áreas naturales protegidas y suman más de 2,940 ha. Incluye además bosques aluviales o bosques siempre verdes, ubicados en zonas de constante inundación, los cuales tienen una extensión de 292 ha; el principal es el área natural protegida de Santa Rita. Por otra parte los bosques de galería suman una extensión de 1,413 ha. Toda la Planicie Costera de la Región de Sonsonate se ubica en dos principales áreas de conservación: Área de Conservación El Imposible-Barra de Santiago y el Área de Conservación Los Cóbano.

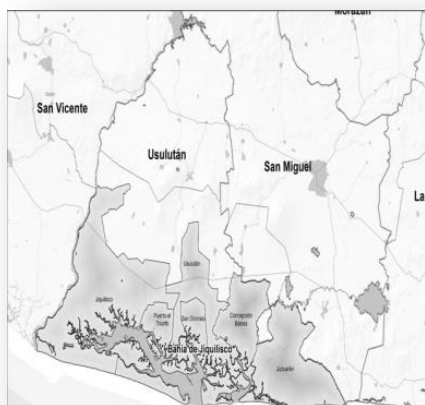


Los Cóbano, una de las áreas marinas más importantes y ricas en diversidad biológica del Pacífico oriental y el primer Parque Nacional Marino de El Salvador, el cual es uno de los sitios más diversos; hasta la fecha se han registrado 1,032 especies desde la zona intermareal, esto incluye invertebrados, vertebrados y vegetación arbórea. El área de conservación Los Cóbano se encuentra conformada por los municipios de Acajutla, Caluco, Cuisnahuat, Santa Isabel Ishuatán y Sonsonate. Los espacios protegidos del área de conservación Los Cóbano son de carácter costero y de particular relevancia por contener la única formación arrecifal entre México y Costa Rica, así como bosques secos y vegetación de farallón. Incluye el Parque Marino Los Cóbano, humedales y morrales de la llanura aluvial de Sonsonate, El Zope, manglares de río Banderas, Las Bocanitas, Las Cañas; también se asignan a esta 199 área de conservación algunos espacios integrados en la Baja Montaña del Bálsamo.

8.10.6.7.3 Microrregión Bahía de Jiquilisco

INFORMACIÓN GENERAL

- 🌀 Nombre oficial: Asociación Bahía de Jiquilisco
- 🌀 Municipios integrantes: Puerto El Triunfo, Jiquilisco, Usulután, San Dionisio, Concepción Batres, Alegría
- 🌀 Extensión Territorial: 883.86 Km²
- 🌀 Población: 163,859 habitantes



Hidrografía. La bahía se enmarca entre las cuencas de los Ríos Lempa y Grande de San Miguel y la Región del Río Grande de San Miguel y los ríos El Arco, El Convento, La Ringlera, Seca y Murguía. La primera cuenca, se caracteriza por ríos de corto recorrido con abundancia de aguas subterráneas como consecuencia de que su zona de recarga la constituyen los Volcanes de Usulután y San Miguel; tiene una superficie de 971 km² y sus ríos principales son El Espino, El Potrero, Nanachepa, Aguacayo, El Cacao, Chahuantique, El Quebrado, y el Molino. La cuenca del Río Grande de San Miguel tiene una superficie de 2,246.8 km² y su curso principal mide 126.5 km.; sus afluentes principales son los ríos: Seco, Villerías, Los Amates, San Antonio, Chávez o Guayabo, San Esteban Taisihuat,

Ereguayquín, Papalón, Miraflores y Chilanguera.

Ecosistemas y biodiversidad: El sector de la Bahía de Jiquilisco ha sido declarado como Reserva de la Biosfera y es una llanura aluvial dominada por esteros y manglares. Esta zona que comprende 101.607 hectáreas, contiene una diversidad de ecosistemas terrestres y marinos y la zona de manglar más grande de El Salvador. Aunque tiene un marcado carácter agrícola, también incluye importantes espacios de interés natural, como es el caso de las áreas protegidas de Chaguantique (65.7 has.) y Nancuchiname (580 has.) y de la isla de San Sebastián (321,1 has.), además de las áreas propuestas del Manglar de la isla de Montecristo (3,544.6 has.) y de Normandía (729 has.). Los manglares de la Bahía de Jiquilisco se halla la mejor representación de todo Centroamérica (18,998 has.). Como síntesis de la importancia y fragilidad de esta zona se puede señalar que en la Bahía de Jiquilisco existen 77 especies identificadas como de preocupación especial, reportadas a nivel nacional como amenazadas o en peligro de extinción.

Problemática ambiental: En el sector de la Bahía de Jiquilisco se detectan importantes problemas que afectan al medio físico y natural. Esta afección es especialmente relevante si se considera el alto valor ambiental que tiene esta zona, declarada sitio Ramsar y Reserva de la Biosfera. La deforestación en la cuenca y la expansión de los cultivos de granos básicos y pastos favorecen la erosión y arrastre de sedimentos que afectan a la estabilidad del manglar. Asimismo, la extracción de leña y madera y la ocupación de tierras, como en el caso de la Isla de San Sebastián, pueden afectar a la conservación de los hábitats de bosques y matorrales. Además de la expansión de la frontera agropecuaria en el borde del manglar, la introducción de salineras y camaronerías, ha supuesto la pérdida de bosque dulce y manglares. En este sentido, el MARN está trabajando en la ordenación y legalización de estas explotaciones, además de en la delimitación del ámbito del manglar para evitar mayores ocupaciones.

Aspectos relevantes al turismo: En el sector de la Bahía de Jiquilisco los activos ambientales con potencial para el desarrollo del turismo son todavía mayores que en la zona costera de La Libertad. La Bahía de Jiquilisco es parte de la Reserva de la Biosfera y Sitio Ramsar Xirihualtique-Bahía de Jiquilisco y con 63,500 hectáreas representa la mayor extensión de agua salobre y bosque salado de El Salvador, lo que le otorga un atractivo excepcional. Comprende estuarios y canales, dunas de arena y playas, islas, bosques estacionalmente saturados conectados a los manglares, bosques semisaturados de árboles de mangle dulce (*Bravaisia integrifolia*) que se encuentra en pocos bosques inundables del país. El mangle rojo gigante (*Rhizophora harrisonii*) es también especialmente raro en el país.

Áreas protegidas: Las categorías de protección establecidas en la Ley de Áreas Naturales Protegidas son ocho: Reserva Natural, Parque Nacional, Monumento Natural, Área de Manejo de Hábitat, Paisaje Protegido, Área Protegida de Recursos Manejados, Área de Protección y Restauración y Parque Ecológico. En cuanto al estado de las ANP del ámbito del Programa, únicamente Chaguantique (2008), Complejo Nancuchiname (2010) y la Isla de San Sebastián en 2007 (Jiquilisco), en el Área de Conservación de la Bahía de Jiquilisco, se hallan declaradas conforme a la Ley. El resto son ANP propuestas, aunque al tratarse de terrenos de titularidad pública (o al menos no registrados como privados, como sucede con los manglares), pueden considerarse como protegidos de facto, pero no han sido objeto de declaratoria legal alguna. La gestión de las áreas naturales protegidas se ordena a través de los correspondientes planes de

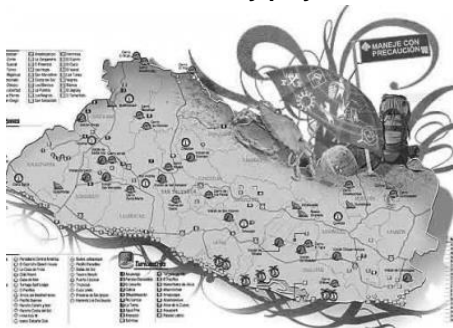
manejo y planes operativos, tal como señala el artículo 17 de la Ley de Áreas Naturales Protegidas. En el ámbito del Programa no se ha aprobado todavía ningún plan de manejo.

8.10.6.8 Análisis de las mancomunidades y microrregiones

Microrregión	Organización	Servicios públicos	Infraestructura Turística	Promoción y Publicidad
Ahuachapán Sur	Plan estratégico, Alta organización	Servicio Básicos deficientes	Diversidad de tipos de turismo	Atractivos turísticos con publicidad del Minec(Pueblos Vivos)
Pacifico Sonsonate	Poca organización	80 % de los servicio públicos	Cuenta con áreas, protegidas, diversidad de servicios turísticos	Poco publicidad
Cumbres del Mar	Bajos niveles de organización comunitaria	%60 cobertura energía eléctrica, 50% cobertura de aguas negras	Concentración al Turismo Sol y playa	No reconocida como región, pero son muy famosos sus atractivos
Bahía de Jiquilisco	Alta organización	Servicio de aseo Alto, Cobertura eléctrica media, Cobertura de agua potable baja calidad	Ecoturismo y áreas protegidas, diversidad de tipo de turismo	Reconocida como microrregión

8.10.6.9 Competencia directa: Rutas turísticas

8.10.6.9.1 Ruta sol y playa



El Salvador posee una costa de más de 300 kms de extensión, en la que se encuentran bellísimas playas de arenas doradas y negras, aguas muy amigables todo el año, olas para surfing de calidad internacional, arrecifes rocosos para el buceo y snorkeling, una hermosa bahía y esteros con oleajes suaves, excelentes para deportes acuáticos.





Playas de Zona Oriental: Bahía de Jiquilisco: Bello lugar para navegar, ir mar afuera, sitio Ramsar y reserva de la Biósfera, Playa El Espino; De las más extensas del país, con oleaje amigable, y amplia playa para deportes como Volley

Ball de playa, Football etc. Playa Las Flores : Excelentes olas para el surfing , El Cuco ; bella playa para disfrutar en familia, Playas Las Tunas ideal para snorkel, El Tamarindo; con oleaje suave y posibilidad de navegar ó remar.

Playas de Zona Central: Estero de Jaltepeque y Costa del Sol ; excelente oferta de servicios tours a manglares y pezca de marlin y dorado , La Libertad ; Con un Complejo Turistico muy moderno y amplia oferta gastronómica

Playas Zona Occidental: Los Cóbanos : Arena Dorada y El arrecife rocoso paraíso de los buceadores, Puerto de Acajutla , Metalío playa clásica con fresca gastronomía , Barra de Santiago con su bello estero y manglares. En el país existen tres zonas de manglares que son: Estero de la Barra de Santiago, Estero de Jaltepeque y la Bahía de Jiquilisco, en estas zonas y en la bahía usted puede practicar deportes como el ski acuático, natación, navegación, kayaking, snorkeling, pesca artesanal y deportiva u otras actividades acuáticas, así como ir mar afuera a través de sus bocanas. Todas las playas de El Salvador tienen excelentes accesos a través de calles pavimentadas, en muy pocas habrá que recorrer muy breves espacios de carreteras de tierra, la carretera costera (litoral) conecta con todas las playas, se puede cruzar toda la costa de salvadoreña en 5 ó 6 horas sobre esta carretera, en ella tendrá impresionantes vistas del océano pacífico y en esta ruta encontrará muchos restaurantes con frescos productos del mar como; ostras, langostas, camarones, pescados, calamares, pulpos, caracoles u otras exóticas comidas del mar.

8.10.6.10 Competencia directa: Destinos turísticos

PLAYAS DE LA ZONA COSTERA	DESCRIPCION
PLAYAS DE LA ZONA OCCIDENTAL	
<p>La Barra de Santiago, Ahuachapán</p> 	<p>Esta playa se encuentra ubicada en el departamento de Ahuachapán, ofrece diversos productos del mar y permite el contacto con el océano y el estero. En el estero se puede practicar la natación, el kayaking, velerismo, ski acuático y se puede ir mar afuera en marea alta a través de la bocana de El Zapote. Además ofrece guías turísticas, viveros de tortugas marinas y pez machorra (en peligro de extinción)</p>
<p>Playa Metalio, Sonsonate</p> 	<p>Esta es una playa clásica de arena negra y aguas cálidas. Ubicada en el Departamento de Sonsonate, y muy cercana al Puerto de Acajutla, ofrece muchos restaurantes pequeños que ofrecen mariscos frescos. El lugar es ideal para los amantes de la fotografía, ya que todo el año se pueden apreciar los bellísimos atardeceres.</p>
<p>Playa los Cóbanos, Sonsonate</p> 	<p>Esta es una bella playa de arrecifes rocosos y arena blanca, excelente destino para aficionados al buceo. En la época de verano, ofrece tours de buceo que parten del muelle artesanal de Acajutla. Estos duran de 4 a 5 horas y se adentran entre 5 y 10 kilómetros en el mar. Las inmersiones son de 20 a 30 metros de profundidad.</p>
PLAYA DE LA ZONA CENTRAL	
<p>Playa La Paz, Punta Roca , La Libertad</p> 	<p>Esta playa es un destino especial para los aficionados del surf; en ella se realizan importantes campeonatos a nivel latinoamericano. Aquí se encuentra una gran variedad de servicios turísticos como restaurantes, alojamientos, instructores de surfing y kayaking y más. Por su cercanía al muelle de La Libertad, se pueden adquirir productos del mar recién desembarcados por los pescadores artesanales.</p>
<p>Playa San Diego, La Libertad</p>	<p>Playa de San Diego está ubicada en La Libertad, El Salvador con espacio más de 7 kilómetros de extensión, ideal para deportes de playa como jogging, volley ball ó foot ball de playa , caminar ó</p>

	<p>simplemente broncearse. Su oleaje es gentil.</p>
<p>Playa El Tunco, La Libertad</p> 	<p>Caracterizada por su arena negra, sus magníficas olas y variada vida nocturna, La Playa El Tunco es uno de los destinos más visitados por aquellos que aman el surf y la diversión nocturna. A 37 kilómetros de San Salvador, la playa ofrece magnificas olas para la práctica de surf, profesionales de este deporte. También ofrece después de la puesta de sol, una oportunidad de disfrutar música en vivo, especialmente “batucadas”, sin mencionar los varios restaurantes, bares hoteles y hostales, que hay en la zona.</p>
<p>Playa la paz, Puerto de la Libertad, La Libertad</p> 	<p>Esta playa resultará especialmente excitante para los aficionados al surfing. Aquí se desarrollan importantes campeonatos a nivel latinoamericano. Además el visitante encontrará abundante y variada oferta de servicios turísticos como restaurantes, alojamiento e instructores de surfing y kayaking. Asimismo, los aficionados a la pesca pueden rentar una lancha.</p>
<p>Bahía de Jiquilisco</p> 	<p>La Bahía de Jiquilisco es un área de manglares y bosques salados, refugio de aves como garzas y gaviotas. Las aguas de la bahía también son ideales para practicar deportes como ski, snorkeling, kayaking, windsurfing, navegación y pesca. La Bahía de Jiquilisco es un destino muy apreciado tanto para la observación de aves como para la práctica del eco-turismo.</p>
<p>Playa el Cuco, San Miguel</p> 	<p>Playa El Cuco, Orgullo de Oriente, Ubicada a 35 Kilometros de San Miguel y a 175 Kilometros de San Salvador. Un paraíso tropical en la costa salvadoreña, la calidez de su gente hace de esta playa unas de las preferidas por los salvadoreños, y turistas desde diferentes partes del mundo; ya sea para practicar deportes extremos como el surfing o disfrutar de relajantes vacaciones.</p>
<p>Playa las flores, San Miguel</p> 	<p>A sólo 2 horas al este del aeropuerto de San Salvador, ubicado en San Miguel, esta una joya escondida conocida como Playa Las Flores. Las Flores es una escala espectacular, natural, rodeado por la topografía grave y densa flora tropical, una playa de aguas blancas y las ondas de detonación en el fondo. Un paseo en cualquier dirección a lo largo de la apartada playa cuenta con impresionantes formaciones rocosas y numerosas pozas de marea.</p>
<p>Golfo de fonseca, La Union</p> 	<p>Entre las fronteras de Honduras, El Salvador y Nicaragua, el Océano Pacífico forma el Golfo de Fonseca, descubierto en 1522 por el piloto mayor Gil González de Ávila. En el seno del Golfo, se aloja un archipiélago volcánico, cuyas principales islas son Zacate Grande, El Tigre, Güegüensi y Exposición, que pertenecen a Honduras; Rocas Desnudas, Aislas y Los Farallones, que pertenecen a Nicaragua; y las islas Meanguera, Meanguerita (Pirigallo), Conchagüita, Punta Zacate o Zacatillo, Martín Pérez y otras menores, que pertenecen a El Salvador.</p>

8.10.6.11 **COMPETENCIA INDIRECTA**

Los competidores indirectos serán todos aquellos destinos turísticos que poseen características similares al turismo sol y playa, es decir los parques acuáticos, lagos, lagunas, cascadas, aquellos recursos turísticos donde se realicen actividades de esparcimientos a fines al turismo sol y playa.

8.10.6.12 **Competencia indirecta: Rutas Turística**

8.10.6.12.1 **Ruta Mil Cumbres**

Actualmente El Salvador ofrece tanto a los turistas nacionales como internacionales rutas turísticas, actualmente cuenta solo con la Ruta Mil cumbres, con características similares al turismo sol y playa.

Pintorescos del occidente montañoso de El Salvador. En la Ruta encontrarás artesanías auténticas, arquitectura colonial, comida típica, vistas exquisitas a bosques, lagunas, cafetales y sitios arqueológicos. La Ruta de las Mil Cumbres asciende desde la planicie costera oriental hasta la cumbre de la Sierra Tecapa.



Esta zona del país, ofrece maravillosos paisajes hacia la costa.

Se puede encontrar fauna y flora muy propios de la región y se puede llegar a la Laguna de Alegría, a la que también se le llama “La Esmeralda de América” por sus bellos colores, que se deben a las emanaciones sulfurosas de su origen volcánico. Algunos de los tour que ofrece esta ruta se encuentra: **Visita a los viveros, observacion del paisaje, senderismo, actividades de baño, visita a la laguna, deportes acuáticos, turismo nautico, visita a lagina**

Entre los competidores indirectos atractivos turísticos están:

- ☞ Parques acuáticos administrados por el ISTU
- ☞ Parques acuáticos por administración privada
- ☞ Lagos y Lagunas
- ☞ Cascadas.

A continuación se describen cada uno de estos atractivos turísticos:

8.10.6.13 **Competencia indirecta: Parques Administrados por el ISTU**

Sihuatehuacan

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

Recursos Naturales

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



<p><u>Atecozol</u> Su nombre en náhuatl significa: “Cuna del Señor de las Aguas”. Este lugar se encuentra ubicado en la Ciudad de Izalco, en el Departamento de Sonsonate a 58 kilómetros de la capital de San Salvador. Recursos Naturales Es uno de los Parques Recreativos más atractivos con los que cuenta El Salvador, tiene una extensión de 24 manzanas, el cual está rodeado de exuberante vegetación y arbórea en donde domina el bálsamo desarrollado en forma natural.</p>	
<p><u>Agua Fria</u> Este parque Acuático agua Fría, fue inaugurado en marzo de 1977 y su nombre proviene del río con el mismo nombre, el cual atraviesa la propiedad del ISTU y abastece además las piscinas del Parque. Recursos Naturales Este hermoso Parque Natural cuenta con un área de 42 manzanas de terreno, en él se desarrolla un área de bosques de teca, sitio ideal para la familia donde también se puede disfrutar de deliciosas aguas en la “Posa Fría”.</p>	
<p><u>Los Chorros</u> Se encuentra ubicado a 18 kilómetros al oeste de San Salvador, estuvo cerrado por casi 7 años debido a los terremotos del 2001, su inauguración fue 13 de marzo del 2008. El Parque cuenta con 4 piscinas de agua completamente natural. Recursos Naturales Cuenta con un área de 12 manzanas, es uno de los Parques Acuáticos que posee una belleza natural única, su nombre se debe a la existencia de gran cantidad de nacimientos de agua debido a las filtraciones de aguas lluvias en el Volcán de San Salvador.</p>	
<p><u>Toma de Quezaltepeque</u> Su nombre cuenta con diversos significados en náhuatl entre ellos: “Cerro Montañas de Quetzales” como también “Ciudad Preciosa” o “Lugar hermoso”. Este paraje está situado al Noroeste de la ciudad de Quezaltepeque en el departamento de la Libertad, ubicado a una distancia de 25 Km, de la capital de San Salvador. El Parque Recreativo tiene un área de 82 manzanas, contando con un potencial natural relevante ya que se ubica sobre un manto de lava o roca volcánica.</p>	
<p><u>Altos de la Cueva</u> Este Parque esta localizado en los márgenes del Río Grande del departamento de San Miguel, a una distancia de 142 kilómetros al oriente de la ciudad capital posee un clima cálido de 103 metros sobre el nivel del mar. En el año de 1957, por decreto legislativo fue declarado de utilidad pública para las construcción de un parque nacional. Altos de la Cueva, cuenta con una extensión de 27 manzanas, de las cuales 20 son de bosque.</p>	

<p><u>Costa del Sol</u> La Costa del Sol está situada en el Cantón San Antonio de Los Blancos en San Luis La Herradura, Departamento de la Paz, en la zona costera del mismo nombre a 65 Kms. de la ciudad capital. En los últimos años la playa de la Costa del Sol, se ha modernizado a pasos agigantados, ofreciendo una variada infraestructura hotelera, muy visitada por turistas nacionales y extranjeros, los cuales disfrutan de un paraje inolvidable.</p>	
<p><u>Apulo</u> Apulo significa en náhuatl: "Lugar que se hunde en el agua". Este sitio se encuentra ubicado en el Cantón Dolores Apulo, jurisdicción de Ilopango en el departamento de San Salvador. El lago de Ilopango de 72 Km.2, está entre los departamentos de San Salvador, Cuscatlán y La Paz. El lago de Ilopango es de origen volcánico. En los merenderos se puede disfrutar de un succulento platillo típico como: La Mojarra deshuesada, además de diferentes mariscos y platillos tradicionales, los cuales son preparados con un alto nivel de calidad.</p>	
<p><u>Laguna de Apastepeque</u> Esta Laguna descansa sobre un cráter de explosión volcánica en la parte nor-central del Departamento de San Vicente, con un área de 1.5 manzanas. Algunas especies vegetales típicas de esta zona de vida son: la Ceiba, Maquilishuat y Cedro Real, entre otros. Se encuentra ubicado en San Vicente en el cantón Apastepeque a 64 kilómetros de la ciudad capital.</p>	
<p><u>Amapulapa</u> El nombre en náhuatl significa: "Riío donde se hundan los Amates". Y está ubicado cerca de la ciudad de San Vicente a 60 kilómetros al oriente de San Salvador. Este paraje recreativo tiene una extensión de 33 manzanas y la riqueza de este parque natural se encuentra en su suelo de origen volcánico dominado por cenizas y lava. En él afloran muchos nacimientos de agua de los cuales se nutre el mismo, la flora está caracterizada por los Amates, los cuales embellecen el lugar.</p>	
<p><u>Ichanmichen</u> Su nombre en náhuatl significa: "Morada de los Pececitos" o "La Cueva de los Pececitos, está ubicado a 52 kilómetros de la ciudad de capital por la autopista de Comalapa Zacatecoluca. Cuenta con un área de 43 manzanas, en donde su mayor atractivo son sus tres estanques de nacimiento naturales, en donde los visitantes disfrutan observando la diversidad de peces que posee.</p>	

8.10.6.14 Competencia indirecta: Parques Acuáticos de administraciones privadas

- La montaña Acuática Park, S.A. de C.V.

Es un Centro de Recreo Familiar 100% ecológico con área superficial de 100,000 V2 completamente engramadas y arborizadas, con árboles de Coco y otros frutales; también cuenta con algunos árboles centenarios, 2 piscinas grandes y una piscina pequeña para niños todas llenas con agua natural del vertiente de la Montaña. 10 manzanas de terreno, a sólo 25 minutos de San Salvador. Gigantescos toboganes, Habitaciones, 2 ranchones con capacidad para 300 personas cada uno, con todas sus comodidades, para cualquier tipo de eventos sociales, entre otros.



● **Termos del río**

Termos del río un centro turístico que nació en 1999, que se ha vuelto muy popular entre todos los Salvadoreños. Termos del río tiene un contacto directo con la naturaleza las piscinas de la parte de abajo son de aguas termales; tienen la diversión asegurada tanto como para niños, jóvenes, adultos en fin para todo tipo de personas ya que cuenta con áreas idóneas para cada tipo de personalidad y para cada tipo de edad. La extensión territorial de termos del río es bastante amplia ya que cuenta con 22 manzanas distribuida podemos encontrar canchas de fútbol de basketball, de volleyball y de softball.



● **Manantiales de la montaña**

Parque Acuático Manantiales de la Montaña, es un sitio turístico que posee unos miradores hacia la zona baja del departamento de Chalatenango y el Lago Suchitlán. Manantiales de la Montaña se encuentra ubicado a una altura de 900 metros y a una distancia de tres kilómetros del área urbana de Dulce Nombre de María. Manantiales de la Montaña cuenta con una extensión de aproximadamente 10 manzanas de terreno montañoso las cuales están cubiertas de bosques de pinos y cipreses y en las que se pueden realizar caminatas; dentro de sus instalaciones encontrará dos piscinas, una grande para adultos y una más pequeña para niños, ambas con toboganes. El agua de las piscinas se obtiene de un manantial natural que baja de los cerros aledaños, de ahí proviene el nombre del parque acuático.



● **Entre ríos**



La ciudad de Caluco, a tan sólo 40 minutos de San Salvador, se encuentra Eco Parque Acuático "Entre Ríos". Inmerso en 12 hectáreas de exuberante vegetación, combinando piscinas, toboganes gigantes, piscina de aguas termales, merenderos, zoológico y acuario para pesca. Las piscinas son alimentadas por nacimientos de agua, lo que garantiza que el agua corre libremente, brindando un ambiente de frescura y limpieza. Cuenta con servicio de vigilancia privada. Asimismo tienen juegos interactivos, áreas techadas para descanso a orilla de las piscinas. También se puede degustar diferentes platillos en los 3 merenderos disponibles, algunos de los cuales cuentan con televisión.

● **Manantiales de Jiboa**

Específicamente en el departamento de la Paz, se encuentra ubicado el parque acuático Manantiales de Jiboa. Este parque cuenta con modernas instalaciones y diversas formas de recreación para pasar un día de diversión y olvidarse del estrés de los trabajos, colegios, empresas, etc. Este centro recreativo cuenta con áreas engramadas y arborizadas para el picnic, camping, o simplemente para el



descanso, piscinas de aguas naturales con tobogán, piscinas, trampolín y piscinas para niños con juegos recreativos.

● Parque Acuático Atlantis

Atlantis está ubicado en el kilómetro 51 de la carretera a la playa costa del sol, en el departamento de la Paz, El Salvador, C.A. a 15 minutos del aeropuerto internacional. Tiene fantásticos juegos y entretenimientos.



La entrada general sin ningún paquete es:

- ☞ \$8 adultos (de 12 años en adelante)
- ☞ \$5 niños (de 4 a 10 años)
- ☞ Derecho a uso de nuestras instalaciones (balsas, piscinas y toboganes) consumo adentro de nuestras instalaciones

● Centro Recreativo ACALI

El Centro Recreativo ACALI se concreta en el año 2009 como producto de un sueño iniciado 10 años atrás, desde entonces en un proceso de mejoramiento continuo que aún está en marcha. El sueño de ACALI ha sido apoyado entre otras organizaciones y personas, por la ONGD Manos Unidas, organización española a la que se le tiene un gran aprecio y se le reconoce su labor de las causas justas. En la actualidad ACALI cuenta con los siguientes servicios: Hostal, Restaurante, 4 Piscinas amplias (2) para adultos y (2) chicos, Salón de Usos Múltiples Extenso paqueo, Atención a eventos especiales, Seguridad garantizada.



8.10.6.15 Competencia indirecta:

Además como competencia directa se tiene a las cascadas, lagunas y lagos que posee el país, a continuación se mencionan algunos de los sitios más visitados por los turistas.

Cascadas	Lagunas	Lagos
Chorros de la Calera, Juayúa	Olomega, San Miguel	Guija, Santa Ana
Cascada de Tamanique Libertad	Alegría, Usulután	Coatepeque, Santa Ana
La cascada el Perol, Morazán	Laguna el Espino, Ahuachapán	
Cascada la Golondrinera, Sonsonate	Laguna Apastepeque, San Vicente	Ilopango, San Salvador
Salto tepe chapa, Sonsonate	Lago Suchitlan, Cuscatlán	

8.10.6.16 COMPETENCIA SUSTITUTA

8.10.6.16.1 Competidores sustitutos: destinos turísticos

8.10.6.16.1.1 Ecoturismo

Se refiere aquellos destinos que tiene como finalidad realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento sobre naturaleza a través del contacto con la misma. Entre algunos destinos turísticos ecológicos se encuentra los siguientes:

DESTINOS TURISTICOS

DESCRIPCION

Complejo Los Volcanes Santa Ana



El Parque Nacional Los Volcanes se ubica en el extremo oriental de la Cordillera Apaneca-Illamatepec, formada por unos 14 volcanes geológicamente jóvenes (entre 2 millones y 250 años), que van desde el volcán Cerro Grande de Apaneca hasta la Caldera del Lago de Coatepeque, en la región centro-occidente de El Salvador, entre los departamentos de Santa Ana y Sonsonate

Parque Nacional Montecristo, Santa Ana

Nacionales: \$3.00
Extranjeros: \$ 6.00



El Parque Nacional Montecristo es una de las áreas naturales más diversas con que cuenta El Salvador; debido a su amplio rango altitudinal (de los 700 a 2,418 metros sobre el nivel del mar), una gran variedad de plantas, animales y otros seres vivos. El Parque comprende una de las selvas nebulosas más representativas de la región y una muestra significativa del bosque de pino-roble de Mesoamérica.

Volcan de Izalco, Sonsonate



Este recorrido inicia en el Parque Ecológico Las Brumas, un lugar espectacular ubicado en el collado entre los volcanes Izalco, Illamatepec y Cerro Verde. En esta aventura se adentrará en un bello bosque nebuloso a través del cual llegará a las faldas del impresionante Volcán Izalco. Luego de un descanso en la base del volcán iniciará el ascenso hacia la cima.

El Pital, Chalatenango

Entrada: Adulto \$2
Niños \$1



El Pital está situado a 93 km al norte de la ciudad de San Salvador y a 7 km de la villa de San Ignacio, en el departamento de Chalatenango. El Pital con una altura de 2730 m SNM es el punto más alto en El Salvador. Se pueden efectuar muchas actividades al aire libre, entre ellas: observación de aves, orquídeas, escalada, bici-montaña o simplemente disfrutar de las vistas que podemos tener desde allí.

8.10.6.16.1.2 El turismo Cultural

Es una modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, del país.

La Palma, Chalatenango

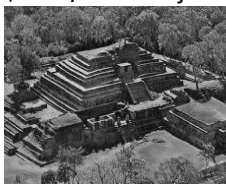


Junto con el municipio de San Ignacio, La Palma forma parte de la Ruta Artesanal. Por más de 30 años, su población se ha dedicado a producir artesanías decorativas, utilizando la madera de pino, tela de manta y las semillas de Copinol como principales materias primas. Los artesanos

pintan motivos autóctonos y llenos de colorido. Existen alrededor de 100 talleres de artesanías en la localidad, la mitad de los cuales se dedican mayoritariamente a la exportación.

El Tazumal, Santa Ana

- \$1.00/nacionales
- \$3.00/ extranjeros.



En la zona urbana de Chalchuapa (departamento de Santa Ana). Se encuentra al final de la 11 Avenida Sur, junto a la Calle a El Cuje. El parque ofrece: Dos pirámides, un juego de pelota y otras estructuras que fechan entre 400 d.C. (o antes) y 1200 d.C. Un aspecto excepcional de Tazumal es su remodelación después del Colapso Maya, con nuevas estructuras que exhiben fuertes influencias mexicanas. Museo de Sitio Stanley H. Boggs. Mesas para picnic.-

Ilobasco, Cabañas



Ilobasco esta famosa por ser uno de los centros artesanales cerámicos más antiguos de El Salvador y Centro América. Se dice que esta actividad tiene origen en los años 1700 y que se ha logrado mantener hasta esta época.

Aquí podemos encontrar cuatro tipos de cerámica: tradicional popular (juguetes) decorativa y cerámica típica (esta es la que confecciona los muñequitos y adornos que representan la naturaleza y laboriosidad del pueblo salvadoreño, incluyendo las famosas Miniaturas).

Sitio Arqueológico San Andrés, Santa Ana



Ubicación:

Kilómetro 32 carretera a Santa Ana, departamento de La Libertad

El parque ofrece:

La zona monumental de un centro maya del período Clásico Tardío (600-900 d.C.), con una acrópolis, pirámides y otras estructuras. Museo de sitio.

Sitio Arqueológico San Andrés

- \$1.00/nacionales
- \$3.00/ extranjeros.



Kilómetro 35 carretera a San Juan Opico, departamento de La Libertad
El parque ofrece: Un asentamiento maya conservado por una erupción volcánica ocurrida por 650 d.C. Hay 10 estructuras prehispánicas expuestas, incluyendo 2 casas, 2 bodegas, una cocina, un temascal (baño sauna) y otras. Museo de sitio. Estacionamiento, área de picnic, cafetín (limitado a agua, gasosas, bebidas rehidrantes, snacks).

Museo Winakirika, Morazán



Su nombre en lengua "kakawira" significa "lo de nuestro pueblo", en él se exhiben las tradiciones de la población de Cacaopera, a través de objetos culturales y religiosos, fotos y artesanías También cuenta con el Hostal Uja'Buna, que es un lugar de alojamiento rustico, las cabañas poseen un sistema de iluminación por velas, ya que no poseen energía eléctrica, y la ducha se toma en el río Torola, que se encuentra cercano a este. vivan como lo hacían sus antepasados.

Suchitoto, Cuscatlán



Suchitoto es un municipio del departamento de Cuscatlán, que se ubica a 47 kilómetros de la capital, goza de una envidiable posición geográfica entre el Volcán de Guazapa y el Río Lempa y la mayor parte del año, su clima es cálido. Suchitoto es un vocablo náhuatl que se traduce como “Lugar del Pájaro Flor”, es un poblado con una apariencia colonial y un encanto singular que le brindan sus calles empedradas, históricos balcones, antiguas casas, galerías de arte, su imponente Iglesia Santa Lucía, su actividad cultural, su apacible lago Suchitlán, sus boscosas montañas y sobre todo su historia.

8.10.6.16.1.3 Agroturismo

Se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, que proporciona el contacto directo con las actividades agrarias tradicionales, con el aprovechamiento de un ambiente rural y las manifestaciones culturales y sociales productivas. Se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que la población rural se beneficie con la participación de su actividad económica mediante la agricultura y el turismo.

Destinos turístico



Cooperativa los pinos

En este tour se conocen las distintas fases del proceso por las que pasa el café cultivado en Cooperativa Los Pinos. En las instalaciones de la cooperativa hay un restaurante con una vista impresionante al lago de Coatepeque, un lago creado a partir de una erupción volcánica, en el cual se puede degustar una deliciosa taza de café.



Balsamo, Las termopilas, La Libertad

Llegada a Cooperativa Las Termopilas haciendo caminata al interior observando el bosque de bálsamo hasta llegar donde se encuentra la prensa artesanal, se procede con una breve introducción de la forma de extracción del bálsamo y se realiza todo el proceso en la prensa artesanal para luego pasar al área de producción.



Agroturismo Altos de Chalatenango

ADIZAL-GAT propone sitios turísticos e innovadores que se encuentran en los cantones de Las Pilas, El Centro, Río Chiquito, Las Granadillas, y los Planes. Sitio único: la zona alta de Chalatenango con cabañas, camping, comida típica ..Rutas turísticas y caminatas con cascadas, ríos, bosques ..., Asistencia de guías locales



Tour del Café, La Libertad

El **Tour del Café** o **Ruta del café** es uno de los atractivos que nos ofrece **Jayaque** en el departamento de **La Libertad**. El cual consiste en un tour a través varias **fincas** productoras de café en el cual los visitantes podrán observar el proceso que se le da al café aquí en el país, además también disfrutará de miradores con paisajes preciosos, un clima fresco,



Hacienda los nacimientos, Suchitoto

En espacio de 57 manzanas de terreno que se presta propicio para la práctica del agroecoturismo, donde puede caminar por sus senderos cultivados con especies de frutas y hortalizas orgánicas, ya que están llenos de dulzura por la caña de azúcar y todo tipo de plantaciones de frutas.

8.10.6.16.1.4 Turismo Rural y Turismo Rural Comunitario

NOMBRE DE LA INICIATIVA	DESCRIPCION
<p>Parque Geoturístico El Limo, Cantón El limo Metapán Santa Ana</p> 	<p>Consiste en el único parque turístico temático enfocado en la historia geológica y natural de El Salvador y Centroamérica, el cual se está montando un museo geológico desde jurasico con rocas fósil, de calizas, maderas petrificadas, gabros, cuarzo El Limo se encuentra ubicado dentro la zona norte del país, conocido como el macizo de Montecristo El Cantón El limo está comprendido desde el cerro Mira mundo hasta el cerro el brujo o tres piedras (2139.70 m.s.n.m.)Una extensión de 2,702.00 ha.</p>
<p>Hostal El Imposible Ecolodge (ADECOSAM)</p> 	<p>El Parque Nacional El Imposible es un Bosque Tropical de Montaña de la vertiente pacífica mesoamericana, y el último refugio de muchas especies de animales y plantas que están amenazadas o en peligro de extinción en El Salvador. Km 106, de carretera hacia Frontera La Hachadura(CA2) desvío a Caserío San Miguelito a 800 m. de la entrada principal del Parque El Imposible, - Cara Sucia, Ahuachapán, El Salvador Turismo (caminatas extremas).</p>
<p>Asociación cooperativa agropecuaria y de servicios múltiples “El Manzano” de RL</p> 	<p>Ubicada en el caserío el Manzano, cantón el Ocotal en Dulce Nombre de María, Chalatenango. Desde 1998 la cooperativa le apostó al turismo, aprovechando el atractivo del bosque de árboles de pino, roble y liquidámbar, el interés histórico de la zona, más la tranquilidad y belleza de los paisajes. Ofrecen restaurante, tienda de artesanías, cabañas zonas para acampar, servicios como visitas guiadas, caminatas por senderos, visitas a proyectos productivos, pozas y miradores, entre otros.</p>
<p>Ecoturismo La Mora En el cerro de Guazapa, San Salvador</p> 	<p>Iniciativa de turismo rural comunitario, responsable que busca ofrecer a turistas la oportunidad de disfrutar de la naturaleza en El Salvador y conocer de nuestra historia reciente, cada árbol del Volcán Guazapa tiene una historia y con deseos de ser conocida. Tiene como finalidad crear fuentes de trabajo y financiar proyectos comunitarios.</p>
<p>Parque de Montaña Casa de Cristal</p> 	<p>ATAISI nace desde 1980, la cooperativa e integrada por pequeños productores/as que se dedican al cultivo y comercialización del café de altura producido dentro del Corredor Biológico, cultivado en el Parque Nacional Complejo los Volcanes bajo estándares de calidad, haciendo alianza para la protección del medio ambiente.</p>
<p>PRODETUR Barrio El Centro, contiguo a Casa de Cultura, Perquin, Morazán, El Salvador.</p>	<p>El Parque de Montaña La Casa Cristal, finca San Blas es patrimonio de la cooperativa ATAISI del cantón San Isidro, municipio de Izalco.</p> <p>La Ruta de La Paz está conformada por siete municipios: Torola, San Fernando, Villa El Rosario, Jocoaitique, Arambala, Perquin y Meanguera, ubicados todos al norte de Morazán. Es una Asociación de Desarrollo Comunal, ADESCO, radicada en la población de Perquin, especializada en turismo rural comunitario y conservación de tierras con enfoque comunitario.</p>
	

8.10.6.16.1.5 *Turismo Urbano*

Forma moderna del turismo masivo. Aquel que se desarrolla en específicamente en las ciudades con el objetivo de descubrir o conocer sus puntos de interés, desde la conformación urbanística, avenidas, plazas, edificios públicos comunes e históricos, museos y todo otro atractivo.

LUGARES DE TURISMO URBANO	DESCRIPCION
<p>Paseo el Carmen, Santa Tecla</p> 	<p>El Paseo El Carmen” son varias cuadras de la ciudad de Santa Tecla en la que además de seguridad podremos encontrar una amplia variedad de comidas, bebidas y ambientes. Son alrededor de 15 establecimientos en los que se ofrece desde comida típica salvadoreña pasando por delicias italianas, francesas, españolas, brasileñas además de exquisitos cortes de carne entre otras.</p>
<p>Paseo el Calvario, Usulután</p> 	<p>Iniciativa liderada por el alcalde Francisco Meardi para llevar acabo el desarrollo turístico de la ciudad. Se realizaron reuniones con comerciantes emprendedores de la zona interesados en participar en el proyecto y brindar un lugar de recreación a la ciudadanía. Los turistas pueden disfrutar de una deliciosa gastronomía típica de la zona, venta de artesanías y otros productos bajo un ambiente de vigilancia</p>
<p>Villa Morena, Santa Ana</p> 	<p>Villa Morena es la nueva alternativa en la ciudad de Santa Ana, con un concepto para proyectar el turismo de la localidad, donde se brindara un espacio peatonal a todas las familias para que disfruten de una variedad de opciones en la ciudad morena. Restaurantes, cafés, artesanías, dulces típicos son parte de los productos que ofrece este novedoso proyecto en la zona occidental del país.</p>

8.10.6.16.1.6 *Competidores sustitutos: Rutas turísticas*

RUTAS TURISTICAS

Ruta las Flores	<p>Es un paraíso a recorrer cruzando por cinco pueblos antiguos, en un clima fresco y paisajes pintorescos del occidente montañoso de El Salvador.. En la Ruta encontrarás artesanías auténticas, arquitectura colonial, comida típica, vistas exquisitas a bosques, lagunas, cafetales y sitios arqueológicos - Todo lo que el turista buscando para descansar y disfrutar de la cultura salvadoreña. Entre los Destinos de la Ruta las Flores estan: Juayua, Salcoatitan, Apaneca, Concepcion de Ataco, Nahuilzaco.</p>
Ruta Artesanal	<p>Geográficamente La ruta de Las Artesanías está ubicada entre los departamentos de Cuscatlán, Chalatenango y Cabañas.Los artesanos salvadoreños trabajan el barro, fibras naturales, maderas, semillas y telas de forma auténtica y hermosa. La Palma, Ilobasco y San Sebastián son algunos de los representantes de la artesanía salvadoreña</p>
Ruta la paz	<p>Geográficamente La ruta de la Paz está ubicada entre los departamentos de</p>

	Morazán y parte de la zona norte de La Unión, Esta ruta ha sido nombrada de esta manera por el periodo de tranquilidad que se goza en la zona, después de 12 años de guerra civil; ya que esta zona fue uno de los principales escenarios de grandes batallas. Esta ruta está compuesta por sitios que ahora se han transformado en entornos apacibles llenos de belleza natural, con ríos cristalinos, cascadas y sitios ideales para hacer camping y hiking.
Ruta rural Cultural	La localización de esta ruta se encuentra entre los departamentos de Santa Ana, Chalatenango, Cuscatlán y Cabañas. Entre los Destinos de la Ruta Rural y Cultural estan: Juayua, Salcoatitan, Apaneca, Concepcion de Ataco, Nahuilzaco. Algunos de los tour que ofrece esta ruta se encuentra: compra de artesanias de imagenes religiosas, producto de mimbre, artesanias decorativas.
Ruta Arqueológica	En El Salvador existen numerosos sitios arqueológicos que forman parte de la Ruta Maya. En esta ruta se conocen como vivieron nuestras antiguas civilizaciones en una de las principales rutas turísticas de El Salvador, remóntate a aquellos grandiosos lugares que existieron antes de la colonización, de los cuales han quedado algunas ruinas. Las civilizaciones Maya, Pipil y Lenca, formaron sus asentamientos en esta tierra, donde todavía se conservan algunos de sus centros ceremoniales

8.10.6.17 EXPERIENCIA TURISTICA: PLAYA LOS COBANOS

HISTORIA

El complejo los Cóbános es una de las áreas protegidas de mayor importancia por sus valiosos arrecifes de coral la fundación para la Protección del Arrecife de los Cóbános (FUNDARRECIFE) trabaja en sus conservación con el apoyo de diversos cooperantes, entre estos el fondo de iniciativa de las iniciativas para las Américas (FIAES) EL área natural protegida "Complejo Los Cóbános" en Barra Salada es el espacio natural de conservación de mayor tamaño que se ha establecido en el territorio salvadoreño. Con una extensión correspondiente a 21,312 hectáreas, este complejo comprende de la franja costera dese la propiedad estatal de Santa Agueda o El Zope Ubicada a 2.5 km, al sur del puerto de Acajutla, municipio del mismo nombre, hasta los manglares de la Barra Salada 2º km al sureste en el municipio de Sonsonate. El área abarca la playa y los manglares intermedios, la porción terrestre es de 576 hectáreas y la porción del océano es de 20.736 hectáreas.



FUNDARRECIFE

Fundación para la Protección del Arrecife de Los Cóbános

El complejo los Cóbános fue declarado como primera Área Natural Protegida marino-costera de, país el 23 de noviembre del 2007 por el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales. Dos años después, el MARN suscribe un convenio con la Fundación para la Protección del Arrecife de Los Cóbános (FUNDEARRECIFE), una institución que 15 años atrás venía trabajando por la conservación y protección del arrecife para que oficialmente se encargara del co-manejo del área

FUNDARRECIFE es un organización que ha contribuido a la conservación y protección del Arrecife de los Cóbános, su trabajo es muy amplio, comenzando por la educación ambiental a las comunidades cercanas, seguido por las constantes patrullajes marino y terrestre que debe realizar

un equipo de nuevas especies en nuestra zona costera principalmente corales, langosta y algas fomentando la investigación científica en el área.

Los Cóbano es una playa que debido a la abundancia de especies acuáticas y corales naturales, han atraído muchas especies animales, entre ellas las tortugas marinas, cuyos nidos eran saqueados en cada temporada de anidación. FUNDARRECIFE en colaboración con el MARN, FIAES, USAID han creado programas de conservación de la tortuga marina, protegiendo no solo a la tortuga adulta que llega a anidar a la playa, sino también creando corrales de incubación artificial para cuidar los huevos a tortugas colocan en la arena, a fin de que no se los como otros animales y no sean extraído en sus totalidad para comercialización

La creación de estos corrales han permitido que se favorezcan las comunidades de tortugeros, ya que en el lugar de que vendan los huevos, los vende a los viveros para la protección de la especie. Esta población está consciente de la necesita de proteger esta recursos y como muestra de ello han adquirido el compromiso de donar una o dos docenas de huevos por cada nidada.

Gracias a FUNDAARRECIFE se crea los Cóbano Tours, quiénes son además de los corales, existen avistamiento de delfines y ballenas. Un grupo de jóvenes de la zona que brindan diversos tipos de tours. El esfuerzo de FUNDAARRECIFE y los Cóbano Tours ha logrado la dinamización de su economía gracias a su explotación turística.



Los Cóbano Tours inician con 4 guarda recursos, los cuales iniciaron a trabajar con un proyecto de Programa de las Naciones Unidas (PNUD), a través de capacitaciones sobre turismo.

Otra organización que apoyado a los Cóbano Tours es USAID, a través de donaciones como equipo para prestar el servicio turístico, así como también capacitaciones.

Los Cóbano Tours es un tour operador específico del Complejos los Cóbano, que tiene alianza con otros tour operadores para promover sus servicios, además cuenta con una Fan page en Facebook.

Entre los beneficiaron de este proyecto están los jóvenes guarda recursos, las ADESCO de playa los Cóbano, los pecadores y familias de la comunidad

Los clientes que reciben los Cóbano Tour están turistas nacionales, así como extranjeros provenientes de Estado Unidos, Canadá y Europa, además los Cóbano Tour trabajan con 5 tour operadoras, los cuales ofrecen precios especiales a cambio de turistas que estén dispuestos a utilizar sus servicios.

SERVICIOS

TOURS DE PESCA ARTESANAL

Un tours que comprende en realizar Turismo RURAL

Una forma de saber el método de pesca de la gente del lugar

- Con una Duración de 3 Horas dando inicio 8:00am
- Con un mínimo de 5 personas
- Costo de \$34.00 por persona
- Nivel = Principiante

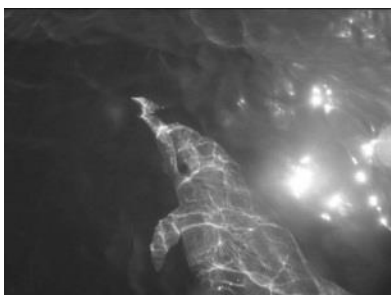
EXPLORACION EN LANCHAS DE FAUNA MARINA DE LOS COBANOS

Se sale de la playa Los Cóbanos. Este recorrido te llevara a 10 millas náuticas mar adentro. Experiencia única el sentir que te alejas de la orilla de la playa Los Cóbanos para ir en busca de la fauna marina. El principal objetivo será avistar delfines, tortugas marinas y otras especies. Con un poco de suerte también podrás ver a la Ballena Jorobada.

Esta ballena mide aproximadamente 16mts y es un mamífero que suele pasearse en esta zona del mar durante el verano, entre octubre y marzo. Una Eco Experiencia simplemente maravillosa.

- ☞ Duración: 3 horas
- ☞ Hora de inicio: A partir de las 8:00 a.m.
- ☞ Precio al público por persona en USD \$37.00 / mínimo 6 personas

SNORKELIN A CORALES DUROS



En este bello recorrido se recorren dos playas maravillosas de arena color marrón dentro del área natural protegida en donde se practica el Snorkeling se puede disfrutar de la belleza del arrecife. Primero se camina hacia Playa " El Amor" donde se observan bellos y diferentes tipos de peces, estrellas de mar, erizos, caracoles y otras especies marinas; Luego se recorre playa "La Privada" donde además de observar diferentes especies marinas se tiene la oportunidad de ver impresionantes Corales Duros de gran tamaño, lo cual será una experiencia bella

y extraordinaria.

- ☞ Nivel Principiante
- ☞ Duración: 2 1/2 horas
- ☞ Hora de inicio: el recorrido se hace durante la marea baja
- ☞ Precio al público por persona en USD\$12.00 / mínimo 6 personas

TOURS LIBERACION



Durante la temporada de agosto a diciembre los huevos de tortuga que han sido sembrados en corrales de incubación inician su proceso de eclosión, es decir que las pequeñas tortugas nacen. Estas tortuguitas son liberadas al mar para realizar su increíble viaje que durara de 11 a 30 años. Antes de regresar a poner sus huevos en la playa que nacieron.

Vive la extraordinaria experiencia de liberar al mar una tortuga marina recién nacida y para compartir con la familia o amigos un día para no olvidar. Las tortugas marinas del mundo están en peligro de extinción y haciendo turismo de conservación contribuyes a esfuerzos locales para su preservación en el planeta.

- ☞ Nivel: principiantes
- ☞ Duración: 2 horas
- ☞ Hora de inicio: El recorrido se hace durante la marea alta
- ☞ Precio al público por persona en USD \$7.00 / mínimo 6 personas

8.10.6.18 Fortaleza y debilidades: Turismo sol y Playa en la zona de estudio con respecto a la competencia

Tabla 76: Comparación del turismo Sol y playa de la zona de estudio respecto a la competencia

Tipo de Turismo	Fortalezas	Debilidades
Turismo Sol y Playa	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad y buen trato por parte del personal de contacto. • Mejor promoción y publicidad de los servicios turísticos. • -Tienen trayectoria en el área de turismo • Destinos de preferencia del consumidor en días festivos • Ubicación estratégica en lugares con gran afluencia turística y con importante actividad comercial • Playas marinas de arenas de gran belleza natura 	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo aun no es una principal actividad económica del país. • Muchos de los establecimientos no realizan turismo sostenible. • No promueven de la Cultura Nahuatl e histórica el país • No Hay diversificación de producto turístico en los establecimientos • Genera mayor contaminación y destrucción de los recursos naturales por la masificación de personas. • Precios elevados en servicio alimentación y alojamiento • Poca formación del personal que brinda servicios de turismo • Manejo inadecuado de los residuos sólidos y líquidos de la zona • Baja calidad y variedad de servicios turísticos
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Se pone en valor "lo auténtico", que es lo que este tipo de turista desea consumir, es decir se muestra la historia, la cultura y costumbres de una comarca o zona en cuestión; • Se ofrece trato personalizado y familiar en ambientes poco mecanizados. • Se logran formar empresas familiares con este desarrollo. • La actividad turística convive con las actividades tradicionales del campo. • Mejor reconocimiento de los diferentes modalidades de turismo • Excelentes alianza con tour operadores. • Posee diversificación de servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca Publicidad para Atraer extranjeros • Modalidades de turismo nuevas en el país, lo cual genera desconocimiento en el país. • Destinos turístico alejaos de la cuidad. • Poca información sobre las otras modalidades de turismo • Poca Calidad en los servicio • Solo cubre un sector específico de mercado • Los turistas pueden ocasionar cambios en los comportamientos de la fauna del destino, ya sea por ignorancia, por accidente.

Fuente Elaboración propia

8.10.6.19 FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN A LA COMPETENCIA

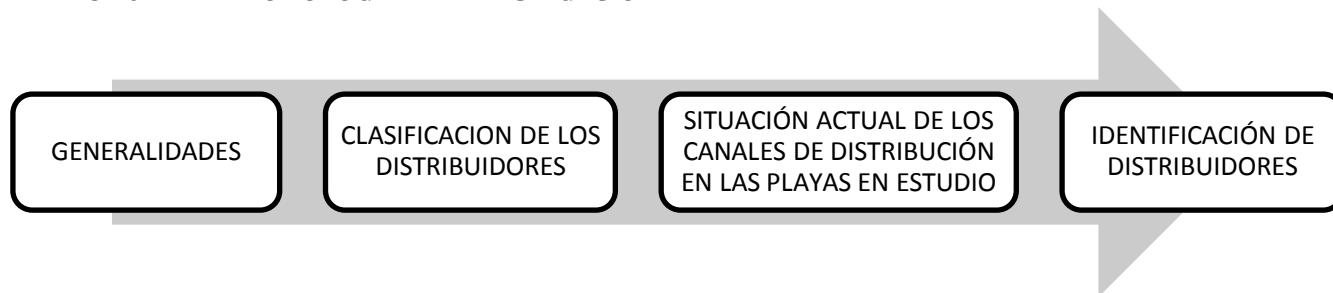
- La legislación de nuevas leyes puede ser un factor a favor o en contra dependiendo del aspecto a considerar, ya se ha iniciado trayectoria para la regulación pero no existe un seguimiento adecuado para verificar la calidad de los servicios y en la preservación de los recursos naturales. Así como nuevas normas de alojamiento y prestación de servicio turísticos.
- Como ya se ha mencionado anteriormente es la seguridad del país que provoca una disminución e inestabilidad, además de disminuir el turismo nacional, ya que es difícil atraer al turista extranjero.
- La desaceleración de la economía a nivel mundial evita que actividades turísticas no puedan desarrollarse adecuadamente.
- El incremento de impuestos eleva los costos de los pasajes que son absorbidos por el consumidor, siendo esto un factor de barrera para el desarrollo de este.
- La suspensión del subsidio al gas propano, es otra amenaza; ya que, obligaría a los propietarios de los establecimientos a duplicar o triplicar los precios de los productos que oferta.
- El Salvador, por ser un país tan pequeño genera una gran competencia en el mercado porque existen infinidad de negocios que ofrecen los mismos productos y servicios; esta es la razón por la que los negocios deben enfocarse en obtener algún tipo de ventaja competitiva para poder sobresalir ante los demás.
- Los desastres naturales, representan una gran amenaza para cualquier negocio, lamentablemente es un aspecto que no se puede predecir ni controlar.

8.10.6.20 PERFIL DEL COMPETIDOR

- Empresa que ofrezcan un paquete todo incluido
- Ofrecen servicio de alojamiento y alimentación
- Fomentar los deportes acuáticos como el surf, snorkel, buceo, entre otros.
- Practican el turismo sostenible
- Integren a participar a la comunidad
- Reciban apoyo de MITUR y MINEC
- Establecimientos que elaboran sus platillos con materia prima proveniente del mar
- Negocios con acceso al mar o que este cerca de este.
- Promover actividades de ocio y esparcimiento.

8.10.7 MERCADO DISTRIBUIDOR

8.10.7.1 METODOLOGIA DE INVESTIGACION



8.10.7.1.1 GENERALIDADES

El mundo de los negocios o en el mercado en el cual se mueven los fabricantes o los negocios que prestan servicios, ponen al alcance de los consumidores sus productos por medio de una gama de distribuidores o intermediarios, habiendo casos muy especiales o únicos en el que luchan de hacer llegar sus productos o servicios directamente a los consumidores finales.

Para lograr que la demanda y la oferta se encuentren son necesarios los intermediarios. Los productores hacen uso de la variedad de canales de distribución que existen para lograr hacer llegar sus productos a los clientes debido a la dificultad o imposibilidad que significa que estos mismos realicen las tareas y logística que conlleva la cadena de suministros de acuerdo a las expectativas o exigencias de los consumidores.

Algunos de los motivos o circunstancias por las que los productores o empresas utilizan los distribuidores son:

- recursos financieros insuficientes para la elaboración de una red de distribución integrada
- resulta mucho más económico la utilización de los distribuidores que no son parte de la empresa y que ya están establecidos y tienen toda una logística establecida
- el negocio de la distribución no es rentable, como puede ser la rentabilidad en otras áreas
- se logra alcanzar mayor penetración en el mercado debido a la amplia cobertura que poseen las redes de distribuidores
- los distribuidores poseen gran experiencia en las áreas de intercambio con los clientes

Las cadenas de distribución realizan una cantidad de funciones o tareas esenciales para el intercambio con los clientes disminuyendo las diferencias que se dan entre los tiempos, lugares y maneras de elaborar los productos y de consumo, brindando así facilidades de lugar, tiempo y estado que evidencia el valor añadido de la distribución.

Las funciones que realiza de forma específica la distribución son:

- transporte: movilización de los clientes al lugar en el que se brinda el servicio
- adecuación: se realizan conjuntos de productos especializados o complementarios a las demandas de los consumidores
- información: por medio de esta función se mejora el conocimiento de las demandas del mercado y de las reglas del intercambio
- participación: tareas encaminadas a disponer los servicios en los tamaños que cubren las necesidades de los usuarios o clientes
- económicas de escala: esto se logra cuando se juntan la oferta de varias empresas por medio de la distribución

- mejor combinación de la oferta: el distribuidor consigue esto cuando ofrece los servicios de una gama de fabricantes, debido a que un empresario aunque dese ofrecer una variedad de servicios para un cliente estos pueden resultar insuficientes para el

Otras funciones que puede realizar son: Publicidad, cobranza y establecer precios

Los servicios turísticos se ven como auténticos “productos turísticos o productores empresariales” debido a la comercialización en masa, se ofertan en el mercado a modo que se les proporciona un trato semejante a un producto final seriado o de elaboración. A partir de este punto empezamos a notar que hay entes que venden los servicios en forma directa y de igual forma hay quienes hacen uso de los agentes turísticos como auténticos organizadores de viajes.

Acerca de las normas de la responsabilidad de quién presta directamente el servicio simplemente vale remitirse a la normativa contractual comercial y civil así como a la normativa de consumo cuando se configura una relación que encuadre en el marco legal.

8.10.7.1.2 ¿Cómo clasificar al agente de viaje debido que en algunas oportunidades hace el papel como organizador y en otras veces actúa como intermediario en la venta?

Se encuentran ahora en materia de comercialización 2 categorías:

1. ORGANIZADOR DE VIAJE O TOUR OPERADORES

El trabajo de un organizador de viajes puede ser muy agitado. Reservar viajes para múltiples viajeros, a través de múltiples continentes, en múltiples zonas horarias, y manejar viajes individuales y preferencias de viajes, no es una tarea fácil. Especialmente cuando todo se debe hacer teniendo muy en cuenta el tiempo para mantener bajo control el gasto en viajes.

El organizador ofrece a los posibles clientes una diversidad de servicios que van en combinaciones de transporte, hoteles, traslado, alimentación, caminatas, actividades de recreación, guías, etc., por un solo precio, a lo que se le suele llamar paquetes turísticos

En esta categoría se debe identificar cuando el viaje es organizado y vendido a instancias del organizador, lo que lleva a la posibilidad de incluir guías turísticos, lo que brinda un plus de seguridad al turista.

De igual manera encontramos el otro lado de la moneda cuando el viaje es organizado en base a las necesidades o exigencias del cliente, este caso el turista tiene que correr con ciertos riesgos que no pueden ser adjudicados al organizador si se presenta algún incumplimiento. Se cree que en dichos casos el organizador responde por la realización de todas las obligaciones estipuladas en el contrato, ya sean cumplidas por este o por otros que fueron contratados para la realización de servicios establecidos. En este caso la responsabilidad del organizador es la responsabilidad objetiva.

2. PRESTADOR DIRECTO DEL SERVICIO

En este tipo de contratación el turista se aboca directamente a las empresas que brindan los servicios y realiza la contratación de forma personal y el prestador asume la responsabilidad en forma directa con el cliente si se presentara algún caso de incumplimiento en lo acordado

8.10.7.1.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN LAS PLAYAS EN ESTUDIO

PLAYA	DESCRIPCION
EL OBISPO	En la actualidad los canales de distribución utilizados por la playa son directos, debido a que el consumidor o turista llega al lugar directamente a prestar el servicio, ya sea porque escucho de el por un tercero o por que visito alguna de las páginas web que hacen mención de los atractivos que esta playa posee. Cabe mencionar que estas páginas no son exclusivamente de los negocios que se encuentran en la playa
SAN BLAS	El canal de distribución de esta playa es directo, los turistas se acercan a los diferentes lugares que prestan servicios turísticos debido a que se los han recomendado por terceros o por que han visto las páginas web que algunos hoteles y restaurantes poseen. De igual manera posee un tour operador para lo que es el servicio de observación de anidamiento y liberación de las tortugas marinas. El tour operador que brinda este servicio es eco experiencias
MAJAHUAL	En la actualidad los canales de distribución utilizados por la playa son directos, debido a que el consumidor o turista llega al lugar directamente a prestar el servicio.
EL SUNZAL	En la actualidad los canales de distribución utilizados por la playa son directos, debido a que el consumidor o turista llega al lugar directamente a prestar el servicio, ya sea porque escucho de el por un tercero o por que visito alguna de las páginas web que hacen mención de los atractivos que esta playa posee. Cabe mencionar que estas páginas no son exclusivamente de los negocios que se encuentran en la playa, son páginas donde se hace mención del oleaje y belleza que esta playa presenta para la práctica de surf. De igual manera existen tour operadores que ofrece tour de surf en esta playa y son quiversurfworld, NAHUAT TOURS, adventure sports tours, inter tours, Roberts tours, Eco Maya Tours y Cadisi tours , estos tour operadores no están vinculados con los negocios que forman parte de la cooperativa de esta playa
EL PALMARCITO	Los canales de distribución utilizados por la playa son directos, el turista llega de manera directa a la playa a prestar el servicio. Existe un tour operador (Roberts tours) que ofrece la playa El Palmarcito entre sus destino pero no está vinculada con ninguno de los locales que prestan servicios en la playa.
EL ZONTE	El canal de distribución de esta playa es directo, los turistas se acercan a los diferentes lugares que prestan servicios turísticos debido a que se los han recomendado por terceros o por que han visto las páginas web que algunos hoteles y restaurantes poseen. De igual manera posee un tour operador que ofrece el servicio de surf que tiene la playa, dicho tour operador es quiversurfworld, adventure sports tours y Roberts tours

8.10.7.1.4 Identificación de distribuidores

8.10.7.1.4.1 Metodología de investigación

- Recopilación información de los distribuidores del turismo en el país en las categorías de tour operadores
- Definir criterios para la evaluación de los tour operadores para hacer uso del método cualitativo por puntos.
- Realizar la evaluación de los distribuidores a base de los criterios previamente establecidos
- Seleccionar el distribuidor con los mejores resultados y que llena las necesidades para alcanzar los objetivos del servicio turístico de las playas en estudio y posibles distribuidores a tomar en cuenta a futuro

8.10.7.1.4.1.1 Listado de distribuidores de el salvador

Tabla 77: Distribuidores de turismo en El Salvador

NOMBRE	TOURS QUE OFRECE
ADVENTURE SPORTS TOURS	Eco tours, surf en La paz, Sunzal, El Zonte y más, pesca, buggy, tour en plantaciones de café, volcanes, cascadas, canopy, Maya tour
AKWATERRA – AVENTURA EN EL SALVADOR	Tour al volcán de izalco, cerro verde, aguas termales, de surf; clases de surf, parapente, kayaks, bici-montaña, cabalgatas, caminatas y arborismo, parque ecológico en una finca de café en las cercanías de Juayúa y de la Ruta de las Flores; el Ecoparque Portezuelo ó Portezuelo Park.
AVITOURS	Arqueológica, cerro verde, ruta de las flores, complejo del volcán y lago de cuatepeque, parque el imposible, reserva bosque Montecristo, costa del sol, ruta de las artesanías, colonia suchitoto, suchitoto la palma y Chalatenango, Santa Ana cultural, aventura y tour de ciudad y tarde de playa.
BECKY’S TOURS	Pueblos artesanales: apaneca, perquin Nhuizalco, Juayua. Naturaleza: Bosque el imposible, Laguna de alegría, Laguna el Jocotal
CADEJO ECO AVENTURAS	Bicimontaña en el imposible, profesional surf instruccion, hiking
CADISI TOURS	Surfing en El Sunzal o el tunco, recorridos por: Montañas, Pueblos Coloniales, Museos, Playas, Ciudades, Sitios Arqueológicos, Volcanes, Lagos y Río
DOLPHINS TOURS	tours en el golfo de fonseca, eco-tour area protegida volcan de conchagua, kayaking en manglares del esteron , intipuca, eco-tour a alegría, tour a islas salvadoreñas e islas hondureñas
DYA TOURS	Naturaleza/Montaña: el boquerón, cerró verde, San Ignacio, El pital, dulce nombre de Maria. Pueblos de artesanos, ciudades coloniales
ECO EXPERIENCIA	Eco Turismo: Tour de Observación de anidamiento y liberacion de las tortugas marinas, Caminata a Piedra Sellada y Rio Venado, Lago Coatepeque, Parque Nacional Walter Deninger, bosques y manglares, arrecifes y ballenas, reserva de biosfera jiquilisco, parque nacional Montecristo, ruta de las flores, caminata volcanes, snorkeling en los corales y barco hundido de los cobanos, canopy, cascadas, tour de café y Tour aventura a la cascada la Golondriner
ECO MAYA TOURS	Tours playas El Sunzal, costa del sol y el Espino, pueblos de artesanos y coloniales. Tours rurales: Comunidad de Pescadores La Pirraya, Comunidad de Artesanos en Guazapa, La Ruta de la Paz, Cabalgata a la Mora y al Cerro Guazapa, Cultivos de Hortaliza en Chalatenango, Parque Ecológico El Manzano. Tour en la ciudad: San Salvador, Tour de Compras, Visita a Museos, Jardín Botánico Plan de la Laguna, Los Planes de Renderos y la Puerta del Diablo. Tours de eco aventura de: Buggies, Canopy, Pesca, Surf, Rapell, Escalada. Tours de eco experiencias: Región de Los Volcanes, Región de Bosques y Manglares, Región de La Ruta de Las Flores, El Pacifico Occidental. Tours pueblos: Jayaque, Suchitoto, Ahuachapan, Metapan, Izalco, Caluco, Panchimalco, La Palma.

EL SALVADOR AHORA	Salto de cascadas en el imposible, Canopy el limo, surf en la paya el tunco, arborismo en monte verde, kayak en la bahía de Jiquilisco
EL SALVADOR ELITE	Enfasis en turismo de aventura: surf, rafting, canopy, paracaidismo, buseo, bicimontaña, Parque Montecirsto, Bosque El imposible, Volcan de Izalco. Lancha en Bahia de Jiquilisco
EL SALVADOR EXPEDITION	Ecoturismo y Playas
EL SALVADOR TRAVEL AND LIVING	Tour Surf en la libertad, tour rios rapidos, tour arborismo, buceo de naufragio en los cobanos, tour canopy y aventura, tour paddle surf en la libertad, tour de belleza y spa, tour de playa de descanso en la costa del sol, tour de campingn, tour kayak en Usulután, tour parque acuático, tour paddle sur en Santa Ana, tours medicos
EPIC TOURS	Surfing, tour Playa Las Flores (El Cuco), Playa Mizata (La Libertad), lago de Ilopango, rio lempa, Kayaking bahia Jiquilisquo, pesca, Tour Golfo de Fronseca, canopy en el boquerón, paseos a caballo, Las Veraneras Golf Club, bosque el imposible, volcán de Izalco, ruinas mayas, tour de café, ruta de las flores, suchitoto/ilobasco, La Palma, Perquin,
EVA TOURS EL SALVADOR	Ruta del café, Tour de café, complejo de los volcanes, Bosque el Imposible, El Pital, Bosque Montecristo, Manglares, La palma, Apaneca, Perquin.
EXPLORE EL SALVADOR	Naturaleza: Volcan de El salvador, laguna de alegría, parque el imposible, reserva chaguantique.
GREEN BLUE RED	Tour volcanes: cerro verde, volcán de Izalco, volcán Lamatepec y lago de Coatepeque, Tour playas desoladas, Tour de pesca, de café, Tour en la ciudad, Tour en la bahía de jiquilisco, Tour joya de ceren y tazumal
GRINGO TOURS	Ecoturismo y turismo rural, Suchitoto, Cinquera, Guazapa, la palma, el pital, Miramundo, ruta de las flores
IMPOSIBLE TOURS	Parque el imposible y tours en montaña zona occidental (La Catarata "El Salto", Camino de 'La Muerte", Mountain Bike Tours, Árbol de los pericos, El Puente del Imposible, Tacuba - San Francisco Menendez, Exploracion de cavernas)
INTER TOURS	Turismo en la ciudad, Tours de Ciudad-Panorámicos, Tours Arqueológicos (de cultura Maya) : San Andrés, Joya de Cerén, Tazumal, Casa Blanca, Cihuatán, Tours de Día de Playa: El Sunzal, Playa Costa del Sol, Playa El Pimenta y Playa salinitas, Tours de mañana de surf (playa las Flores), Tours de exploración marina (snorkeling), Tours de Eco-Aventuras :caminatas, paseo en buggies, canopy, rafting, escalada de volcanes, Ruta de las Flores y el Café, Ruta de la Paz, Visita a pueblos coloniales y artesanales como Suchitoto, La Palma, Izalco, Nahuizalco, Juayúa o Ataco
MAURE TOURS	Ruta arqueológica (Museo Nacional de Antropología Dr. David J. Guzmán – MUNA, Joya de Ceren, Parque Arqueológico de San Andrés, Tazumal), Playas negras (Las Tunas y Playas Negras), Parques los volcanes (Cerro Verde, Lago de Coatepeque, Volcán de Izalco, Volcán Ilamatepec), Puerta del diablo, Paraiso artesanal (Cihuatán, la palma, san Ignacio), Ruta mil cumbres (Bosque de Chaguantique, Pueblo y Laguna de Alegría, Bahía de Jiquilisco)
NAHUAT TOURS	Tours de ciudad, Ecoturismo, Tours de Playa (costa del Sol y El Sunzal), surf, Tours arqueológicos, Tours panorámicos, Pesca,

	Canopy, Tours en Buggy, Rafting, Tours en bici montaña, Tours Gastronómicos, Ruta artesanal, Ruta de La Paz.
NETWORK TOURS	Pueblos de artesanos, cerro verde
PAPAGAYO ADVENTURES	Suchitoto y volcanes
PROMETUSAL	Ruta de las Flores, Golfo de Fonseca, Cerro verde/Coatepeque, pueblos de artesanías y coloniales
ROBERTS TOURS	Tour monseñor Romero, circuito Bahia Sierra (jiquilisco, chahuantique, ciudad alegría, laguna de alegría, ciudad Berlin) Ruta del café, ruta artesanal (joya de ceren, mirador joyas negras), parque el boquerón, ruta de paz (Perquin, San Fernando, Arambala), ruta colonial (la palma, san Ignacio, Citala, San Sebastian, Ilobasco, suchitoto) y de los volcanes, ruta sol y playa (Metalio, Los Cobanos, La Barra de Santiago El Zonte, El Palmarcito, El Sunzal, El Tunco, La Paz, La Libertad, San Doego, Costa del Sol, El Espino, El Cuco, Las Flores, Las Tunas, Torola, Playas Negras y El Tamarindo), ruta de las flores, ruta arqueologica
SALVADOREAN TOURS	Tour de cascada a la golondrinera, tour canopy Apaneca, tour en Parapente, tour Buggies Apaneca, tour caminata volcán de Santa Ana, tour caminata volcán de Izalco, tour los Cobanos snorkeling en corales duros, tour laguna verde o en aguas termales de Santa Teresa en quadrimotos, tour Rafting Rio Lempa, tour parque el imposible, tour liberación de tortugas marinas, tour avistamiento fauna marina tour parque nacional complejo de volcanes, tour bahia de jiquilisco, tour la palma y san ingancio, tour de café, eco tour a la Pirraya, tour arqueológicos ruta Maya , tour boquerón arqueológico, tours en la ciudad, necro tour cementerio los ilustres y shopping tour
SHUTTLES & TOURS	Tour de café, complejo de volcanes/coatepeque, Juayua, conchagua, Ruta ecológica.
SOL & TOUR EL SALVADOR	Pueblos artesanales, el imposible, el pital, izalco, ruta de las Flores, Laguna de Alegría, ruta del café.
TOUR UNIVERSALES	Tour termales de Santa Teresa, tour Canopy en Apaneca, tour arqueológico, tour de los ausoles, tour descubriendo suchitoto, tour de compras en San Salvador, caminata en el parque imposible, caminata al volcán de Izalco, tour descubriendo el cero verde y lago de Coatepeque, tour recorriendo el pasado de Santa Ana, tour Buggies, aventura: Rafting rio la Paz, Lempa o Guajoyo, y expedicion en kayak hacia isla madre sal destino: bahia de jiquilisco, usulután, ecoturismo, cultura, arqueológicos,
TRANSPORTES JAP	Tour Bahia de Jiquilisco, Tour Arqueologico y Lago de Coatepeque, tour arqueológico, tour de playa costa del sol, tour surfing, tour ruta del café, tour ilobasco y suchitoto, tour de pueblos coloniales, tour nocturno panorámico, tour Joya de Ceren y ruinas de San Andres, tour de pesca, tour cerro verde y tour de la ciudad
TROPIC EL SALVADOR	Suchitoto, pueblos artesanias
TURIBUS TOUR OPERADOR	Ruta de las flores (incluye visita a cataratas los chorros de la calera) suchitoto/ilobasco (incluye paseo en lago con observación de aves)
TURISMO CALLE REAL	Pueblos artesanales, El pital/las pilas/miramundo, el boquerón, bosque de cinquera y suchitoto, bosque Montecristo, cerro

	verde/lago coatepeque, perque Arambala, volcán de conchagua, molindas, ruta de las flores, bahía de jiquilisco.
QUIVERSURFWORLD	Surf (en las playas de El Sunzal, Mizata, El Zonte, Las Flores, Punta Mnago y otros) y eco turismo (Volcanes, Ruinas mayas, Canopy, plantaciones de café, cascadas, pesca en el mar y otros)

Fuente: Elaboración Propia

8.10.7.1.4.1.2 Método de evaluación de distribuidores

Para selección de los tour operadores se hace uso del método cualitativo por puntos, para esto es necesario:

1. Establecer los criterios o factores que se evaluarán
2. Asignarles un peso a cada factor para indicar su importancia relativa
3. Asignar una escala común a cada factor en este caso será de 0 a 10, donde 10 es la puntuación mayor y 0 el mínimo
4. Calificar a cada factor de acuerdo a la anterior escala designada y se multiplica por el peso asignado
5. Finalmente se suma la puntuación de cada factor y se elige el de mayor puntuación o los de mayor puntuación

Tabla 78: Establecimiento de criterios y su peso respectivo

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO ASIGNADO
Paquetes que ofertan	Que tengan relación u oferten paquetes relacionados con la actividad turística de las playas	30%
Funcionando	Que actualmente este ofreciendo tours a las playas en estudio	20%
Reconocimiento	Nivel de reconocimiento y prestigio del tour operador	25%
Diversidad	Cantidad de servicios que oferta	25%

Fuente: Elaboración Propia

Para evaluar el reconocimiento de los tour operadores se ha hecho uso de la Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo de El Salvador (ASOTUR) Calificación de los distribuidores. Las ponderaciones de los valores serán del 0 al 10, siendo el valor 10 la de mayor ponderación para los tour operadores, valor 0 el de menor ponderación

Tabla 79: calificación de tour operadores

NOMBRE	PAQUETES QUE OFERTA			FUNCIONANDO			RECONOCIMIENTO			DIVERSIDAD			TOTAL DE PUNTOS
	PESO ASIGNADO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	PESO ASIGNADO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	PESO ASIGNADO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	PESO ASIGNADO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	
ADVENTURE SPORTS TOURS	30%	8	2.4	20%	8	1.6	25%	2	0.5	25%	5	1.25	5.75
AKWATERRA AVENTURA ESA	30%	5	1.5	20%	0	0	25%	10	2.5	25%	6	1.5	5.5
AVITOURS	30%	6	1.8	20%	0	0	25%	10	2.5	25%	5	1.25	5.55
BECKY'S TOURS	30%	0	0	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	2	0.5	1
CADEJO ECO AVENTURAS	30%	6	1.8	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	2	0.5	2.8
CADISI TOURS	30%	7	2.1	20%	7	1.4	25%	10	2.5	25%	5	1.25	7.25
DOLPHINS TOURS	30%	4	1.2	20%	0	0	25%	10	2.5	25%	5	1.25	4.95
DYA TOURS	30%	2	0.6	20%	2	0.4	25%	2	0.5	25%	2	0.5	2
ECO EXPERIENCIA	30%	6	1.8	20%	6	1.2	25%	6	1.5	25%	7	1.75	6.25
ECO MAYA TOURS	30%	8	2.4	20%	7	1.4	25%	10	2.5	25%	9	2.25	8.55
EL SALVADOR AHORA	30%	6	1.8	20%	2	0.4	25%	2	0.5	25%	3	0.75	3.45
EL SALVADOR ELITE	30%	7	2.1	20%	2	0.4	25%	2	0.5	25%	4	1	4
EL SALVADOR XPEDITION	30%	5	1.5	20%	2	0.4	25%	2	0.5	25%	1	0.25	2.65
EPIC TOURS	30%	6	1.8	20%	2	0.4	25%	10	2.5	25%	7	1.75	6.45
EVA TOURS EL SALVADOR	30%	0	0	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	4	1	1.5
EXPLORE EL SALVADOR	30%	0	0	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	3	0.75	1.25
GREEN BLUE RED	30%	6	1.8	20%	2	0.4	25%	10	2.5	25%	6	1.5	6.2
GRINGO TOURS	30%	5	1.5	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	4	1	3
IMPOSIBLE TOURS	30%	0	0	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	6	1.5	2

INTER TOURS	30%	9	2.7	20%	6	1.2	25%	10	2.5	25%	8	1.25	8.4
MAURE TOURS	30%	5	1.5	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	5	1.25	3.25
NAHUAT TOURS	30%	9	2.7	20%	6	1.2	25%	10	2.5	25%	7	1.75	8.15
NETWORK TOURS	30%	0	0	20%	0	0	25%	10	2.5	25%	2	0.5	3
PAPAGAYO ADVENTURES	30%	0	0	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	1	0.25	0.75
PROMETUSAL	30%	5	1.5	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	3	0.75	2.75
ROBERTS TOURS	30%	8	2.4	20%	8	1.6	25%	2	0.5	25%	8	2	6.5
SALVADOREAN TOURS	30%	6	1.8	20%	0	0	25%	10	2.5	25%	8	2	6.3
SHUTTLES & TOURS	30%	0	0	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	4	1	1.5
SOL & TOUR EL SALVADOR	30%	0	0	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	4	1	1.5
TOUR UNIVERSALES	30%	5	1.5	20%	0	0	25%	10	2.5	25%	7	1.75	5.75
TRANSPORTES JAP	30%	7	2.1	20%	2	0.4	25%	10	2.5	25%	6	1.5	6.5
TROPIC EL SALVADOR	30%	0	0	20%	0	0	25%	10	2.5	25%	2	0.5	3
TURIBUS TOUR OPERADOR	30%	0	0	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	4	1	1.5
TURISMO CALLE REAL	30%	2	0.6	20%	0	0	25%	2	0.5	25%	6	1.5	2.6
QUIVERSURFWORLD	30%	8	2.4	20%	8	1.6	25%	2	0.5	25%	5	1.25	5.75

Fuente: Elaboración Propia

8.10.7.1.4.2 Tour operadores con la mayor puntuación

Tabla: Ponderación de Tour operadores con mayor puntuación

NOMBRE	TOTAL DE PUNTOS
Eco Maya Tours	8.55
Inter tours	8.4
NAHUAT TOURS	8.15
Cadisi tours	7.25
Roberts tours	6.5
Transportes jap	6.5

Fuente: Elaboración Propia

8.10.7.1.4.3 Elección del distribuidor

Se han seleccionado los 6 tour operadores que obtuvieron la mayor puntuación en la evaluación realizada de acuerdo a los criterios establecidos como las mejores opciones de distribuidores del servicio turístico

Información del distribuidor seleccionado

DISTRIBUIDOR		
Página Web	http://www.ecomayantours.com/index.html	
Dirección	Paseo General Escalón No.3658, Colonia Escalón, San Salvador, El Salvador, Centro América.	
Teléfono	2527-0229	
SERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> + Traslados aeropuerto/hotel/aeropuerto + Servicio y logística de transporte terrestre + Tours VIP + Tours de intereses especiales + Programas de Incentivos + Fiestas tema & eventos especiales + Asistencia para inspección del destino + Planificación de actividades especiales + Material de promoción + Regalos, amenidades y recuerdos promocionales + Asistencia para tomas de video o fotografías durante su estadía + Planificación de presupuesto + Escritorio de Hospitalidad 	
E-mail	dmc@ecomayantours.com	
TOURS	Pueblos	
	<ul style="list-style-type: none"> + Jayaque. + Suchitoto. + Ahuachapan. + Metapan. 	<ul style="list-style-type: none"> + Izalco. + Caluco. + Panchimalco. + La Palma.
	Ruta Maya	

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Joya de Ceren. ✚ San Andrés. ✚ Tazumal. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Casa Blanca. ✚ Cihuatán.
	Playas	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Costa de Sol. ✚ El Sunzal. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ El Espino.
	Eco Aventuras	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Buggies. ✚ Canopy. ✚ Pesca. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Surf. ✚ Rapell. ✚ Escalada.
	Eco Experiencias	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Región de Los Volcanes. ✚ Región de Bosques y Manglares. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Región de La Ruta de Las Flores. ✚ El Pacífico Occidental.
	Tour Rurales	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Comunidad de Pescadores La Pirraya. ✚ Comunidad de Artesanos en Guazapa. ✚ La Ruta de la Paz. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Cabalgata a la Mora y al Cerro Guazapa. ✚ Cultivos de Hortaliza en Chalatenango. ✚ Parque Ecológico El Manzano.
	Tour de Ciudad	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ San Salvador. ✚ Tour de Compras. ✚ Visita a Museos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Jardín Botánico Plan de la Laguna. ✚ Los Planes de Renderos y la Puerta del Diablo.
	Tours para sus eventos	
ACTIVIDADES	Workshop o Talleres	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Teñido con añil. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Otras artesanías.
	Clases	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Baile folklórico. ✚ Buceo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Cocina salvadoreña.
	Otras Actividades	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Participar en nuestras costumbres y tradiciones. ✚ Quema de pólvora. ✚ Presentaciones artísticas. 	

Información del distribuidor seleccionado

DISTRIBUIDOR



Página Web <http://www.intertours.com.sv/>

Teléfono (503) 2263-6188

Dirección Paseo General Escalón, Condominio Balam Quitze 1A, San Salvador. El Salvador, C.A.

E-mail info@intertours.com.sv

Servicios que

- Traslados locales: hacia el aeropuerto-hotel-aeropuerto.

ofrece	<ul style="list-style-type: none"> • Traslados a nivel internacional: a Guatemala y Honduras con mayor frecuencia. • Otros “tours hechos a la medida” adaptado a los gustos y preferencias del turista extranjero. • Guías bilingües, (Inglés, Francés y otros idiomas a solicitud), capacitados para brindar el mejor servicio en vehículos de año reciente con aire acondicionado y conductores con amplia experiencia.
TOURS	<ul style="list-style-type: none"> • Tours de Ciudad-Panorámicos. • Tours Arqueológicos (de cultura Maya) : San Andrés, Joya de Cerén, Tazumal, Casa Blanca, Cihuatán. • Tours de Día de Playa • Tours de mañana de surf. • Tours de exploración marina (snorkeling). • Tours de Eco-Aventuras: caminatas, paseo en buggies, canopy, rafting, escalada de volcanes. • Ruta de las Flores y el Café. • Ruta de la Paz. • Visita a pueblos coloniales y artesanales como Suchitoto, La Palma, Izalco, Nahuizalco, Juayúa o Ataco.

Información del distribuidor seleccionado

DISTRIBUIDOR		
Página Web	http://www.nahuatours.com/	
Teléfono	(503)2257-4895 (503)2533-8952 (503)7874-8402	
SERVICIOS	Servicios de transporte ejecutivo	
E-mail	info@nahuatours.com nahuatours2001@yahoo.com	
TOURS	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Tours de ciudad. ✚ Ecoturismo. ✚ Tours de Playa (costa del Sol y El Sunzal) ✚ Surf ✚ Tours arqueológicos. ✚ Tours panorámicos. ✚ Pesca. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Canopy ✚ Tours en Buggy. ✚ Rafting. ✚ Tours en bici montaña. ✚ Tours Gastronómicos. ✚ Ruta artesanal. ✚ Ruta de La Paz

Información del distribuidor seleccionado


DISTRIBUIDOR		
---------------------	--	--

Página Web	www.cadistours.travel.com	
Teléfono	(503)+2243-3584	
Dirección	Jardines de Guadalupe Av. Mississippi # 29 Antiguo Cuscatlán, El Salvador, Central América	
E-mail	invertures@yahoo.es info@cadistours.travel	
Servicios que ofrece	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte Turístico y Empresarial • Listado de hoteles para hacer reservación • Personal bilingüe 	
TOURS	<ul style="list-style-type: none"> • Surfing en El Sunzal o el tunco, • recorridos por: Montañas • Pueblos Coloniales • Museos • Playas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciudades • Sitios Arqueológicos • Volcanes • Lagos y Río

Información del distribuidor seleccionado

DISTRIBUIDOR		
Página Web	http://www.robertstours.com.sv	
Teléfono	<ul style="list-style-type: none"> • (503) 2282-1555 • (503) 7853-6966 	<ul style="list-style-type: none"> • 7736-8051 • 7696-4120
E-mail	info@robertstours.com.sv	
Servicios que ofrece	<ul style="list-style-type: none"> • Reservación de hotel • Venta de vehículos 	<ul style="list-style-type: none"> • Taller automotriz
TOURS	<ul style="list-style-type: none"> • Tour monseñor Romero • circuito Bahía Sierra (jiquilisco, chahuantique, ciudad alegría, laguna de alegría, ciudad Berlin) • Ruta del café • ruta artesanal (joya de ceren, mirador joyas negras) • parque el boquerón • ruta de paz (Perquin, San Fernando, Arambala) • ruta colonial (la palma, san Ignacio, Citala, San Sebastian, Ilobasco, suchitoto) y de los volcanes • ruta sol y playa (Metalio, Los Cobanos, La Barra de Santiago El Zonte, El Palmarcito, El Sunzal, El Tunco, La Paz, La Libertad, San Diego, Costa del Sol, El Espino, El Cuco, Las Flores, Las Tunas, Torola, Playas Negras y El Tamarindo) • ruta de las flores • ruta arqueológica 	

Información del distribuidor seleccionado

DISTRIBUIDOR		
Página Web	http://www.transportesjap.com/	
Teléfono	<ul style="list-style-type: none"> • (503) 2242-6030/31 • (503) 2270-3926 	

Dirección	Col. y Ave. Vista Hermosa #217, San Salvador, El Salvador	
E-mail	info@transportesjap.com	
Servicios que ofrece	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte empresarial <ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> Ejecutivos y VIP <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> Comitivas Presidenciales <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> Artistas y personalidades <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> México y Centro América <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> Traslados al aeropuerto <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> Seguridad privada <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> Renta de vehículos • Transporte de personal <ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> Domiciliar <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> Nocturno <li style="width: 50%;"><input type="checkbox"/> Puntos específicos • Transporte de carga <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Reparto de mercadería a todo el país <input type="checkbox"/> Protección de mercadería con GPS en las unidades 	
TOURS	<ul style="list-style-type: none"> • Tour Bahía de Jiquilisco • Tour Arqueológico y Lago de Coatepeque • tour arqueológico • tour de playa costa del sol • tour surfing • tour ruta del café • tour de la ciudad 	<ul style="list-style-type: none"> • tour Ilobasco y Suchitoto • tour de pueblos coloniales • tour nocturno panorámico • tour Joya de Ceren y ruinas de San Andrés • tour de pesca • tour cerro verde

8.10.7.2 PERFIL DEL DISTRIBUIDOR

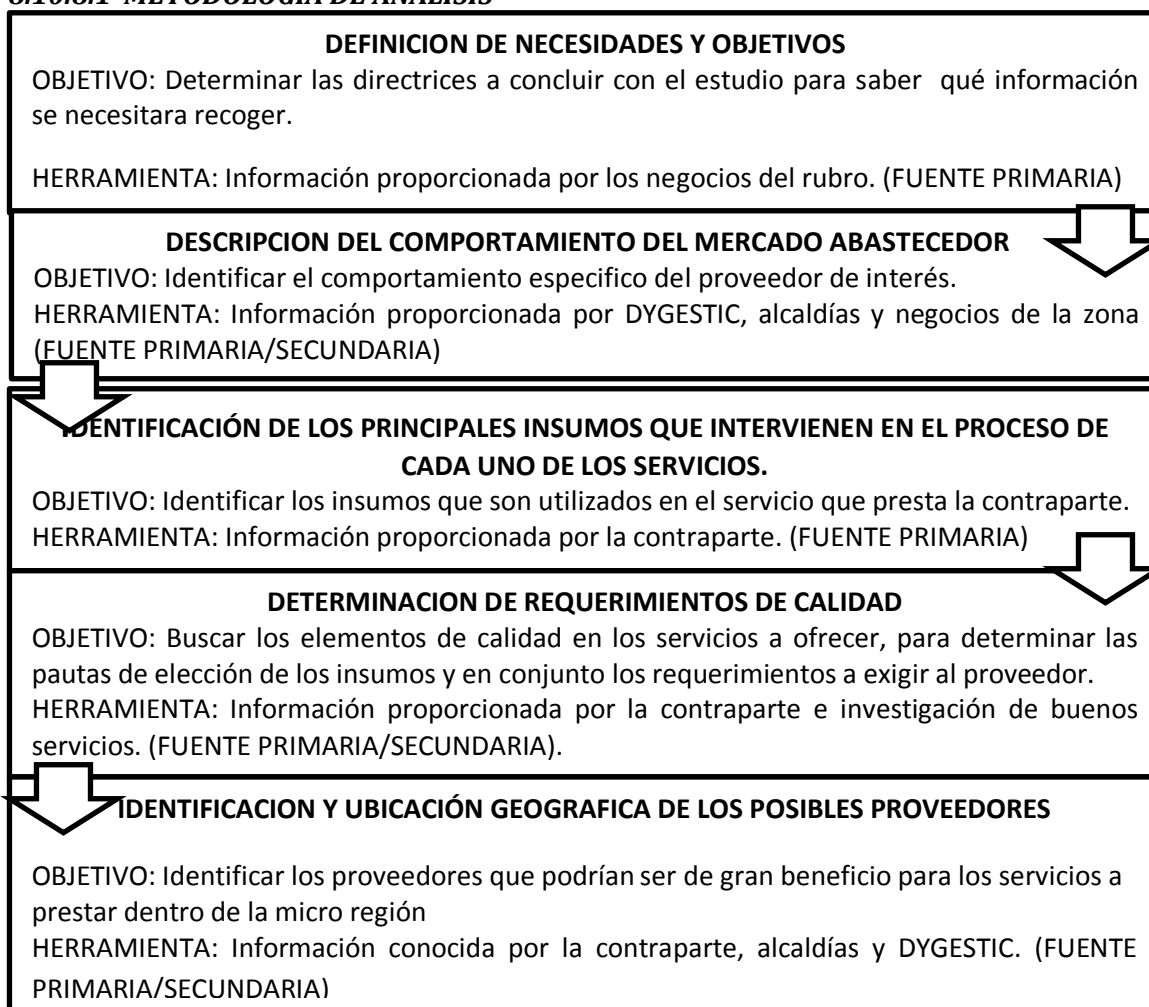
- Tour operador con prestigio, reconocido y miembro de ASOTUR
- Servicio de tour relacionados al turismo de surf, sol y playa
- Enfocados a brindar servicio a turistas internacionales y nacionales
- Que ofrezcan paquetes integrados de transporte, hospedaje y alimentación
- Con variedad en la oferta turística

8.10.8 MERCADO ABASTECEDOR

El mercado proveedor, está constituido por todas aquellas firmas que proporcionan insumos, materiales y equipos. También comprende a quienes proporcionan servicios financieros y de mano de obra. El estudio del mercado proveedor es bastante más complejo de lo que parece, ya que, deberán estudiarse todas las alternativas de obtención de materias primas, sus costos, condiciones de compra, perecibilidad, posibles sustitutos, Infraestructura especial para su bodegaje, disponibilidad, seguridad y oportunidad del suministro, etcétera. Y así, asegurar un flujo constante de insumos necesarios y al más bajo precio.

Se debe tener presente que para obtener los productos que se van a ofrecer, se requiere contar con los insumos necesarios, en las cantidades, calidades y oportunidad requerida. La falta de disponibilidad o demora de estos insumos, reducen la eficacia de la organización y más aún, si el suministro de estos falla, puede fracasar todo lo previsto con respecto a la producción y mercadeo de los productos del proyecto.

8.10.8.1 METODOLOGIA DE ANALISIS





8.10.8.2 DEFINICION DE NECESIDADES Y OBJETIVOS

- Definir los tipos de mercado, con el fin de elegir el mercado proveedor de mayor conveniencia a las exigencias de los negocios.

- Determinar las personas que comercializan los insumos o materia prima, para calificar el tipo de proveedor a establecer para abastecimiento.
- Determinar el tipo de insumos o materia que se requiere.
- Determinar las características que debe poseer la materia e insumos para satisfacer los pedidos.
- Determinar la cantidad y frecuencia del uso, con el fin de definir demandas actuales.
- Identificar las formas de pago, para definir el grado de accesibilidad que posean.
- Determinar las vías de abastecimiento del insumo, con el fin de identificar las preferencias respecto al punto de venta y las características del sitio.
- Determinar las razones de la decisión de compra, identificando cual es la necesidad que satisface al comprarlo y que tiene en cuenta para seleccionarlo.
- Identificar los medios de distribución que utilizan los proveedores, con el fin de seleccionar las estrategias más adecuadas.
- Conocer cuáles son nuestros proveedores o cuáles lo podrían ser en el futuro.
- Identificar la percepción del precio con respecto al insumo o materia.
- Identificar cuáles son las necesidades, deseos y expectativas de los establecimientos y potenciales.
- Detectar y medir la necesidad actual o futura del insumo o materia prima.

8.10.8.3 IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES INSUMOS QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE CADA UNO DE LOS SERVICIOS.

Identificación, clasificación y generalidades de insumos por servicio

DE ALIMENTACION	SERVICIO DE ALOJAMIENTO	SERVICIO DE RECREACION
<ul style="list-style-type: none"> • Vegetales • Cereales • Hierbas y Especies • Azucares • Carnes y Derivados • Grasas • Lácteos • Gas Propano • Empaque • Higiénicos • Agua Potable 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Higiénicos ▪ Servicios básicos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Equipamiento ▪ Gasolina ▪ Brochure ▪ Agua embotellada

Tipos de proveedores según insumos

1. EMPRESAS FABRICANTES: Es la entidad (normalmente jurídica) dedicada a una actividad fabril de producción de productos para su consumo por parte de los consumidores finales. Los fabricantes realizan sus tareas de producción en fábricas y tienen una larga serie de obligaciones sobre seguridad e higiene de lo que producen, especialmente si se trata de alimentos para el consumo humano o animal, aunque también para los bienes de consumo que producen en materia de seguridad.

2. DISTRIBUIDORAS: Es aquel **comercio** que vende, compra o contrata al por mayor. El vendedor o distribuidor mayorista, en general, no entra en contacto directo con el consumidor final. Su

función más habitual dentro de la cadena de distribución es ser el eslabón entre el productor o fabricante y el vendedor minorista. Algunos mayoristas venden directamente al consumidor final, quien debe comprar una cantidad mínima para acceder al precio especial.

3. ESTABLECIMIENTOS: Es el espacio físico donde se ofrecen bienes económicos (servicios o mercancías) para su venta al público. También se conoce como local comercial, punto de venta, tienda o comercio.

Con algunas excepciones como ciertas panaderías y pastelerías, en los establecimientos comerciales no se suele realizar la fase de producción de los productos que distribuye, limitándose a ejercer un papel intermediario entre el fabricante y el consumidor. Al ser habitualmente el consumidor final el que acude a los establecimientos comerciales, y ser estos abastecidos por mayoristas, su papel intermediador es el denominado de comercio minorista. Lo mismo ocurre en el caso de los locales comerciales destinados a la prestación de servicios. La noción de minorista, que es el comercio cuya actividad se realiza al por menor.

8.10.8.4 DETERMINACION DE REQUERIMIENTOS DE CALIDAD

La calidad de un servicio es difícil de medir, no se puede almacenar, es complicada de inspeccionar, no se puede anticipar su resultado, no tiene vida, su duración es muy corta, depende mucho de las personas y su interrelación.

Resulta imprescindible no sólo prestar atención al diseño del servicio (aspectos más tangibles del mismo), lo que implica valorar correctamente lo que los clientes esperan, sino que también se debe considerar la forma en que se ofrece el servicio y muy especialmente la interacción entre el cliente y el personal de contacto de la empresa.

Desde este punto de vista es posible afirmar que la calidad de servicio es el conjunto de actividades que ofrece un proveedor con el fin de que el usuario o cliente, obtenga el producto por el que paga en el momento y lugar adecuado. En este sentido, un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional más poderoso que los descuentos, la publicidad o la venta personal.

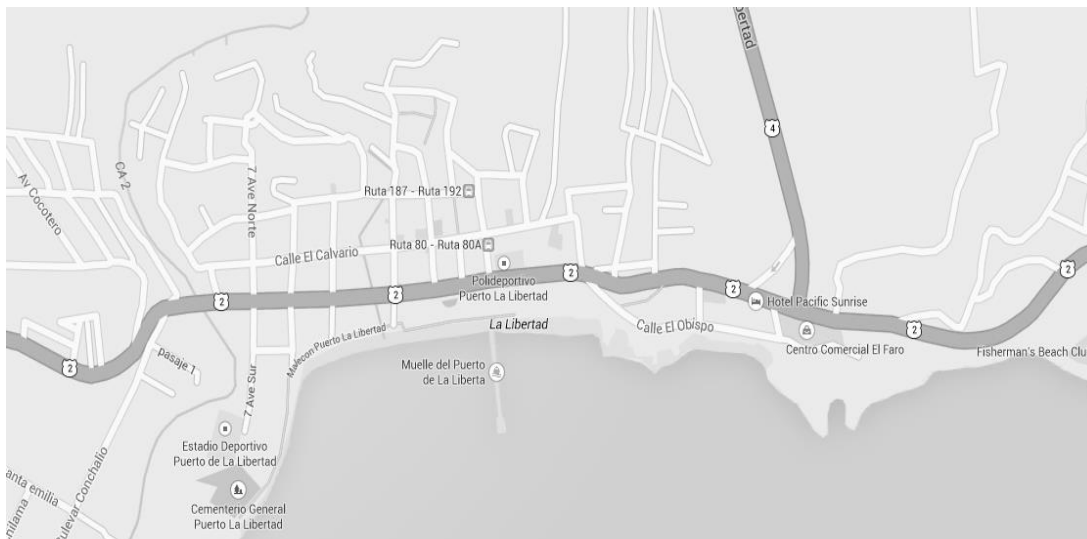
Desde el punto de vista de la visión del negocio enfocado en la satisfacción del cliente, la calidad de servicio es el resultado de un proceso de evaluación realizado por el cliente, quien compara sus expectativas previas con el servicio recibido. Por consiguiente, compara el servicio esperado con el percibido (Grönroos, 1994).

La calidad turística implica un proceso organizado de servicios personalizados y tecnificados. Sin embargo, nunca debe confundirse calidad de servicio con servilismo. Además, el cliente no sólo exige calidad en la prestación de servicios, sino también en la capacidad para responder ante cualquier situación emergente no prevista en la promesa básica.

Por ello es necesario que las empresas turísticas cuenten con unas Normas de Calidad que puedan ser percibidas por el cliente y que dispongan de unos procesos operativos tecnificados que simplifiquen el trabajo.

8.10.8.5 IDENTIFICACION Y UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LOS POSIBLES PROVEEDORES

Según todos los comerciantes encuestados, todos dijeron que compran sus insumos en el puerto de La Libertad. Siendo este el lugar más cercano donde se vende la mayoría de insumos necesarios para el funcionamiento del servicio turístico. Otros lugares podrían ser tiendas y almacenes en el área de San Salvador



8.10.8.6 DISEÑO DEL INSTRUMENTO

El desempeño de los proveedores afecta directamente la reputación del negocio y de la persona; es por ello que la selección de estos debe de ser muy cuidadosa, para evitar atrasos en las entregas o errores. En este documento se nos permite ampliar nuestro portafolio de productos, escoger aquellos que entre su estructura de negocio ofrezcan el modelo de envió al detalle. Recordemos que la elección de un buen proveedor, puede condicionar el presente y futuro de la empresa; por ello, hay que plantearse como norma, tener siempre varios proveedores aunque solo se trabaje con uno. (Ver anexo CUETIONARIO PARA ESTABLECIMIENTO, MERCADO DISTRIBUIDOR)

8.10.8.7 PLAN DE INVESTIGACION

Una correcta elección debe estar precedida de 4 fases, que se deben realizar con mucho cuidado y así asegurar la mejor selección.

1. PRIMERA FASE. BUSQUEDA DE INFORMACION.

En esta fase, el objetivo primordial a cumplir es la recolección de la información necesaria través de las fuentes de información existentes, los datos de los potenciales proveedores que satisfagan las necesidades involucradas. Su resultado final es contar con una lista de los posibles proveedores de los recursos requeridos.

Algunas de las fuentes de información que puedes utilizar para localizar proveedores son las siguientes:

- ✓ Internet.
- ✓ Páginas amarillas.
- ✓ Prensa de información general.
- ✓ Radio y televisión.
- ✓ Publicaciones especializadas en la actividad de la empresa.
- ✓ Publicaciones e informes de bancos y cajas de ahorro.
- ✓ Ferias y exposiciones comerciales especializadas en el sector.
- ✓ Asociaciones empresariales y profesionales.
- ✓ Cámaras de comercio.
- ✓ Bases de datos de organismos públicos
- ✓ Información obtenida de empresas especializadas en gestión de bases de datos.
- ✓ Fuentes internas de la propia empresa, como especialistas y técnicos en los productos

2. SEGUNDA FASE. SOLICITUD DE INFORMACION

Además de la información que se consigue recabar a través de los medios mencionados anteriormente, debemos realizar una solicitud de información. Esta acción es muy útil para establecer el primer contacto con los potenciales proveedores. Las formas más frecuentes para desarrollar esta fase son tres:

- a) Visitas de representantes comerciales
- b) Visitas a las empresas de los proveedores
- c) Cartas de solicitud de información

3. TERCERA FASE. EVALUCION Y SELECCIÓN.

Esto implica el estudio exhaustivo de los posibles proveedores y su eliminación sucesiva basándose en los criterios de selección que se hayan elegido, hasta reducir la cantidad a unos pocos proveedores. Con la información recolectada en el proceso de selección debemos realizar el siguiente trabajo:

- Una ficha de cada proveedor, para formar un fichero de proveedores en el que se reflejarán las características de los artículos que cada proveedor puede suministrar y las condiciones comerciales que ofrece.
- Un cuadro comparativo, en el que se reflejen las condiciones ofrecidas por todos los proveedores en cuanto a calidad/precio, forma de pago, descuentos, plazo de entrega, etc., que sirva para realizar un estudio comparativo con toda la información recabada.

4. CUARTA FASE. SELECCIÓN.

Una vez elaborado un cuadro comparativo con las características de las ofertas de todos los proveedores pre-seleccionados, se procederá a la elección del proveedor que ofrezca el producto y las condiciones más adecuadas a las necesidades de la empresa. Para la selección de los proveedores se utilizan básicamente criterios económicos y de calidad, aunque se puede utilizar una combinación de ambos.

- a) Criterios económicos
- b) Criterios de calidad

CRITERIOS PARA LA CUANTIFICACION DE PROVEEDORES.

Es necesario establecer el número de proveedores a requerir y de acuerdo a que aspectos se realizara la determinación. Unos de los aspectos más relevantes para la cuantificación son los siguientes:

1. Mayor o menor urgencia del material

2. Características de la demanda
3. Porcentaje de respuestas habituales
4. Existencia o no de exclusividad

OPTAR ENTRE UN DISTRIBUIDOR Y UN FABRICANTE

1. **Distribuidor:** Compras rutinarias, de poco valor y volumen o de gran variedad. Entre sus ventajas encontramos:
 - a) Mejor comunicación.
 - b) Entregas más rápidas y menores riesgos.
 - c) Mayor disponibilidad de productos.
 - d) Pedidos frecuentes y adecuados.

2. **Fabricante:** Grandes compras de productos únicos. Entre sus ventajas encontramos:
 - a) Mejores precios.
 - b) Productos a la medida.

OPTAR ENTRE UNO O VARIOS PROVEEDORES

1. **Un solo proveedor:** Entre sus posibles aplicaciones:
 - a. Situación de monopolio.
 - b. Costes del cambio de proveedor.
 - c. Necesidad de una relación larga para el éxito de la compra.
 - d. Posibles beneficios de cliente importante.

2. **Varios proveedores:** Entre sus aplicaciones se consideran:
 - a. Cuando hay competencia real.
 - b. Reducir riesgos de desabastecimiento.

EVALUACION DE PROVEEDORES. TECNICAS.

Tomando como variables más relevantes en general de los proveedores, enlistamos los siguientes criterios de evaluación:

1. **Criterios Subjetivos:** Son propiciados por características o aspectos relevantes que considera la empresa que evalúa.
2. **Criterios Objetivos:** Son los más comunes de evaluar por ser los más importantes al momento de adquirir los recursos. Entre ellos distinguiremos los siguientes:
 - a. *Calidad (Producto, Entregas y Servicios).*
 - b. *Plazos de entrega.*
 - c. *Precio.*
 - d. *Formas de pago.*

Entre las técnicas a aplicar para la evaluación de los proveedores reconocemos los siguientes:

1. ANALISIS "ABC"

Clasificar a los proveedores reales en tres grupos, utilizando criterios objetivos y modificando la clasificación con el tiempo:

- Sobresalientes (A).
- Aceptables (B).
- No aceptables (C).

2. PERFIL DE PROVEEDORES

Se estudian precio, calidad, entrega, formas de pago, análisis financiero, situación administrativa, análisis técnico y de producción, etc

3. EVALUACION NUMERICA

La forma habitual de seleccionar las ofertas es valorar de uno a diez cada uno de los aspectos claves y multiplicar esos valores por un coeficiente de importancia de cada uno de esos aspectos, fijado de manera objetiva con antelación.

Lo primero que se fija una empresa al momento de evaluar un proveedor es el precio y la calidad de sus productos o servicios; sin embargo, existen otros criterios o factores además del precio y la calidad, que se deben tomar en cuenta al momento de decidirse por un determinado proveedor. Entre los aspectos claves que se suelen valorar están:

- | | |
|-------------------|---------------------------|
| 1. Precio | 4. Entrega |
| 2. Calidad | 5. Servicio de post venta |
| 3. Formas de Pago | 6. Otros factores |

8.10.8.8 DETERMINACION DE PRECIOS Y CONDICIONES DE COMPRA DE LAS MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Tabla 80: Rango de precios de los insumos

INSUMOS	RANGOS DE PRECIO
Carnes	\$3.75 /lb
Pollo	\$1.30 /lb
Pescado	\$2.25 /lb
Mariscos	\$2.00 - \$8.00 /lb
Vegetales	\$0.35/unidad - \$1.50/unidad
Cereales	\$0.50/lb - \$0.75/lb
Hierbas y Especies	\$0.25/manojo - \$0.55/manojo
Azúcares	\$0.23/lb - \$0.60/lb
Carnes y Derivados	\$3.25/lb - \$4.25/lb
Grasas	\$1.50/lit - \$2.15/lit
Lácteos	\$2.50/lb - \$3.15/lb
Bebidas	\$0.38/lata - \$0.55/lata
Gas Propano	\$11.75/tambo 25lb – \$13.80/tambo 25lb
Empaque	\$0.02/desechable - \$0.13/desechable
Higiénicos	\$0.25/rollo - \$0.55/rollo
Servicios Básicos	\$3/paquete - \$5/paquete
Equipamiento	\$10/persona - \$25/persona
Gasolina	\$4.76/gln - \$4.80/gln
Papelería	\$0.50/articulo - \$2.00/articulo

Fuente: Elaboración Propia

8.10.8.9 LEYES O REGULACIONES ESPECIALES DE AFECCION AL COMERCIO DE INSUMOS

Se trabajara bajo todos los estatutos establecidos por las organizaciones gubernamentales en lo que se refiere a regulación de comercio y compras, así como se declarara todos los impuestos correspondientes a cada transacción. Entre las distintas leyes a las que se estará sujeto son las siguientes:

- Código tributario
- Ley de Impuesto Sobre la Renta

- Ley de impuesto sobre las bebidas gaseosas, isotónicas, fortificantes o energizantes, jugos, néctares, refrescos y preparaciones concentradas o en polvo para la elaboración de bebidas
- Ley de impuesto especial sobre combustibles
- Ley de impuestos sobre productos del tabaco
- Ley del registro y control especial de contribuyentes al fisco (Ley del NIT)
- Ley de turismo
- Ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (IVA)
- Ley orgánica de la Dirección General de Impuestos Internos
- Ley reguladora de la producción y comercialización del alcohol y de las bebidas alcohólicas

8.10.8.10 DETERMINACION Y CARACTERIZACION DE POSIBLES PROVEEDORES

8.10.8.10.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS PROVEEDORES

- Cualificación técnica y calidad de sus productos.
- Precios y condiciones de pago.
- Plazos de entrega y seriedad en el cumplimiento de lo pactado.
- Si son potenciales competidores ("integrados hacia adelante").

Entre las características a evaluar las determinamos en una lista de chequeo que responda aspectos importantes sobre los proveedores:

LISTA DE CHEQUEO

- Evite contratar proveedores que abarquen varias líneas de producto, es decir, que pongan a disposición de los compradores alimentos, maquinaria, empaques, todos a la vez. Si bien las buenas marcas diversifican, lo hacen en una misma categoría.
- Absténgase de contratar al más barato o al más pequeño. Primero, los que ofrecen precios demasiado cómodos tienden a subir y bajar las tarifas según se comporte el mercado. Segundo, es más efectivo que acuda al que tenga capacidad de negociar volúmenes, para reducir los precios y asegurar el inventario.
- Considere hacer una re-homologación al proveedor con que trabaja (volver a evaluarlo), así exista una buena relación entre ambos. Lo más aconsejable es hacerlo anualmente.
- Asegúrese de no negociar con compañías que, a su vez, sean abastecidas por multitud de empresas. Por ejemplo, si el que le suministra los vegetales se vale de diferentes productoras para comprar los insumos, usted estará negociando con infinidad de proveedores que no han pasado por sus sistemas de verificación de calidad y se incrementará el costo final del producto que está adquiriendo.
- Haga una visita previa a las instalaciones de la empresa que lo provee. Es preciso que las inspeccione para conocer su potencial industrial, sistemas de mantenimiento y métodos de manipulación e higiene. En el momento de realizar la evaluación, procure asistir con un representante del departamento técnico.
- Es recomendable que no contacte a compañías muy nuevas, ya que pueden desaparecer del mercado sin previo aviso. Esto implica volver a realizar un proceso de homologación, que lleva alrededor de 20 días de inversión en tiempo.
- Evalúe, por producto, mínimo tres alternativas y haga contrato con dos. Por ningún motivo tenga exclusividad con alguno de ellos; épocas de crisis tienen todos y usted debe estar preparado para eso con un plan B.

- Descarte a los que no tienen certificación. Al negociar con industrias sin garantías de óptima calidad, usted tendrá que aumentar los controles en la recepción de productos y eso genera más gastos.
- Cerciórese de que cuando adquiera productos de los oligopolios (poca oferta) no se deje dominar por ninguno de ellos. En ocasiones, tratan de aislar a la competencia estableciendo contratos de exclusividad con los clientes. Si usted firma dicho documento, hará que el proveedor se sienta seguro y le reste atención.
- Solicite y analice la hoja de vida de la organización con la que va a establecer una relación, indague y resuelva todas las dudas que tenga. Las evaluaciones de calidad no son suficientes; es necesario averiguar por las relaciones que ésta tiene con sus otros usuarios.
- Estudie el potencial humano de la empresa que lo va a abastecer, pues la tecnología no basta. Analice la cualificación de mandos y operarios. Si un proveedor es débil y caótico por dentro, esto se verá reflejado en el producto que vende.
- Verifique el respaldo económico y la capacidad financiera con que cuenta la empresa. Éste es uno de los casos en que el dinero sí importa. Un buen soporte en estos aspectos le garantizará que ésta podrá afrontar épocas de crisis sin dejar de satisfacer sus pedidos

8.10.8.11 CLASIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Por su función existen tres tipos de proveedores para las empresas:

1. PROVEEDOR DE BIENES.

2. PROVEEDOR DE SERVICIOS.

- Tipo I. Proveedor de servicios interno*
- Tipo II. Proveedor de servicios compartidos*
- Tipo III. Proveedor de servicios externos*

3. PROVEEDOR DE RECURSOS.

- Proveedor interno*
- Proveedor externo*

Cada una de las clasificaciones citadas anteriormente corresponde de acuerdo a su impacto o participación en la realización del producto o servicio a brindar, se clasifican en un panorama más amplio y general en dos grandes categorías:

- PROVEEDORES CRITICOS.**
- PROVEEDORES NO CRITICOS.**

8.10.8.12 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

A través de investigaciones por internet y de clasificaciones de la CIU, se establecieron como primera información todas aquellas empresas, distribuidoras y establecimientos aledaños a la Micro Región de Cumbres del Mar, con el propósito de identificar las diferentes vías de abastecimiento. Primer aspecto a establecer para la depuración de la lista de proveedores, fue el aspecto geográfico

8.10.8.13 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- **PRECIO**
- **CALIDAD**
- **VARIEDAD**

- FORMAS DE ABASTECIMIENTO
- DISPONIBILIDAD
- UNIDADES DE VENTA MINIMA
- CERCANIA

8.10.8.13.1 VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS

La escala de importancia se determinara de 1-5 puntos donde 1 será el valor mínimo y 5 el valor máximo, por lo consiguiente, se obtendrá que la entidad con mayor puntaje es la que cumple con mayor cabalidad con lo requerido por la mayoría de los comerciantes en las playas analizadas

Tabla 81: Criterio de Valoración

PRECIO	VARIEDAD	FORMAS DE ABASTECIMIENTO	DISPONIBILIDAD	UNIDADES DE VENTA MINIMA	CERCANIA
1= +75%	1= 2-3 tipos	1= No a Domicilio	1= Cantidades existentes	1= Mayoristas grandes	1= Demás municipios aledaños al puerto de la libertad
B 2= +50%	2= 4-7 tipos	2= Domicilio, compras grandes	2= Cantidades en bodega	2= Mayoristas	2= Lugares centrales de San Salvador
B 3= +25%	3= 8-10 tipos	3= Domicilio, compras mayores	3= Cantidades mayores	3= Paquetes mayores	3= Municipio de San Salvador
B 4= +10%	4= 11-15 tipos	4= Domicilio, distancia	4= Cantidades grandes	4= Paquetes menores	4= Lugares entre San Salvador y La Libertad
B 5= base	5= 16 tipos en adelante	5= Domicilio	5= Cantidad que se desee	5= Individuales	5= Dentro de los Municipios estudiados

Fuente: Elaboración Propia

RESULTADOS POR INSUMOS

Para los insumos de VEGETALES, CEREALES, HIERBAS Y ESPECIAS, AZUCARES, CARNES Y DERIVADOS, GRASAS Y LACTEOS.

Tabla 82: Resultados de evaluación para Vegetales, cereales, hierbas y especies, azucares, carnes y derivados.

PROVEEDOR	PRECIO	CALIDAD	VARIEDAD	FORMAS DE ABASTECIMIENTO	DISPONIBILIDAD	UNIDADES DE VENTA MINIMA	CERCANIA	TOTAL PUNTOS
DISZASA	2	5	5	3	5	1	3	24
UNILEVER	2	5	3	2	5	1	2	20
SUPER SELECTOS	2	4	5	1	3	5	3	23
DESPENSA DE DON JUAN	2	4	5	1	3	5	2	22
HIPER PAIZ	2	4	5	1	3	5	2	22
WALL MART	2	4	5	1	3	5	3	23
PRICE SMART	2	4	5	1	3	5	1	21
MERCADOS MUNICIPALES ALEDAÑOS	3	3	4	1	2	5	4	22

CENTRO DE ACOPIOS	5	4	5	1	5	2	2	24
MERCADO CENTRAL	4	4	5	1	4	5	1	24
PUERTO DE LA LIBERTAD	4	4	4	1	3	5	5	26

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 83: Resultados de evaluación para las Bebidas

PROVEEDOR	PRECIO	CALIDAD	VARIEDAD	FORMAS DE ABASTECIMIENTO	DISPONIBILIDAD	UNIDADES DE VENTA MINIMA	CERCANIA	TOTAL PUNTOS
SUPER SELECTOS	3	5	4	1	3	5	5	26
DESPENSA DE DON JUAN	3	5	2	1	3	5	4	23
DEPOSITOS DE LA LIBERTAD	4	5	5	1	5	5	4	29
HIPER PAIZ	1	5	4	1	4	5	2	22
WALL MART	2	5	4	1	4	5	3	24
PRICE SMART	3	5	3	1	4	5	1	22
CAMION REPARTIDOR	4	5	5	2	4	4	5	29

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 84: Resultados de evaluación para los Servicio Básicos (Internet, Telefonía y Cable)

PROVEEDOR	PRECIO	CALIDAD	VARIEDAD	FORMAS DE ABASTECIMIENTO	DISPONIBILIDAD	UNIDADES DE VENTA MINIMA	CERCANIA	TOTAL PUNTOS
TELEMOVIL EL SALVADOR S.A.	3	5	5	5	5	5	5	33
CTE TELECOM PERSONAL S.A. de C.V.	5	4	4	5	5	5	5	33

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 85: Resultados de evaluación para el Gas Propano

PROVEEDOR	PRECIO	CALIDAD	VARIEDAD	FORMAS DE ABASTECIMIENTO	DISPONIBILIDAD	UNIDADES DE VENTA MINIMA	CERCANIA	TOTAL PUNTOS
TROPIGAS de El Salvador, S.A.	5	5	4	5	5	1	1	26
Z GAS El Salvador, S.A. de C.V.	3	5	5	5	5	5	4	32

Distribuidora de Gas Hermanos Pérez	3	5	4	3	5	2	1	23
TOTALGAZ	3	5	4	4	5	4	3	28
Distribuidora de Gas Olano López	3	5	3	3	4	2	1	21
TROPICENTRO, S.A. de C.V.	5	5	5	5	5	1	1	27
Distribuidora de Gas Santa María	3	5	3	4	4	2	1	22
Gas TOMZA	4	5	4	4	4	4	3	28
SUADISA	3	5	3	1	3	5	1	21

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 86: Resultados de evaluación para las Bebidas

PROVEEDOR	PRECIO	CALIDAD	VARIEDAD	FORMAS DE ABASTECIMIENTO	DISPONIBILIDAD	UNIDADES DE VENTA MINIMA	CERCANIA	TOTAL PUNTOS
SUPER SELECTOS	3	5	4	1	3	5	5	26
DESPENSA DE DON JUAN	3	5	4	1	3	5	4	25
HIPER PAIZ	3	5	4	1	3	5	2	23
WALL MART	3	5	4	1	3	5	3	24
PRICE SMART	4	5	3	1	4	5	1	23
KIMBERLY-CLARK	4	5	1	3	5	1	5	24
UNILEVER	4	5	5	3	5	2	1	25
DISZASA	4	4	4	4	4	3	4	27
PURIFASA	3	4	4	3	3	3	1	21
IREX DE EL SALVADOR S.A. de C.V.	5	4	2	3	5	1	4	24
MEGAFOODS DE EL SALVADOR	4	4	3	3	3	3	1	21
DISTRIBUIDORA CUSCATLAN	4	5	4	4	4	2	4	27

Fuente: Elaboración Propia

8.10.8.14 ELECCIÓN DE LOS PROVEEDORES

Tabla 87: Proveedores Seleccionados

INSUMOS	PROVEEDOR	PROVEEDOR POTENCIAL
VEGETALES Y DEMAS	Mercado Central, Puerto de La Libertad	CENTROS DE ACOPIO
BEBIDAS	Depósitos de La Libertad. Camión	Súper Selectos, Wal-Mart

	Repartidor	
GAS PROPANO	Z-Gas El Salvador S.A. de C.V., Totalgaz, Gas Tomza	Trapientro S.A. de C.V.
HIGIENE	DISZASA, Distribuidora Cuscatlán	Súper Selectos, Despensa de Don Juan
SERVICIOS BASICOS	Telemóvil El Salvador S.A. CTE Telecom Personal S.A. de C.V.	

Fuente: Elaboración Propia

8.10.8.15 PERFIL PROVEEDORES

Proveedores de insumos

- Pertenecer a La Libertad o en segunda instancia al departamento de San Salvador.
- Producir o abastecer alguno de los insumos mencionados con anterioridad
- Capacidad de respuesta rápida a anomalías que se pudieran presentar en los insumos, es decir que todos los insumos deben de estar en perfectas condiciones para poder desarrollar los servicios turísticos.
- Disposición de equipo de apoyo para el manejo de los insumos como por ejemplo: javas, bolsas, redes, entre otros.
- Accesibilidad y facilidad de pago.
- Respetar acuerdos previamente pactados con relación al tiempo, cantidad y fechas estipuladas.
- Capacidad de entrega inmediata y de acuerdo a los requerimientos.
- Demostrar un comportamiento ético y legal incuestionable de forma consistente.
- Generador de alternativas de solución en circunstancia causales.
- Capaz de crear un clima de confianza y relacionarse estrechamente a la comprensión de los intereses de ambas partes.
- Buscar acuerdos estratégicos pensando en no solo suplir sus productos, sino en complementar otros para poder ser un proveedor integral.
- Para proveedores de servicio, ofrecerlos demostrando su experiencia e idoneidad en la actividad ofrecida.

Proveedor potencial

Se denominan proveedores potenciales a aquellos posibles proveedores que pudieran cumplir la demanda insatisfecha en el caso de que los proveedores actuales y normalmente escogidos, no pudieran cubrir dicha demanda

- Deben de cumplir con los siguientes requisitos:
- Calidad del producto.
- Facilidad de compra con respecto a envase, presentación, transporte, entrega, etc.
- Puntualidad de entrega.
- Buenos Precios.
- Facilidades de pago.
- Si se puede la mayor cercanía.
- Disponibilidad y variedad de productos.
- Facilidad de localización y comunicación.
- Abiertos a la negociación.
- Responsable en la entrega de productos o servicios dentro de las especificaciones requeridas.

9 CAPITULO IV. DIAGNOSTICO DE LA SITUACION TURISTICA ACTUAL

9.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para el planteamiento de la problemática haremos uso de la herramienta analítica orientada a objetivos “*Enfoque Marco Lógico*”, considerada porque es consecuencia de un conjunto de acontecimientos con una relación causal interna y por ser un método integral en la conceptualización del proyecto. En este caso, será utilizada para diagnosticar la situación actual, de acuerdo a la información recopilada a este nivel de estudio y así establecer lineamientos a lo que se aspira lograr en diferentes niveles. El análisis se realizara en 4 etapas:

1. Descripción de la Problemática.
2. Análisis de Involucrados.
3. Análisis de Problemas.
4. Análisis de Objetivos.

9.2 DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.

La playa es uno de los destinos turísticos que llena de orgullo a El Salvador. Hoteles, restaurantes, cafetines y hostales, todos por igual, se esmeran por atender a sus clientes nacionales y extranjeros con la mejor calidad, pero las limitantes para brindar un buen servicio son muchas, desde los servicios básicos como lo es el agua potable y aguas negras, hasta las deficiencias en infraestructura necesaria para poder atender la cantidad de turistas que llegan a visitar las playas de El Salvador

La idea del plan de desarrollo turístico en la microrregión de Cumbres del Mar nace a partir de estas deficiencias y el interés del Ministerio de Economía en conjunto con los esfuerzos de la institución CONAMYPE por invertir en la zona costera del país esto gracias a varios programas de inversión, como lo es el Fomilenio con el fin de alcanzar en conjunto beneficios de desarrollo social que conllevan consigo mismo a un desarrollo económico, creando un foco de atracción turística en donde las personas tengan una opción viable para poder visitar.

Para describir la situación actual turística nos hemos auxiliado de la técnica FODA.

A Continuación se presenta en resumen las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de cada playa.

9.2.1 FODA: PLAYA EL OBISPO

FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La ADESCO se encuentra debidamente legalizada • Su cercanía con San Salvador respecto a otras playas, por ser la primera que está en la Microrregión • Cuentan con todos los servicios básicos • Posee una infraestructura sólida y estable, suficiente para poder brindar un buen servicio turístico • La playa en el obispo es de las pocas en la zona de La Libertad que no posee piedras, siendo más cómoda para que las personas puedan bañarse
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentran en trámites legales la posesión de la infraestructura de los negocios • Se encuentra cerca de los focos de desarrollo económico (El puerto de La Libertad, el faro,

<p>gasolineras, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hay un predio el cual la alcaldía ha tomado de mucho interés para ser utilizado como parqueo o para otros servicios complementarios siempre impulsados por la alcaldía, y de común acuerdo con la ADESCO de la playa • La alcaldía facilita el uso de faroles el cual puede potenciar el desarrollo del turismo nocturno. • Existe dos locales que está prácticamente sin ningún uso turístico, que pueden reactivarse y brindar mayor prestación a la zona • Cercanía con los centros de abastecimientos fuertes de la zona
DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Poseen dos accesos directos hacia la playa, pero no están debidamente señalado por lo cual es difícil su identificación • No está territorialmente delimitada con las playas siguientes • Se han concentrado solo en brindar servicio de alimentación y la mayoría posee un menú parecido. El 94% de los establecimientos brinda servicio de alimentación, solo el 6% restante brinda un servicio de alojamiento • Baja participación de los miembros de la ADESCO para proponer y dar seguimiento a mejoras de cambio • Poca tolerancia en el tiempo desarrollo de iniciativas turísticas. • Falta de confianza hacia nuevas iniciativas turísticas • Comodidad de los miembros de la ADESCO para buscar alternativas o aprovechar oportunidades de crecimiento
AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Están ubicados contiguos a una comunidad delincinencial • El espacio que ocupa como área de descarga distintos camiones y furgones en los dos puntos de acceso, lo que evita una mejor visibilidad de la zona • El brusco cambio climático y los riesgos que esto conlleva, bajando la afluencia de turistas • La competencia que se tiene con los establecimientos del puerto de La Libertad, con respecto a la diversificación de alimentos, precios. • La diversificación de actividades turísticas alrededor de la zona hacen de la misma un atractivo menor en comparación de lo externo.

9.2.2 FODA SAN BLAS

FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Posee una infraestructura sólida y estable, suficiente para poder brindar un buen servicio turístico • La playa en San Blas es de las pocas en la zona de La Libertad que no posee piedras, siendo más cómoda para que las personas puedan bañarse • Es una playa con mayor publicidad y señalización • Las tortugas llegan a desovar a la playa, siendo este su principal atractivo • Poseen seguridad privada • Posee una gran capacidad para el desarrollo de turismo privado
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con un atractivo turístico histórico, debido a la existencia de un barco hundido, el cual hace renombre a la playa (Barco de Vapor San Blas) • Es un buen lugar para la pesca artesanal

<ul style="list-style-type: none"> • Se tiene el apoyo de la alcaldía para la conservación de los recursos (conservación de las tortugas, arrecifes) • Existe una mayor capacidad de adquisición de los turistas que llegan a la playa • Se puede aumentar fuentes de empleo si se explotaran servicios como la venta de artesanías
DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • No cuentan con servicio de agua potable y alcantarillado • Desinterés y falta de participación de la comunidad al buscar alternativas o aprovechar oportunidades de crecimiento • No hay una diversificación de servicios • El segmento del mercado al que está dirigido es bastante reducido • No existe una entidad que se encargue de crear el vínculo entre la cooperativa de conservación de tortugas y los hoteles para armar paquetes turísticos y tener una mayor captación de los turistas
AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Prevalcen intereses individuales por ser la mayoría de los establecimientos del sector privado • La susceptibilidad de las tortugas por los cambios puede provocar que estas se alejen y dejen de desovar en la playa • Siendo la playa de uso público existe la probabilidad de ingreso de personas que entorpezcan el desarrollo y crecimiento turístico (Delincuentes, maras etc.) • El brusco cambio climático y los riesgos que esto conlleva, bajando la afluencia de turistas • La diversificación de actividades turísticas alrededor de la zona hacen de la misma un atractivo menor en comparación de lo externo.

9.2.3 FODA: PLAYA EL MAJAHUAL

FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Es una de las playas más visitadas popularmente por sus precios económicos y accesibilidad a mayor número de grupos con capacidad adquisitiva limitada. • Diversificación de ventas que ofrecen un mayor número de artículos de consumo o compra. • Cuenta con una playa que se caracteriza por su acceso y comodidad para que el turista pueda bañarse. • Posee el apoyo policial en la playa para brindar un esparcimiento con mayor confort y seguridad. • Su capacidad de atención es mayor a las previstas en otras playas de la zona costera.
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Por ser una de las playas más populares posee el foco de atención en apoyo por la alcaldía para mejorar de la zona. • El nivel alto de afluencia de turistas, hace de la playa una fuente de generación de empleos en la región. • Alto interés por parte de entidades gubernamentales en facilitación de apoyo financiero para la mejora en infraestructura y ampliación de servicios turísticos. • Prestación de equipo por parte de la alcaldía que auxilia el impulso al desarrollo del turismo nocturno. • Existe una mayor organización y programas dirigidos a la salubridad e higiene de las ventas, para certificación de los productos. • Se realiza la identificación detallada y específica de las ventas autorizadas y garantizadas, para una mayor seguridad y respaldo de consumo.

DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Su infraestructura es precaria e inestable. • El manejo y tratamiento de las aguas residuales es inadecuado y provoca la insalubridad del lugar. • Falta de aseo en las playas y acceso principal de transporte por la recolección continúa de los desperdicios de la zona. • Entre los miembros de la ADESCO prevalecen los intereses individuales sobre los de la comunidad, lo que generan la poca credibilidad y participación de ellos en iniciativas turísticas. • En su mayoría el servicio de prestación con mayor desarrollo es el de alimentación y no existe especialización y diversificación alguna en el rubro. • Escaso interés en la promoción y publicidad para entrar a nuevos mercados e incrementar el actual. • Inadecuada y deficiente señalización de identificación de la zona
AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La creciente concentración y manipulación del lugar por grupos delincuenciales. • La contaminación al recurso suelo por las técnicas de tratamiento de aguas residuales está creando en el mismo una nocividad lenta de la zona. • El brusco cambio climático y los riesgos que esto conlleva, bajando la afluencia de turistas. • La diversificación de actividades turísticas alrededor de la zona hacen de la misma un atractivo menor en comparación de lo externo.

9.2.4 FODA: PLAYA EL SUNZAL

FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocida playa por ser de las mejores calificadas para la práctica del surf. • La cooperativa se encuentra legalizada como entidad social. • La cooperativa conformada por la comunidad poseen un gran interés en el desarrollo turístico y su participación no es limitada y voluntaria. • La cooperativa se caracteriza por su disposición a la práctica de nuevas actividades turísticas que incrementen la afluencia de turismo. • Integración afín y común de los pertenecientes a la comunidad y en objetivo común de mejora de la zona comercio como habitual. • Organización en las actividades realizadas por la cooperativa.
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Siendo una de sus limitantes la conexión con la playa El Tunco y esta se caracteriza por ser una playa llena de rocas que dificultan el paso en la playa, la mayoría de los turistas en su gran cantidad extranjeros que buscan bañarse en la playa acuden a la playa El Sunzal lo que genera una mayor afluencia. • Playa con atractivo turístico rico en ambiente y propicio para la practicidad de nuevos deportes como el buceo por su profundidad acorto alcance y sus ricos peñascos que guardan el hábitat de la zona. • Por su oleaje y fama como una de las mejores playas de el salvador para practicar surf es idónea para impulsar esa clase de turismo y atraer turistas extranjeros que aman este deporte • Los habitantes de la zona son personas muy capacitados en su oficio de pesca, que facilitarían la provisión de insumos marítimos para el alimento de la zona en un corto alcance y mayor

disponibilidad.
DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Posee infraestructura precaria en sus instalaciones. • No disponen de los servicios básicos como el agua potable y la energía eléctrica. • Falta de sistemas de manejo de residuales y alcantarillados. • Falta de capacitación y grado educacional de los miembros de la cooperativa que los limita a la acción de mayores actividades de comercio. • Limitante diversidad de servicios de prestación turística. • Diversificación de los servicios turísticos. • Inexistencia en la diferenciación en su comercio que sea de atracción y preferencia a los turistas. • Falta de especialización en los servicios turísticos actuales. • Deficiente señalización de ubicación de la zona. • Inexistencia de apoyo logístico de seguridad pública y privada para garantizar la estabilidad de la zona.
AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los planes de desarrollo en el rubro turístico por parte de la alcaldía encamina a intereses privatorios y de despojo de los proveedores de servicio turístico actualmente. • Desinterés de la alcaldía en el desarrollo de la zona y prosperidad de la comunidad. • Abandono del aseo de las playas y sus alrededores. • La zona de desarrollo turístico y levantamiento de establecimientos por la comunidad no son propios. • El brusco cambio climático y los riesgos que esto conlleva, bajando la afluencia de turistas. • La diversificación de actividades turísticas alrededor de la zona hacen de la misma un atractivo menor en comparación de lo externo. • Inexistentes realizaciones de programas de capacitación de salubridad y buenas prácticas.

9.2.5 FODA: PLAYA EL PALMARCITO

FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Gracias a sus condiciones naturales rodeada de peñascos es idónea para familias que gustan de un ambiente familiar y privacidad • Existe una buena cantidad de ranchos privados • Posee una playa atractiva para los turistas, con arena sin piedras • La cooperativa lucha por el desarrollo turístico de la playa • Es una playa relativamente tranquila, sin problemas de delincuencia.
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Idóneo para la pesca artesanal • Diversidad de especies marina y aves. • Posee un estero el cual podría ser aprovechado para algún tipo de actividad turística • Precio competitivo con respecto a otras playas de la zona • Por el tipo de oleaje que esta posee se acercan turistas extranjeros para practicar surf abriendo así una oportunidad para impulsar este deporte en la zona y así atraer más turistas que aman el surf
DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La playa no cuenta con ningún servicio básico: agua, luz, alcantarillas • No posee parqueo, los carros se deben parquear al final de la calle

<ul style="list-style-type: none"> • Esta bastante alejada de San Salvador • Se encuentra junto a un centro turístico privado que capta la atención del mercado • Los negocios grandes que se encuentran en la zona tiran las aguas residuales directamente al mar o al manglar incrementando así la contaminación • Los negocios turísticos se encuentran ubicados en su mayoría alejados de la calle principal • Susceptibilidad a las temporadas turísticas • Falta de seguridad pública y privada
AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de apoyo por parte de la alcaldía • El brusco cambio climático y los riesgos que esto conlleva, bajando la afluencia de turistas • Depredación del manglar • Desinterés de las autoridades pertinentes para conservar el manglar

9.2.6 FODA PLAYA EL ZONTE

FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con varios tour operadores que lo ofrecen como destino turístico • Posee una amplia diversificación en los servicios turísticos ofertados • Posee servicios básicos, agua, luz e internet • Condiciones y características naturales favorables para desarrollar el Turismo de sol y playa • Playas poco o nada masificadas • Servicio de transporte a turistas • Una buena cantidad de establecimientos posee parqueo propio • La mayoría de turistas que se acercan a esta playa son extranjeros los cuales buscan hospedarse en la playa
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La motivación de la cooperativa por el crecimiento • Posibilidad de Generar actividades deportivas de playa aprovechando la amplitud de arena y las condiciones de oleaje que presenta • Cuenta con dos vías de acceso a la playa
DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Escaso conocimiento y demanda de deportes acuáticos como el surf, especialmente de nacionales • Falta de seguridad en la zona • División en algunos miembros de la comunidad con los objetivos de la cooperativa • Susceptibilidad a las temporadas turísticas • Es la más alejada de todas las playas con respecto a San Salvador • Las vías de acceso están poco señalizadas
AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los riesgos naturales ocasionan problemas graves a las infraestructuras • No poseen apoyo de la alcaldía • La competencia que ofrece servicio a los turistas posee mayor publicidad y fama lo que ocasiona que disminuya la afluencia de turista extranjero • Conflicto de interés entre las personas que ofrecen los servicios turísticos. • Las fuentes de financiamiento son más propensa a facilitar créditos a los hoteles o restaurantes reconocidos o bien establecidos y no a la micro empresas.

9.3 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.

Tabla 88: ANALISIS DE INVOLUCRADOS

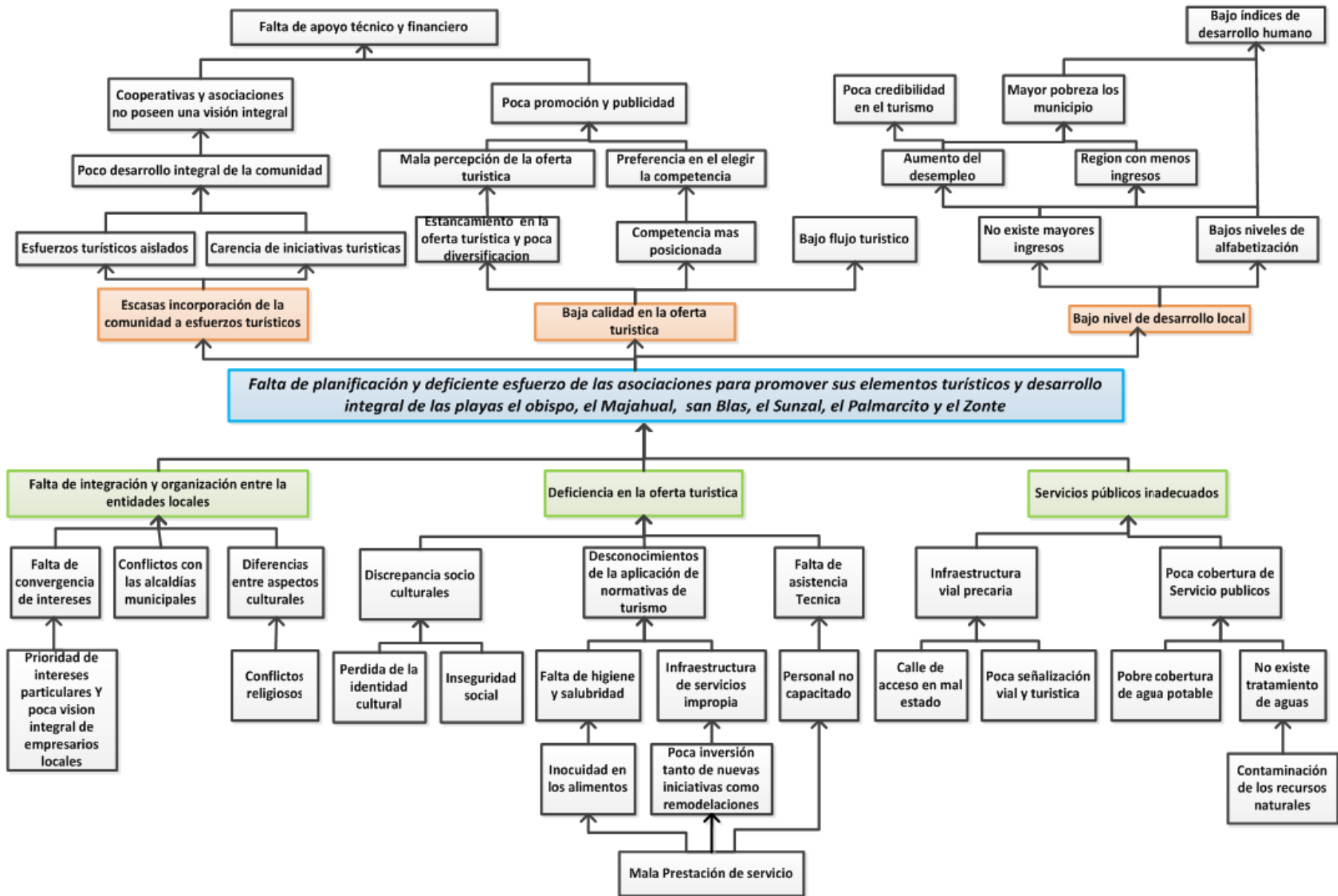
ACTORES INVOLUCRADOS	INTERES	PROBLEMA	RECURSOS	TIPO DE ACTOR
MINEC (Gerencia de Fomento Productivo Territorial)	<ul style="list-style-type: none"> • Reactivar el crecimiento de las actividades productivas y estimularlas • Incentivar la generación de empleos e ingresos • Acercar al territorio los servicios y recursos gubernamentales destinados a productores • Coordinar la acción gubernamental para atender las demandas de los productores y empresarios e impulsar la aplicación del enfoque de territorios de desarrollo 	Conflictos de intereses de índole político con las alcaldías municipales	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios previos de la región • Facilidades de transportes • Accesos a las cooperativas y asociaciones • Conexiones con entidades gubernamentales 	Aliado
Territorio "Cumbres del Mar"	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar las actividades turísticas económicas • Mejorar la Calidad de vida de la comunidad • Incrementar el flujo turístico • Articular asociaciones y cooperativas para una mejor organización 	Busca de intereses particulares Resistencia al cambio Discrepancia entre la zona alta (montaña) y baja(Playa) Falta de integración de las asociaciones y cooperativas	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos naturales(Playas) • Conservación de fauna • Contactos con Asociaciones y cooperativas locales 	Aliado

Cooperativas de las playas en estudio	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la calidad y forma parte del desarrollo local Generación de empleo Potenciar las actividades turísticas económicas Incrementar el flujo turístico Lograr crecimiento económico 	Falta de una integración de todos los miembros de las cooperativa Intereses particulares Cooperativas sin experiencia o aún en proceso de formación	<ul style="list-style-type: none"> Recursos humanos Infraestructura 	Aliados
Pobladores de los Municipio de la Libertad, Tamanique y Chiltiupán	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la calidad y forma parte del desarrollo local Generación de empleo 	No se involucran en el desarrollo del municipio Falta de recursos económico para mejorar sus negocios	<ul style="list-style-type: none"> Recursos humanos Infraestructura 	Neutro
Negociantes de la zona	<ul style="list-style-type: none"> Lograr crecimiento económico con sus negocios. Aumentar su capacidad de servicio Incrementar el flujo turístico Mejorar la calidad de servicio que brindad 	Intereses particulares Desinterés en organizarse Bajos niveles de educación Resistencia al cambio	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura 	Negociantes en general neutros Negociantes miembros de cooperativas aliados
Alcaldías Municipales de La libertad, Tamanique y Chiltiupán	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la infraestructura de los municipios. Mejorar la calidad de vida de los habitantes. Contribuir al Desarrollo local. 	Conflictos de intereses de índole político Falta de integración entre alcaldías	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo de recursos: económico, humanos, políticos. Concesión de permisos municipales 	Neutro(Alcaldía La Libertad) Opositor(Alcaldía de Tamanique y Chiltiupán)
MITUR	<ul style="list-style-type: none"> Impulsar el turismo. Apoyar a las asociaciones y cooperativas. 	Priorización de otros proyectos	<ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones Promoción y Publicidad 	Neutro
MARN	<ul style="list-style-type: none"> Conservar los recursos naturales. Potenciar el turismo sostenible. Velar por el cumplimiento de leyes. 	Practicas turísticas que generan mayor contaminación	<ul style="list-style-type: none"> Concesión de permisos 	Neutro

POLITUR	<ul style="list-style-type: none"> Garantizar la seguridad, apoyo y orientación al turista. Proteger el patrimonio cultural y turístico de El Salvador. 	Priorización de otras áreas turísticas	<ul style="list-style-type: none"> Equipo logístico Equipo acuático Transporte 	Neutro
INSTITUCIONES DE APOYO	<ul style="list-style-type: none"> transferencia de conocimiento Mejora de las destrezas y habilidades Diversificar y estandarizar productos 	Requisitos para poder obtener una capacitación	<ul style="list-style-type: none"> programas de capacitaciones centros de formación e instructores acreditados financiamiento para capacitación 	Neutro
Ventas informales	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechar las temporadas altas de las zonas turísticas 	Generan desorden y mala imagen en la zona Bajan las ventas para los negocios locales	<ul style="list-style-type: none"> Productos a menor costo 	Neutro

Fuente: Elaboración Propia

ARBOL DE PROBLEMAS



9.5 ANÁLISIS DE PROBLEMAS

Falta de integración y organización entre la entidades locales de la microrregión

Actualmente la organización en las playas de la microrregión de cumbres del mar es bastante débil, la visión con la que se cuenta no es lo suficientemente amplia y cada una de las organizaciones solo se preocupa por satisfacer sus intereses particulares, esto es debido a diferencias políticas o religiosas, incluso diferencias de aspecto cultural.

Un grave problema de la asociaciones y cooperativa es que los miembros de están no se encuentran completamente identificados con los esfuerzos o son reacios a comprometerse enteramente con las actividades de la asociaciones. Esto provoca un bajo desarrollo de la comunidad ya que la poca visión integral de las cooperativas y organizaciones, no puede atraer apoyo técnico o financiero, que quiera apostar por el crecimiento económico de la zona

Sólo aquellos empresarios que están en polos turísticos de la zona poseen niveles aceptables de conciencia turística y visión empresarial, los demás adolecen de la carencia de la misma, no logran darse cuenta del potencial turístico del territorio. En general, las y los empresarios y productores adolecen el difícil acceso a financiamiento; los empresarios/as tienen más problemas de infraestructura y seguridad y las/os productores tienen más problemas de comercialización e intermediarios.

Las cooperativas, asociaciones y ADESCO que poseen las playas en estudio poca están establecidas legalmente, Además las asociaciones y cooperativas no cuenta con las escrituras de propiedad donde ofrecen el servicio turístico, esto dificultad la ampliación de los negocios o establecimientos, adicionando los conflictos con las alcaldía que no brindad el apoyo y los permisos necesarios para construcción.

Deficiencia en la oferta turística

Este problema se debe a varios factores que aunados repercuten en una baja calidad de la oferta turística. Factores como la seguridad, la limpieza, falta de capacitación, asistencia técnica y la seguridad provocan que las personas no tomen en cuenta la microrregión de Cumbres del Mar como una opción verdadera para satisfacer sus necesidades, generando un alejamiento y un bajo flujo de los turistas, los cuales prefieren buscar otras opciones donde si satisfagan sus necesidades en un ambiente sano, limpio y seguro. A la vez esto aleja las opciones de inversión en la zona generando un estancamiento económico en la región.

En general los servicios que se ofrecen son de acuerdo a la clase de turistas que se acercan a las playas, no obstante en su mayoría no poseen la calidad requerida para el tipo de turista al que van dirigidos los servicios, debido que al 50% de las playas se acercan turistas internacionales que están acostumbrados a altos estándares de calidad por su países de procedencia. El rango de precios de los platillos que ofrecen los restaurantes en su mayoría se observa que va en aumento de acuerdo a la lejanía que estas presentan con el puerto que es su principal abastecedor a excepción del obispo que a pesar de estar contiguo al puerto los platillos tienen precios desde los \$5.

Pese a ello las playas en estudio de la micro región cumbres del mar, por su ubicación geográfica es estratégica para impulsar el turismo, sin embargo esta la infraestructura para brindar los servicios de turismo, en muchos casos no es la idónea debido a la falta de servicios básicos, recursos financieros o permisos de la alcaldía. No existe una infraestructura adecuada que sirva de modelo de atractivo turístico, de tal manera que los visitantes en su mayoría se alojan en ramadas previas de cielo abierto, y algunos en residencias privadas. Una de las razones por las cuales no hay desarrollo de infraestructura turística, es por la falta de recursos financieros por parte de entes privados, inexistencia de una efectiva política de promoción y desarrollo turístico en la zona, privándose así a la población de las oportunidades que puedan brindar a los visitantes de las diferentes playas

Otro punto es la seguridad de acuerdo a las entrevistas realizadas a las diferentes asociaciones y cooperativas, todos hicieron énfasis en la poca seguridad que se observa en la zona, debido a

que en las temporadas altas es la única época en la que se ve la visita del CAN o la policía, en temporadas baja prácticamente no se observan los elementos de seguridad.

Servicios públicos inadecuados

La falta de servicios básicos como el agua potable y el tratamiento de aguas negras, así como las calles en mal estado y mal señalizadas, son una muestra del bajo nivel de desarrollo de la zona. Aspectos como el desempleo y los bajos niveles de alfabetización es un efecto de la baja inversión que se tiene en la zona. Y a la vez repercute en el bajo flujo de turistas que prefieren irse a lugares más desarrollados donde sí se cuentan con los servicios básicos mínimos para recibir un buen servicio

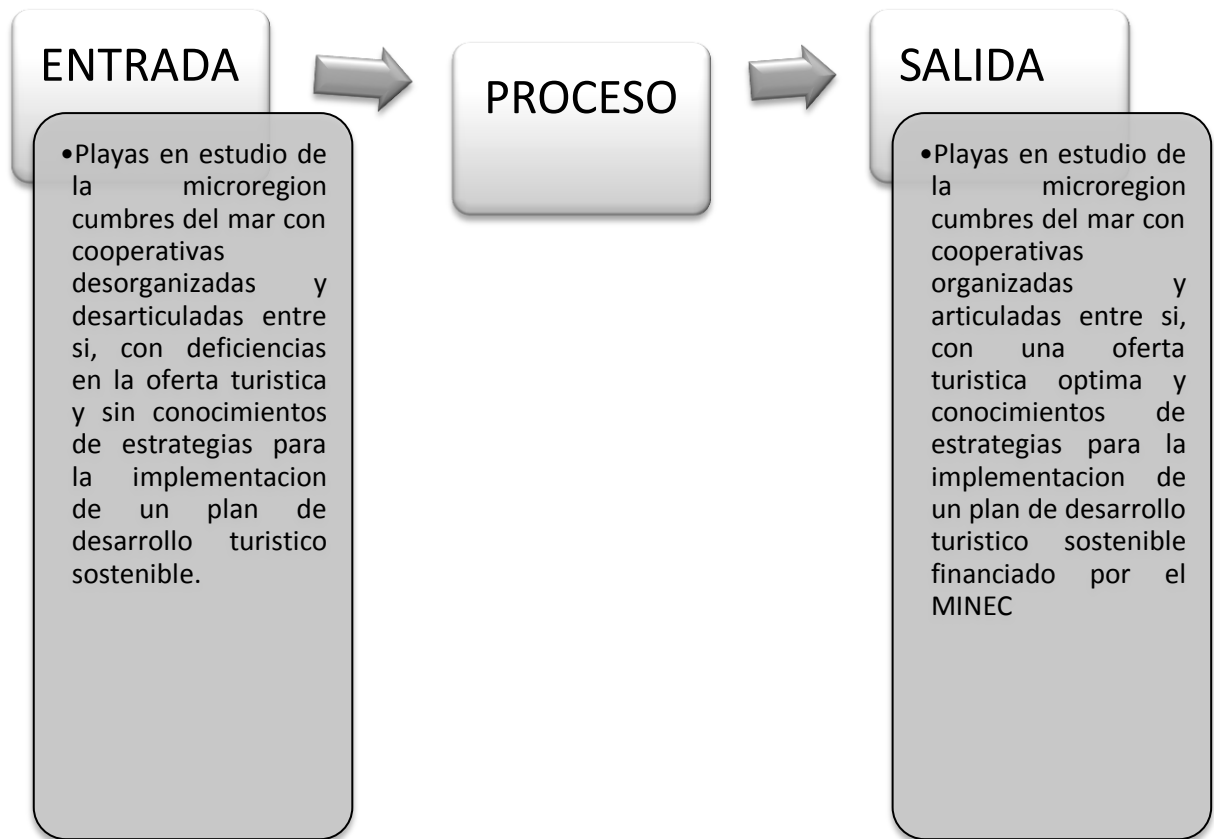
La Mayoría de las playas en estudio cuentan con el servicio de agua potable, pero muchas veces inconstante, además todas las playas cuentan con el servicio de energía eléctrica pero a pesar de ello en algunas playas no todos los establecimientos gozan de este servicio. Con el servicio de Agua residuales solo una Playa (el Obispo) cuenta con este, el resto de ellas hace uso de fosas sépticas, en algunos casos las fosas que son utilizadas para aguas grises. Como se puede observar el servicio de aguas residuales es precario y de suma importancia que se mejore para un mejor servicio a los turistas.

Las calles que permiten el acceso a las playas en su mayoría son una combinación de tierra, grava o arena, pero sin importar esto permiten el acceso de cualquier clase de carro. Por otra parte solo dos playas poseen calles de cemento o adoquinadas que son El Zonte y El Obispo respectivamente, que son idóneas para el acceso de los turistas.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a las diferentes asociaciones y cooperativas, todos hicieron énfasis en la poca seguridad que se observa en la zona, tanto privada como pública, son pocos los establecimientos que cuentan con seguridad privada. En cuanto a la seguridad pública se observó solo un puesto de la PNC en la playa Majahual y otro en el cantón El Palmar cerca de la playa El Palmarcito.

9.6 Formulación del problema

Esquema 10: Formulación del problema



Fuente: Elaboración Propia

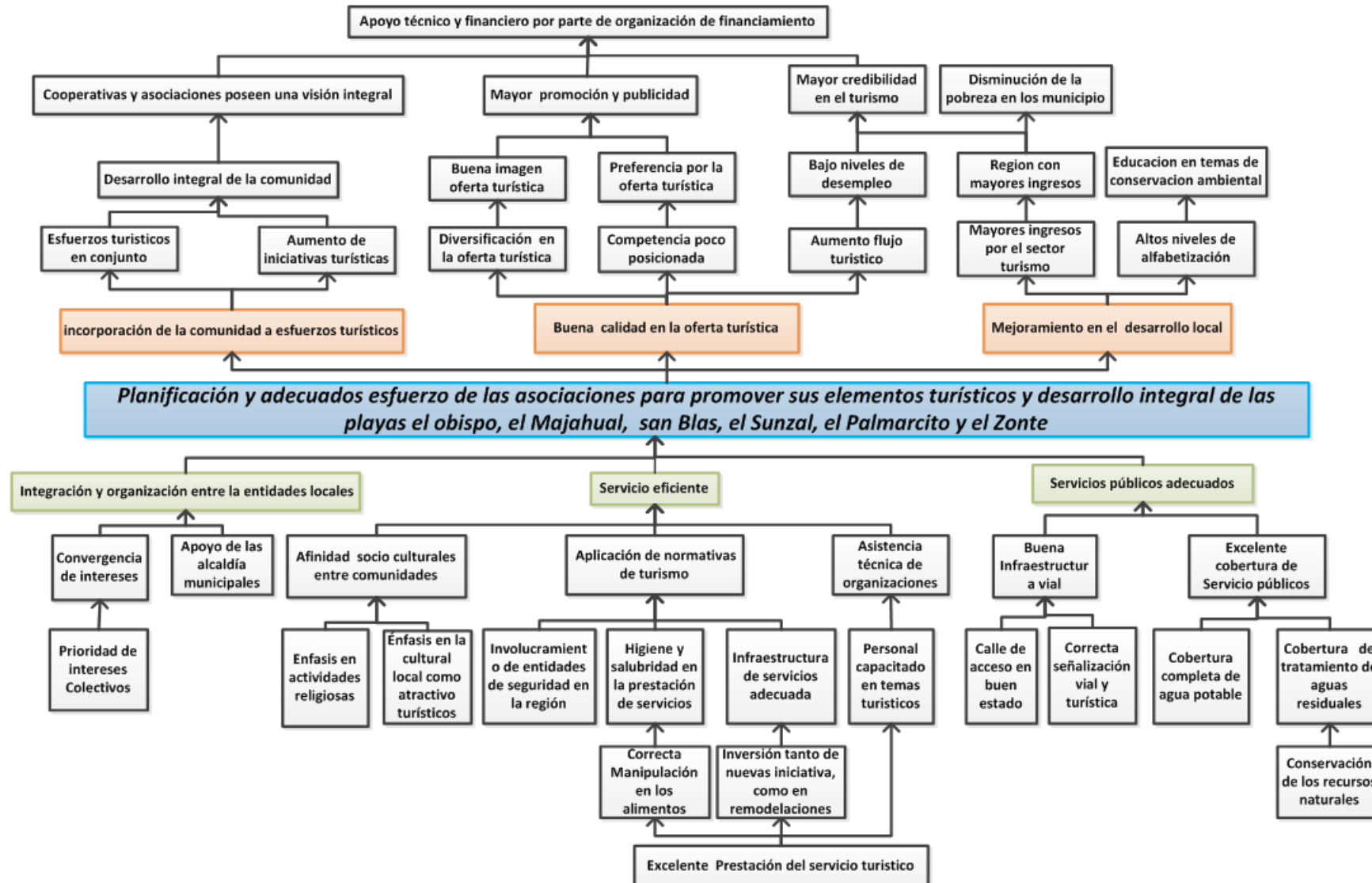
9.6.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

El desarrollo local sostenible, se ha convertido en los últimos años en un tema controversial, para los diferentes organismos, desarrollo que implica el mejoramiento de las condiciones económicas, sociales y ambientales, por lo que en ese sentido, el turismo no puede funcionar sin los recursos naturales y servicios básicos, sobre los que se asienta ya que su propia degradación ambiental incide directamente sobre su oferta que puede poner en peligro la misma actividad turística en sí.

Por lo cual surge el siguiente problema:

“Falta de planificación y deficiente esfuerzo de las asociaciones para promover sus elementos turísticos y desarrollo integral de las playas el obispo, el Majahual, san Blas, el Sunzal, el Palmarcito y el Zonte”

ARBOL DE OBJETIVOS



9.8 ANÁLISIS DE OBJETIVOS

Integración y organización entre las entidades locales

Al existir una convergencia de intereses tanto políticos como religiosos y económicos, se logra un desarrollo integral de la comunidad, los esfuerzos de la comunidad se unifican, velando por los intereses colectivos. Así las cooperativas poseen una visión integral en la cual pueden atraer la atención de organización de financiamiento e inversión a la zona, que brinden asesoría y apoyo técnico para fortalecer la zona.

Servicio Eficiente

Al tener la infraestructura adecuada, la seguridad controlada y el personal capacitado se logran una buena oferta turística. Potenciando los recursos con que se cuenta y promoviendo las actividades propias de la zona como lo son las actividades religiosas y culturales, se diversifica la oferta turística aumentando el flujo de visitantes, creando una buena imagen de la región. Atrayendo la inversión y el apoyo técnico para fortalecer aún más la zona y aumentar el desarrollo económico de la región.

Servicios Públicos adecuados

Contando con los servicios públicos adecuados podemos ofrecer una calidad de servicio de primer nivel. Si se cuentan con calles en buen estado y bien señalizadas se atrae muchas oportunidades de desarrollo, nuevas oportunidades de inversión y mejoramiento en el desarrollo local. Elevando los niveles de alfabetización y bajando los niveles de desempleo, disminuyendo la pobreza en los municipios y generando una mayor credibilidad en el servicio turístico brindado en la región

9.9 OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Tabla 89: Objetivos estratégicos para la conceptualización el diseño

PROBLEMAS	AREA	OBJETIVOS
Deficiencia en la oferta turística	Productos y Servicios	<ul style="list-style-type: none"> Lograr la máxima satisfacción de los turistas con el servicio brindado Contar con sistema de control y promoción de la calidad turística en la región Contar con productos turísticos diversificados, sostenibles, competitivos e innovadores en la región. Integrados y potenciados con las playas aledañas
	Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> Motivar a las personas que brinden buen servicio a los clientes Capacitar a las personas para que brinden buen servicio a los clientes
	Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> Contar con un sistema de comunicación y promoción turística de la región, para lograr de esa manera dar a conocer y promover el turismo en las playas en estudio Dar a conocer el servicio turístico por diferentes medios para lograr un aumento en la afluencia de turistas nacionales e internacionales
	Señalización	<ul style="list-style-type: none"> lograr que los turistas puedan llegar a las playas sin contratiempos Lograr que los turistas tengan posean una panorámica de la

<p>Falta de integración y organización entre la entidades locales de la microrregión</p>	<p>Alianzas</p>	<p>ubicación de todos los destinos turísticos de la zona</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr un fin común y beneficios para todos • Obtener la colaboración de la alcaldía • Contar con instituciones fortalecidas y actores de la actividad turística organizados y comprometidos con el desarrollo turístico de la región. • Contar con sistemas de gestión organizados en torno a la construcción de productos turísticos. • Lograr que los pobladores participen en el proceso de desarrollo turístico, cuidado, preservación y promoción del patrimonio cultural y natural, en su contexto inmediato, promoviendo la inclusión social.
<p>Servicios públicos inadecuados</p>	<p>Seguridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con ambientes seguros donde los turistas no se sientan amenazados por la delincuencia y puedan relajarse. • Obtener un trabajo en equipo para lograr altos niveles de seguridad y tranquilidad en las zonas turísticas

FUENTE: ELABORACION PROPIA

9.10 ESTRATEGIAS

Tabla 90: ESTRATEGIAS PARA EL AREA SE PRODUCTOS Y SERVICIOS

	ESTRATEGIAS	OBJETIVO	META	IMPORTANCIA
Productos y servicios	Excelencia de calidad de en el servicio para los turistas	Lograr la máxima satisfacción de los turistas con el servicio brindado	Estimular a los clientes con el servicio para que se sientan motivados a regresar y promocionen el lugar.	Los centros turísticos son muy competitivos por lo cual se debe mantener el nivel de calidad o superarlo al mercado.
	Desarrollo de programas Calidad y buenas prácticas de turismos para los servicios turísticos de la región	Contar con sistema de control y promoción de la calidad turística en la región	Brindar un servicio de excelencia para los turistas extranjeros como nacionales	Los turistas internacionales están acostumbrados a un nivel de calidad por arriba de los estándares con los que se ofrecen los servicios turísticos actualmente
	Difundir sellos de calidad reconocidos a nivel nacional e internacional vinculados a la actividad turística, para incentivar las buenas prácticas en la región			Dar a conocer la calidad y el nivel de servicio que se ofrece a nivel nacional e internacional
	Desarrollar atractivos turísticos diversificados a través de la puesta en valor de recursos turísticos con mayor potencial de demanda a corto, mediano y largo plazo.	Contar con productos turísticos diversificados, sostenibles, competitivos e innovadores en la región. Integrados y potenciados con las playas aledañas	Aprovechar al máximo todos los recursos que poseen las playas y que aún no son utilizados con fines turísticos	La fortaleza de los destinos turísticos para atraer al mercado que van dirigidos se basa tanto en la diversidad como en los productos diferenciados
	Mejorar la infraestructura y conectividad de los recursos turísticos de la zona.			Brindar las condiciones idóneas para la comodidad y satisfacción del cliente

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Tabla 91: ESTRATEGIAS PARA EL AREA DE SERVICIO AL CLIENTE

	ESTRATEGIAS	OBJETIVO	META	IMPORTANCIA
SERVICIO AL	Concientizar a los micro empresarios de la importancia de atender adecuadamente al cliente	Motivar a las personas que brinden buen servicio a los clientes	Lograr fidelidad de los clientes y atraer clientes nuevos	Lograr clientes satisfechos que tengan y ayuden a promover una buena imagen de las playas.
	Desarrollo de programas de capacitación de atención al turista	Capacitar a las personas para que brinden buen servicio a los clientes	Tener personas con una formación adecuada orientada al servicio de los turistas.	

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Tabla 92: ESTRATEGIAS PARA EL AREA DE PUBLICIDAD

	ESTRATEGIAS	OBJETIVO	META	IMPORTANCIA
PUBLICIDAD	Desarrollo de programas de promoción y publicidad	Dar a conocer el servicio turístico por diferentes medios para lograr un aumento en la afluencia de turistas nacionales e internacionales.	Que incremente la afluencia de turistas y se den a conocer los diferentes servicios turísticos que ofertan las playas	Que las playas sean reconocidas y se conozcan los diferentes servicios que poseen y mostrar a los clientes potenciales la oferta turística
	Concientizar a las asociaciones de la importancia de los tour operadores para que ofrezcan los servicios de las playas a los turistas extranjeros y nacionales			Se tiene mayor alcance de turistas que se motiven a visitar las playas que son más receptivas para el turista internacional.
	Implementar un sistema de promoción turística regional.	Contar con un sistema de comunicación y promoción turística de la región, para lograr de esa manera dar a conocer y promover el turismo en las playas en estudio.		Dar a conocer las playas como una zona con diferente oferta turística en vez de ser conocidas como puntos específicos y aislados.

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Tabla 93: ESTRATEGIAS PARA EL AREA DE SEÑALIZACION

	ESTRATEGIA	OBJETIVO	META	IMPORTANCIA
SEÑALIZACIÓN	Señalización adecuada en las entradas de las playas.	lograr que los turistas el lleguen a sus destinos sin contratiempos	Que sea fácil el acceso y el ubicar las playas	Que los turistas no se pierdan y desperdicien tiempo tratando de encontrar los lugares turísticos.
	Diseño e Implementación de elementos de identidad visual que permita rápida orientación e identificación.	Lograr que los turistas tengan posean una panorámica de la ubicación de todos los destinos turísticos de la zona	Implementar elementos de identidad visual en los atractivos y recursos turísticos	El turista se puede guiar para encontrar su lugar de destino más fácilmente y de igual forma fomenta la publicidad para todos los destinos turísticos.

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Tabla 94: ESTRATEGIAS PARA EL AREA DE ALIANZAS

	ESTRATEGIA	OBJETIVO	META	IMPORTANCIA
ALIANZAS	Desarrollo de un plan de integración de oferta turística para la unidad con las playas aledañas.	Lograr un fin común y beneficios para todos.	Que todas las playas de la zona trabajen en común.	En lugar que las playas de la microrregión representen una competencia se conviertan en aliados.
	Desarrollo de un programa de creación de comité turístico para dialogar y buscar la sensibilización a autoridades municipales con el fin que asuman el turismo como un eje de desarrollo	Conseguir colaboración y cooperación de la alcaldía para el desarrollo turístico de las playas.	Volver la alcaldía en aliado de las asociaciones.	Una microrregión unida y trabajando todos por un mismo fin
	Desarrollo de un Plan de concientización turística orientado al fortalecimiento de capacidades para la gestión de la actividad turística	Contar con instituciones fortalecidas y actores de la actividad turística organizados y comprometidos con el desarrollo turístico de la región	Crear conciencia de la importancia del desarrollo turístico para la economía de la zona y contar con personas capacitadas para brindar el servicio	Prestigio en el sector turismo gracias a la atención de calidad y buen servicio para los turistas, consiguiendo así su satisfacción al recibir el servicio.

	Desarrollo de comisiones turísticas como ente facilitador y orientador del proceso de desarrollo turístico.	Contar con sistemas de gestión organizados en torno a la construcción de productos turísticos.	Conseguir de forma vinculada y equitativa el crecimiento de la zona	Una microrregión unida y trabajando todos por un mismo fin
	Creación y difusión de las normativas para el desarrollo turístico local		Lograr el trabajo en equipo bajo un mismo lineamiento y lograr así una articulación bien estructurada	Una microrregión unida y trabajando todos por un mismo fin
	Desarrollar de un programa para Educar, Informar y Sensibilizar a los pobladores de la región sobre el valor del patrimonio cultural y natural de la región.	Lograr que los pobladores participen en el proceso de desarrollo turístico, cuidado, preservación y promoción del patrimonio cultural y natural, en su contexto inmediato, promoviendo la inclusión social.	Conseguir que la comunidad sea el principal defensor y protector de los recursos naturales que son el eje principal para brindar el servicio turístico	Al no conservar y proteger los recursos naturales que sirven como atractivo turístico se perderá el pilar fundamental que atrae a los turistas

FUENTE: Elaboración Propia

Tabla 95: ESTRATEGIAS EN EL AREA DE SEGURIDAD

	ESTRATEGIA	OBJETIVO	META	IMPORTANCIA
SEGURIDAD	Promover escenarios confiables y seguros para el turismo.	Contar con ambientes seguros donde los turistas no se sientan amenazados por la delincuencia y puedan relajarse	Cambiar la imagen de inseguridad que poseen algunas playas	Los ambientes con altos grados de delincuencia e inseguridad no ayudan al crecimiento y desarrollo del turismo
	Vincular el sistema policial y la seguridad municipal con la seguridad turística	Obtener un trabajo en equipo para lograr altos niveles de seguridad y tranquilidad en las		

	Desarrollo de programas de capacitación a la policía y personal municipal sobre información de los recursos turísticos y las rutas de acceso	zonas turísticas	Concientizar y conseguir el apoyo de todos los sectores que son parte fundamental para brindar el servicio turístico	tener un apoyo en común de todos los sectores
--	--	------------------	--	---

FUENTE: ELABORACION PROPIA

10 CAPITULO V. CONCEPTUALIZACION DEL DISEÑO

La conceptualización es una perspectiva abstracta y simplificada del conocimiento que tenemos del todo general y que queremos representar; esta representación, es nuestro conocimiento del tema en el cual cada concepto es expresado en términos de relaciones verbales con otros conceptos y con sus ejemplos y también con relaciones jerárquicas.

Conceptualizar, por lo tanto, puede ser considerado como el desarrollo o construcción de ideas abstractas a partir de la experiencia y de nuestra comprensión consciente.

Es por ello que tomando en cuenta los factores con eje problemático se han definido siete temáticas que engloban las necesidades y acciones a desarrollar para mejorar la gestión de las playas del micro región cumbres del mar:

Esquema 11: PLAN DE DESARROLLO TURISTICO



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Para llevar a cabo la conceptualización del plan se tomara en cuenta las estrategias priorizadas en el apartado anterior, las cuales servirán como punto de partida para el diseño del plan. A continuación se presenta los componentes del plan junto con sus programas que incluirá cada uno de ellos.

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE APLICADO EN LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR EN LAS PLAYAS: EL OBISPO, SAN BLAS, EL ZONTE, EL SUNZAL, EL MAJAHUAL Y EL PALMARCITO

Tabla 96: Sub Planes a desarrollar y sus programas

SUB PLAN	PROGRAMA
1 Concientización turística	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación para Educar, Informar y Sensibilizar a los pobladores • Creación de la Asociación Cooperativa • Programa de reuniones informativas sobre el sector. • Capacitaciones de atención al turista • Capacitación en habilidades sociales como trabajo en equipo
2 Diseño y mejora del producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar los elementos de conformación del producto turístico • Diseño y establecimiento de características de cada elemento de conformación
3 Promoción y Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación y determinación de los mejores métodos de promoción y publicidad • Diseño de programas de promoción y publicidad
4 Integración de la Oferta turística	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de rutas turísticas • Creación de oficinas de turismo • Inserción en el sistema de difusión y promoción turística. • Señalización Turística
5. Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de una Política Integral de Seguridad Turística y Convivencia Social para la zona en estudio • Campaña de sensibilización a los empresarios turísticos • Difusión de la normativa turística Integración de una Comisión de Turismo al Cooperativa Comunal de Protección Civil • Capacitar a la policía y personal municipal sobre información de los recursos turísticos y las rutas de acceso
6. Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Especificación de las fuentes de financiamiento. • Manejo de Ingresos • Ciclo de proyecto
7. Administración del plan de desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad y Buenas prácticas de turismos • Turismo sostenible • Sub Plan Administrativos • Sub Seguimiento y Control

10.1 COMPONENTE 1: CONCIENTIZACION TURISTICA

El establecimiento y capacitación para la concientización de la población local con respecto a la importación del turismo para el desarrollo local económico y social

Proponer estrategias para la concientización de la población y mejorar la participación de esto en iniciativas de desarrollo turístico

El diseño e implementación de un plan de concientización 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 este proyecto.

10.1.1 Programa de Asociación Cooperativa

Siendo la temática de estudio el desarrollo de una micro región, es necesario para la mejora del mismo, la conformación solida de una Cooperativa, que de forma vinculada y equitativa busque el crecimiento de la zona y sus conformaciones con el fin de que en un mismo eje se rijan de manera integral y organizada las actividades propias que hagan posible el desarrollo de la micro región en conjunto.

Para hacer posible el funcionamiento del mismo y su accionar correcto se desarrollaran los siguientes puntos:

1. Establecer las pautas legales a cumplir para la conformación del Cooperativa como entidad legal y las participaciones y recursos presentes a considerar para su selección como sociedad mercantil.
2. Identificar el objetivo global del establecimiento del mismo a través de la descripción de los objetivos, funciones, requisitos, derechos, deberes, obligaciones y participaciones que deben desarrollarse al formar parte de una entidad legal.
3. Establecimiento de la estructura organizativa y funcional de los puestos legales a considerar para su puesta en marcha.
4. Identificación de los recursos y estructura física necesaria para el desarrollo óptimo del Cooperativa.

10.2 COMPONENTE 2. DISEÑO Y MEJORA DEL PRODUCTO TURISTICO.

Un producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individualmente o en una amplia gama de combinaciones para satisfacer las necesidades, requerimientos y deseos de los usuarios durante toda su experiencia y hacia un espacio deseado que gira en torno al atractivo donde se vinculan una serie de elementos que permiten el desarrollo de las actividades turísticas del espacio.

La oferta turística es el conjunto de bienes tangibles con bienes intangibles y servicios turísticos donde cada uno de estos elementos interactúa entre sí, es por ello, que se define la oferta por tres elementos principales:

- ☞ **ATRACTIVO TURISTICO:** Corresponde al atractivo natural del espacio donde se desarrolla o bienes culturales con los que cuenta y es rica la zona, entre otros.
- ☞ **ESTRUCTURA TURISTICA:** Suelen ser aquellos servicios que componen la actividad turística y la hacen únicas y especiales de la zona.
- ☞ **INFRAESTRUCTURA GENERAL Y ESPECIALIZADA:** Consideradas la estructuración vial, de acceso, comunicación y tratamientos básicos de los elementos constituyentes de la realización de los servicios.

Cada elemento es importante para conformar una oferta turística satisfactoria puesto que si uno de ellos fallara, las expectativas de los usuarios no serán satisfechas.

Para la conformación correcta del producto turístico se desarrollaran las siguientes etapas:

- a. Identificar y describir el producto turístico en oferta.

- b. Determinar los elementos de conformación del producto turístico último.
- c. Diseño y establecimiento de características de cada elemento de conformación.
- d. Propuestas de diseños a evaluar de los elementos individuales del producto turístico.
- e. Descripción de la función e interacción de los elementos conjuntos como producto turístico.
- f. Evaluación de la aceptación y funcionamiento del producto turístico como tal.
- g. Diseño de los productos turísticos.
- h. Determinación de la capacidad de ofertar.
- i. Diseño de imagen turística.

10.3 COMPONENTE 3. PROMOCION Y PUBLICIDAD

La publicidad y promoción es un conjunto de técnicas integradas a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y espacio para comunicar los méritos del producto y lograr persuadir al público objetivo de los beneficios del mismo; por tanto es un factor primordial para el desarrollo de la industria turística, con el objeto de incrementar la actividad en este rubro y su aportación a la economía. Es por ello, que el generar un plan para coordinar las acciones que conlleven al logro de los objetivos impuestos, es necesario la determinación de los siguientes componentes:

1. Determinación de los objetivos meta y propósitos de la promoción y publicidad.
2. Identificación y determinación de los mejores métodos de promoción y publicidad.
3. Diseño de programas de promoción y publicidad orientados a la información e inclinación al producto turístico ofrecido.
4. Identificación y determinación de los procesos de comunicación del producto turístico.
5. Diseño de acciones de mejora dirigidas a los elementos subyacentes de la infraestructura general y especializada del producto.
6. Evaluación del alcance de los programas y acciones.
7. Análisis y propuestas de nuevas estrategias de promoción y publicidad.

10.4 COMPONENTE 4: INTEGRACION DE LA OFERTA TURISTICA

Este plan se presenta como una herramienta para el desarrollo de estrategias de fomento para la competitividad turística de la zona, a través del fortalecimiento de iniciativas locales relacionadas al establecimiento de Actividades y Servicios Turísticos de valor.

Este programa dar la pauta para aprovechar la diversidad de atractivos, sobre todo aquellos pertenecientes a los productos turísticos más demandados para desarrollar la zona como un destino turístico, aprovechando la cercanía de los mismos, así como el buen estado de las carreteras de la zona y el hecho que muchos de los destinos se encuentran sobre una vía que los comunica. Se debe de buscar una estrategia para el desarrollo del turismo en la zona, para la explotación ordenada de los atractivos presentes en la zona se propone la creación de una ruta turística, que permita aprovechar la inter conectividad entre los municipios así como la cercanía de los mismos.

10.5 COMPONENTE 5: SEGURIDAD

Considerando que la seguridad es una de las condiciones fundamentales para el fortalecimiento de la competitividad de la zona propuesta, es necesario que la prioridad de la gestión sea la de buscar los mecanismos de coordinación y de gestión que permitan articular medidas prácticas para que se consolide la actividad turística, se valore la importancia socioeconómica, se garantice la calidad y se le reconozca como factor de paz. El Gobierno, desde el Ministerio de Turismo y

Ministerio de Seguridad y Justicia, pretende ser la fuerza motora para continuar con la creación de mejores condiciones para los destinos y los turistas, promoviendo la organización y coordinación de acciones de cooperación para la seguridad que requiere el turismo.

El Plan de Seguridad conduce a la aplicación de estrategias y programas concretos en los planos local y municipal, definiendo los principios, finalidades y objetivos de la seguridad de los turistas y las responsabilidades de los organismos nacionales en la ejecución del mismo e igualmente viabilizar los acuerdos sobre la asignación de recursos para el cumplimiento de los objetivos, garantizando la seguridad física de los turistas y contribuyendo en el mejoramiento de la imagen y de la calidad de los destinos turísticos.

- Desarrollar el concepto de la seguridad turística desde una perspectiva global,
- Establecer conceptos, analizar tendencias y experiencias sobre seguridad aplicada a la actividad turística,
- Considerar el desarrollo de un sistema de seguridad turística pensado como un instrumento de gestión empresarial y de desarrollo y competitividad de destinos turísticos
- Dar a conocer a los profesionales de la actividad turística y de la seguridad las distintas variables relacionadas a la seguridad de un destino y empresa turística.
- Promover acciones de información, prevención, concientización y educación sobre la seguridad relacionada a destinos y empresas turísticas.
- Concientizar a los prestadores de servicios y las comunidades receptoras que la seguridad es una responsabilidad de todos
- Capacitar a las fuerzas de seguridad para incorporarse a la actividad como informador y promotor turístico.

10.6 COMPONENTE: 6. FINANCIAMIENTO

El recurso financiero es otro factor que afecta el progreso de las actividades de cualquier plan de desarrollo, como es el caso para microrregión. Actualmente no existe una planeación adecuada para cubrir con los gastos de este y su presupuesto no lo efectúan de manera coordinada.

- Diseñar programa de obtención recursos financieros para llevar cabo plan de desarrollo turístico para la mejora de la microrregión “Cumbres del Mar”
- Desarrollar un programa para la realización de un presupuesto anual para la buena utilización de los recursos monetarios destinados para efectuar el trabajo.
- Desarrollar un programa de obtención de recursos financieros a través de financiamiento de bancos u otras instituciones financieras y de la municipalidad a través del MINEC

10.7 COMPONENTE: 7. ADMINISTRACION DEL PLAN

10.7.1 Programa sistema de calidad y buenas prácticas de turismo.

En este componente se desarrollará un sistema de calidad que permitirá mantener un buen control en la calidad de los servicios turísticos que se esperan ofertar. Este sistema comprenderá:

1. Políticas y Normas de calidad del Cooperativa
2. Evaluaciones a realizar para mantener la calidad de los servicios que se prestarán
3. Control de las evaluaciones a realizar para asegurar la calidad de los servicios
4. Propuesta para la aplicación de normas de calidad en un largo plazo

Así mismo se hará una propuesta para la aplicación de las Buenas prácticas del Turismo (BPT), con el fin de prevenir los impactos negativos que puede generar la actividad turística, y brindar un servicio de calidad a los turistas. Durante esta propuesta se considerarán puntos como:

- Calidad en la atención y satisfacción al turista

- La vegetación
- Calidad del agua, consumo de energía y manipulación de residuos
- El guía y la atención que debe brindar al turista, entre otros.

Durante este componente se deberá considerar los requerimientos indispensables para el cumplimiento de las BPT y la señalización de la actividad turística.

10.7.2 Programa turismo sostenible

El turismo, como actividad productiva, puede ser ampliamente beneficioso, pero también, considerablemente destructivo si no es manejado adecuadamente, ya que puede acabar con la riqueza de los patrimonios naturales y culturales de cualquier país.

El Programa de Turismo Sustentable tiene entre sus funciones promover la realización de proyectos y actividades destinadas a fortalecer las capacidades de la Secretaría, para emprender una gestión proactiva en materias de protección ambiental y de promoción del turismo sustentable

Las Actividades del Programa de Turismo Sustentable son las siguientes:

- Coordinar con otros organismos nacionales, provinciales y municipales, planes, acciones y programas vinculados con el desarrollo turístico sostenible.
- Gestionar y administrar los recursos que permitan poner en marcha proyectos que contribuyan a los objetivos de Programa.
- Diseñar, coordinar y realizar actividades de educación, sensibilización e información ambiental y sobre modalidades de turismo responsable, para los turistas, los pobladores locales y los agentes de viaje y prestatarios de servicios en destinos de naturaleza
- Generar foros de intercambio y difusión sobre experiencias de turismo sustentable y buenas prácticas relacionadas con el turismo y el ambiente para multiplicar las concientización y generación de conocimiento al respecto

10.7.3 Programa: sistemas básicos administrativos

Durante el desarrollo de este componente se consideraran como sistemas básicos administrativos: El Sistema de Información para el desarrollo empresarial en el cual se desarrollara su etapa de planeación, de implementación donde se describirá como se llevará a cabo el proceso de transferencia de información entre los lugares que brindaran servicios turístico y el Cooperativa Turístico.

El sistema contable para el Cooperativa Turístico, en el cual se describirá el procedimiento para llevarse a cabo, así también se realizará un catálogo de cuentas, formularios para realizar alguna transacción y llevar un control de todos los gastos e ingresos que se realicen, formatos de libros donde se registraran las transacciones, de balances, estado de resultados, etc.-

10.7.4 Programa: seguimiento y control

Se necesita llevar a cabo un seguimiento detallado de la gestión turística, asegurando de esta manera el mejor desarrollo de la misma, es conveniente considerar una serie de instrumentos, sin los cuales sería imposible realizar un trabajo serio y efectivo. La aplicación de estos instrumentos permitirá obtener los resultados esperados, estos se detallan a continuación:

- Indicadores de calidad, entre los cuales se tendrá en cuenta: la satisfacción del cliente, de alojamiento, restaurante.
- Indicadores de operatividad como: Sostenibilidad, Seguridad, nivel de empleo turístico, consumo de agua, etc.

- Indicadores de productividad como: el gasto presupuestal en promoción y publicidad, tiempo de estancia media, efectividad del empleado, entre otras.

11 ETAPA DE DISEÑO

OBJETIVO:

Diseñar los componentes que integran el plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la microrregión Cumbres del Mar para las Playa El Obispo, San Blas, El Majahual, EL Sunzal, El Palmarcito y El Zonte, con el fin de proporcionar directrices a la comunidad para poder mejorar el desarrollo local de la microrregión.

11.1 SUB PLAN CONCIENTIZACION TURISTICA

11.1.1 Introducción

Para la concientización turística nos auxiliaremos en el concepto de **Cultura Turística**. La Cultura turística tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sustentable, concebido como la adecuada administración de los recursos (naturales, materiales, financieros y humanos), de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora.

Con esta base, la Cultura Turística incorpora las dimensiones sociales, culturales, ambientales y económicas del turismo, orientándose hacia los beneficios comunitarios, pretendiendo resaltar la participación de las comunidades según sus propias características locales.

El objetivo primordial radica entonces, en enfocar el modelo turístico a una relación en donde los resultados y el éxito en la recepción y atención del turista sea reflejo del desarrollo sustentable del turismo, basado en el continuo mejoramiento de la calidad de vida de la población.

El término Cultura Turística se compone de dos palabras: **Cultura y Turismo**

Al unir estos dos términos y formar el concepto Cultura Turística, se puede entender que dentro de la cultura íntegra de la sociedad, existe una parte orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras

11.1.2 Objetivos

- Diseñar e implementar un Programa de Concientización dirigido a los Actores del Sector Turismo en la Microrregión de Cumbres del Mar para promover su sensibilización y concientización sobre la importancia del buen desempeño ambiental de sus miembros.
- Enfocar el modelo turístico a una relación en donde los resultados y el éxito en la recepción y atención del turista sea reflejo del desarrollo sustentable del turismo, basado en el continuo mejoramiento de la calidad de vida de la población
- Lograr que los ciudadanos de Cumbres del Mar participen y adopten una actitud positiva hacia al Turismo, como fuente generadora de empleos, divisas, desarrollo socio-económico y cultural de nuestra ciudad, en concordancia con nuestro medio ambiente
- Fortalecer la identidad local, regional y nacional de las poblaciones receptoras.
- Generar conciencia sobre la complejidad y la transversalidad de la actividad turística.
- Comprometer a los prestadores de servicios turísticos generando actitudes acorde a las necesidades del visitante.
- Generar una cultura de planificación conjunta entre los gestores locales y nacionales para lograr el desarrollo de la Cultura Turística.

11.1.3 Alcance del sub plan

El presente Sub Plan de Concientización Turística cubrirá lo que es el diseño de estrategias y políticas que ayuden Educar, Informar y Sensibilizar a la población de la Microrregión de Cumbres del Mar. Así como establecer las pautas legales necesarias a cumplir para su desarrollo.

Definir los lineamientos para la creación de una Asociación Cooperativa y el establecimiento de la estructura organizativa y funcional de los puestos legales a considerar para su puesta en marcha.

Debemos iniciar con los pasos para poder conformar una organización y la parte legal que debemos seguir.

11.1.4 Marco legal

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.

El marco legal faculta a la autoridad correspondiente para que lleve a cabo las labores de administración de conformidad a la estructura detallada dentro de sus mismas provisiones.

11.1.4.1 Persona jurídica

Persona Jurídica es una empresa que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre de ésta.

Al constituir una empresa como Persona Jurídica, es la empresa (y no el dueño) quien asume todas las obligaciones de ésta.

Lo que implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, están garantizadas y se limitan solo a los bienes que pueda tener la empresa a su nombre (tanto capital como patrimonio).

Si, por ejemplo, la empresa quiebra y es obligada a pagar alguna deuda, ésta se pagará solo con los bienes que pueda tener la empresa a su nombre, sin poder obligar al dueño o a los dueños a tener que hacerse responsable por ella con sus bienes personales.

11.1.4.1.1 VENTAJAS PERSONA JURÍDICA

- Tiene responsabilidad limitada, es decir, el dueño o los dueños de la empresa asumen solo de forma limitada la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, las cuales solo se garantizan con los bienes, capital o patrimonio que pueda tener la empresa.
- Mayor disponibilidad de capital, ya que éste puede ser aportado por varios socios.
- Mayores posibilidades de acceder a créditos financieros (los bancos o entidades financieras suelen mostrar mayor disposición a conceder préstamos a personas jurídicas antes que a personas naturales).
- Posibilidad de acceder a concursos públicos sin mayores restricciones.
- El propietario y los socios trabajadores de la empresa pueden acceder a beneficios sociales y seguros.

11.1.4.1.2 DESVENTAJAS PERSONA JURÍDICA

- Mayor dificultad al momento de constituir la, presenta una mayor cantidad de trámites y requisitos.
- Requiere de una mayor inversión para su constitución.
- Se les exige llevar y presentar una mayor cantidad de documentos contables.
- La propiedad, el control y la administración pueden recaer en varias personas (socios).
- Presenta una mayor cantidad de restricciones al momento de querer ampliar o reducir el patrimonio de la empresa.
- Presenta una mayor dificultad para liquidarse o disolverse.

11.1.4.1.3 DOCUMENTOS A PRESENTAR EN ALCALDIA

1. Testimonio de escritura de constitución de la sociedad inscrita (copia simple)
2. Balance inicial (original) firmado por el representante legal, contador y auditor
3. Factura por servicios de energía eléctrica (copia simple) que muestre la cuenta municipal del inmueble en donde opera la empresa
4. Tarjeta NIT (copia simple) de la sociedad
5. Tarjeta NIT (copia simple) del representante legal

6. Documento único de identidad (DUI) (copia simple) para salvadoreños o pasaporte (o carnet de residente) para los extranjeros, del representante legal

11.1.4.2 SOCIEDAD MERCANTIL

Una sociedad mercantil es aquella entidad cuyo objetivo es la realización de actos de comercio sujeta a derecho mercantil.

Su denominación oficial es la siguiente:

"es sociedad mercantil la que existe bajo una denominación o razón social, mediante el acuerdo de voluntades de un grupo de personas llamadas socios, que unen sus esfuerzos y capitales para la realización de un fin común de carácter económico con propósito de lucro"

Posee **personalidad jurídica** propia y distinta de sus miembros. Se rigen por la ley general de sociedades mercantiles y la sociedad cooperativa por la ley general de sociedades cooperativas, la constitución de unas y otras, deberá constar en escritura social ante notario público

TIPOS DE SOCIEDADES EN EL SALVADOR

El Código de Comercio Salvadoreño, reconoce los siguientes tipos de sociedades:

- a) Sociedades en nombre colectivo o sociedades Colectivas
- b) Sociedades en comandita simple o sociedades comanditarias simples
- c) Sociedades de Responsabilidad limitada
- d) Sociedades Anónimas
- e) Sociedades en Comandita por Acciones o sociedades comanditarias por acciones

a) Sociedad en nombre colectivo o sociedades Colectivas:

Es aquella que se constituye bajo razón social la cual se formará con el nombre de uno o más socios, y cuando en ella no figuren los de todos, se añadirán las palabras "y compañía" u otras equivalentes. Todos los socios responden ilimitada y solidariamente por las obligaciones sociales, por ello, todos los socios tienen derecho a participar en la administración de los negocios de la sociedad, pudiendo delegar sus facultades administrativas en uno o varios administradores, que sería el que representará legalmente a la sociedad. Su capital se integra por cuotas o participaciones de capital, que pueden ser desiguales.

No existe monto mínimo de capital señalado por la ley.

BASE LEGAL: Art. 73 al 92 Código de Comercio

b) Sociedad en comandita simple o sociedades comanditas simples:

Es aquella que se constituye bajo razón social, el cual se formará con el nombre de uno o más comanditados y cuando en ella no figuren los de todos éstos, se le añadirán las palabras "y compañía" u otras equivalentes. A la razón social se le agregarán siempre las palabras "Sociedad en Comandita" o su abreviatura " S. en C", si se omite esto último, la sociedad se considerará como sociedad colectiva.

BASE LEGAL: ART. 93 AL 100 Código de Comercio

c) Sociedad de Responsabilidad Limitada:

Es aquella que se constituye bajo razón social (se forma con el nombre de uno o más socios) o bajo denominación (se forma libremente siempre que sea distinta a la de cualquier sociedad existente), la cual debe de ir inmediatamente seguida de la palabra "Limitada" o su abreviatura "Ltda". La omisión de esto último hará responsables solidariamente e ilimitadamente a todos los socios. Ya

que éste tipo de sociedad se caracteriza de que los socios responden de manera LIMITADA, es decir que los socios responden de las obligaciones sociales adquiridas únicamente con su participación social y no con sus propios bienes.

BASE LEGAL: Art. 101 al 125 Código de Comercio.

d) Sociedad Anónima:

Es aquella que se constituye bajo denominación, la cual se formará libremente sin más limitaciones que la de ser distinta a cualquiera otra sociedad existente e irá inmediatamente seguida de las palabras “Sociedad Anónima” o su abreviatura “S.A.” La omisión de lo anterior acarrea responsabilidad ilimitada y solidaria para los accionistas y administradores, ya que los socios de este tipo de sociedad responden a las obligaciones sociales contraídas únicamente con el valor del aporte que hayan hecho en la misma.

BASE LEGAL: Art. 191 al 295 Código de Comercio.

f) Sociedad en Comandita por Acciones: En aquella que se constituye bajo razón social que se forma con los nombres de uno o más socios comanditados, seguidos de las palabras “y compañía” u otras equivalentes, a la cual se le agregarán las palabras “sociedad en Comandita” o su abreviatura “S. en C”.

El capital social se divide en acciones, de las cuales cada uno de los socios comanditados suscribirá una por lo menos. Las acciones de los comanditados serán nominativas y no podrán transferirse sin el consentimiento unánime de los socios de su clase y de la mayoría absoluta de los socios comanditarios. Los socios comanditados podrán suscribir otras acciones, además de las acciones nominativas, las cuales serán en todo iguales a las de los comanditarios.

BASE LEGAL ART. 296 AL 305 CÓDIGO DE COMERCIO

11.1.4.3 SELECCIÓN DE PERSONERÍA JURÍDICA

Para la selección de la personería jurídica se tomó en cuenta el cuadro anterior donde se describe una breve caracterización de cada una de las personerías jurídicas existentes en el país y de acuerdo a éste se identificó la que más se acopla a la sociedad que se busca formar, considerando algunos criterios muy importantes para la integración de las cooperativas y la creación de la organización, estos se pretenden que sean de la siguiente manera:

- La representación de la sociedad. Debe de estar representada por socios de las cooperativas
- Toma de decisiones. Las decisiones de la organización deberán ser aprobadas por los miembros que la integren y considerar las opiniones de todos los socios.
- La distribución de bienes. Esta debe ser proporcional, de acuerdo a los bienes obtenidos como comunidad y a la participación que cada uno de los socios aporte hacia el proyecto.
- La aportación de los socios. Los socios deberán aportar ya sea capital o trabajo para pertenecer a la sociedad.

Teniendo en cuenta lo anterior la sociedad que fue seleccionada para constituir a la organización de forma legal es la sociedad con nombre colectivo, ya que es la más apropiada de acuerdo a los criterios mencionados y a la caracterización de las personerías jurídicas para integrar a las cooperativas involucradas en la participación del proyecto turístico.

En el caso de las sociedades restantes a las cuales se podía optar, se debe mencionar que en su mayoría estas sociedades son constituidas por acciones, es decir el socio tiene que aportar capital propio o comprar parte de estas acciones para poder ser miembro de la sociedad, y son los únicos que toman decisiones y reciben los beneficios directos del rubro al cual se dedican.

La sociedad comandita simple, que es la que más se asemeja a la sociedad colectiva, está formada por socios comanditados y socios comanditarios en el que los socios comanditarios aunque pertenecen a la sociedad no pueden ejercer acto alguno en la administración y no poseen voto en las decisiones de asamblea o junta directiva o cualquier órgano de sociedad que sea establecido, es por ello que se tomó la decisión de inscribirla legalmente como SOCIEDAD COLECTIVA.

Al tener determinada el tipo de sociedad por la que se regirá la organización del proyecto, se debe dictaminar como se llegó a dicha selección y los responsables que se asignan para constituirla legalmente, teniendo en cuenta que todo esto se deberá realizar en acuerdo con los asociados de cada una de las cooperativas. Se propone que estos representantes legales sean los presidentes de cada cooperativa.

11.1.4.3.1 PERSONERÍA JURÍDICA DEL PROYECTO

La sociedad colectiva será constituida por personas jurídicas en calidad de socios, y su personería se realizara a través de la constitución de una escritura pública cuya elaboración será a través de un notario en la cual se establecerán las cláusulas de su representación legal la cual se regirá a través de un Asociación Cooperativa conforme a los artículos de constitución de Cooperativas turísticas dictaminados por el ministerio de turismo.

La personería jurídica será de derecho privado con interés de lucro o económico¹⁹ constituida como sociedad de personas en nombre colectivo cuyo funcionamiento estará regulado por el código de comercio cuya inscripción será realizada en el registro de comercio.

11.1.4.3.2 PROCEDIMIENTO DE CONSTITUCIÓN.

El otorgamiento de la Escritura Pública y la inscripción en el Registro de Comercio son los requisitos comunes a la Constitución de esta sociedad, los pasos a seguir para ello son los siguientes:

Constitución de la Sociedad

La Constitución de la Sociedad se hace por medio de Escritura Pública y se perfecciona su personería por medio de la inscripción en el Registro de Comercio

Número de Identificación Tributaria NIT

Es una tarjeta que contiene un número de identificación con el cual se otorga la calidad de contribuyente al fisco. Toda persona jurídica está obligada a tenerla, está obligada al pago de los impuestos de renta, vialidad, transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios, (IVA), y cualquier otra tributación fiscal, tienen la obligación de estar inscritos

Número de Registro de Contribuyente IVA

Es el registro del contribuyente por medio del cual se registrarán sus movimientos de ingresos y egresos (renta, honorarios, comisiones, y otros estipulados por la ley respectiva.

Número de Identificación Patronal

Se inscribe al comerciante social en el ISSS, Instituto Salvadoreño del Seguro Social. Así el patrono adquiere los compromisos de la seguridad social a que están sujetos los trabajadores de la empresa.

Inscripción en Dirección General de Estadística y Censos

Se inscribe a la sociedad en la Dirección General de Estadística y Censos donde se dan los datos esenciales de la misma, así como la información financiera con la que la sociedad inicia sus operaciones.

Además, de ser un requisito que solicita el- Gobierno para poder medir la actividad económica, esta inscripción es necesaria para obtener la Matrícula de Comercio.

Inscripción de Matrícula de Empresa y Establecimiento

Todo comerciante social tiene la obligación de matricularse en el Registro de Comercio. Cada empresa tendrá una sola matrícula. La matrícula de empresa será el documento que compruebe la propiedad de la empresa mercantiles contra terceros. Ninguna empresa podrá funcionar sin estar matriculada.

Registro del Centro de Trabajo. Reglamento Interno de Trabajo

Se deben presentar los siguientes documentos:

- Formulario respectivo completado
- Cédula de Identidad Personal del representante legal
- Copia del Testimonio de Escritura de Constitución

Registro de Alcaldía y Solvencia Municipal

El objeto de esta inscripción es asignar una tasa de interés al comerciante social de acuerdo a su activo y pagar tasas municipales. El monto que se paga varía de un municipio a otro de acuerdo al capital social y según el tipo de actividad que realiza.

Libros Legales

Las sociedades están obligadas a llevar ciertos libros en los que asentarán obligatoriamente todas sus operaciones.

11.1.4.4 SELECCIÓN DE LA SOCIEDAD MERCANTIL

Uno de los trámites que definirá el rumbo del Cooperativa es la decisión sobre el tipo de sociedad mercantil con la que será inaugurado. Contemplando que éstas se constituyen por la manera en la que los socios establecen su responsabilidad, participación y actuación en la empresa.

Las principales características de los distintos tipos de asociaciones se enlistan a continuación.

Sociedades de personas Se dividen en:

- Sociedad en nombre colectivo o Sociedades Colectivas:
- Sociedad en comandita simple o sociedades comanditas simples
- Sociedad de Responsabilidad Limitada

Su principal característica es que deben estar constituidas únicamente por personas naturales, y sus participaciones dentro de la sociedad están representadas por acciones, deben reportar sus participaciones en otras sociedades, y responden ilimitada y solidariamente.

Sociedades de capital

Las principales características de los distintos tipos de asociaciones se enlistan a continuación.

- Las sociedades anónimas.
- Las sociedades en comandita por acciones o sociedades comanditarias por acciones.

Se pueden conformar por personas tanto naturales como jurídicas, la participación es por medio de acciones que al contrario de las de la sociedad de personas, pueden no tener el mismo valor. La responsabilidad está limitada al valor de las acciones.

Asociación cooperativa Las participaciones y las decisiones en este tipo de sociedad se deben realizar de forma democrática, además estas cooperativas también deben permitir la libre adhesión y el retiro voluntario, asimismo debe mantener su neutralidad religiosa y política. Se dividen principalmente en:

- Cooperativas de producción;
- Cooperativas de vivienda;
- Cooperativas de servicio

Se pueden asociar distintas cooperativas en federaciones y confederaciones.

Las sociedades anteriores pueden obtener ganancias de la realización de sus actividades. A continuación se presentan las características de las asociaciones que no tienen como fin la obtención de lucro.

Sociedad sin fines de lucro

Como su nombre lo indica este tipo de sociedades no persiguen el lucro de sus miembros. Las características principales de este tipo de asociación que deben ser cumplidas de acuerdo a las leyes de El Salvador son las siguientes:

- No persiguen el lucro de sus miembros
- No se reparten beneficios, remanentes o utilidades entre los miembros

Las asociaciones o fundaciones no podrán ser fiadoras o avalistas de obligaciones. La ley que rige las actividades de este tipo de organizaciones es la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro nacida a partir del decreto legislativo No 894. Las entidades sin fines de lucro pueden ser de dos tipos, Fundaciones y Asociaciones, siendo la principal diferencia que las asociaciones nacen de la agrupación de personas que se asocian para el desarrollo permanente de actividades, mientras las fundaciones, son entidades creadas para la administración de un patrimonio con fines públicos.

Cooperativa sin fines de lucro Puede estar conformada por miembros que tengan el común denominador de una actividad económica practicada, o un mismo interés, y su principal actividad es la promoción de la realización de proyectos en beneficio social. Las decisiones se toman de acuerdo a los principios

SELECCIÓN DEL TIPO DE SOCIEDAD

La cooperativa se basa normalmente en el modelo de producción de empresa privada, tomándola como núcleo del quehacer económico aunque como modelo de sociedad mercantil presenta algunas particularidades en su estructura.

A continuación un cuadro que intenta explicar las diferencias entre empresa cooperativa y sociedad mercantil clásica.

Empresa clásica	Empresa cooperativa
Los empresarios buscan obtener beneficios monetarios o influencias	Los cooperativistas buscan solucionar sus necesidades
Con la ganancia se beneficia sólo el empresario	Con los excedentes se beneficia la cooperativa y por tanto, sus socios
Principal objetivo: aumentar beneficios, a costa de lo que sea	Principal objetivo: satisfacer las necesidades que motivaron la cooperativa
Los beneficios se distribuyen entre los accionistas	Los beneficios, que no tienen por qué ser monetarios, se distribuyen entre los socios o se reinvierten en la cooperativa, según estatutos.
Órgano de gobierno: el accionariado.	Órgano de gobierno: los socios, en asambleas.
Los trabajadores no tienen poder.	Los socios o trabajadores tienen voz y voto en las asambleas.
El número de socios es limitado	El número de socios es ilimitado, según estatutos
Los objetivos son independientes del socio	Los objetivos son dependientes de las necesidades de los socios

Comerciantes, pescadores y familias rurales pueden, por si mismos, producir insumos o comprarlos. Son las Cooperativas una vía accesible a individuos en la compra de insumos y servicios. Por tanto, para ser atractivas, deben ofrecer ventajas sobre las alternativas.

Las organizaciones cooperativas aventajarán a sus competidores cuando ellas puedan proveer los mismos servicios/actividades a costos más bajos a través de:

- economías de escala (por ej. compra al por mayor),
- reduciendo costos de transacción; por ej. para información, aplicación, control e intercambio de bienes y servicios,
- reduciendo la incertidumbre concerniente; por ej., precios y disponibilidad de insumos,
- eludir mercados conexos, donde, por ejemplo, la compra de insumos o la comercialización de productos están unidos a la provisión de facilidades en préstamos,
- ellas pueden ofrecer nuevos servicios/acceder a recursos externos/servicios no disponibles de otro modo.

Puesto que los asociados no sólo son clientes, sino también propietarios de las organizaciones cooperativas ellos también participan en formar y conducir su propia organización, lo que significa que pueden ayudar a asegurar el atendimento a sus necesidades y a compartir sus beneficios o ganancias distribuidas. Los no asociados carecen de esta ventaja.

Algunas organizaciones cooperativas consideran legítimo permitir a quienes no son asociados hacer uso de los servicios de la cooperativa, donde, por ejemplo, esto permite grandes economías de escala o sirve para atraer nuevos asociados. Con todo, los no asociados, no tienen voz en la marcha de la cooperativa.

11.1.5 Asociación Cooperativa

La Asociación Cooperativa, se realizará con el fin de integrar a las todas las cooperativas para que estas puedan generar mejores oportunidades de desarrollo para cada uno de sus asociados e indirectamente para la microrregión de Cumbres del Mar. Para realizar este componente se necesita conocer el estado actual de las cooperativas, su situación legal y la situación interna de la misma que ha sido determinado en la etapa de diagnóstico. Sera el encargado de llevar a cabo todos los proyectos que surjan a fin de desarrollar económica y socialmente la Microrregión de Cumbres del Mar. Sera el Cooperativa quien se encargue de la concientización turística en las personas.

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSA TUR), promueve y apoya la creación de los Cooperativas de Desarrollo Turístico, integrados y dirigidos por las comunidades que poseen relevantes atractivos naturales históricos y culturales. Este Cooperativa se establecerá como una asociación Cooperativa.

11.1.5.1 Objetivos de la Cooperativa

- Planificar, organizar y coordinar los esfuerzos a desarrollar de manera sostenible en las playas que representa.
- Crear un cambio de conciencia en la población de las playas donde tengan claro que el turismo es la forma de desarrollo económico que debe implementarse
- Motivar a la comunidad, pequeños, medianos y grandes empresarios, para apoyar a la generación de condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo en sus localidades
- Fomentar la promoción, desarrollo y venta de productos y servicios, que proporcionen al visitante servicios básicos, hospedaje, alimentación y actividades recreativas de buena calidad.

11.1.5.2 Miembros de la Cooperativa

La Asociación Cooperativa estará conformado por los socios de las cooperativas, pero es muy importante que exista una comunicación y coordinación con instituciones, pobladores de

comunidades aledañas, las municipalidades y una serie de estatus, que ayuden al fortalecimiento y mejor desarrollo del turismo.

Dentro de los miembros a destacar tenemos:

Representantes Comunales: Su participación y entendimiento acerca de la importancia que tiene el turismo para el desarrollo económico, social y la preservación de su entorno cultural y natural, ayudará a incentivar la participación de más ciudadanos, su misión será la de asesorar los proyectos propuestos por los demás miembros del Cooperativa

Comunidades: La participación de los miembros de las comunidades es esencial para el desarrollo sostenible de los proyectos turísticos, garantizándose de esa forma la mejora de los niveles de vida de sus integrantes.

Empresarios: La inversión de empresarios que proporcionen servicios turísticos es importante para poder suplir todas las necesidades de un turista, coordinando con diferentes comunidades aledañas a los polos de desarrollo, para garantizar el bienestar social de éstas.

Municipalidades: Su participación es clave para coordinar y asesorar el desarrollo de proyectos de infraestructura básica y para el establecimiento de ordenanzas municipales en función del desarrollo turístico.

En cuanto a la imagen de la comunidad, el plan de ordenamiento deberá contemplar las normas de acondicionamiento de los lugares de recreo y descanso, con el fin de conservar el patrimonio cultural artístico y atención a los monumentos importantes de los mismos.

Politur: Deberá mantenerse informada de las actividades turísticas para poder brindar seguridad a los turistas nacionales e internacionales, proteger el patrimonio cultural, histórico y natural, así como el medio ambiente.

11.1.5.3 Requisitos para pertenecer a la Cooperativa

- Ser mayor de dieciocho años de edad.
- Residir en cualquier de las seis playas en estudio.
- Ser una persona responsable
- Interés en el turismo o que preste algún servicio turístico.

Los interesados en ingresar al Cooperativa deberán solicitarlo en forma escrita a la junta directiva. La junta directiva al comprobar que el solicitante cumple con los requisitos establecidos en los literales anteriores, aprobara por medio de acuerdo, su ingreso.

11.1.5.4 Derechos y obligaciones de los miembros de la Cooperativa

- Todos los miembros del Cooperativa deben asistir a las reuniones ordinarias y extraordinarias del Cooperativa, así como a las comisiones internas de las que participen.
- Practicar activamente las gestiones, trámites y diligencias que el Cooperativa les encomiende.
- Proponer temas de interés general en aspectos de desarrollo económico y social, para su inclusión en el orden del día para ser tratados.
- Manifiestar con toda libertad su opinión en los debates ejercidos durante las reuniones, comportándose con corrección y respeto a sus compañeros, tratando de expresar con la mayor claridad y de modo conciso sus puntos de vista.
- Emitir de modo voluntario su voto en los asuntos que procedan, pudiendo formular los votos particulares que considere oportunos a fin de que conste en acta su postura diferenciada respecto al resto de los votantes.
- Disponer de las garantías que el Estatuto de los Trabajadores establece para los representantes de los trabajadores.

- Presentar al pleno del Cooperativa cuantas propuestas, informes e iniciativas estimen pertinentes, las cuales puedan contribuir a un mejor desempeño del sistema de gestión en la Microrregión.

11.1.5.5 Funciones de la Cooperativa

- Promover una oferta turística en armonía ambiental, histórica, cultural y social.
- Coordinar acciones con las entidades correspondientes, para garantizar la seguridad ciudadana y la prestación de servicios básicos de calidad para sus visitantes.
- Fomentar y fortalecer la organización, concertación y participación de las comunidades y otros actores.
- Identificar, desarrollar y proporcionar productos turísticos de buena calidad.
- Para la promoción del turismo en su área deberá fomentar campañas tales como limpieza, salud y de señalización

11.1.5.6 Interrelación de la Asociación Cooperativa con otras entidades

Uno de los factores importantes del Asociación Cooperativa será la relación que exista con otras organizaciones, lo que ayudara a fomentar la cooperación en las iniciativas de turismo en los diferentes municipios. Esta relación debe de ser constante para lograr el éxito del Plan de Desarrollo Turístico. A continuación se presenta las diferentes entidades y organización que puede interactuar de dicha manera con el Cooperativa turístico:

ESQUEMA 12: Interrelaciones de las diferentes organizaciones con el Cooperativa Turístico



Fuente: Elaboración Propia

Para conocer qué tipo de información fluye entre cada una de las diferentes organizaciones y la Asociación Cooperativa se presenta a continuación un esquema, el cual presenta dicha información:

11.1.5.6.1 Organización tipo de información

<p>Alcaldía</p>	<p>Informar y detallar la cantidad de recursos entre financieros, humanos y materiales disponibles para proyectos y programas de apoyo al sector turístico (ferias, festivales, etc)</p> <p>ONG: Requisitos para solicitar algún tipo de financiamientos, de asistencia técnica y asesoría en formulación de proyectos</p>
<p>MITUR</p>	<p>Información necesaria para el uso sostenible de los recursos y atractivos turísticos nacionales y promoviendo de esta manera al turismo como medio de desarrollo económico y social para algunas zonas en el país</p> <p>Ley de Turismo: Información acerca de beneficios fiscales por la apertura de nuevas iniciativas de negocios al sector</p> <p>Política Nacional de Turismo: Conocer los lineamientos que ayuden a impulsar al turismo en la zona, desarrollando un eje de desarrollo económico, social y cultural a nivel regional, local y nacional</p>
<p>MINEC</p>	<p>El MINEC a través de la Gerencia de Fomento Productivo Territorial ha determinado intervenir la zona sur del departamento de La Libertad que comprende la micro región “Cumbres del Mar” conformada por los municipios de La Libertad, Tamanique, Jicalapa, Teotepeque y Chiltiupán. Esta zona está dentro de la estrategia de intervención de la franja marino costera que el Gobierno de la República Secretaría Técnica de la Presidencia .Cooperación Internacional, Organizaciones de Apoyo Técnico Programas Financieros Y EL FOMILENIO 2</p>
<p>PNC</p>	<p>Policía Nacional Civil Estadísticas de delitos en la zona, información general y presencia policial, a traves de POLITUR Proporcionar y garantizar la seguridad de los turistas en cada uno de los lugares turísticos.</p>
<p>Comerciantes</p>	<p>Empresa Privada: Comerciantes de La Zona, MIPYMES</p> <p>Informar acerca de los tipos de mercadería a comercializar, así como el interés por obtener fuentes de financiamiento o capacitaciones que ayuden a mejorar el servicio o productos que se pueden ofrecer a los turistas</p> <p>Informes sobre el crecimiento y desarrollo económico de las micro y pequeña empresa en los municipios con respecto al sector turismo, apertura de nuevos negocios y crecimiento de las oportunidades de empleo</p>

MARN

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) impulsa la integración plena de las Áreas Protegidas en los esquemas de gestión local y regional, evitando una gestión aislada y particular.

Se promueve la valorización social de los ecosistemas en los territorios, a fin de internalizar los beneficios derivados de los servicios ecosistémicos y que se reconozca la contribución a la calidad de vida de las comunidades locales y la sociedad salvadoreña.

11.1.5.7 ORGANIZACIÓN

RAZÓN SOCIAL: Asociación Cooperativa “Cumbres del Mar “

NOMBRE COMERCIAL: AC “Cumbres del Mar”

A. MISIÓN

AC “Cumbres del mar” es una empresa de apoyo que ayuda al desarrollo del turismo en la zona logrando ser competitivo en el mercado nacional y proporcionando lineamientos estratégicos, conocimiento y coordinación para el desenvolvimiento de las actividades turísticas, los servicios y la explotación de los recursos de la zona, garantizando los mejores estándares de calidad requeridos y buscando lo mejor para lograr la satisfacción de los clientes y de todos los entes partícipes de su desarrollo.

B. VISIÓN

Ser una empresa líder en el ramo del turismo rural en el país, ofreciendo a los turistas las mejores atracciones turísticas y un servicio de calidad que permita satisfacer al visitante en todas sus necesidades, teniendo la contribución de cada uno de los habitantes de la comunidad y cumpliendo con cada una de las metas propuestas por la Asociación Cooperativa.

C. OBJETIVOS CORPORATIVOS.

- Expandir el negocio basado en crecimiento de los asociados, que permita incrementar nuestro posicionamiento como empresa local y crear mayores actividades económicas en la zona.
- Trabajar de forma coordinada con la municipalidad y formar alianzas con otras empresas turísticas de la zona.
- Desarrollar al personal a través de la creación y formación en diferentes ámbitos empresariales, y técnicos para disponer de personas calificadas, y motivados que aporten cada vez mayores conocimientos y llevar a cabo proyectos de valor agregado a la comunidad.
- Búsqueda continua del éxito a través de la disposición de una organización eficiente y de gestión que garantice la mejora continua de los procesos y de lo que se hace día a día.

D. POLÍTICAS

Serán políticas de la Asociación Cooperativa

- Crear espacios de participación para las personas no socias, que quieran abrirse espacio en el turismo y ayudar al desarrollo del mismo.
- Todas las actividades turísticas se harán considerando enormemente la protección y la concientización del buen uso de los recursos naturales, evitando su deterioro por los cambios que podrían darse en el ambiente por la afluencia de personas al lugar.

- Promover la implementación de programas de certificación de calidad de los servicios y productos turísticos.
- Desarrollar Programas de Capacitación en turismo sostenible a todos los participantes en el desarrollo del mismo.
- Formalizar convenios de cooperación con organizaciones de apoyo.
- Brindar las recomendaciones de seguridad en algunas actividades y de cuidado de recurso a los turistas visitantes.
- Contratar personas de la comunidad para la realización de las actividades turísticas en la que se requiera personal, y brindarles la adecuada formación para el mismo

E. REGLAMENTO INTERNO

- La Asociación Cooperativa deberá fijar un lugar que sea designado como Oficina Administrativa y deberá estar ubicada en la microrregión, aunque podrá contar con Oficinas descentralizadas en los lugares más convenientes.
- La Junta Directiva deberá fijar los días y horas de atención de público.
- Todos los miembros de la Cooperativa, realizarán una reunión/Asamblea en pleno por lo menos una vez al mes, esto incluye junta directiva y propietarios, a fin de coordinar las acciones de la Cooperativa y brindar el seguimiento requerido para el desarrollo de la microrregión
- Permanecer en el local de la Oficina, de acuerdo con el horario establecido y en coordinación con el o los miembros responsables para tal fin Atender a la población que lleguen a solicitar información, informar del quehacer de la cooperativa y promover las acciones que la Cooperativa está llevando a cabo.
- Comunicar a los líderes comunal y demás socios o propietarios y comunidad en general de todo el quehacer del comité que sea relevante y de importancia para el desarrollo del turismo.
- Los socios podrán delegar su asistencia y su voto en otro socio, cuando no puedan comparecer a las sesiones de la Junta Directiva. Para que la delegación sea válida, habrá de ser comunicada por escrito.
- Cada Miembro Propietario y vocal tendrá voz y voto. En caso de ausencia justificada, podrá nombrar un suplente para que lo represente. Los suplentes contarán con voz y voto en caso de ausencia del propietario.
- Los Asesores, dado su carácter de observadores y consulta sobre aspectos legales y de normatividad, tendrán voz, pero no voto. En caso de ausencia justificada, sus suplentes deberán contar con la capacidad de aportar puntos de vista técnicos sobre los temas de su competencia.
- El cómputo de los votos en las sesiones de la Junta directiva, podrá hacerse a la vista, a través de cualquier signo externo o excepcionalmente, mediante el sistema de votación secreta, con papeleta, cuando así lo disponga la Presidencia, o el 51% de los votos de los socios asistentes.
- Se podrá contratar personas de la comunidad socia o no socia, así como también personas externas a la zona, todo dependerá de los requerimientos y conocimientos así como habilidades y destrezas que sean necesitada que estas tengan que desempeñar.

F. DERECHOS Y OBLIGACIONES

Son derechos de los asociados:

- Participar con voz y voto en las asambleas generales.
- Asistir con puntualidad a las sesiones de la Junta Directiva previa convocatoria escrita u oral.
- Presentar propuestas y sugerencias a la Junta Directiva
- Elegir y ser electo para un cargo en la junta directiva.
- Proponer el ingreso de nuevos asociados.
- Gozar de los servicios y privilegios que brinde el comité.
- Las demás que se establezcan en otras leyes aplicables.

G. APORTACIONES DE SOCIOS.

- Los miembros socios que posean una actividad turística propia aportaran el 5% mensual de sus ganancias a la cooperativa el cual a cambio de su aportación le facilitará todos los mecanismos para desarrollarse en el turismo a través de las visitas de turistas a sus zonas, a través de formación y capacitación y a la asesoría necesaria para ello.
- Las propiedades colectivas que formen parte de las actividades turísticas aportarán como cooperativa el 5% de sus ganancias mensuales a la cooperativa el cual a cambio les ofrecerá el mantenimiento de las instalaciones, conocimientos técnicos, la promoción de los lugares y la atracción de visitantes.

H. MANEJO DE LAS UTILIDADES PERCIBIDAS POR LA COOPERTIVA.

- De las utilidades percibidas anualmente de la cooperativa se destinara un 10% para reemplazo de equipo dañado o mantenimiento del mismo.
- Otro 15% se destinara al fondo de sostenibilidad del medio ambiente, que será utilizado para realizar mejoras que contribuyan al mantenimiento y conservación del medio ambiente.
- Se destinara 10% de las utilidades al fondo de contra desastres naturales. (De no ser utilizado en el transcurso del año se repartirá junto con las ganancias restantes).
- El resto de las utilidades percibidas por la cooperativa se repartirá al final del año en partes iguales entre cada uno de los miembros de esta.

11.1.5.8 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA ASOCIACION COOPERATIVA

De acuerdo a la ley establecida en la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro, la administración de las asociaciones estará sujeta a la decisión de los miembros fundadores, y plasmada en los estatutos de constitución de la Cooperativa. El MITUR ha realizado una guía para la elaboración de este tipo de Cooperativa, en el cual propone estructura que se considera como obligatoria para el funcionamiento de este tipo de asociaciones es la Asamblea General de la cual forman parte la totalidad de los miembros fundadores, bajo este organismo se erige la junta directiva que es elegida durante las Asambleas Generales y se encargará de la administración y dirección de la asociación. La estructura organizativa que se utilizará dentro de los Cooperativas es la siguiente:

Imagen: Organigrama del Asociación Cooperativa



11.1.5.9 REQUERIMIENTOS PARA SER MIEMBRO DE JUNTA DIRECTIVA

- Ser mayor de edad
- Tener como mínimo tres años de residir en la comunidad
- Tener como mínimo un año de pertenecer a las cooperativas
- Estar solvente con la cooperativa.
- Tener un alto grado de conocimiento sobre las actividades que se desarrollan en la zona.

11.1.5.10 FUNCIONES DE LA ORGANIZACIÓN

Junta Directiva

- Llevar a cabo la elección de proyectos a llevar a cabo por la Asociación Turística
- Decidir la elección de los proyectos que recibirán apoyo del patrimonio de la organización
- Aprobación de los estatutos para el Cooperativa, así como modificaciones a los mismos
- Llevar a cabo la elección de los miembros de la Junta Directiva
- Búsqueda de fuentes de financiamiento.
- Desarrollo de presupuesto para la ejecución del plan de desarrollo

Presidente

- Presidir las sesiones ordinarias y extraordinarias del Cooperativa
- Velar por el cumplimiento de los acuerdos y resoluciones.
- Convocar a sesiones ordinarias y extraordinarias
- Presentar la memoria de labores de la asociación así como los informes requeridos para el funcionamiento de la misma

Secretario

- Llevar los libros de actas de las sesiones de la Asociación Turística
- Llevar a cabo el archivo de documentos y registros de los miembros del Cooperativa

- Extender las certificaciones que fueran solicitadas al Cooperativa
- Hacer y enviar las convocatorias a los miembros del Cooperativa ☑ Ser el órgano de comunicación del Cooperativa

Encargado de Concientización Turística

- Implementar un Programa de Concientización dirigido a los Actores del Sector Turismo en la Microrregión de Cumbres del Mar
- Promover su sensibilización y concientización sobre la importancia del buen desempeño ambiental de sus miembros.
- Velar por el cumplimiento del Sub plan Concientización Turística
- Comprometer a los prestadores de servicios turísticos generando actitudes acorde a las necesidades del visitante.

Encargado de Diseño y mejora del producto Turístico

- Velar por el cumplimiento del Sub plan Diseño y Mejora del producto Turístico
- Brindar directrices para desarrollar las infraestructuras necesarias para ofertar los servicios turísticos.
- Brindar directrices para desarrollar el recurso humano necesario para ofertar los servicios turísticos.

Encargado de Promoción y Publicidad

- Verificar que el servicio turístico se dé a conocer por diferentes medios
- Definir los mejores medio para publicitar la oferta turística
- Establecer las fechas en las que se hará mayor énfasis en la publicidad dependiente del mercado objetivo.
- Contar con un sistema de integrado de promoción turística de la región.

Encargado de Integración de la Oferta Turística

- Velar por el cumplimiento de la integración de la oferta turística
- Validar la integración de las seis playas
- Definir rutas turística que integren a la microrregión cumbres del mar

Encargado de Seguridad

- Velar por el cumplimiento del sub plan de seguridad
- Coordinar la realización de charlas sobre seguridad
- Gestionar los cuerpos de seguridad que se presenten en las actividades turísticas.
- Participar en el Cooperativa municipal de emergencia de manera que se puedan coordinar los esfuerzos de gestión de riesgos con los de seguridad.
- Crear conciencia entre la población acerca de la importancia de la seguridad para el turismo.

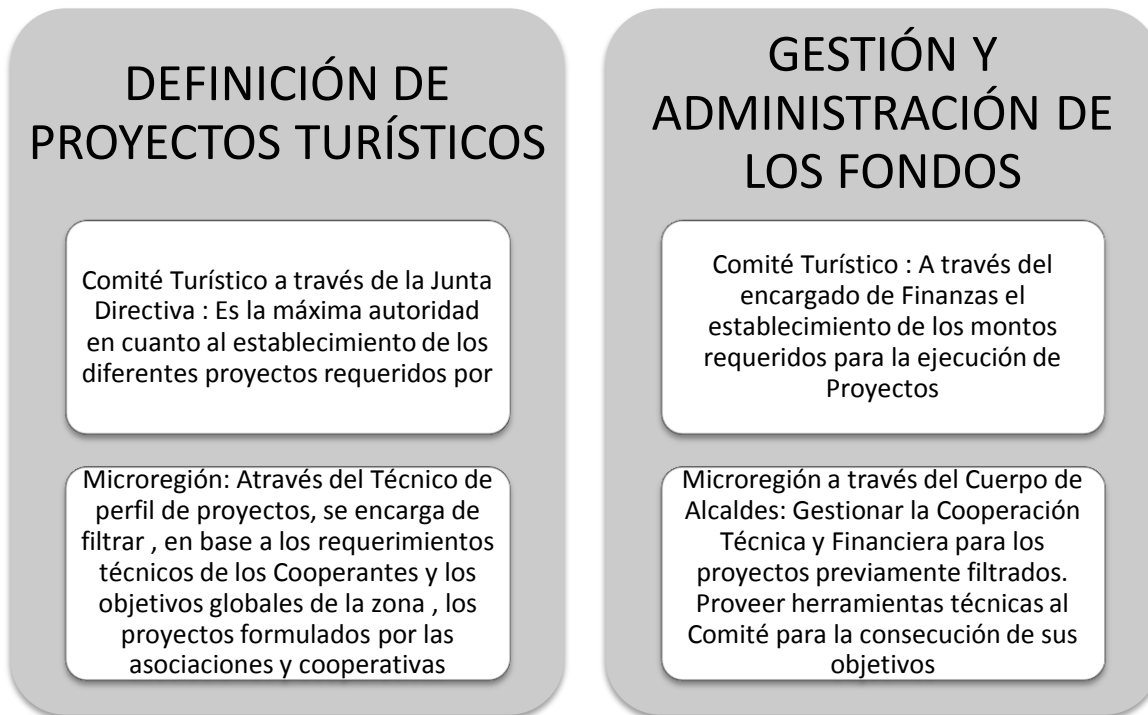
Encargado de Administración del plan

- Velar por el cumplimiento del sub plan de seguridad
- Facilitar los requerimientos necesarios para montar un negocio que cumpla con los estándares establecidos en su rubro.
- Asegurarse que los nuevos negocios así como los existentes posean políticas de sostenibilidad para la realización de sus actividades
- Servir como apoyo para llevar a cabo la función de vigilancia del cumplimiento de las normas mínimas definidas para el funcionamiento de los negocios turísticos

11.1.5.11 Relación entre la microrregión y Asociación Cooperativa

El elemento principal en la relación de la Microrregión y la Asociación Cooperativa está relacionado a la naturaleza de las decisiones y a los procesos en los cuales estarán involucrados.

Considerando la función principal de la Microrregión en cuanto a la Gestión de los Fondos y que está compuesto por el cuerpo de Alcaldes de los municipios involucrados, es importante destacar la participación que también tienen los diferentes sectores involucrados y representados en la Asociación Cooperativa, en la toma de decisiones en cuanto a la Definición de los Proyectos Turísticos y la Gestión de Fondos.



11.1.5.12 *Forma de operación de la Cooperativa*

La gerencia general estará a cargo de un representante de una de las cooperativas que tenga las características de liderazgo, iniciativa y que conozca lo que realizan actualmente como cooperativa y que pueda manejar este tipo de coordinaciones, uno de los presidentes de la cooperativa es una de las primeras opciones que se tiene la cual se deberá concretar con el voto de los asociados.

Luego de la gerencia se distribuirán unidades que estarán encargadas de trabajos específicos y que en su conjunto harán que se desarrolló lo mejor posible la oferta turística.

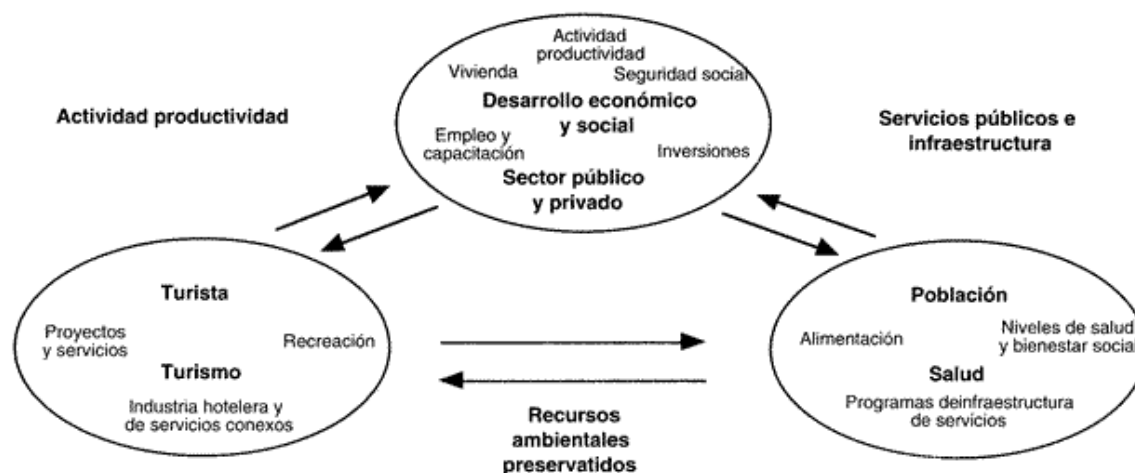
Para la unidad de financiamiento se contratará a una persona externa que sea el encargado de esta función, así también para cada unidad mencionada con anterioridad como lo son comercialización, administración, buenas prácticas de turismo en la cual está involucrado la calidad del turismo y seguimiento y control la cual se encargara de medir el rendimiento y los avances del servicio, se contara con personas que conozcan del tema para su desarrollo.

- ✿ **Función de la Cooperativa** la Cooperativa deberá reunirse periódicamente para tratar temas relacionadas al qué hacer turístico del Municipio. Su función principal consiste en la Coordinación del Plan de Desarrollo Turístico propuesto para cada uno de los municipios en estudio, en lo que respecta a la Gestión de los Recursos, Concientización de la población, Diseño y mejora del producto turístico, Promoción y Publicidad, integración de la oferta turística, seguridad y administración del plan.

- Forma de Operación:** La operación del Cooperativa se basará en los acuerdos tomados en las Reuniones que se realicen. El presidente del Cooperativa es el responsable de Convocar y dirigir cada una de las Reuniones El establecimiento de la Agenda será desarrollada por el Secretario del Cooperativa, así como los Acuerdos que se establezcan en la Reunión. Cada coordinador de área presentará un informe, donde expondrán resultados del avance de cada área así como las necesidades detectadas y la toma de decisiones asociadas. En caso necesario, el Cooperativa deberá tomar decisiones con respecto a medidas preventivas o correctivas de algún proceso que lo requiera. Al finalizar cada reunión se deberán generar Planes de Acción donde se definan para cada acción a tomar, tiempos y responsables.
- Periodicidad de las Reuniones** Una Reunión Quincenal y cuando las condiciones de alguna temática lo exijan El encargado (s) principal de la toma de decisiones de la Asociación Cooperativa será la Junta Directiva, la cual estará compuesta por representantes de los diferentes sectores de involucrados directa e indirectamente en el turismo, ya sea público, privado y ONG´.

11.1.5.13 Líneas estratégicas de conciencia turística

Cada país valora de un modo distinto su propio patrimonio turístico y lo promueve en función de los públicos a los cuales desea llegar, del tipo de productos que ofrece y de las particularidades nacionales y regionales que ofrece su propio territorio. Se trata básicamente de políticas de corto, mediano y largo plazo que tienden a singularizar los rasgos culturales y atributos territoriales distintivos de una región o de un país, para inducir corrientes turísticas. Dos parecen ser las grandes herramientas para desarrollar la conciencia turística, cada una de las cuales opera en distintos tiempos e intensidades de efectos: la difusión turística y la educación turística. Así, mientras la difusión turística tiende generalmente a impactar en el presente a través de los medios de comunicación, con el conocimiento inmediato de experiencias turísticas y de lugares de atractivo turístico, mediante el despliegue de estrategias de marketing y comunicación pública. A su vez, la educación turística apunta a producir cambios en las actitudes y conductas de mediano y largo plazo sobre los públicos objetivos. La educación turística, como todo proceso educativo opera gradualmente, introduce conocimientos que se irán decantando con el tiempo y que van a producir modificaciones casi imperceptibles en el presente y que solo se irán manifestando en el tiempo futuro.



Relación entre turismo, salud y desarrollo

11.1.5.14 La educación turística.

La educación turística apunta a producir cambios en las actitudes y conductas de mediano y largo plazo sobre los públicos objetivos. La educación turística, como todo proceso educativo opera gradualmente, introduce conocimientos que se irán decantando con el tiempo y que van a producir modificaciones casi imperceptibles en el presente y que solo se irán manifestando en el tiempo futuro. Para esto debemos definir **POLÍTICAS** que nos ayudaran a cambiar el paradigma creado en la mente de los pobladores

11.1.5.14.1 POLITICAS DEL SECTOR TURISMO

“El turismo sostenible se constituye como base del desarrollo integral del país, promoviendo el uso responsable de los recursos culturales y naturales, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales y fortaleciendo su desarrollo social, cultural, medio ambiental y económico.”

El turismo sostenible debe ser un referente para evitar el cambio o deterioro de los recursos naturales y culturales del país. Así, la Organización Mundial del Turismo (OMT) propone enfocar esta actividad hacia la gestión de los recursos “de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

“La diversificación y ampliación de la oferta turística del país, se orienta hacia el desarrollo de productos turísticos innovadores que respondan a las exigencias de la demanda nacional e internacional.”

Cumbres del Mar, para convertirse en una región competitiva en materia turística, debe apostar por nuevas fórmulas que le permitan posicionarse mejor en un entorno globalizado y cambiante. Ante mercados turísticos cada vez más segmentados, actualmente Cumbres del Mar se encuentra con ofertas escasamente diferenciables y, por consiguiente, fácilmente intercambiables con otros lugares. Existen, sin embargo, dos pilares de enorme valor y con capacidad de penetración en los mercados (naturaleza y cultura), a partir de los cuales se puede estructurar un modelo estratégico para desarrollar destinos turísticos competitivos

La microrregión debe convertirse en un destino selecto, que asegure la satisfacción de segmentos diversos, que favorezcan el aumento de las estancias medias, y que generen mayor volumen de gasto en territorio. Por ello, es necesaria la selección y el aprovechamiento de los principales referentes de un destino, principales propuestas de venta, para abrir todas las potencialidades y favorecer el desarrollo territorial. Para conseguirlo se ha considerado fundamental segmentar y tematizar nuestros destinos y enraizarlos con la realidad geográfico-cultural de cada playa.

“Las modalidades, productos turísticos y formas de gestión del turismo, que promuevan la incorporación económica, social, política y cultural de los grupos sociales excluidos y vulnerables son considerados prioritarios.”

El aumento del bienestar social es cada vez menos compatible con la existencia de colectivos en situación de marginalidad y pobreza. Uno de los factores para que el bienestar económico se extienda a capas cada vez más amplias de la población, es conseguir una adecuada estrategia turística rentable, moderna e integradora que genere una sociedad equitativa y socialmente más

avanzada. Para ello, las medidas propuestas sólo serán verdaderamente sostenibles si todos los miembros de la sociedad se benefician directa o indirectamente de sus frutos.

La actividad turística debe operarse desde la óptica de un turismo responsable, siendo un sector que mejore las condiciones de vida de los pobladores locales de los destinos turísticos, incentivando la inclusión social y originando nuevas oportunidades para la población excluida, tanto rural como urbana.

“La promoción de inversiones se realiza con una intención de eficacia. La inversión nacional y extranjera tienen iguales oportunidades, contribuyendo a la generación de empleo, mejora de la calidad de vida de la población anfitriona y transformación de recursos en productos turísticos competitivos y sostenibles.”

La inversión, tanto nacional como internacional, es un factor clave para el desarrollo de un país. Dentro de un sector tan competitivo como el turismo, se evidencia una firme decisión política dirigida a favorecer la inversión privada que origine nuevos puestos de trabajo.

La concertación público-privada es uno de los pilares para la construcción de destinos turísticos adecuados. Por ello debe fortalecerse un ambiente propicio para la inversión privada nacional e internacional asegurando el acceso de los inversionistas a la información, su capacitación en gestión empresarial y tecnológica, la mejora de la capacidad de la gestión pública y comercialización e incentivando la cooperación empresarial, así como el asesoramiento financiero para la realización de proyectos de inversión.

“El desarrollo de productos y servicios turísticos de calidad constituye la base de la competitividad de los destinos turísticos.”

Los agentes turísticos, públicos y privados, deben entender que Cumbres del Mar camina hacia un nuevo modelo turístico que requiere, hasta cierto punto, reemplazar la política de liderazgo de costes, que implica maximizar la rentabilidad abaratando el precio del servicio turístico, por otra basada en la diferenciación del producto a partir de su calidad.

La mejora continua de los productos y servicios turísticos debe convertirse en una política clave para el Sector Turismo en los diferentes destinos del país. Se trata de combinar atractivos, servicios y facilidades de una manera tal que motive la decisión de viaje de los turistas (dimensión de oferta), así como las necesidades y aspiraciones del cliente para alcanzar su satisfacción (dimensión de demanda). Las buenas prácticas, la normalización de los servicios turísticos y la certificación de competencias laborales son instrumentos prioritarios en el desarrollo de los destinos turísticos.

“La participación y compromiso de la población en general y de los actores involucrados en la actividad turística y en la protección de los atractivos, es fundamental y prioritario en el proceso de generación de condiciones que permitan el desarrollo del turismo.”

Una estrategia para mejorar las condiciones para el desarrollo de la actividad turística consiste en motivar en la población a tener una actitud positiva individual o colectiva, como anfitriones o visitantes de otros destinos turísticos.

Para el desarrollo de esta **CULTURA TURÍSTICA**, se deberá coordinar acciones de sensibilización que estén orientadas a la población en general, y al Sector Educación en particular. Como estrategia básica de progreso, la incorporación del turismo en la educación es un punto clave para

el desarrollo de la conciencia turística, el fortalecimiento de la identidad y el respeto por el patrimonio nacional.

11.1.5.15 La difusión turística

Lo que se refiere a la **DIFUSION TURISTICA** Se especificara de mejor manera en el **SUB PLAN PROMOCION Y PUBLICIDAD** por tal motivo en este apartado solo se hace mención del concepto Promoción, del latín promotio, es la acción y efecto de promover (impulsar un proceso o una cosa, tomar la iniciativa para realizar algo, elevar a alguien a un cargo superior al que tenía). El término puede utilizarse para nombrar a las actividades que buscan dar a conocer o incrementar las ventas de algo.

Turístico, por su parte, es aquello perteneciente o relativo al turismo. Este concepto refiere al conjunto de las actividades que las personas desarrollan durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo que no supera el año.

La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la **difusión de un lugar** como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística.

Se habla de campaña de promoción turística para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino.

11.1.5.15.1 PROMOCIÓN TURÍSTICA

Promocionar integral y competitivamente una determinada región, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística.

El objetivo principal de la promoción turística es incrementar la intención de viaje en el país o región, mejorando la relación visita.

11.1.6 Programa de capacitación turística

Una vez definidas las líneas estratégicas que se tomaran de base para promover la concientización turística en la población de Cumbres del Mar, es necesario el método en el cual se difundirán las distintas políticas y estrategias definidas anteriormente. Por lo tanto se diseñara el contenido general de lo que debe poseer dicha capacitación, así como definir el tiempo de ejecución y crear el perfil del capacitador.

Hay que aclarar que la capacitación la puede recibir cualquier individuo que esté interesado en fomentar su conocimiento.

11.1.6.1 Contenido temático

La capacitación se estructurara de una manera en la que se puedan difundir en primer plano los conceptos necesarios para que los participantes tengan una idea clara de que es turismo y después conforme se avance, se pueda descubrir los beneficios de este, tanto económico como social. Se proponen los siguientes módulos como columna vertebral con los respectivos contenidos. Los temas propuestos quedan abiertos a una mejora y correcciones por parte de la persona que está encargada de brindar la capacitación

- **MODULO 1: CONCEPTOS BASICOS Y GENERALIDADES DE TURISMO**
1 Conceptos de Turismo

- 2 Evolución histórica
 - 2.1 Edad Antigua
 - 2.2 Edad Media
 - 2.3 Edad Moderna
 - 2.4 Edad Contemporánea
- 3 Estadísticas sobre el turismo
 - 3.1 Los países más visitados
 - 3.2 Los países que recibieron los mayores ingresos y realizaron los mayores gastos
 - 3.3 Indicadores sobre el turismo en América Latina
 - 3.4 Las ciudades más visitadas del mundo
 - 3.5 Los lugares y atracciones turísticas más visitadas del mundo
- **MODULO 2: MODALIDADES DEL TURISMO**
 - 4 Productos turísticos
 - 4.1 Turismo individual
 - 4.2 Turismo de masas
 - 4.3 Turismo cultural
 - 4.4 Turismo natural
 - 4.5 Turismo activo
 - 4.6 Turismo de negocios
 - 4.7 Turismo científico
 - 4.8 Turismo espacial
 - 4.9 Turismo nuclear
 - 4.10 TURISMO SOL Y PLAYA
- **MODULO 3: INDUSTRIA TURISTICA, REQUERIMIENTOS Y ACTORES**
 - 5 Servicios turísticos
 - 5.1 Información turística
 - 5.2 Servicios de acogida
 - 6 Empresas turísticas
 - 6.1 Hotelería
 - 6.2 Restauración
 - 6.3 Transporte
 - 6.4 Otras empresas relacionadas
 - 7 Organizaciones internacionales relacionadas con el turismo
- **MODULO 4: BENEFICIOS Y EFECTOS DEL TURISMO**
 - 8 Efectos del turismo
 - 8.1 Efectos económicos
 - 8.1.1 Dependencia de la situación económica general
 - 8.1.2 Empleo
 - 8.1.3 Producción
 - 8.1.4 Presión inflacionista
 - 8.1.5 Distribución de la renta
 - 8.1.6 Tasa de cambio
 - 8.1.7 Fiscales
 - 8.1.8 Sobre la balanza de pagos

- 8.1.9 Inversiones públicas
- 8.2 Efectos culturales
 - 8.2.1 Alteración de las estructuras sociales
 - 8.2.2 Aculturación
 - 8.2.3 Mejor conocimiento de otras sociedades y mentalidades
 - 8.2.4 Estrecha los lazos de entendimiento entre estados
 - 8.2.5 Favorece el aprendizaje de idiomas extranjeros
 - 8.2.6 Efectos en las actividades artesanales
- 8.3 Efectos sociopolíticos

- **MODULO 5: CALIDAD Y TURISMO**

- 9 Calidad y Turismo

- 9.1. ¿Cómo es el consumidor turístico de hoy en día?
 - 9.2. ¿Qué es calidad?
 - 9.3. ¿Por qué es importante implantar una política de Calidad en la empresa?
 - 9.4. ¿Dónde se percibe la calidad?
 - 9.5. Importancia de la calidad en los servicios Turísticos
 - 9.6. Los costes de la no calidad
 - 9.7. El ciclo de gestión de la calidad
 - 9.8. La importancia de fidelizar al cliente
 - 9.9. Factores determinantes de la calidad percibida
 - 9.10. Control de la calidad
 - 9.11. Herramientas de mejora de la calidad

- **MODULO 6: CULTURA TURISTICA**

- 10 Cultura Turistica

- 10.1 Aspectos de comportamiento
 - 10.2 La importancia de la comunicación
 - 10.3 Reglas en la prestación de servicio
 - 10.4 Reglas de cortesía
 - 10.5 Expectativa del turista sobre el servicio
 - 10.6 Todos somos anfitriones del turismo
 - 10.7 Principios básicos de la hospitalidad para nuestros clientes

Para poder ejecutar la capacitación se debe de crear los instrumentos necesarios para despertar el interés en los participantes, esto incluye material audiovisual, presentación en powerpoint y material de apoyo ilustrado, así como hacer dinámicas y ejercicios en los cuales los participantes puedan practicar los conceptos aprendidos

.Se espera que, además de las actividades aquí contempladas, cada taller sea enriquecido con actividades adicionales como:

- Visitas de campo
- Charlas de expertos
- Presentación de películas
- Presentación de casos y experiencias concretas
- Verificación de actividades en planta
- Otras

Algunas de las actividades planteadas en esta Guía pueden requerir más tiempo para su desarrollo, según las características del público. Asimismo, si se agregan otras actividades deberá ajustarse el tiempo total necesario para la capacitación.

En el proceso de capacitación se tendrán presente los siguientes aspectos metodológicos:

- a) Partir de la experiencia que poseen los participantes, en base a la cual se construyen los nuevos aprendizajes.
- b) En el desarrollo del contenido de la capacitación se utilizará procesos participativos que induzcan a la autorreflexión a nivel personal y grupal a partir de su propia realidad.
- c) Se promoverá espacios de análisis de carácter deductivo, es decir partiendo de situaciones generales se llega a situaciones específicas

La capacitación como proceso de enseñanza-aprendizaje concluye en el compromiso de los participantes para implementar acciones de organización-participación comunitaria hacia las actividades de desarrollo turístico.

11.1.6.2 Tiempo de ejecución

La duración de cada módulo dependerá del contenido temático a impartir y también de la complejidad del tema. La capacitación tendrá una duración de 24 HRS, 4 hrs por día. En total 6 días, los cuales quedaran distribuidos de la siguiente manera

MODULO	DURACION
MODULO 1: CONCEPTOS BASICOS DE TURISMO	2 hrs
MODULO 2: MODALIDADES DEL TURISMO	2 hrs
MODULO 3: INDUSTRIA TURISTICA, REQUERIMIENTOS Y ACTORES	4 hrs
MODULO 4: BENEFICIOS Y EFECTOS DEL TURISMO	4 hrs
MODULO 5: CALIDAD Y TURISMO	8 hrs
MODULO 6: CULTURA TURISTICA	4 hrs
TOTAL	24 HRS

11.1.6.3 Requerimiento de recursos

Para el establecimiento de los recursos que se necesitaran para llevar a cabo el sub Plan de Concientización Turística, se tomarán en cuenta las tres actividades principales del Sub plan y los recursos humanos necesarios para desarrollarlas. A continuación se muestra las necesidades de recursos por actividades

Tabla 97 : Requerimiento de Recurso Humano para el sub Plan de Concientización Turística

Proceso	Cantidad de Recurso Humano
Tramite de permiso de Constitución Jurídica	1
Capacitaciones	
Facilitador	1
Colaboradores	2
Promoción y Difusión Turística	2
Total	6

Fuente: Elaboración Propia

Para la actividad de Capacitaciones además se identificará el número de recurso humano que asistirá a estas capacitaciones, se tomará en cuenta a todo los establecimientos que integran las

asociaciones cooperativas y ADESCO de la microrregión “Cumbres del Mar”., además de otros negocios que podrían integrarse al proyecto .

Para Las capacitaciones de Concientización Turística asistirá el propietario o encargado del Negocio. Además se planifico la cantidad de recursos didáctico por persona que asistirá a la capacitación.

A continuación se presenta el número de personas por playa y la cantidad recursos por persona para desarrollar las capacitaciones

Tabla 98. : Número de Personas a Capacitar por playa y recurso didáctico por persona

Playa	No de Personas	Recursos	Cantidad
El Obispo	17	Folder	1
San Blas	11	Hojas de papel bond	5
El Majahual	47	Lápiz	1
El Sunzal	18	Lapicero	1
El Palmarcito	10	Refrigerio	1
El Zonte	15		

Fuente: Elaboración Propia

Para desarrollar las capacitaciones se establecerán grupo de capacitación con un máximo de 30 personas, aquellas playas que cuente con un número menos a 20 personas se integraran a otras playas con un número similar para poder establecer los grupos a capacitar.

A continuación se muestra la planificación de los grupos por playas y el lugar donde se llevaran a cabo la capacitación:

Tabla 99: Grupo de capacitación por playas

No. de Grupo	Grupos de capacitación	Total de personas	Lugar de Capacitación
1	Playa el Obispo y San Blas	28	Calle Principal el Obispo
2	El Majahual I	24	Cancha Cantón el Majahual
3	El Majahual II	23	Cancha Cantón el Majahual
4	El Sunzal	18	Centro Recreativo playa Sunzal
5	El Palmarcito y El Zonte	25	Calle principal el Palmarcito
	Total	118	

Fuente: Elaboración Propia

Para desarrollar la capacitación de 118 persona de la microrregión se necesitaran tanto equipo audiovisual, materiales, entre otros. A continuación se presenta el requerimiento de recursos por playa para la realización correcta de las capacitaciones:

Tabla 100: Requerimiento de recurso para la capacitación

Recursos	Playa				Total
	Obispo-San Blas	Majahual	Sunzal	Palmarcito-Zonte	
Silla	30	50	20	30	130
Mesas	6	10	4	6	26
Pizarra acrílica	1	1	1	1	4
Plumón para pizarra	2	2	2	2	
Borrador	1	1	1	1	4
Proyector	1	1	1	1	4
Computadora	1	1	1	1	4

Impresora	1	1	1	1	4
Canopy	2	3		1	6

Fuente: Elaboración Propia

Se establecerá una programación por playa, para poder impartir las capacitaciones las cuales iniciará con el grupo Obispo-San Blas el desarrollo de la capacitación contara con 6 módulos, los cuales se desarrollaran cada día en un máximo de 4 horas por turno, aquellos modulo que contenga duración mayor a cuatro horas, se dividirán para poder impartirlos en dos días.

Tabla 101: Descripción módulos por día

Día	Modulo	Playas a capacitor
1	1 y 2	Todas
2	3	
3	4	
4	5 parte I	
5	5 parte II	
6	6	

Fuente: Elaboración Propia

La programación de módulos se muestra a continuación en la siguiente tabla, se establecieron dos turnos de capacitación turno mañana (7:00 am a 11:00 am) y turno tarde (2:00 pm a 6:00 pm) para poder abarcar grupos en playas diferentes.

Tabla 102: Programación por módulo de capacitación

No. de Grupo	Turno	DIA																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	Mañana	1 y 2	3	4	5 i	5 ii	6												
2	Mañana							1 y 2	3	4	5 i	5 ii	6						
3	Tarde							1 y 2	3	4	5 i	5 ii	6						
4	Mañana													1 y 2	3	4	5 i	5 ii	6
5	Tarde													1 y 2	3	4	5 i	5 ii	6

Fuente: Elaboración Propia

11.2 SUB PLAN DISEÑO Y MEJORA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

11.2.1 Introducción

La OMT (1998) define que producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado a manera de bienes materiales e inmateriales en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

Los servicios pueden ser apreciados a partir del soporte técnico para la prestación del servicio, la funcionalidad de su personal y por la imagen, intercambio que ofrece a sus clientes. Por lo general, se refiere a los servicios turísticos pueden ser resultados de múltiples configuraciones de los bienes y servicios complementarios que requieren los turistas para subsistir en sus desplazamientos del lugar de origen hacia donde se encuentran los recursos turísticos para satisfacer sus necesidades esenciales, las que no puede satisfacer donde reside.

Características del servicio

- El servicio se produce en el momento en que se ofrece; es instantáneo.
- El servicio no se inspecciona ni se guarda en el almacén. Se entrega donde esté el cliente, por personas que están muy cerca del cliente.
- El servicio no puede demostrarse, ni darse a probar al cliente.
- El servicio es intangible, de tal manera que su valor, depende de la experiencia propia de cada cliente.
- La experiencia del cliente cuando recibe un servicio, es de su exclusiva propiedad; por lo tanto, no es posible venderla o pasarla a otra persona.
- En el servicio, el cliente además de ser juez de calidad, es el más importante multiplicador (positivo o negativo).
- Si no se ofrece con calidad, no se puede recoger, no se puede repetir.
- El nivel de calidad, contrario al de los productos, se mide después de haberlo ofrecido.
- Sucede entre personas; por eso entre más personas intervengan es más difícil que resulte bien.
- Tiene un ciclo de desarrollo formado por los diferentes “actos” de quienes participan en la prestación del servicio (inicia en el primer contacto y termina cuando el cliente regresa).

11.2.1.1 Diseño del producto turístico

¿En qué consiste diseño?

Es un ejercicio al cual se convoca a los agentes del desarrollo turístico del destino con el fin de crear conciencia acerca de qué tan preparado está el grupo de negocios para competir con productos exitosos.

Se trata de hacer una radiografía antes de emprender las acciones dirigidas a que los turoperadores (por lo general, externos al destino) evalúen las condiciones existentes y estructuren los paquetes turísticos. El taller se hace para fortalecer la cadena productiva del turismo sin cuya operación no se puede hablar de competitividad.

El diseño del producto se hace de manera genérica (en función del destino); no sustituye el papel del operador privado quien, de todas maneras, debe hacer su propio proceso de investigación (evaluando la calidad de las ofertas contrastándolas con lo que la demanda le exige), las articula a su manera (paquetes con ofertas específicas, costos determinados) y las pone en el mercado.

¿Para qué sirve?

El diseño del producto refuerza la conciencia en los diversos actores locales (gobierno, empresarios, comunidad, diversas organizaciones) sobre la necesidad de fortalecer las alianzas estratégicas de tal manera que el destino actúe como cadena productiva (al interior del sector y en conexión con otras actividades económicas); fortalece la capacidad de negociación de los prestadores locales frente a los operadores; facilita la labor del operador en tanto que dispone de información aprovechable para la elaboración de paquetes.

¿Qué información se requiere?

Datos de infraestructura, atractivos turísticos, planta turística, superestructura, uso de tecnología, nivel de capacitación. Esta información la arrojan los planes turísticos y el plan de ordenamiento.

Segmentos del mercado, información detallada. Surge de la investigación de mercados y de las directrices del plan de mercadeo y promoción.

Componentes de la cadena productiva del turismo: debe surgir de los planes turísticos y de la matriz de compromisos del convenio de competitividad turística.

¿Quiénes participan?

Es un ejercicio al cual se convocan empresarios, autoridades, comunidad en general en tanto que es importante contar con diversas opiniones que permitan crear conciencia de la importancia del tema para el destino.

¿Qué metodología se aplica?

Se define el objetivo general del producto, teniendo en cuenta las prioridades y potencialidades del destino y el comportamiento de la demanda. Si se considera necesario se pueden formular objetivos específicos.

Se define el concepto de producto determinando claramente los beneficios funcionales – aquellos que satisfacen necesidades elementales como alojamiento, comida -, simbólicos – que responden a emociones, status y realización personal - y vivenciales o sensoriales - que ofrece para el consumidor. Es la base para un buen posicionamiento.

Se estructura el producto: haciendo el mix del servicio básico – centro del producto, lo principal que esperan los clientes - y complementarios – aquellos elementos que le añaden valor al producto central sin opacarlo- ; es importante definir la servició (en la que entran en juego los aspectos físicos y materiales, el personal en contacto y el papel del cliente).

El ejercicio se hace sobre los productos que el destino ha elegido como prioritarios y en los cuales se está especializando. La información que arroja el ejercicio de diseño de producto es útil no sólo para quienes van a estructurar los paquetes turísticos (operadores locales o externos) sino para todos los agentes del desarrollo turístico.

11.2.2 Objetivos

11.2.2.1 Objetivo general

- Diseñar y mejorar la infraestructura y los productos turísticos que ofrece la playas en estudio de la microrregión Cumbres del Mar

11.2.2.2 Objetivos específicos

- Mejorar la oferta turística que genere satisfacción en los visitantes.
- Explotar el potencial turístico de las playas microrregión “cumbres el mar”

- Brindar servicios de alojamiento, alimentación y recreación a sus clientes de forma competitiva y con excelencia.
- Mejorar los servicios de los establecimientos de alojamiento, restaurantes y otros servicios turísticos complementarios.
- Brindar directrices para desarrollar las infraestructuras necesarias para ofertar los servicios turísticos.
- Brindar directrices para desarrollar el recurso humano necesario para ofertar los servicios turísticos.

11.2.3 Alcance del subplan

El Sub Plan Diseño y Mejora del producto turístico está dirigido a las playas El Obispo, San Blas, El Majahual, El Sunzal, El Palmarcito y Zonte pertenecientes a la Microrregión Cumbres del Mar. La propuesta está diseñada para el mejorar y diseñar la oferta turística que las playas ofrecen a los turistas

11.2.4 Líneas estrategia



Excelencia de calidad de en el servicio para los turistas

Desarrollar atractivos turísticos diversificados a través de la puesta en valor de recursos turísticos con mayor potencial de demanda a corto, mediano y largo plazo.



Concientizar a los micro empresarios de la importancia de atender adecuadamente al cliente



Mejorar la infraestructura y conectividad de los recursos turísticos de la zona.



Desarrollo de programas de capacitación de atención al turista

11.2.4.1 El Producto turístico y las preferencias del turista

Tabla 103: Preferencia del turista con respecto al servicio turístico

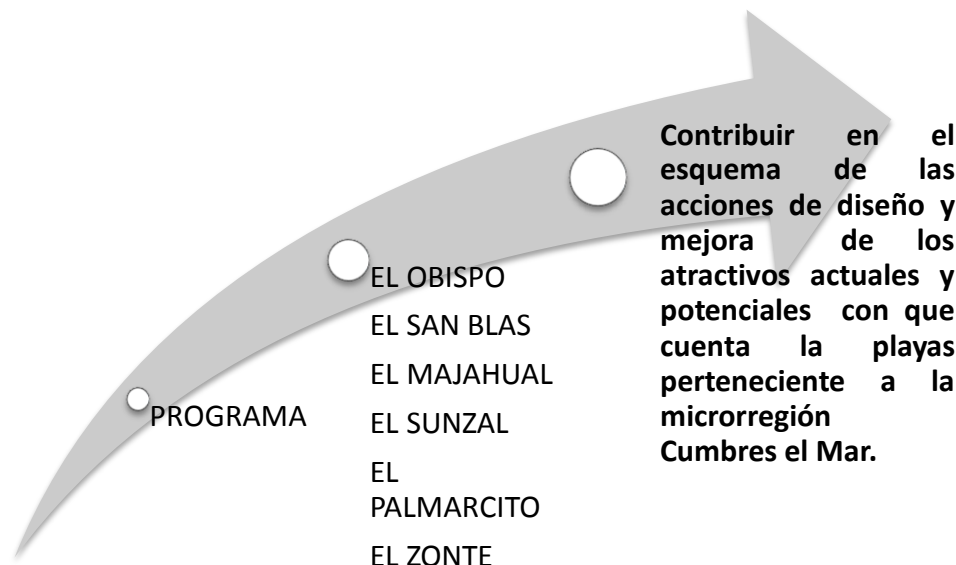
Playa	Servicio de preferencia del turista	Perfil del turista
El Obispo	Servicio de alimentación Servicio de alojamiento (Hostales) Visita Anual Servicios potenciales: Torneos de deportivos	Amigos/Familia Empleado del sector formal Gasto promedio menos de Presupuesto \$10 a \$ 30 persona/diario Factores de decisión: <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Diversificación de Servicios • Precio
San Blas	Servicio de alimentación Servicio de alojamiento (Hostales) Visita Anual Servicios potenciales: Actividades en grupo	Amigos/Familia Empleado del sector formal Gasto promedio menos de Presupuesto \$10 a \$ 30 persona/diario Factores de decisión <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Diversificación de Servicios • Precio
El Majahual	Servicio de alimentación Servicio de alojamiento (Hostales) Visita Anual Servicios potenciales: <ul style="list-style-type: none"> • Torneos de deportivos 	Amigos/Familia Empleado del sector informal Gasto promedio menos de Presupuesto \$10 a \$ 30 persona/diario Factores de decisión <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Diversificación de Servicios • Precio
El Sunzal	Servicio de alimentación Servicio de alojamiento (Hostales) Visita Anual Servicios potenciales: <ul style="list-style-type: none"> • Torneos de surf 	Amigos/Pareja/Familia Empleado del sector formal Gasto promedio menos de Presupuesto \$10 a \$ 30 persona/diario Factores de decisión <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad

		<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de Servicios • Precio • Infraestructura
El Palmarcito	Servicio de alimentación Servicio de alojamiento (Hostales) Visita Anual Servicios potenciales: <ul style="list-style-type: none"> • Torneos de deportivos 	Familia/Amigos Nacional/Extranjero Empleado del sector formal Gasto promedio menos de Presupuesto máximo \$30 Factores de decisión: <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Diversificación de Servicios • Precio • Infraestructura
El Zonte	Servicio de alimentación Servicio de alojamiento (Hostales) Visita Anual Servicios potenciales: <ul style="list-style-type: none"> • Torneos de deportivos 	Amigos/Solo Nacional/Extranjero Empleado del sector formal Gasto promedio menos de Presupuesto \$30 a \$100 persona/diario Factores de decisión: <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Diversificación de Servicios • Precio • Infraestructura

Fuente: Elaboración propia tomando en cuenta los resultados obtenidos en el mercado consumidor

11.2.5 Descripción de los programa

PROGRAMA DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA: Acciones dirigidas a la infraestructura de la oferta turística, como el sistema de agua potable, sistema de agua negra entre otros.



PROGRAMA CAPACITACION: Acciones dirigidas al recurso humano con el fin de mejorar el servicio actual, a través talleres, charla con enfoque al personal de los restaurantes, hoteles, entre otros de la microrregión. Abordando temáticas del servicio al cliente, producto turísticos, higiene y manipulación de alimentos entre otros.

11.2.6 Metodología de programa

Identificar y describir el producto turístico en oferta y potenciales

Mejora de los Servicios actuales

Diseño de los servicios potenciales

Normas aplicable a los servicios turísticos de la playa

11.2.7 Programa desarrollo de la infraestructura

11.2.7.1 Introducción

Siendo el producto turístico un conjunto de los componentes recursos, servicios e infraestructura, el componente a desarrollarse en este capítulo es la infraestructura, buscando de este mejoras que faciliten y sean de atracción para los turistas, a la vez que sean de acuerdo a las características de la zona y las facilidades y viabilidad económica con la que disponen en el área. Entre las infraestructuras a desarrollar e implementar se evaluarán aquellas destinadas al manejo de aguas potables y residuales.

11.2.7.2 *Objetivos*

- Asegurar el abastecimiento de agua potable por un período prolongado mediante el diseño adecuado del desarrollo considerando las características del recurso.
- Optimizar el uso del agua con la finalidad de disminuir los costos de obtención y tratamiento.

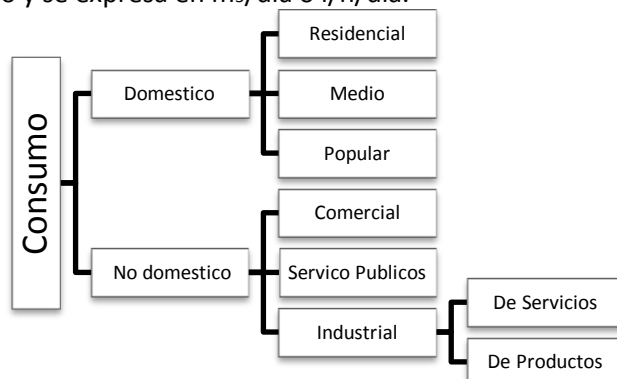
11.2.7.3 *Sistema de agua potable y alcantarillado*

La hidráulica urbana, tiene como uno de sus objetivos la parte sanitaria para la prevención de las enfermedades de tipo hídrico, tanto en la distribución del agua potable como en la recolección del agua residual. Esto da como resultado que los sistemas de agua potable y alcantarillado sanitario sean complementarios.

11.2.7.4 *Sistema de agua potable*

Un sistema de abastecimiento de agua potable, tiene como finalidad primordial, la de entregar a los habitantes de una localidad, agua en cantidad y calidad adecuada para satisfacer sus necesidades, ya que como se sabe los seres humanos estamos compuestos en un 70% de agua, por lo que este líquido es vital para la supervivencia. Uno de los puntos principales de este capítulo, es entender el término potable. El agua potable es considerada aquella que cumple con la norma establecida por la Organización Mundial de la Salud (OMS), la cual indica la cantidad de sales minerales disueltas que debe contener el agua para adquirir la calidad de potable

CONSUMO. La parte del suministro de agua potable que se utiliza sin considerar las pérdidas, se conoce como consumo y se expresa en m³/día o l/h/día.



Las partes que integran son las siguientes:

1. Captación.
2. Línea de conducción.
3. Tratamiento de potabilización.
4. Regularización
5. Línea de alimentación
6. Red de distribución.
7. Obras conexas o complementarias

CAPTACION: Es la parte inicial del sistema hidráulico y consiste en las obras donde se capta el agua para poder abastecer a la población. Pueden ser una o varias, el requisito es que en conjunto se obtenga la cantidad de agua que la comunidad requiere. Para definir cuál será la fuente de captación a emplear, es indispensable conocer el tipo de disponibilidad del agua en la tierra, basándose en el ciclo hidrológico, de esta forma se consideran los siguientes tipos de agua según su forma de encontrarse en el planeta:

1. Aguas superficiales.

2. Aguas subterráneas.
3. Aguas meteóricas (atmosféricas).
4. Agua de mar (salada).

Las agua meteóricas y el agua de mar, ocasionalmente se emplean para el abastecimiento de las poblaciones, cuando se usan es porque no existe otra posibilidad de surtir de agua a la localidad, las primeras se pueden utilizar a nivel casero o de poblaciones pequeñas y para la segunda, en la actualidad se desarrollan tecnologías que abaraten los costos del tratamiento requerido para convertirla en agua potable, además de que los costos de la infraestructura necesaria en los dos casos son altos. Por lo tanto, actualmente solo quedan dos alternativas viables para abastecer de agua potable a una población con la cantidad y calidad adecuada y a bajo costo, las aguas superficiales y las subterráneas. Las aguas superficiales son aquellas que están en los ríos, arroyos, lagos y lagunas y las aguas subterráneas son aquellas que se encuentran confinadas en el subsuelo.

SUPERFICIALES		SUBTERRÁNEAS	
Ventajas	Desventajas	Ventajas	Desventajas
Disponibilidad	Fácilmente contaminables	Protección	Alta dureza
Visibles	Calidad variable	Bajo color	Relativa Inaccesibilidad
Limpiables	Alto color	Baja turbiedad	No limpiables
Baja dureza	Alta turbiedad	Calidad constante	
	Olor y color biológico	Baja corrosividad	
	Alta materia orgánica	Bajo contenido de materia orgánica	

Fuente: MANUAL PARA EL DISEÑO DE SISTEMAS DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO SANITARIO

CONDUCCION: Son todas las estructuras civiles y electromecánicas cuya finalidad es la de llevar el agua desde la captación hasta un punto que puede ser un tanque de regularización, una planta de tratamiento de potabilización o el sitio de consumo.

TRATAMIENTO: Se refiere a todos los procesos físicos, mecánicos y químicos que harán que el agua adquiera las características necesarias para que sea apta para su consumo.

REGULARIZACION: Sirve para cambiar un régimen de abastecimiento constante a un régimen de consumo variable.

ALIMENTACION: Conjunto de tuberías que sirven para conducir el agua desde el tanque de regularización hasta la red de distribución.

DISTRIBUCION: Sistema de tuberías es el encargado de entregar el agua a los usuarios en su domicilio, debiendo ser el servicio constante las 24 horas del día, en cantidad adecuada y con la calidad requerida para todos y cada uno de los tipos de zonas socio-económicas.

POZOS:Un pozo es una perforación vertical, generalmente en forma cilíndrica y de diámetro mucho menor que la profundidad. El agua penetra a lo largo de las paredes creando un flujo radial.

Los pozos se pueden dividir de la siguiente manera:

- ✓ Pozos artesanos (excavados)

- ✓ Pozos hincados (puyones)
- ✓ Pozos perforados (someros y profundos)

POZOS ARTESANOS. Los pozos artesanos, también conocidos como excavados o hechos a mano, son perforaciones que generalmente se realizan con pico y pala, ademándose con anillos de concreto, muros de tabique o mampostería de piedra sin juntar, para permitir el paso del agua. Este tipo de pozo debe ser construido lejos de las casas, ya que el agua que captan es superficial y puede estar contaminada con los desechos y basuras, no tienen una profundidad mayor a 15 m.

POZOS HINCADOS. Son pozos someros (poca profundidad) de pequeño diámetro que también reciben el nombre de puyones, se utilizan generalmente en terrenos blandos y que, para obtener un gasto adecuado es necesario hincar varios. El sistema de puyones (well point) se utiliza pocas veces para abastecimiento de agua potable, principalmente en localidades rurales, ya que el gasto aproximado que se puede obtener es de 0.2 a 1.0 lps.

POZOS PERFORADOS. Este tipo de pozos se perforan con máquina, rotaria o de percusión y se clasifican de acuerdo a su profundidad, en someros hasta 30 m. y profundos a más de 30 m.

Para los fines de abastecimiento de agua potable por medio de pozos es importante utilizar la hidráulica de pozos y considerar los siguientes problemas:

- ✓ Identificación de los sistemas de flujo
- ✓ Predicción del comportamiento de los niveles de agua
- ✓ Diseño del pozo

Para la identificación de los sistemas de flujo, la hidráulica de aguas subterráneas indica si el acuífero es confinado o semiconfinado, también determina las características hidráulicas como son la permeabilidad, transmisibilidad y almacenamiento como las principales, así como la potencialidad del pozo por medio de la prueba de bombeo, indicando con esto la cuantificación del volumen aprovechable del acuífero.

Para predecir el comportamiento de los niveles de agua dentro del pozo, se utiliza una sonda eléctrica, durante el aforo del pozo, ya que los cambios de velocidad de la bomba incrementan la velocidad de la entrada del agua y el gasto y la velocidad de descarga de ella, motivando el descenso de su nivel y el arrastre de sólidos.

Para tener un diseño adecuado del pozo, que permita aprovechar al máximo los acuíferos de agua dulce, una vez terminada la perforación exploratoria, se deberá correr un registro eléctrico dentro de él, el cual indicará la posición de los acuíferos dulces, salobres y salados, así como los lugares donde éstos no afloran y con ello lograr un ahorro económico al adquirir e instalar la tubería de cedazo únicamente en los sitios adecuados.

11.2.7.5 Sistema de alcantarillado

Los sistemas de alcantarillado, tienen como función el retiro de las aguas que ya han sido utilizadas en una población y por ende contaminado, estas aguas reciben el nombre genérico de “aguas residuales”; también sirven para retirar las aguas pluviales. El alcantarillado consiste en un sistema de conductos enterrados llamados alcantarillas, que generalmente se instalan en el centro de las calles y sus componentes son los siguientes:

Las partes que integran son las siguientes:

1. Red de atarjeas.
2. Subcolectores.
3. Colectores.
4. Emisor.
5. Tratamiento de aguas residuales

6. Sitio de vertido
7. Obras conexas

RED DE ATARJEAS: Conductos de menor diámetro y reciben las aguas residuales domiciliarias por medio de tuberías que salen de la casa. El diámetro de la atarjea como mínimo debe ser de 20 cm.

SUBCOLECTORES: Tuberías que recolectan las aguas que llevan las atarjeas. Su diámetro debe ser igual o mayor a 20 cm.

COLECTORES: Tuberías que captan el agua que traen las atarjeas y los subcolectores por lo que su diámetro debe ser generalmente mayor al de ellas.

EMISOR: A este conducto no se le conecta ninguna descarga de aguas residuales y su función es retirar de la localidad todo el volumen de agua captada por la red de alcantarillado y conducirla al sitio donde se tratará o verterá.

TRATAMIENTO: Consiste en separar de las aguas residuales los sólidos, líquidos, productos químicos, bacterias y virus para poder emplearlas, posteriormente a su tratamiento.

SITIO DE VERTIDO: Lugar específico donde se desalojan o reusan las aguas residuales una vez han sido tratadas.

OBRAS CONEXAS: Son estructuras auxiliares que tendrán funciones específicas dentro del sistema de alcantarillado.

11.2.7.6 Información básica del proyecto

Tabla 104: INFORMACIÓN BASICA DEL PROYECTO

Tipo De Aguas	Recurso Hídrico	Conducción	Tratamiento	Regularización	Alimentación	Distribución
Subterráneas	Subsuelo	Pozo Artesano Con Anillos De Concreto Y Paredes De Mampostería, Con Profundidad De 10m, Tapados	Multifiltración Y Multidesinfección	Tanque Superficial De Mampostería De Piedra Con Paredes Revestidas Con Mortero Impermeabilizante Y Capacidad De 500m ³	Tubería De Plástico De 5"	Sistema En Mayo O Circuito Tuberías Primarias =4" Tuberías Secundarias=2"

Fuente: Elaboración propia

Los tratamientos serán 2 por medio primero de la puesta en las salidas del pozo de 3 filtros precolados de 30x30cm para la retención de residuos mayores en área y rejillas de 1mm para retención de residuos pequeños. El tanque que será de cloración para la desinfección del agua.

La conducción será por bombeo pues el terreno no cuenta con la suficiente inclinación para la conducción por gravedad y los pozos ya se encuentran hechos en los lugares en estudio.

La aportación de aguas residuales es equivalente al 75% de agua potable utilizada.

El sistema de alcantarillado contará para las atarjeas y los subcolectores un trazo de peine con perpendicularidad hacia los sistemas principales de desagüe, las tuberías deberán ser plásticas con diámetro igual a 20cm y 30cm respectivamente.

Los colectores y emisor serán por gravedad recolectando el agua residual a través de un trazo en forma de interceptores para llevarlos a un vertido en terrenos para su reusó no contaminable. La disposición de estos serán canales zanjados en el terreno hechos de concreto con un diámetro de 50 cm.

11.2.7.7 Selección del tipo de tubería

Se pueden distinguir dos grandes tipos de tuberías, la de metal y las de plástico. Las tuberías de plástico más utilizadas son las de PVC (policloruro de vinilo*), las de CPVC (policloruro de vinilo clorado), PEX (polietileno reticulado) y PolyPipe®. Entre las tuberías de metal, las más habituales las de cobre, acero inoxidable y las de acero galvanizado. Cada tipo de tubería tiene características distintivas y se utiliza para cubrir necesidades específicas. Para las necesidades de la playa se establecen la siguiente:

TUBERÍAS DE PLÁSTICO

Las tuberías de PVC se utilizan principalmente para transportar agua a alta presión. Están disponibles en diferentes diámetros estándares en construcción y fontanería. Las tuberías de PVC no se utilizan si se necesita transportar agua caliente ya que el calor puede deformar la tubería e incluso hacer que se derrita totalmente. La mayoría de tuberías de PVC son de color blanco o gris.

El CPVC (Policloruro de vinilo clorado) es un derivado del PVC con una mayor cloración. El CPVC es de un color amarillo característico y su principal ventaja sobre el PVC es que soporta altas temperaturas pudiendo transportar tanto agua fría como agua caliente. El CPVC también tiene una gama de usos más amplia que el PVC al ofrecer un diámetro externo similar al de las tuberías de cobre (el tubo de PVC es más grueso para un mismo diámetro interior).

Las tuberías de polietileno reticulado, PEX, son cada vez más populares aunque su historia se remonta a los años 1920. Las tuberías de PEX cuentan con las mismas características que las tuberías de CPVC pero soportan temperaturas mucho más altas y por ello son utilizadas frecuentemente en calderas y sistemas de calentamiento mediante agua. Las tuberías de PEX tienen un color blanco-crema aunque suelen colorearse en azul y rojo para denotar el paso de agua fría y caliente respectivamente.

Las tuberías PolyPipe son tuberías gruesas, típicamente de color negro, que se utilizan para transportar agua a muy alta presión, generalmente en las conducciones que llevan el agua hacia los edificios o las saca de ellos. Es un tipo de tubería que se utiliza casi en exclusiva en exterior. El PolyPipe es un material bastante rígido y rara vez se utiliza para otros fines.

SISTEMA DE AGUAS NEGRAS

Tuberías de PVC y Polietileno

El plástico es un material económico que facilita el ahorro de energía gracias a "su bajo peso, sus grandes prestaciones y su alto poder aislante". Según la Confederación Española de Empresarios de Plásticos, estas características le hacen un asiduo de las tuberías que se localizan en edificios públicos, viviendas y lugares de trabajo. El cloruro de polivinilo (PVC) y el polietileno son los plásticos más frecuentes debido a su versatilidad. Son óptimos para **redes de abastecimiento de agua potable, saneamiento, riego y evacuación de aguas residuales y pluviales**. Además, el polietileno es adecuado para distribución de gas, mientras que el polipropileno (otro plástico) se emplea para canalizaciones sin presión.

La Asociación Española de Fabricantes de Tubos y Accesorios Plásticos, AseTUB, destaca los "innumerables" avances técnicos de este material, tales como: facilidad de instalación, resistencia mecánica, flexibilidad, estanqueidad, resistencia a la abrasión, ausencia de incrustaciones (por ejemplo, de cal), inalterabilidad en el tiempo, resistencia a agentes químicos (ácidos, bases, sales y oxidantes) y reciclabilidad. La mayoría de los tubos de plástico se pueden reutilizar en la fabricación de otros tubos.

Por otro lado, las tuberías de plástico son ligeras, lo que facilita su transporte, manipulación, almacenaje e instalación, y requieren poco mantenimiento. Tampoco transmiten ningún sabor u olor, soportan presiones altas, no son combustibles (buen comportamiento ante el fuego) y tienen una menor conductividad térmica que las tuberías metálicas, por lo que apenas influyen en la temperatura de los fluidos que las recorren. En cuanto a las paredes interiores, son lisas y reducen la pérdida de presión por contacto (fricción).

Otras ventajas de las tuberías de plástico, según la PlasticsEurope (Asociación Europea de Fabricantes de Plásticos), son la posibilidad de realizar canalizaciones sin uniones, lo que reduce el riesgo de fugas en sistemas de calefacción por suelo radiante y refrigeración mediante techo refrigerante, y el ahorro económico y de obras que implica la protección de cables subterráneos en tubería de plástico, "ya que la instalación y el desmontaje de cables se hace fácilmente sin abrir las vías".

Sin embargo, pese a estas características, existen dudas sobre los riesgos para la salud que pueden entrañar materiales como el PVC. Algunos estudios concluyen que durante su creación e incineración se generan dioxinas, mientras que en su uso se pueden liberar aditivos perjudiciales para la salud y el medio ambiente. Desde AseTUB, por su parte, aseguran que los procesos de fabricación "generan productos fácilmente reciclables, que se traducen en una industria que no contamina" y recuerdan que la legislación y normativa relacionada con el agua es "cada vez más profusa y exigente" y afecta también a los fabricantes de tuberías plásticas. Por ello, defienden el empleo de éstas para conducción de agua potable, "autorizado por todas las administraciones públicas y organismos sanitarios competentes", añaden.

11.2.7.8 Tratamiento de aguas negras

Debido a las características hidrológicas y geológicas de la zona costera, es importante hacer un manejo adecuado de las aguas residuales para evitar la contaminación de los recursos hídricos

REDUCIR LA CARGA DE CONTAMINANTES A LOS CUERPOS DE AGUA

Evitar el deterioro de los cuerpos de agua no vertiendo aguas sin tratar directamente a los cuerpos de agua, ya que incrementan los niveles de bacterias, nitrógeno y fósforo, causando una sobrepoblación de algas, lo que contribuye al decaimiento del ecosistema inutilizándolo para su uso en actividades antropogénicas

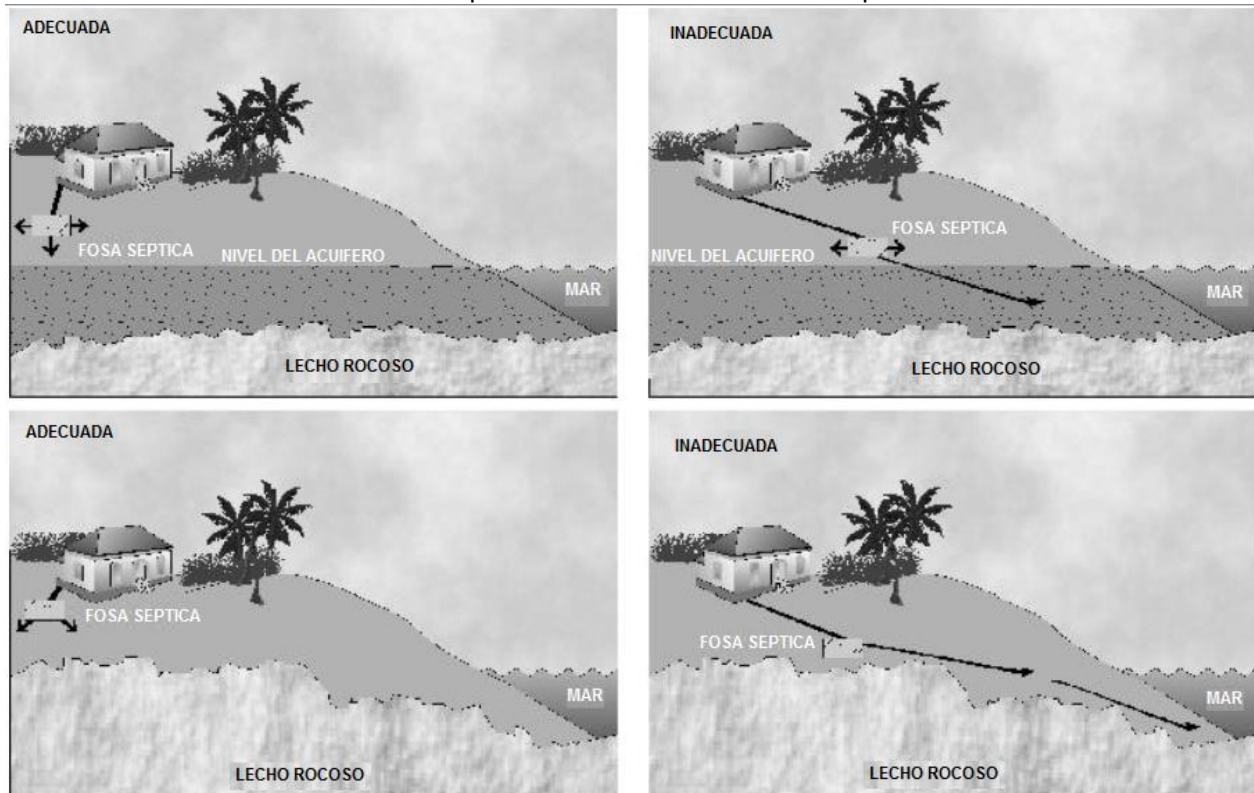
Perforar un pozo profundo de absorción para inyectar el agua tratada al subsuelo, se recomienda perforar un pozo profundo de absorción hasta donde la calidad del agua sea igual o mayor a 19,000 partes por millón de sólidos totales disueltos, con la finalidad de que el agua de buena calidad no sea contaminada.

UBICAR LAS FOSAS SÉPTICAS EN LOS LUGARES MÁS ADECUADOS

Una práctica muy común en las zonas costeras es el uso de fosas sépticas de donde eventualmente se filtran las aguas negras, si no se sitúan adecuadamente es factible que se contaminen los cuerpos de agua superficiales y subterráneos; a continuación se enuncian algunas de las consideraciones para la ubicación adecuada de las fosas sépticas.

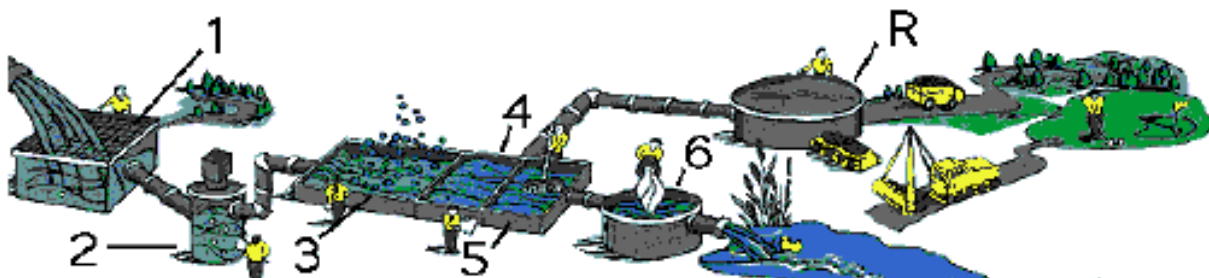
- ✿ Considerar la ubicación de los pozos existentes. Las normas aplicadas determinan que la distancia mínima entre los pozos y las fosas debe ser de 30 m. Una distancia mayor es necesaria para las instalaciones turísticas.
- ✿ Construir las fosas sépticas de forma que los lixiviados fluyan lejos del pozo, asimismo se deberán impermeabilizar adecuadamente las paredes y piso para evitar filtraciones.

- Evaluar la profundidad del agua subterránea para evitar la contaminación de las fuentes de agua potable, por lo que las fosas sépticas deberán estar colocadas a no menos de 15 metros del nivel del acuífero y a no menos de 10m de lagos, arroyos u otros cuerpos de agua.
- Definir la ubicación y la profundidad de la fosa séptica después de la época de lluvias, para asegurarse que el nivel del agua no alcance la distancia mínima necesaria entre la fosa séptica y el acuífero.
- Ubicar las fosas sépticas en función del tipo de suelo, ya que en zonas donde el lecho rocoso se encuentra muy cerca del tanque, se corre el riesgo de que los lixiviados fluyan sobre este y salgan a la superficie sin haber tenido una adecuada purificación. La base del área de los lixiviados deberá estar situada por lo menos a un metro de la superficie del lecho rocoso



TRATAMIENTO PRIMARIO DE LAS AGUAS DE DESECHO

A continuación se describe paso a paso lo que ocurre en cada fase del proceso del tratamiento de aguas y cómo se remueven los contaminantes para mantener limpios depósitos de agua.



Proceso Primario del Tratamiento de Aguas

1. Tamizaje: El agua de desecho que entra a la planta de tratamiento, contiene madera, rocas, y aún animales muertos. A menos que todo esto sea removido, pueden llegar a causar problemas posteriores en el proceso del tratamiento. La mayor parte de estos materiales son usados como rellenos de vacíos en superficies de la tierra.

2. Bombeo: El sistema de las aguas de desecho se apoya en la fuerza de la gravedad para llevar fuera de las casas el drenaje hasta la planta de tratamiento de aguas. Por lo tanto, las instalaciones de tratamiento de aguas de desecho se localizan en áreas que tienen niveles más bajos, frecuentemente cerca de ríos en donde el agua ya tratada, es devuelta al ambiente. Si la planta se construye mas alta del nivel de la tierra, el agua de desecho tiene que ser bombeada hacia los tanques de aereación (Punto 3). Desde aquí, la gravedad empieza su trabajo y lleva el agua de desecho a través de todo el proceso de tratamiento.

3. Aeración: Uno de los primeros pasos que la planta de tratamiento de aguas hace, es agitar el drenaje y exponerlo al aire. Esto causa que algunos de los gases disueltos (tales como hidrógeno sulfúto, el cual huele como huevos podridos) que tiene un sabor y olor nauseabundo, se desprendan del agua. Posteriormente, el agua de desecho entra a una serie de largos y paralelos tanques de concreto. Cada tanque se divide en dos secciones. En la primera sección, se bombea aire a través del agua.

4. Removiendo el lodo: Posteriormente, el agua de desecho entra a la segunda sección, que son los tanques de sedimentación. Aquí, el lodo (la porción orgánica del drenaje) se asienta y es bombeada afuera de los tanques. Parte de esta agua es removida en un proceso llamado "espesar" y el lodo se deposita en tanques llamados "digeridores."

5. Removiendo la escoria: Cuando el lodo se asienta en el fondo de los tanques de sedimentación, materiales más ligeros flotan en la superficie. Esta "escoria" incluye grasa, aceites, plásticos y jabón. Rastrillos que van pasando lentamente sobre la superficie de estos tanques, quitan la escoria de las aguas de desecho. Esta escoria se "espesa" y se bombea dentro de los "digeridores" junto con el lodo. Muchas ciudades usan también filtración en el tratamiento del drenaje. Después de que los sólidos se remueven, el líquido se filtra a través de una substancia, usualmente arena, movido por a la acción de la gravedad. Este método expele casi todo tipo de bacteria, reduce lo turbio y color del agua, quita los olores, reduce la cantidad de hierro y remueve la mayor parte de partículas sólidas que permanecen en el agua. Algunas veces el agua se filtra a través de partículas de carbón, que remueven las partículas orgánicas. Este método también se usa en algunos hogares.

6. Matando la bacteria: Finalmente, el agua de desecho fluye hacia un tanque de "contacto con cloro," en donde se agrega cloro para matar la bacteria, la cual puede presentar un riesgo para la salud, igual como se hace en las albercas. El cloro se elimina casi totalmente después de que la bacteria es destruída, pero algunas veces es necesario neutralizar el cloro agregando otros químicos. Esto protege a los peces y otros organismos marinos, los cuales pueden ser dañados aún con cantidades pequeñas de cloro. El agua tratada (llamada efluente) se descarga posteriormente a un río cercano o al océano.

OTRAS ALTERNATIVAS DE TRATAMIENTO

El uso de plantas de tratamiento modulares cada vez está más extendido, ya que su capacidad se adapta en función de las necesidades de cada desarrollo.

En este sistema, también conocido como Sistema Hidrobotánico de Tratamiento o como Sistema de Filtrado Biológico- Macrofítico, las aguas negras fluyen lateralmente a través de los estanques-humedales de tratamiento y son purificadas por el contacto de los medios biológicos y de la zona de raíces de la vegetación que absorbe los nutrientes.



El sistema consiste de tres componentes:

1. Un tanque impermeabilizado subterráneo equipado con un sistema especial de filtración para contener sólidos, donde se inicia el proceso de descomposición microbiana (anaeróbica y aeróbica).
2. Un estanque sub superficial sellado e impermeabilizado para el flujo de las aguas negras, dividido en dos celdas o compartimientos de tratamiento. Construido de cemento y relleno con grava calcárea, con un humedal plantado en la superficie conteniendo diversas especies locales arbustos, zacates y pastos de la región.
3. Un jardín horticultural plantado alrededor del sistema, que utiliza los nutrientes remanentes del afluente del sistema. El sistema no requiere químicos, bombas o mantenimiento mecánico para su operación. Únicamente una poda ocasional mínima de las plantas de las dos celdas de tratamiento para estimular su crecimiento. La vegetación recolectada puede ser usada como forraje o como material artesanal.

Cada sistema de tratamiento es único, en el sentido que su diseño dependerá en primer lugar de la carga requerida o el volumen de aguas a tratar, la ecología del lugar y la formación geológica de la zona. Independientemente del sistema de tratamiento que se utilice, la calidad del agua que se obtenga del sistema para su reutilización o descarga deberá cumplir con los límites máximos permisibles establecidos en la Norma Salvadoreña NSO 13.49.01.09 "Aguas Residuales descargas a un Cuerpo Receptor"

11.2.8 Programa playa El Obispo

11.2.8.1 Identificar y describir el producto turístico en oferta y potenciales

La playa el obispo cuenta con una variedad de restaurantes y un hotel donde brinda los servicio de alimentación y alojamiento. La infraestructura con la que cuenta es muy buena en comparación con las otras playas en estudio. A continuación se presenta una breve descripción de la oferta turística actual y potencial de la playa el obispo.

Tabla 105: Característica del servicio actual y potencial de la playa el Obispo

Playa	Servicios Actuales			Servicios Potenciales
	Alojamiento	Alimentación	Otros	
El Obispo	Ofrece el servicio con una capacidad de 50 personas a través de un Hotel (3 estrellas). Horario de atención: 7:00 am a 7:00 pm	Ofrece el servicio con una capacidad de 932 personas a través de Restaurantes (1, 2 y 3 tenedores) y Comedores. Horario de atención: 8:00 am a 9:00 pm		<ul style="list-style-type: none"> • Snorkel en arrecife de coral • Discoteca los fin de semana

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados presentados por la encuesta la playa el obispo es visitado por grupo de amigos y familia, que buscan un lugar les brinde seguridad, diversificación de servicio y a un precio accesible. A continuación una breve descripción de los servicio de actuales y potenciales

Servicio Actuales

- Alimentación: La playa el obispo cuenta 16 Restaurantes que ofrecen variedad de platillos y bebida. El Servicio de alimentación es a la carta y comida a la vista.
- Alojamiento: La playa el obispo cuenta con 1 hotel que ofrece estadía en sus instalaciones, con habitaciones simples y dobles, con servicio a la habitación, piscinas, parqueo entre otros

Servicios potenciales

- Buceo Snorkeling Se podría implementar el buceo libre debido a que la playa el Obispo cuenta con un arrecife de coral, si bien no es muy grande a comparación a otros en el país, se desarrollar para diversificar la oferta actual
- Discoteca en la playa: La alcaldía municipal pone a disposición de la comunidad una discoteca móvil, donde se hace la gestión para que la alcaldía la proporcione sin ningún costo, la asociación puede hacer uso de este servicio para tener una discoteca los fines de semana o cualquier otro día.

11.2.8.2 Mejora de los servicio actuales

Actualmente el servicio que mayor demanda tiene la playa el obispo es el servicio de alimentación y bebidas, para mejorar este servicio la asociación debe de tener en cuenta norma y directrices para poder mejorar Calidad del servicio proporcionado

11.2.8.2.1 Mejora del servicio de alimentación

A continuación se presenta los elementos del servicio de alimentación que hay que tomar muy en cuenta para poder mejor el servicio de alimentación:

Tabla 106: Elementos del servicio de alimentación referente a las normas y directrices.

Trámites Legales	Documentación y permisos en regla ante el Ministerio de Hacienda , la alcaldía y Registro en el ministerio de Turismo		
Evaluación de instalaciones	Ubicación y sus Alrededores		Distancia a Focos de Contaminación = 100m
	Edificio	Diseño	Áreas Cerradas para la preparación de alimentos
		Pisos	Fáciles de Lavar y con suficientes desagües con niveles del 2% de inclinación y tapones tipo inodoro

	Paredes y Techos	<ul style="list-style-type: none"> Las Paredes Internas deben ser lisas, fáciles de lavar, de color claro y no absorbente. Los Techos deben ser de fácil limpieza, debe reducir al mínimo la acumulación de suciedad y su desprendimiento
	Ventanas y Puertas	<ul style="list-style-type: none"> Las ventanas deben tener mallas No 10 y 12. Las puertas deben ser de material absorbente, liso y de fácil limpieza
	Iluminación	Puede ser natural o artificial debe permitir la preparación, limpieza y desinfección de tareas, se recomienda que el nivel mínimo de iluminación en las áreas de recepción, almacenamiento y preparación de alimentos sea de 220 lux, las fuentes de luz deben estar ubicados de forma tal que la sombra que las personas que trabajan en dichas áreas no proyecten su sombra sobre el espacio de trabajo.
	Ventilación	La ventilación debe permitir la circulación del aire, que evite el calor acumulado excesivo, la condensación del vapor, el polvo y el aire contaminado. La corriente de aire debe dirigirse de una zona limpia a una contaminada y no viceversa. . Se recomienda instalar una campana extractora sobre los aparatos de cocción de manera que se elimine eficazmente los vapores de la cocción
	Calidad y Cantidad del Agua	Debe existir abastecimiento de agua potable en todo lugar a donde se requiera. Si se dispone de una cisterna o tanque de almacenamiento de agua debe desinfectarse cada 6 meses con un concentración de cloro de 100mg/litro al 70%
Evaluación de instalaciones	Mano y Disposición de Desechos Líquidos y Sólidos	Debe existir Instalaciones sanitarias adecuadas de desagüe y eliminación de vertidos, debe disponerse de recipientes para desechos sólidos, lavables y con tapadera, de preferencia de pedal. Se recomienda que los conductos de evacuación de aguas residuales deben estar diseñados para soportar cargas máximas, contar con trampas de grasa y evitar la contaminación del sistema de agua potable.
	Instalaciones Sanitarias	En buen estado, limpios, ventilados e iluminados, alejados de la cocina y con suficiente agua. Se deben disponer de servicios sanitarios separados por sexo en una relación de 1 inodoro por cada 25 trabajadores y de 1 lavamanos por cada 15 trabajadores. Las puertas de los servicios sanitarios deben abrir hacia fuera.
	Limpieza y Desinfección del establecimiento	<p>Limpieza en el Equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> Se debe utilizar detergente tenso activo industrial sin aroma; para la desinfección de utensilios y equipos se deben utilizar concentraciones de cloro de 100 Mg/Lt. Las tablas para picar deben ser de acrílico o polietileno. Las mesas para la preparación de alimentos

			se recomienda que sean de Acero Inoxidable
		Limpieza en el Procesamiento	Para la desinfección de pisos, paredes y puertas deben utilizarse concentraciones de cloro 150 Mg./Lt. a 200 Mg/Lt.
		Control de Insectos y Roedores	Se debe contar con un programa de limpieza que prevenga la infestación de plagas y roedores (cucarachas, moscas, ratas y ratones) y luego se deben tener registros de las limpiezas realizadas
Operaciones del servicio	Definición de un Protocolo de Servicio		Saludo, asignación de mesa, presentación de menú, toma de orden, servicio, presentación de la cuenta, solicitud de sugerencias y despedida
	Estandarización de Recetas		Inventario de productos, listado de ingredientes con cantidades específicas de acuerdo al platillo, especificaciones de preparación, catálogo de productos
	Definición, requerimientos de las Áreas Críticas, Señalización en las Áreas.		Cocina, área de mesas, recepción de materia prima, estacionamiento, baños, recepción
Operaciones del servicio	Definición de Procesos de Atención al Cliente		La información con respecto al uso del Teléfono, Transporte Público que accede a la zona del restaurante, Políticas de Ingreso y Horarios de Atención debe estar claramente definida.
			Servicio de Sugerencias: Debe generarse algún mecanismo instrumento que facilite la generación de Sugerencias, Quejas y Reclamos
			Deben existir políticas y procedimientos claramente establecidos en lo referente al Servicio de Reservas y Formas de Pago
	Higiene en la Manipulación de Alimentos. Calidad del Servicio	Salud del Manipulador	Debe utilizarse la Guía de Evaluación de Salud del Manipulador de Alimentos. Los síntomas y signos por los cuales algún empleado debe someterse a exámenes médicos o ser restringido en la manipulación de alimentos están: Ictericia, diarrea, vómitos, fiebre, dolor de garganta, tos, lesiones de la piel, secreción de ojos, nariz y oídos.
	Hábitos Higiénicos en el trabajo		

		Presentación e Higiene Personal	Uniforme completo de aplicar y debe existir una Higiene Personal Diaria
		Preparación de los alimentos	De acuerdo al Manual de BPM
		Servicio de los Alimentos	Alimentos calientes servirse a 60oC o más de temperatura. Alimentos que se descomponen deben conservarse entre 4oC y 7oC en refrigeración. Para servir los alimentos se recomienda el uso de pinzas de acero inoxidable y evitar el contacto directo con los mandos.
		Conservación y Almacenamiento de los Alimentos	
Mantenimiento y Seguridad	Recopilación de documentación referente a equipos ((manuales), recomendaciones de proveedores, etc.		
	Programa de Seguridad (Sistemas de Emergencia, Señalización, Equipos de Protección Personal)		
	Plan de Emergencia (rutas de evacuación, sistemas de emergencia, definición de brigadas)		
Gestión de proveedores	Definición de los Requerimientos de Proveedores	Especificaciones Técnicas y Requisitos del Servicio	
	Evaluación de Proveedores	Evaluación sistemática de los Proveedores Evaluación de Materias Primas Evaluación de Transporte	
	Definición de Contrato con Proveedores	Establecimiento de un Contrato con proveedores	
Gestión de Recurso Humano	Selección del Personal	Establecimiento de los perfiles de puestos de trabajo y establecimiento de los procesos de Selección y Reclutamiento de Personal	
	Evaluación de Desempeño	Monitoreo periódico del Desempeño del Personal en las diferentes áreas de trabajo. Definir test de evaluación y sesiones de retroalimentación.	
	Formación del personal	Establecimiento de un proceso de Identificación de Necesidades de Entrenamiento y desarrollo de Capacitaciones continuas	

11.2.8.3 Diseño de los servicio potenciales

Uno de los servicios potenciales que puede ser desarrollado en la playa el obispo es la Discoteca, debido a que se cuenta con el equipo necesario brindado por la alcaldía municipal y sin ningún costo alguno

Servicio de Discoteca

- ✦ Descripción: Es un local público pago con horario preferentemente nocturno para escuchar música grabada, bailar, interactuar con otras personas. El tipo de música a escuchar está establecida por los clientes.



- ✿ Lugar: Playa El Obispo, Calle el obispo, en medio de la calle para que todos los locales tengan acceso a la discoteca.
- ✿ Días: Viernes, Sábado, Domingo,
- ✿ Horario: Desde las 9:00 pm hasta las 2:00 am
- ✿ Involucrados
 - ASODESPO: Responsable de realizar la gestión
 - Alcaldía Municipal de la Libertad: Responsable de facilitar los elementos de la discoteca y de generar los permisos necesarios
 - Comerciantes de la playa el obispo: Responsable de facilitar todo el necesario para poder llevar a cabo el servicio.
 - Cuerpo de Agente Metropolitanos o PNC: Responsable de velar por la seguridad y tranquilidad de la zona
- ✿ Otros aspectos: Además el Dj encargado puede realizar concursos con los turistas, obsequiar platillos, bebidas entre otros, estos productos proporcionado por los comerciantes de la playa.

Servicio Buceo Snorkeling

Para que el servicio de Buceo Snorkeling se debe proteger el área el arrecife de coral, ya que si no se tiene una buena conservación del área el arrecife puede desaparecer, a través del MARN (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales) se puede realizar dicha gestión para que se tenga una mayor reproducción de la zona y poder el servicio de mejor manera. Para ver el diseño de este producto, consultar el Programa de San Blas en Diseño de los productos potenciales para mayor descripción.

11.2.8.4 Normas aplicable a los servicios turísticos de la playa El Obispo

- ✿ La Ley del Medio Ambiente en los artículos 78, 79, 80, 81, establece la creación del Sistema de Áreas Naturales Protegidas (SANP), sus objetivos, lo relativo a los planes de manejo y la oportunidad de delegar la gestión de las áreas naturales protegidas.
- ✿ Políticas Áreas Naturales protegidas MARN
- ✿ Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartoteles” (ref. NTS 03.44.01:06).
- ✿ NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.
- ✿ Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio” (ref. NTS 03.56.01:08)
- ✿ NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.

11.2.9 Programa San Blas

11.2.9.1 Identificar y describir el producto turístico en oferta y potenciales

La playa San Blas cuenta con una variedad de restaurantes, hoteles y hostales donde brinda los servicios de alimentación y alojamiento. Además de estos servicios cuenta con el Avistamiento de Tortugas y elaboración de artesanías a través de la asociación, la cual busca prestar los servicios turísticos buscando armonía con el medio ambiente. A continuación se presenta una breve descripción de la oferta turística actual y potencial de la playa San Blas.

Tabla 107: Característica del servicio actual y potencial de la playa San Blas

Playa	Servicio Actuales			Servicios Potenciales
	Alojamiento	Alimentación	Otros	

San Blas	Ofrece el servicio con una capacidad de 41 personas a través de Hostales y Hoteles (2 y 3 estrellas) Horario de atención: 7:00 am a 7:00 pm	Ofrece el servicio con una capacidad de 902 personas a través de Restaurantes(2 y 3 estrellas) Horario de atención: 8:00 am a 7:00 pm	<ul style="list-style-type: none"> • Avistamiento de Tortugas Marinas: a través de vivero de anidación, ofrece este servicio durante el periodo de Agosto hasta enero (periodo de anidación de tortugas en El Salvador) • Elaboración y Venta de artesanías Elaboradas con materia primas propia el lugar como lo es el coco, así como también material reciclado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Snorkel en arrecife de coral y Barco Hundido • Discoteca los fin de Semana
----------	--	---	--	---

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados presentados por la encuesta la playa San Blas visitado por grupo de amigos y familia, que buscan un lugar les brinde seguridad, diversificación de servicio y a un precio accesible. A continuación una breve descripción de los servicio de actuales y potenciales

Servicio Actuales

- Alimentación: La playa San Blas cuenta 3 Restaurantes que ofrecen variedad de platillos y bebida. El Servicio de alimentación es a la carta.
- Alojamiento: La playa San Blas cuenta con 4 hoteles que ofrece estadía en sus instalaciones, con habitaciones simples y dobles, con servicio a la habitación, piscinas, parqueo entre otros.
- Avistamiento de tortugas Marinas: Explicación del proceso del avistamiento por guías y miembros de la asociación, los cuales han sido capacitados técnicamente con respecto al tema. Desde la desovación de huevos hasta la liberación de las tortugas. La cual se realiza en las última hora de la tarde
- Elaboración y ventas de artesanías: Productos elaborados por miembros de la asociación ACOTOMSANB con materias primas propias de la zona y material reciclado. Se le muestra al turista como se elaborar las artesanías, y una pequeña charla sobre el proceso producto y obtención de la materia prima.

Servicio Potenciales

- Buceo Snorkeling : Se podría implementar el buceo libre ya que la playa San Blas cuenta con un arrecife de coral y Barco Hundido que data de mucha historia , se puede desarrollar para diversificar la oferta actual
- Discoteca en la playa: La alcaldía municipal pone a disposición de la comunidad una discoteca móvil, donde se hace la gestión para que la alcaldía la proporcione sin ningún costo, la asociación puede hacer uso de este servicio para tener una discoteca los fines de semana o cualquier otro día cuando no se temporada de Avistamiento de Tortugas Marinas para no afectar el proceso.

11.2.9.2 Mejora de los servicio actuales

Actualmente el servicio que mayor demanda tiene la playa San Blas es el servicio de Avistamiento de Tortugas Marinas, además cuenta con la venta de artesanías que tiene un bajo potencial por la

inexperiencia de los involucrados, para mejorar este servicio la asociación debe de tener en cuenta norma y directrices para poder mejorar Calidad del servicio proporcionado.

11.2.9.2.1 Mejora del Avistamiento de Tortugas marinas

Uno de los objetivos de promover el turismo relacionado con la observación de tortugas marinas es el de hacer un uso pasivo de este recurso natural en peligro de extinción como un atractivo turístico, para incentivar así la conservación de estas especies por parte de las comunidades locales y hacer conciencia en los turistas sobre el peligro al que están expuestas y la importancia de protegerlas, para que estos visitantes se conviertan en portadores del mensaje conservacionista.

Para la participación de turistas es de vital importancia el cumplimiento de las siguientes normas para poder desarrollar las actividades de observación del arribo y el desove de las tortugas marinas, así como para la liberación de tortugas neonatos. Esto con el fin de evitar la perturbación de la acción natural del ciclo de vida de las tortugas marinas y que éstas lleven a cabo sus acciones sin ser alteradas.

Normas relacionadas para el Avistamiento de Tortugas Marinas

- ✿ Normas para actividades turísticas de observación y liberación de tortugas marinas
 - Observación de salida de tortugas del mar y su desove
 - Durante la observación y liberación de neonatos (tortugas recién nacidas) durante la noche
 - Para toma de fotografías
 - Datos a tomar en consideración sobre las tortugas marinas
- ✿ Manual para el manejo de corrales de incubación de huevos de tortugas marinas
Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales con la siguiente temática
 - Corrales de incubación artificial para huevo de tortugas marinas
 - Comportamiento de la Tortuga anidadora
 - Investigación monitoreo y recopilación de datos de tortugas marinas en las playas de anidación

11.2.9.2.2 Mejora del Servicio Venta y Elaboración de Artesanías

Las Artesanías son una Actividad transformadora de recursos naturales y materias primas para la producción creativa de objetos, a través de oficios que aplican la energía física y mental humana completada con herramientas y maquinarias, donde se combina el saber con la tradición y la cultura material individual o colectiva.

La asociación será una figura encargada de realizar las siguientes actividades:

- ✿ Gestionar recursos.
- ✿ Capacitaciones y asistencia técnica
- ✿ Apoyo técnico,
- ✿ Desarrollo de nuevos productos,
- ✿ Búsqueda de nuevos clientes,
- ✿ Mejorar la gestión interna de los talleres
- ✿ Procesos de mejoras continuas y
- ✿ Aseguramiento de la calidad de los productos

La asociación debe tomar en cuenta las siguientes líneas estratégicas para establecer el servicio de Artesanías, debido a que actualmente este servicio se encuentra con un bajo desarrollo por falta de inversión financiera.

Tabla 108: Líneas de acción prioritarias para el Servicio de Ventas de Artesanías

Líneas de acción prioritarias

APOYO EXTERNO	<p>Sector que ayude a los artesanos a ver con mayor claridad el camino a seguir. Resulta necesario tener una buena comunicación con los diferentes sectores de apoyo externo, para coordinar esfuerzos que se traduzcan en beneficios para el sector. El apoyo externo provee al sector de infraestructura económica, es decir financiamiento, capacitación, marco jurídico, etc.</p> <p>La vinculación necesaria con las diferentes instituciones gubernamentales y no gubernamentales, es prioritaria en el sentido que se evita la duplicación de esfuerzos, y se fomenta la coordinación entre estas. Partiendo del hecho de alcanzar una mejor coordinación con todas las entidades que de una o de otra manera apoyan directa o indirectamente al sector artesanías, se crea un clima propicio para el desarrollo de estrategias que vuelvan competitivo al sector</p>
RECURSO HUMANO	<p>Esto es fundamental para contar con un personal apto, consciente y motivado en el logro de los objetivos y visión para el taller de artesanías.</p> <p>Se debe prestar la atención a este recurso en la dimensión adecuada, la capacitación constante de los artesanos miembros, debe ser coordinada con la institución gestora y promotora del proyecto, así mismo con las instituciones de apoyo. Es importante el trabajo especializado por cada uno de los miembros del grupo para lograr las metas propuestas</p>
COMPRAS	<p>Son los insumos del proceso productivo y por ende se debe velar porque estos sean los requeridos para obtener productos competitivos.</p> <p>Antes de comenzar la actividad productiva, es necesario realizar las compras, y si esta actividad no se hace adecuadamente, se puede perjudicar un buen proceso productivo así como las actividades subsiguientes a éste. Por dicha razón antes de realizar la producción se debe desarrollar el área clave “compras” en la cual se debe tener especial cuidado en los controles de CALIDAD tanto en las compras como en la producción, el establecimiento de políticas de compra.</p>
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	<p>Esto ayudará a la definición de la Visión, misión, objetivos, metas y escenarios deseados para el futuro y las correspondientes estrategias básicas</p> <p>Todo ello estimulará a realizar un trabajo bajo una visión compartida que produzca la sinergia deseada</p>
FINANZAS	<p>Una vez uniformizados los procesos con la identificación de aquellas operaciones que verdaderamente agregan valor, se deben desarrollar las actividades relacionadas con el costeo del producto, estrategias para el establecimiento de precios y requerimientos de información del tipo financiera. A partir de un control adecuado de todos los costos incurridos en toda la actividad Productiva, y de una correcta interpretación de la información contable, esto podrá ayudar a los artesanos a ser sujetos para el otorgamiento de créditos.</p>
MERCADERO Y VENTAS	<p>Al contar con un proceso productivo ordenado, costeo adecuado de los productos y un preciso análisis financiero, se puede proceder al desarrollo del Mercadeo, así mismo el establecimiento de estrategias que motiven el crecimiento de la demanda, ampliación del mercado y otorgue a los artesanos una condición competitiva</p>
ORGANIZACIÓN	<p>Es el elemento clave para el funcionamiento de las anteriores áreas antes mencionadas, la cual pretende ordenar y establecer claramente las funciones, objetivos y la estructura de trabajo de cada una de las áreas que conforman la actividad productiva el taller a través de la promoción.</p>

Fuente: Elaboración propia basada en la tesis de ingeniería DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMPETITIVA PARA EL SECTOR ARTESANIAS DE EL SALVADOR ANTE LOS DIFERENTES TRATADOS DE LIBRE COMERCIO(UES)

11.2.9.3 Diseño de los servicio potenciales

11.2.9.3.1 Servicio Buceo Snorkeling

Para que el servicio de Buceo Snorkeling se debe proteger el área el arrecife de coral, ya que si no se tiene una buen conservación del área el arrecife puede desaparecer, a través del MARN (Ministerio de Medio Ambiente y Recurso Naturales) se puede realizar dicha gestión para que se tenga una mayor reproducción de la zona y poder el servicio de mejor manera.

Forma de protección de arrecife.

Las formas de organización bajo el enfoque del turismo sostenible están relacionadas con la práctica de un tipo de turismo que explote las riquezas naturales y a la vez las preserve, satisfaciendo necesidades de recreación del presente sin afectar las del futuro, enfocando la gestión, preservación y conservación de los recursos para beneficiarse de éste aprovechando el potencial turístico que el lugar representa asegurando su sustentabilidad y sostenibilidad, pero principalmente respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, y la diversidad biológica.

El objetivo es generar desarrollo local en la playa San Blas a partir de la explotación de una actividad turística sostenible y en armonía con el medio ambiente.

Las acciones requeridas son las siguientes:

✿ **Desarrollo de acciones de protección del arrecife**

Si bien es cierto el arrecife es por naturaleza un medio natural, puede ser afectado por los/las turistas y el deterioro ocasionado por el transcurso del tiempo, estas acciones de protección del arrecife pueden ser: Inducción y acompañamiento a la visita de los turistas, instalación de arrecifes artificiales y monitoreo de la adaptación de las especies al nuevo hábitat.

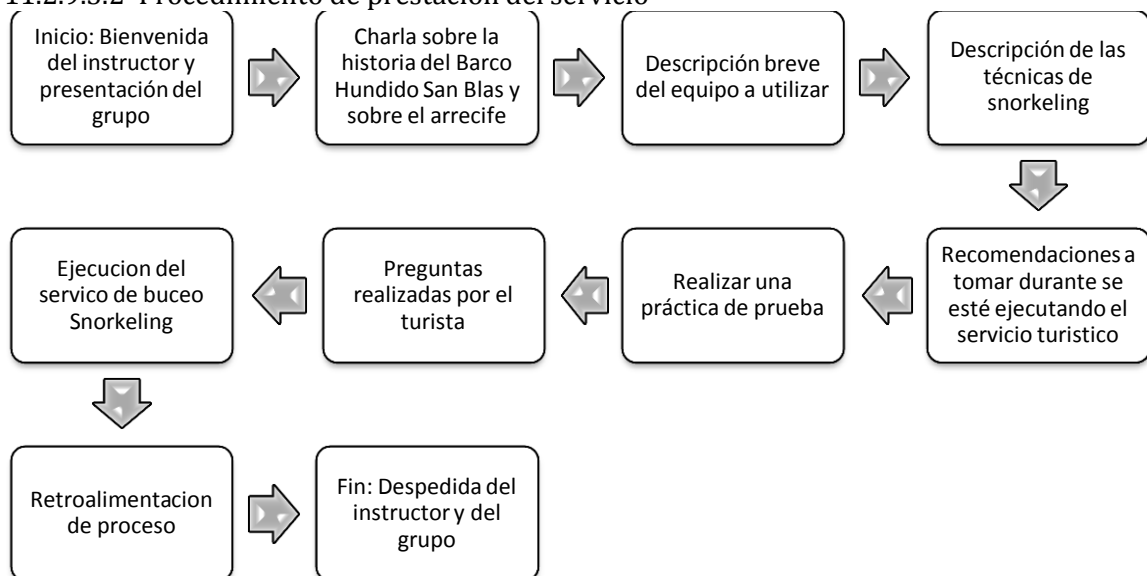
✿ **Limpieza y refuerzo del monitoreo y vigilancia en la playa**

La playa que rodea el arrecife requiere de acciones constantes de vigilancia y monitoreo para evitar que los/las turistas alteren el equilibrio existente. Además debe complementarse con el desarrollo de campañas de limpieza principalmente en la finalización de temporadas vacacionales, así como en temporadas regulares aunque con menores frecuencias e intensidades.

✿ **Implementar acciones de prevención y daños al ambiente**

La cual incluye la inducción para la estadía en el lugar y la visita al arrecife mediante actividades de snorkeling, buceo y pesca deportiva, modificar y ampliar los espacios señalizados, fortalecer el reglamento existente en materia de actividades permitidas y prohibidas y asegurando su cumplimiento.

11.2.9.3.2 Procedimiento de prestación del servicio



11.2.9.3.3 Descripción de Servicio snorkel

Snorkel

El buceo es acción por medio de la cual el hombre penetra en un cuerpo de agua con el fin de desarrollar una actividad deportiva, comercial, de investigación, científica o militar. El buceo snorkeling consiste en nadar en la superficie del océano mientras usas una máscara de buceo, un tubo para respirar y aletas de buceo. El snorkeling suele hacerse en aguas poco profundas sobre arrecifes de coral para observar la población animal subacuática.



Equipo

- Botiquín de primeros auxilios.
- Visor o Máscara: permite la visibilidad bajo el agua y evita la entrada de agua a la nariz. No se la debe reemplazar por goggles o lentes de natación debido a la incapacidad de igualar presiones en éstos últimos.
- Aletas: permiten obtener mayor distancia de desplazamiento durante el nado.
- Un tubo (también conocido como snorkel) , que nos permitirá respirar al sobresalir este por encima del agua,
- Mención especial merece la boquilla que coloquemos al snorkel ya que nos permitirá también que podamos respirar. Hay que saber cuál elegir y entre todas, la mejor será la boquilla de silicona que se ajustan mejor a la boca y evitan pequeñas lesiones.

Procedimiento

El turista debe de ser asistido por un instructor debe realizar lo siguiente:

• Contener la respiración

Usando un cronómetro, Verificar cuánto tiempo puede el turista aguantar la respiración antes de tener que respirar de nuevo. El turista debe hacerlo todo el tiempo que pueda. El turista debe Tomarse un minuto para respirar con normalidad y, a continuación, tiene que mantener la respiración otra vez.








Debes ser capaz de mantenerla durante un período más largo que la primera vez. El turista debe de Tomar cinco respiraciones largas y profundas. Con cada uno de ellas, debe espera por lo menos tres segundos después de inhalar antes de exhalar de nuevo. El Turista debe Aguantar la respiración de nuevo y mantener los ojos en el cronómetro.

Buceo






Asegurarse que el turista bucee con un socio con experiencia o un instructor que te le pueda ayudar si lo necesitas. El turista debe Ponerse el snorkel, la máscara y las aletas y acostarse boca abajo en el agua y respirar a través del snorkel. Debe tomar de tres a cinco respiraciones profundas.

Cuando el Turista se sienta listo para bucear, debe asegurarse de que los pulmones estén completamente llenos de aire. Debe hacer una curva muy por debajo de la cintura y, a continuación, tiene que mover las piernas rápidamente hacia afuera del agua. El peso de las piernas debe impulsarlo hacia abajo. Para empezar, el turista podría comenzar con sumergirse de 3 a 6 pies (90 a 180 cm) de profundidad. Y Practicar quedarse quieto en el agua






Recomendaciones

-  La primera y más importante regla de buceo es JAMAS BUCEAR SOLO.
-  El buzo novato no debe descender más allá de los 10 metros de profundidad por su propia seguridad.
-  El buzo novato debe tener conocimientos de teoría del buceo, límites de descompresión, curva de seguridad, y aprender el correcto armado, funcionamiento y mantenimiento de su equipo.
-  El sitio de buceo debe estar bien protegido de aguas abiertas libres de corrientes.
-  Profundidad: máximo 2,5 metros
-  Al entrar en la zona de buceo, el instructor deben cuenta las condiciones del lugar: topografía, acceso a la zona, clima (viento, lluvia, etc), cantidad de luz, mareas y corrientes. Al entrar a bucear por la playa, entrar por la zona de menos influencia de las olas, y sostener la máscara con una mano, entrar de espaldas, arrastrando los pies para detectar rocas, hoyos o espantar rayas.
-  Luego de entrar por la playa, seguir adelante hasta pasar la zona de rompiente. No se debe quedar allí por motivo alguno. Si se detectan fallas o problemas, se debe salir hacia la playa o avanzar al mar para solucionar el desperfecto. Si una ola revuelca al buzo, buscar el fondo y luego tratar de salir de la zona.

Asesoría y capacitación

-  Técnicas de rescate en agua.
-  Primeros auxilios.
-  Técnicas de Buceo Snorkeling
-  Habilidades para enseñar Snorkerling
-  Manejo de grupos.

11.2.9.4 Normas aplicable a los servicios turísticos de la playa San Blas

-  La Ley del Medio Ambiente en los artículos 78, 79, 80, 81, establece la creación del Sistema de Áreas Naturales Protegidas (SANP), sus objetivos, lo relativo a los planes de manejo y la oportunidad de delegar la gestión de las áreas naturales protegidas.
-  Políticas Áreas Naturales protegidas MARN
-  Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartoteles” (ref. NTS 03.44.01:06).
-  NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.
-  Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del

servicio” (ref. NTS 03.56.01:08)

- NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.

11.2.10 Programa El Majahual

11.2.10.1 Identificar y describir el producto turístico en oferta y potenciales

La playa El Majahual cuenta con una variedad de restaurantes, hoteles y centro recreativo donde brinda los servicios de alimentación, alojamiento y otros servicios complementarios como venta de ropa de baño, inflables, entre otros. La infraestructura con la que cuenta es muy característica de la zona construida de palmas de coco y vigas madera en su mayoría muy modesta. A continuación se presenta una breve descripción de la oferta turística actual y potencial de la playa El Majahual

Tabla 109: Característica del servicio actual y potencial de la playa El Majahual

Playa	Servicios Actuales			Servicios Potenciales
	Alojamiento	Alimentación	Otros	
El Majahual	Ofrece el servicio con una capacidad de 70 personas a través de Hoteles (2 y 3 estrellas) Horario de atención: Las 24 horas	Ofrece el servicio con una capacidad de 6795 personas a través de Restaurantes(1, 2 y 3 tenedores) y comedores Horario de atención: 8:00 am a 7:00 pm		<ul style="list-style-type: none"> Avistamiento de Tortugas Marinas Torneos deportivos

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados presentados por la encuesta la playa el Majahual es visitado por grupo de amigos y familia, que buscan un lugar les brinde seguridad, diversificación de servicio y a un precio accesible. A continuación una breve descripción de los servicio de actuales y potenciales

Servicio Actuales

- Alimentación: La playa El Majahual cuenta 43 Restaurantes que ofrecen variedad de platillos y bebida. El Servicio de alimentación es a la carta y comida a la vista.
- Alojamiento: La playa el Majahual cuenta con 3 hoteles y un Club de playa que ofrece estadía en sus instalaciones, con habitaciones simples y dobles, con servicio a la habitación, piscinas, parqueo entre otros.

Servicios potenciales

- Avistamiento de Tortugas Marinas: La Playa El Majahual cuenta corral de anidamiento que actualmente está inactivo, el cual pueden reactivar para poder brindar este servicio.
- Torneos Deportivos: La playa el Majahual recibe cada año numerosas excursiones provenientes de todo el país, sumándole a esto familias que buscar disfrutar de la playa, es la causa que playa tenga numerosa afluencia de turistas nacionales en vacaciones, además cuenta con una área de playa extensa en comparación a otras playas de La libertad, la cual la vuelve ideal para realizar torneos de futbol o voleibol.
- Discoteca: La alcaldía municipal pone a disposición de la comunidad una discoteca móvil, donde se hace la gestión para que la alcaldía la proporcione sin ningún costo, la asociación puede hacer uso de este servicio para tener una discoteca los fines de semana o cualquier otro día.

11.2.10.2 Mejora de los servicios actuales

Actualmente el servicio que mayor demanda tiene la playa El Majahual es el servicio de alimentación y bebidas, para mejorar este servicio la ADESCO debe tener en cuenta normas y directrices para poder mejorar la calidad del servicio proporcionado.

11.2.10.2.1 Mejora del servicio de alimentación

A continuación se presentan los elementos del servicio de alimentación que hay que tomar muy en cuenta para poder mejorar el servicio:

Tabla 110: Recomendaciones para mejorar los elementos para el servicio de alimentación

Área de almacenamiento
<ul style="list-style-type: none"> ☀ Todo debe permanecer seco y limpio. ☀ Los alimentos no deben colocarse en el piso. ☀ Los alimentos deben guardarse en recipientes limpios, tapados y distantes de fuentes de calor (fogón, estufa, sol directo) y de animales. ☀ Las latas no deben presentar abombamiento, abolladuras o corrosión. ☀ Los granos y productos secos deben estar absolutamente limpios de plagas u hongos.
Área de preparación de alimentos
<ul style="list-style-type: none"> ☀ Limpiar al inicio y fin de cada día. ☀ Lavar diariamente trapos y otros. ☀ Por seguridad, no permitir el acceso a niños.
Preparación de alimentos
<ul style="list-style-type: none"> ☀ Utilizar agua de garrafón o hervida (15 minutos). ☀ Carnes, sopas y guisados deben servirse calientes, y fríos los alimentos frescos (ensaladas y frutas). ☀ Desinfectar las frutas y verduras con microbicidas (éstos se adquieren en farmacias o tiendas de abarrotes).
Personal
<ul style="list-style-type: none"> ☀ Evitar que personas enfermas manejen los alimentos. ☀ Utilizar una malla en la cabeza para evitar que caigan cabellos en los alimentos. ☀ Cubrir las heridas o rasguños con vendaje o gasas. ☀ Nunca utilizar los dedos para probar alimentos. ☀ Evitar sonarse la nariz al preparar los alimentos. ☀ No escupir. ☀ Lavarse las manos constantemente: en cada cambio de actividad; antes y después de ir al baño; después de peinarse el pelo; al entrar en el área de preparación de alimentos; entre la manipulación de alimentos crudos y cocinados; después de comer, fumar o sonarse la nariz; después de manipular desperdicios y basura.
Desechos
<ul style="list-style-type: none"> ☀ Deben colocarse lejos del área de preparación de alimentos. ☀ Los contenedores deben permanecer tapados. ☀ Separar lo orgánico (para preparar compostas) de lo inorgánico (reciclable y no reciclable).
Menús
<ul style="list-style-type: none"> ☀ El turista que gusta del turismo sol y playa está dispuesto y deseoso de probar platillos tradicionales o propios de la región. Además, siempre se aprecia mejor un menú sencillo y

balanceado.

- ✿ Evitar elaborar platillos con picante; se recomienda colocar en cada mesa salsa picante para que el comensal la dosifique a su gusto.
- ✿ Ofrecer fruta o jugo y café o té antes del desayuno.

Diseño y decoración

Diseño de la carta

Entre los elementos a tener en cuenta en el diseño de la carta son: la tipografía, el formato y papel que se utilizará y la combinación equilibrada de texto e imágenes.

- El tamaño: Arial 12
- La tipografía: Fondo claro con letras oscuras. Letras que permitan una lectura rápida y amigable a
- La vista del cliente
- El papel: Folkotte calibre 20 o 18.

✿ Decoración

Además para la adecuación de las mesas del restaurante se deben optar por manteles de colores vivos y alegres, que transmitan un buen ánimo, por lo que deben seleccionarse colores fríos, otro aspecto es que puede decorarse con textiles elaborados en el salvador de forma artesanal a estos se les llama Camino de mesa también de colores brillantes y que llamen la atención.

Asesoría y capacitación

Los siguientes son temas en los que será oportuno conseguir asesoría o capacitación:

- ✿ Higiene Alimenticia.
- ✿ Manipulación de Alimentos.
- ✿ Manipulación y Almacenamiento de Alimentos.
- ✿ Normas de Alimentos BMP HACCP.
- ✿ Sanitación y Manipulación Higiénica de Alimentos.
- ✿ Seguridad Alimentaria.
- ✿ Seguridad Higiene Control y la Calidad de Alimentos y Bebidas

Fuente: Elaboración Propia

11.2.10.2.2 Mejora del servicio de Alojamiento

A continuación se presenta los elementos del servicio de alojamiento que hay que tomar muy en cuenta para poder mejorar el servicio:

Tabla 111: Elementos del servicio de alojamiento a mejorar

Limpieza
Es importante brindar un lugar cómodo, limpio, ventilado y agradable
Los blancos (sábanas, fundas, colchas y toallas) deben estar limpios y, como medida para ahorrar agua y energía, se sugiere preguntar al visitante si permitiría que no se le cambien diariamente, sino cada dos o más días.
La limpieza diaria de las habitaciones evita la presencia de insectos. Para ello hay que revisar debajo de la cama y colchón, en cajones o resquicios, etcétera.
Infraestructura
Las habitaciones deben incluir como mínimo la cama o camas, una mesa, una silla, percheros, repisas o espacios donde el visitante acomode su equipaje y artículos personales (libros, cepillos, agua, llaves, etc.), una mesa pequeña al lado de la cama y, si se dispone de espacio, un armario. Si no se cuenta con luz eléctrica, es recomendable facilitar velas en un contenedor.
Se recomienda decorar con adornos de la región, como artesanías, plantas, cuadros, etc.,

procurando que sean artículos que los visitantes no puedan llevarse.
Colocar en un lugar visible de la habitación el reglamento y el código de conducta (que pueden estar impresos y enmarcados).
Asesoría y capacitación
Es recomendable recurrir al apoyo de expertos, organizaciones e instituciones a las que se pueda tener acceso, según el caso, para obtener asesoría y capacitación en: Administración y mantenimiento de establecimientos para hospedaje. <ul style="list-style-type: none"> ○ El Turismo en Relación con el medio Ambiente. ○ Señalización en Hoteles y Restaurantes. ○ Técnicas de Alojamiento.

Fuente: Elaboración propia

11.2.10.3 Diseño de los servicios potenciales

11.2.10.3.1 Torneos Deportivos:

Los factores más importantes para garantizar que un torneo de Deportivo se desarrolla sin problemas, es la planificación y la atención al detalle. Organizar un torneo en un sitio de recreación implica una gran cantidad de trabajo de campo e investigación en relación con sus instalaciones y servicios. El anfitrión también debe recopilar información sobre los equipos que vienen al evento antes de establecer un calendario del torneo.

Tabla 112: Requerimientos para realización de torneos deportivos

Elemento	Descripción
Equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Balones • Mallas • Mesa de inscripción • Otros elementos necesarios para llevar a cabo el evento, • Premios los cuales pueden ser trofeos, adicional a esto se pueden obsequiar estadias, platillos entre otros servicios que ofrece la playa
Infraestructura	Delimitar el área del juego y otras áreas necesarias
Personal	Delegar un Responsable y formar un equipo para realizar el evento Contratar árbitros y asistentes

Fuente: Elaboración propia

Procedimiento del servicio

1. Seleccionar una fecha y horario para el evento y determina la ubicación en la playa. Asegurarse de que la playa puede alojar el número de equipos que tienes previsto.
2. Elegir un formato de torneo, como la eliminación simple, doble eliminación o un grupo de todos contra todos. Esto ayuda a determinar cuánto tiempo durará el torneo. Cada opción tiene sus ventajas y desventajas, todo depende de cuántos equipos están involucrados.
3. Promover el evento. Las ADESPO debe promocionar el evento a través de medios de publicidad y con la gente de comunidades aledañas. Proporcionar información a la gente o equipo interesados en participar. Asegurarse de anunciar el evento con la suficiente antelación para que la participación sea alta.
4. Contratar y asignar personal para posiciones clave directamente involucradas con el juego del torneo, como cronometristas, árbitros, asistentes de líneas, entrenadores deportivos o personal de asistencia médica. Preparar y organizar los materiales para los entrenadores. Realiza un

itinerario, llaves eliminatorias, crea tarjetas de puntuación, hojas de puntuación, tarjetas de alineación, tablero de eliminatorias, formularios para informar accidentes, exenciones de responsabilidad, información del seguro, hojas de resultados y tabla de torneo.



5. Definir todos los equipos y las áreas el día anterior, si está permitido. Esto incluye mesas de inscripción, zonas de calentamiento, sistemas de red, sistema de audio y señales. Si esto no es posible, planificar el máximo tiempo posible para completar estas tareas en la mañana del evento.
6. Dar la bienvenida a los equipos a su llegada. Presentar y ofrecer una conferencia de información a los entrenadores y a los jugadores en cuanto a cómo funciona el torneo, las ubicaciones de los partidos, las áreas de calentamiento y dónde los resultados serán publicados. Dejar que los equipos sepan dónde puede encontrar al encargado o segundo de dirección en los partidos del torneo, en caso de que haya problemas o preguntas.
7. Felicitar a los ganadores y entrega trofeos en la final del torneo. Dar las gracias a los que asistieron y a todos los voluntarios o al personal que ayudó a realizar el evento.
8. Limpia el lugar del evento, devolviéndolo al estado en que se encontraba.

11.2.10.3.2 Servicio Avistamiento de Tortugas Marinas:

Debido a que la playa cuenta con un espacio para anidación de tortugas, sería conveniente que la ADESCO tratara de reactivar esta actividad para poder mejora la oferta turística de la playa.

Para esto se debe considerar lo siguiente:

Tabla 113: Elementos a considerar para el servicio de Avistamiento de tortugas Marinas

Recopilación de datos existentes sobre	<ul style="list-style-type: none"> • Centros o Instituciones que realicen avistamientos de Tortugas Marinas (Funzel o MARN) • Actividades que desarrollan dichos centros o instituciones • Metodología empleada por los mismos proyectos en curso 	<ul style="list-style-type: none"> • Bases de datos que elaboran • Área geográfica de actividad • Datos y citas obtenidas hasta la fecha y previsión de su actualización.
Recurso Humano	Se debe contar con un grupo que se concientice para poder llevar a cabo el proyecto de Avistamiento, personas encargadas	
Normas técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Manual para el manejo de corrales de incubación de huevos de tortugas marinas Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales • Normas para actividades turísticas de observación y liberación de tortugas marinas 	

Fuente: Elaboración propia

11.2.10.4 Normas aplicable a los servicios turísticos de la playa El Majahual

<ul style="list-style-type: none"> Manual para el manejo de corrales de incubación de huevos de tortugas marinas Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales
<ul style="list-style-type: none"> Normas para actividades turísticas de observación y liberación de tortugas marinas
<ul style="list-style-type: none"> Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartoteles” (ref. NTS 03.44.01:06).
<ul style="list-style-type: none"> NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.
<ul style="list-style-type: none"> Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio” (ref. NTS 03.56.01:08)
<ul style="list-style-type: none"> NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.

11.2.11 Programa El Sunzal

11.2.11.1 Identificar y describir el producto turístico en oferta y potenciales

La playa El Sunzal cuenta con una variedad de restaurantes y un centro recreativo donde brinda los servicios de alimentación y alojamiento cerca de la playa. La infraestructura con la que cuenta es muy característica de la zona, construida de palmas de coco y vigas madera en su mayoría muy modesta. Además cuenta con Restaurantes de prestigio a un costado de la carretera A continuación se presenta una breve descripción de la oferta turística actual y potencial de la playa El Sunzal

Tabla 114: Característica del servicio actual y potencial de la playa El Sunzal

Playa	Servicios Actuales			Servicios Potenciales
	Alojamiento	Alimentación	Otros	
EL Sunzal	Ofrece el servicio con una capacidad de 12 personas a través de un Centro Recreativo. Horario de atención: Las 24 horas	Ofrece el servicio con una capacidad de 1014 personas a través de Restaurantes (1,2 y 3 tenedores) y comedores Horario de atención: 8:00 am a 7:00 pm		<ul style="list-style-type: none"> Clases de Surf Lunadas

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados presentados por la encuesta la playa el Sunzal es visitado por grupo de amigos, Parejas y familia, que buscan un lugar les brinde seguridad, infraestructura, diversificación de servicio y a un precio accesible. A continuación una breve descripción de los servicio de actuales y potenciales

Servicio Actuales

- Alimentación: La playa El Sunzal 17 Restaurantes que ofrecen variedad de platillos y bebida. El Servicio de alimentación es a la carta y comida a la vista.
- Alojamiento: La playa El Sunzal cuenta con Centro recreativo y un Club de playa que ofrece estadía en sus instalaciones, con habitaciones simples y dobles, con servicio a la habitación, piscinas, parqueo entre otros.

Servicios potenciales

- Clases de Surf: Clases de Surf: Clases desarrollas a turistas que desean aprender del surf en playas con el tipo de ola adecuada, la dificultad de este deporte radica tanto en la velocidad como en el

tamaño y la forma de las olas. Debido a esto se hace necesario un instructor con experiencia en el área

- Lunadas: Un espacio de interacción, integración y participación con el fin de que los asistentes disfruten del bello espectáculo alrededor de la luna. Este espacio es dinamizado a través de diferentes actividades de lectura (cuento, poesía, novela, teatro, etc.), artísticas entre otras.

11.2.11.2 Mejora de los servicio actuales

Actualmente el servicio que mayor demanda tiene la playa El Sunzal es el servicio de alimentación y bebidas, aunque también es demando el servicio de alojamiento pero no tiene la capacidad necesarias para poder atender turista extranjero y nacionales, para mejorar este servicio la Cooperativa debe de tener en cuenta norma y directrices para poder mejorar Calidad del servicio proporcionado

11.2.11.2.1 Mejora del servicio de alimentación

Para mejora el servicio de alimentación los miembros de la asociación pueden tener en cuenta las directrices descritas en el programa de la playa el Majahual en relación al mejorar del servicio de alimentación.

11.2.11.2.2 Mejora del servicio de alojamiento

A continuación se presenta los elementos del servicio de alojamiento que hay que tomar muy en cuenta para poder mejor el servicio.

Tabla 115: Requerimiento Generales para brindar el Servicio de alojamiento

Requerimientos de Alojamiento	
Aspectos legales	<ul style="list-style-type: none"> • Encontrase inscrito, sea cual sea su denominación y tipología, como alojamiento, según la legislación aplicable. • Realizar el cobro de la estancia o los servicios mediante factura oficial.
Dirección	<p>Este apartado establece los requisitos mínimos que debe satisfacer la dirección de la empresa, como parte encargada de su gestión.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La dirección debe definir claramente los puestos y sus atribuciones, así como asegurarse de que las personas que cubren dichos puestos están cualificadas y de su formación continua. • También es responsable del suministro adecuado de los recursos materiales necesarios para desarrollar las tareas habituales y de los recursos externos que influyan en la calidad del servicio prestado • Definir la política y establecer los objetivos. • Asegurar la disponibilidad de los recursos necesarios • Aseguramiento de la integridad de los clientes y empleados • La dirección debe implantar un plan de mejora continua • La dirección es responsable de la puesta en marcha de buenas prácticas medioambientales, de la verificación de su cumplimiento (y de su modificación, en caso de que no se hayan alcanzado) y del impacto que han causado.
Infraestructura y equipamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento básico: aquí hace referencia por una parte, a características necesarias del mobiliario, así como a los requisitos mínimos de equipamiento de las diferentes estancias del alojamiento (sala, comedor, habitaciones –dimensiones y calidad de las camas– y cocina).

	<ul style="list-style-type: none"> ☀ Necesidad de un sistema de acondicionamiento de temperatura en las zonas geográficas donde se precise y rango de temperaturas en el que debe encontrarse el alojamiento ☀ Todas las reclamaciones de los clientes referidas a infraestructuras y equipamiento deben registrarse en el libro/hoja de reclamaciones. Dicho libro/hoja debe revisarse periódicamente por el propietario y aquellas observaciones que, por su importancia o repetitividad, sean consideradas significativas se deben tratar como condiciones adversas a la calidad para su corrección.”
Acogida y estancia	<ul style="list-style-type: none"> ☀ En este apartado, especifica los requisitos relativos al paso del cliente por el Alojamiento desde que llega hasta que se marcha.
Limpieza y mantenimiento	<ul style="list-style-type: none"> ☀ El propietario es responsable de la limpieza y mantenimiento del alojamiento rural. Se establecen unos requisitos generales de limpieza que y se unos niveles mínimos de exigencia. También se indica la necesidad de disponer de un lugar específico para los productos y equipos de limpieza y mantenimiento, en los que debe haber un stock suficiente en todo momento. ☀ Respecto al mantenimiento, también se establecen requisitos mínimos para su supervisión: <ul style="list-style-type: none"> ○ Cumplimiento de tareas de mantenimiento y frecuencias de las revisiones ○ Planificación de revisiones e inspecciones reglamentarias ○ Comprobación de que las tareas de mantenimiento se realizan como está establecido ○ Inspección periódica de instalaciones y equipos
Seguridad medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ☀ El propietario es responsable de la seguridad de los clientes y los empleados y de la conservación de los equipos de seguridad del establecimiento. También es responsabilidad suya la conservación de los equipos de seguridad. Por ello, debe definir un sistema para garantizar la seguridad de clientes y empleados que debe considerar, en particular, los siguientes sistemas: <ul style="list-style-type: none"> ○ sistema contra incendios ○ aparatos a gas ○ instalaciones eléctricas ○ evacuación del edificio, en caso necesario ○ calefacción y aire acondicionado ○ equipos mecánicos

Fuente: Elaboración propia

11.2.11.3 Diseño de los servicio potenciales

Uno de los servicios potenciales que puede ser desarrollado en la playa El Sunzal son las Clases de Surf, debido a que la playa es muy famosa por sus olas, y muchos turistas nacionales e internacionales. A continuación se muestra la descripción del servicio

11.2.11.3.1 Descripción de Clases de Surf

Tabla 116: Descripción de clases de surf

Descripción del Servicio
<p>El surf es un deporte que consiste en deslizarse sobre las olas del mar de pie sobre una tabla, dirigiéndola gracias a una o varias quillas situadas en la parte trasera de la tabla. La dificultad se encuentra en la velocidad, el tamaño y la forma de las olas, es por eso que las personas que practican este deporte.</p> <p>Las clases personalizadas, en el cual se le enseñará al turista a pararse sobre un tabla de surf, a manejar una tabla y sobre todo a surfear.</p>
Requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ No sufrir de alguna enfermedad respiratoria, cardíaca o cualquiera que dificulte un óptimo desempeño dentro del agua. ▪ Saber Nadar
Las clases pueden incluir
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wetsuit (traje térmico)(No indispensable) ▪ Tabla de Goma (especial para aprendizaje)
Duración de las Clases:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ En la primera clase se enseñara teoría fuera del mar y en las próximas clases se enseñara toda a clase dentro del mar. Antes de cada sesión se realizará ejercicios de calentamiento por 10 min. aprox. para evitar posibles calambres dentro del mar. ▪ 1.-Clase de 1 hora (Primera clase): Esta clase es como una clase de prueba para ver cómo esta desempeño físico turista , si al turista le agrada el mar, el manejo con la tabla, el paseo en las olas, y verificar si el turista está interesado en aprender el surf En esta clase se enseñar a reconocer que la postura del turista sobre la tabla(goofy o regular), a pararse correctamente sobre la tabla, sentarte sobre ella, girar la tabla para el turista pueda coger una ola, remar, y reconocer que tipo de ola que el turista puede recoger, etc. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ejercicios de calentamiento:10 min (no cuenta dentro del tiempo de la clase) ○ Teoría: 20 min. ○ Práctica (en el mar): 40 min. ▪ 2.-Clase de 1 hora (segunda clase en adelante): <ul style="list-style-type: none"> ○ Ejercicios de calentamiento: 10 min. (no cuenta dentro del tiempo de la clase) ○ Práctica (en el mar): 60 min.
Lugar
<p>Playa: El Sunzal Cantón: El Sunzal Horario: 7:00 am a 09:30 am en la mañana: 3:30 pm 5:30 pm por la tarde</p>

Fuente de Elaboración propia:

11.2.11.4 Normas aplicable a los servicios turísticos de la playa El Sunzal

- Técnicas de manejo de grupos
- Técnicas para el Surf
- Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartoteles” (ref. NTS 03.44.01:06).

- NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.
- Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio” (ref. NTS 03.56.01:08)
- NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.
- Enseñanza de Inglés Básico

11.2.12 Programa El Palmarcito

11.2.12.1 Identificar y describir el producto turístico en oferta y potenciales

La playa El Palmarcito cuenta con una variedad de restaurantes y 2 hostales donde brinda los servicios de alimentación y alojamiento cerca de la playa. La infraestructura con la que cuenta es muy característica de la zona construida de palmas de coco y vigas madera en su mayoría muy modesta. A continuación se presenta una breve descripción de la oferta turística actual y potencial de la playa El Palmarcito

Tabla 117: Característica del servicio actual y potencial de la playa El Palmarcito

Playa	Servicios Actuales			Servicios Potenciales
	Alojamiento	Alimentación	Otros	
El Palmarcito	Ofrece el servicio con una capacidad de 14 personas a través un Hostal (2 estrellas) Horario de atención: Las 24 horas	Ofrece el servicio con una capacidad de 536 personas a través de Restaurantes(1,2,3 y tenedores) y comedores Horario de atención: 7:00 am a 7:00 pm		<ul style="list-style-type: none"> • Clases de Surf • Lunadas • Kayac

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados presentados por la encuesta la playa el Palmarcito es visitado por grupo de amigos y familias, que buscan un lugar les brinde seguridad, infraestructura, diversificación de servicio y a un precio accesible. A continuación una breve descripción de los servicio de actuales y potenciales

Servicio Actuales

- Alimentación: La playa El Palmarcito cuenta con 8 Restaurantes que ofrecen variedad de platillos y bebida. El Servicio de alimentación es a la carta y comida a la vista.
- Alojamiento: La playa El Palmarcito cuenta con 2 Hostales que ofrece estadía en sus instalaciones, con habitaciones simples y dobles, con servicio a la habitación, piscinas, parqueo entre otros.

Servicios potenciales

- Clases de Surf: Clases desarrollas a turistas que desean aprender del surf en playas con el tipo de ola adecuada, la dificultad de este deporte radica tanto en la velocidad como en el tamaño y la forma de las olas. Debido a esto se hace necesario un instructor con experiencia en el área
- Lunadas: Un espacio de interacción, integración y participación con el fin de que los asistentes disfruten del bello espectáculo alrededor de la luna. Este espacio es dinamizado a través de diferentes actividades de lectura (cuento, poesía, novela, teatro, etc.), artísticas entre otras.
- Kayac: Navegación en una embarcación estrecha y alargada apta para aguas rápidas o tranquilas. La embarcación o kayak es impulsada por remos y puede servir a una o dos personas. Realizadas por turistas en ríos, lagos mares entre otros

11.2.12.2 Mejora de los servicios actuales

Actualmente el servicio que mayor demanda tiene la playa El Palmarcito es el servicio de alimentación y bebidas, para mejorar este servicio la Cooperativa debe tener en cuenta normas y directrices para poder mejorar la calidad del servicio.

11.2.12.2.1 Mejora del servicio de alimentación

Para mejorar el servicio de alimentación los miembros de la asociación pueden tener en cuenta las directrices descritas en el programa de la playa el Majahual en relación al mejorar del servicio de alimentación.

11.2.12.3 Diseño de los servicios potenciales

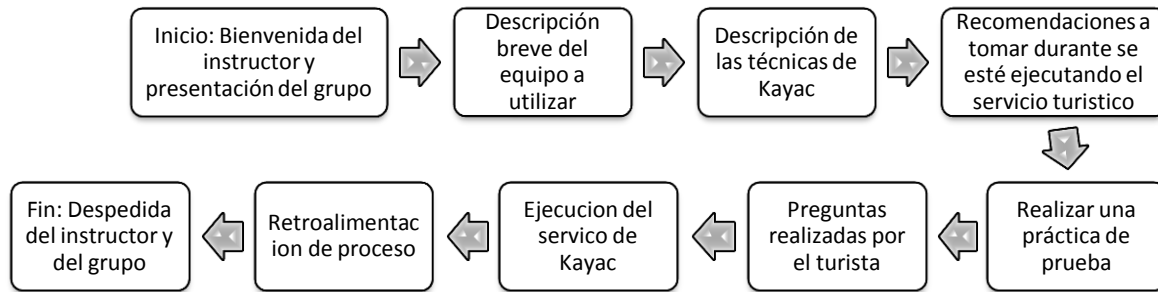
Uno de los servicios que podrían integrarse a la oferta turística de la Playa el Palmarcito, es el kayak. La playa El Palmarcito cuenta con un manglar en donde tiene los requerimientos adecuados para realizar este deporte. A continuación se detalla la descripción de este servicio

11.2.12.3.1 Descripción del Servicio Turístico Kayac

Kayac	
<p>El término se usa para hacer referencia a la navegación en una embarcación estrecha y alargada apta para aguas rápidas o tranquilas. La embarcación o kayak es impulsada por remos y puede servir a una o dos personas. En lagunas y algunos mares, sin embargo, puede ser una actividad tranquila que combine la observación de flora y fauna y el contacto con la naturaleza.</p> <p>Esta última variante no exige a los visitantes tantos conocimientos técnicos, dado que las embarcaciones son estables y fáciles de manejar, aun para principiantes. Otra modalidad es incluir la práctica del kayak en otras actividades programadas, por ejemplo, campamento, pesca y recorridos guiados.</p>	
Equipo	
<ul style="list-style-type: none"> ✿ Botiquín de primeros auxilios. ✿ Kayac y remos. ✿ Chaleco salvavidas. ✿ Ropa especial. 	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Casco. ✿ Botella de agua para beber. ✿ Protector solar.
Recomendaciones	
<ul style="list-style-type: none"> ✿ Este tipo de actividades exige establecer medidas de seguridad, mantener el equipo en perfecto estado y disponer de guías expertos. ✿ Si la comunidad está interesada en brindar esta actividad, se recomienda una amplia capacitación. ✿ En ningún momento experimentar con la actividad si no se tienen la capacidad y los conocimientos suficientes. ✿ Contar en cada recorrido con guías capacitados. ✿ En todo recorrido es necesario informar y explicar a los visitantes sobre diversos aspectos, entre ellos: Introducción al kayak, descripción de la actividad, uso de equipo y técnicas de rescate. ✿ Antes de empezar un recorrido es necesario realizar algunas prácticas con los visitantes. Éstas deben incluir la colocación y verificación del equipo de seguridad —chaleco salvavidas y casco—, la ubicación dentro del kayak y técnicas de remo y de rescate, entre otros ejercicios. ✿ Atender las condiciones climáticas y, si fuera necesario, cancelar o modificar los recorridos. ✿ Verificar, antes de emprender la actividad, que los equipos estén en las mejores condiciones y que los visitantes lleven los equipos de seguridad bien colocados. 	

Asesoría y capacitación	
Se recomienda obtener asesoría y capacitación en:	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de rescate en agua. • Primeros auxilios.
	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de kayak. • Habilidades para enseñar técnicas de kayak. • Manejo de grupos.

Procedimiento de prestación del Servicio



11.2.12.3.2 Descripción del Servicio Lunadas

Planificación de una lunada

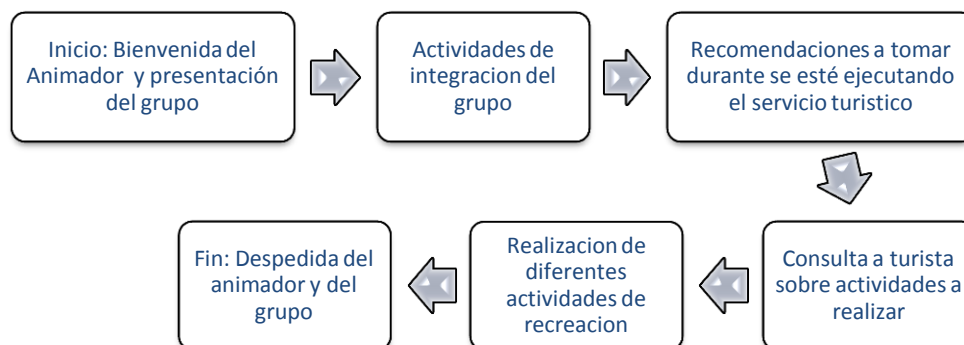
- Crear un equipo planificador para hacer las gestiones necesarias para llevar a cabo el evento
- El equipo hará la gestión con la seguridad pública para que los turistas se sienta seguros durante la Luanda
- Tomar en cuenta el número de personas que asistirán de esto dependerá las actividades a realizar y se acamparán en la playa.
- Verificar las noticias del clima, para no realizar una lunada en caso de que haya mal clima
- Planificar las actividades a desarrollar, entre ellas puede haber
 - Escondidillas
 - voleyball...
 - Juegos de Palabras
 - Cantar
 - Bailar
 - Adivinanzas
 - Mímica entre otros
- Los integrantes de las lunadas llevaran sus objetos personales para que estén cómodos durante la lunada. Entre los objetos están:
 - Casa de campaña, bolsa de dormir (Sleeping bags) y/o cobertores. (Almohadas)
 - Ropa adecuada. (noche frio, dia calor)
 - Cámaras (fotográficas, digitales o de video)
- Los planificadores de la lunada llevaran todo lo necesario para que el turista pase un momento agradable en la lunada. Entre el equipo a llevar esta
 - Balones o pelotas (fut- voley-baseb etc.)
 - Cañas de pescar.



- ☀ Leña o carbón para hacer fogata
- ☀ Repelente para mosquitos.
- ☀ Guitarra o un reproductor de música.
- ☀ Botiquín (Pepto bismol, analgésicos, aspirinas, alcohol, curitas, algodón entre otros)
- ☀ Lámparas de pilas.
- ☀ Agua potable (botella de 2 litros x persona)
- ☀ Encendedores o cerillos
- ☀ Papel Sanitario.
- ☀ Asador y carbón
- ☀ Comida (carne, tortillas, salchichas)
- ☀ Hielera con hielo.
- ☀ Bebida (Cervezas, refrescos, vino etc)
- ☀ Desechables (platos, vasos, cubiertos y bolsas p/ basura
- ☀ Malvaviscos. Y todo lo necesario para poder realizar la lunada

- La Lunada iniciara con actividades de integración en las que los participantes podrán hacer uso de sus habilidades. El animador interactuará con ellos, para hacer más divertida la jornada y los invitará a participar en los concursos con música.
- La lunada finaliza dejando la playa sin ningún resto de basura.

Procedimiento de prestación del servicio



11.2.12.4 Normas aplicable a los servicios turísticos de la playa El Palmarcito

- ☀ La Ley del Medio Ambiente en los artículos 78, 79, 80, 81, establece la creación del Sistema de Áreas Naturales Protegidas (SANP), sus objetivos, lo relativo a los planes de manejo y la oportunidad de delegar la gestión de las áreas naturales protegidas.
- ☀ Políticas Áreas Naturales protegidas MARN
- ☀ Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartoteles” (ref. NTS 03.44.01:06).
- ☀ NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.
- ☀ Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio” (ref. NTS 03.56.01:08)
- ☀ NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.

11.2.13 Programa El Zonte

11.2.13.1 Identificar y describir el producto turístico en oferta y potenciales

La playa El Zonte cuenta con una variedad de restaurantes y hostales donde brinda los servicios de alimentación y alojamiento cerca de la playa. La infraestructura por una partes es muy característica de la zona construida de palmas de coco y vigas madera y por otro lado infraestructura adecuada para brindar los servicios. A continuación se presenta una breve descripción de la oferta turística actual y potencial de la playa El Zonte

Tabla 118: Característica del servicio actual y potencial de la playa El Zonte

Playa	Servicios Actuales			Servicios Potenciales
	Alojamiento	Alimentación	Otros	
El Zonte	Ofrece el servicio con una capacidad de 14 personas a través de Hostales y Hoteles (2 estrellas) Horario de atención: Las 24 horas	Ofrece el servicio con una capacidad de 536 personas a través de Restaurantes(1,2, 3 y tenedores) y comedores Horario de atención: 7:00 am a 7:00 pm	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de Transporte a otros lugares del país(El aeropuerto, San Salvador, la Libertad) • Servicio de internet: alquiler de modem • Ventas de Artesanías: Productos elaborados • Clases de surf con o sin tabla 	<ul style="list-style-type: none"> • Campeonatos de surf organizados por la comunidad

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados presentados por la encuesta la playa el Zonte es visitado por grupo de amigos que buscan un lugar les brinde seguridad, infraestructura, diversificación de servicio y a un precio accesible. A continuación una breve descripción de los servicio de actuales y potenciales

Servicio Actuales

- Alimentación: La playa El Zonte 4 Restaurantes y 3 comedor que ofrecen variedad de platillos y bebida. El Servicio de alimentación es a la carta y comida a la vista.
- Alojamiento: La playa El Zonte cuenta 7 hostales que ofrece estadia en sus instalaciones, con habitaciones simples y dobles, con servicio a la habitación, internet, parqueo entre otros.
- Transporte: Los comerciantes de la playa ofrece a los turista el servicio de transporte a lugares del país, entre ellos el aeropuerto, La libertas casco urbano entre otros.
- Internet: Ofrece a sus visitantes el servicio de Wi-fi conexión inalámbrica de internet, a precio accesible.
- Artesanías: Venta de artesanías elaboradas con conchas y caracoles, elaboradas por habitantes de la zona.

Servicios potenciales

- Torneos de Surf: Campeonatos de surf realizado en la playa el Zonte, en donde surfista nacionales e internacional convergen para ganar la competencia.

11.2.13.2 Mejora de los servicio actuales

Actualmente el servicio que mayor demanda tiene la playa El Zonte es el servicio de alimentación y bebidas, y alojamiento , Debido a que la playa tiene afluencia de turistas internacionales , la

comunidad deberá enfocarse en brindar estos servicios con nivel de calidad más alto enfocado en la competitividad y atención al cliente para mejorar este servicio.

11.2.13.2.1 Mejora de los servicios actuales

Directrices en competitividad y atención al cliente

Actualmente la demanda está saturada de ofertas de productos y servicios con características similares, por lo que debemos tender a obtener una diferencia comparativa con nuestros competidores que no pueda ser copiado por ellos y que tenga una alta valoración por los clientes. A continuación, en forma sintética se destacan cinco variables de éxito en la conformación de una oferta de valor a partir de los requerimientos de la demanda.

Tabla 119: Directrices en competitividad

<p>Factor 1: EL ESTABLECIAMIENTO DEBE SER COMPETITIVO Se enuncian diez pautas comparativas y competitivas de la demanda en la elección de un establecimiento gastronómico:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1- Precio. 2- Orientación de la oferta gastronómica. 3- Calidad de la oferta gastronómica. 4- Cantidad de cada comida. 5- Calidad del servicio (Personalidad de los empleados). 6- Standard de limpieza e higiene. 7- Ambientación/decoración del establecimiento. 8- Marca (reputación) e Imagen del establecimiento (moda o historia). 9- Seguridad. 10- Ubicación del establecimiento.
<p>Factor 2: Potencializar las tres B de la demanda: BUENO, BONITO, BARATO</p>	<p>Desde la óptica de la calidad debemos considerar un conjunto de variables de alta valorización:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Porciones abundantes. ▪ Servicio extremadamente atento y cortés. ▪ Atmósfera relajada. ▪ Entorno agradable. ▪ Precio justo.
<p>Factor 3: EL ASPECTO SOCIAL La demanda en forma inconsciente valoriza también una premisa de orden social al elegir un establecimiento gastronómico</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1- Decoración de la mesa. 2- Menú -su diseño-. 3- Presentación de los platos. 4- Apariencia de los empleados. 5- Atención del personal. 6- Diseño espacial del lugar. 7- Calidad / cantidad de los platos. 8- Precio accesible.
<p>Factor 4: PARA SER COMPETITIVO NO BASTA CON DAR BIEN DE COMER</p>	<p>Se debe recordar siempre que se debe contribuir a potencializar los cinco sentidos: Saborear, Mirar, Escuchar, Percibir -olores y aroma- y Tocar.</p>
<p>Factor 5: LA OFERTA GASTRONOMICA DEBE SER EQUILIBRADA EN SU CONFORMACION Siempre debemos considerar la relación entre cuatro pautas que</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1- CANTIDAD. 2- CALIDAD. 3- ARMONÍA. Relación de proporciones entre los distintos alimentos. 4- ADECUACIÓN De acuerdo a: <ul style="list-style-type: none"> • Momento biológico, Cada segmento de la demanda (tercera

actúan en la oferta gastronómica:	edad, familia con niños, etc.). • Las restricciones por problemas de salud.
-----------------------------------	--

Fuente: Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica ICT - OEA - CCT / SICA

Servicio al cliente

No basta con que sepa qué servicios ofrecer, a qué nivel lo se deben hacer y cuál es la mejor forma de ofrecerlos, un servicio de calidad incorpora todos los componentes en él para obtener la máxima satisfacción en la experiencia del cliente.

Los siguientes son los 10 componentes básicos del buen servicio, si no están bien cubiertos difícilmente se alcanzará una calidad de servicio adecuada.

- **SEGURIDAD:** sólo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.
- **CREDIBILIDAD:** va de la mano de la seguridad, hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.
- **COMUNICACIÓN:** Se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad, seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente - empresa.
- **COMPRESIÓN DEL CLIENTE:** no se trata de sonreírle en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.
- **ACCESIBILIDAD:** Para dar un excelente servicio se debe tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente como en el sitio web, además, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.
- **CORTESÍA:** Atención, simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a los clientes si les da un excelente trato y se brinda una gran atención.
- **PROFESIONALISMO:** Posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no sólo las personas que se encuentran en el frente de donde hacen el servicio.
- **CAPACIDAD DE RESPUESTA:** disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones nuestros clientes.
- **FIABILIDAD:** es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contratarnos ni problemas, este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.
- **ELEMENTOS TANGIBLES:** se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.

11.2.13.3 Diseño de los servicios potenciales

Uno de los servicios potenciales que puede ser desarrollado en la playa el obispo es torneos de surf, ya que esta playa tiene las facilidades, el tipo de playa y las condiciones necesarias para poder llevar a cabo torneos de surf. A continuación se presenta la descripción de este evento

11.2.13.3.1 Directrices para los Campeonatos de Surf

Calendario.

Las pruebas del Campeonato en las modalidades de Surfboard, Bodyboard se disputarán según un calendario a seguir aprobado por el comité organizador.

Ámbito geográfico

Las pruebas del campeonato se disputarán en la playa el Sunzal.

Modalidades

Las modalidades de competición en las que se disputarán los campeonatos son las siguientes

- ☀ Surf: Forma de deslizarse sobre las olas con una tabla de surf en posición erguida.
- ☀ Bodyboard: Forma de deslizarse sobre las olas con una tabla de bodyboard en posición tumbada. Las tablas de bodyboard tendrán las siguientes características:
 - Serán flexibles e incluirán alguna porción del cuerpo sobre el exterior de la tabla.
 - Las tablas no excederán de 152 cm.

Categorías.

Los campeonatos se podrán celebrar en las modalidades expuestas en el punto 3 y en las siguientes categorías. Categorías restricciones sexo/edad

- Femenino mujeres sin límite de edad
- Infantil mixto menores de 14 años
- Cadete mixto menores de 16 años
- Juvenil mixto menores de 18 años
- Juvenil Femenino mujeres menores de 18 años
- Absoluto mixto sin límite de edad
- Senior mixto 28 años o más
- Master mixto 35 años o más

Participantes

- ☀ Podrán participar en el todos aquellos competidores que tengan la condición y estar en disposición de participar
- ☀ Todos los competidores que quieran participar en más el evento deben pagar lo que corresponda a la cuota asignada

Organización de un Campeonato.

Comité de Competición.

- En cada campeonato se constituirá un Comité de Competición, que estará formado por los siguientes miembros: Delegado o representante de la Federación Salvadoreña Surf, representante de la organización y el Director de Competición, que puede estar asistido del Jefe de jueces.
- El comité de competición debe hacer las gestiones necesarias para realizar los campeonatos de surf

La organización de campeonatos estará formada por:

- ☀ Delegado de la Federación Salvadoreña de Surf
- ☀ Director Técnico de Competición.
- ☀ Jefe de jueces.

- Jueces (mínimo 3).
- Responsable de sistema informático.
- Staff organización:
- Juez de Playa (Beach marshall).
- Comentarista (Speaker).
- Vigilante o juez de ola (Spooter).
- Encargado de infraestructura y montaje.
- Colaboradores montaje.
- Responsable de medios de comunicación.

Otras recomendaciones de Horario (Seeding)/ Tablón De Anuncios / Resultados.

- En el horario de competición deberá figurar la hora prevista y la duración para inscripciones y confirmación de inscripciones, reunión con competidores y técnicos, inicio de la competición, orden previsto y horario aproximado de finales y entrega de premios.
- La hora de comienzo, tanto de la jornada de cada campeonato, podrá retrasarse, pero no adelantarse sobre las anunciadas, salvo acuerdo de todos los participantes involucrados y el Comité de Competición.
- El nombre del Director de Competición figurará en el tablón de anuncios de cada campeonato y a él se dirigirán todas las reclamaciones.
- Habrá un tablón de resultados y anuncios en el que se publicarán con la debida antelación la composición de cada fase, con los nombres de los participantes y los colores correspondientes, pudiéndose dar una información de horario aproximado para los participantes, que no será vinculante para la Organización.
- Los resultados de las finales se podrán reservar para anunciarlos en el acto de entrega de premios.

11.2.13.4 Normas aplicable a los servicios turísticos de la playa El Zonte

- Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartoteles” (ref. NTS 03.44.01:06).
- NTS 03.44.02:08, Terminología de los Establecimientos de alojamiento Turístico”.
- Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio” (ref. NTS 03.56.01:08)
- Normas Técnicas referente a transporte turístico
- Artesanías. Buenas prácticas Ambientales (NTS 03.61.01.12)
- Turismo. Buenas prácticas de sostenibilidad. Especificaciones(NTS03.67.01:12)

11.2.14 Programa formación y capacitación para el personal el servicio turístico

11.2.14.1 Objetivo General:

Preparar al personal que intervendrá en el desarrollo de los servicios actuales y potenciales que ofrecen las playas en estudio de la Microregion Cumbres del mar con la finalidad de mejorar el servicio turístico

11.2.14.2 Generalidades del programa

La capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de

todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

¿Cuál es la necesidad de la formación y capacitación del RRHH?

Se requiere que las personas de la microrregión Cumbres del Mar tengan una formación tanto en el ámbito de producto y servicios, así como de atención al cliente para incrementar la calidad de la oferta turística en la zona

QUE TIPO DE CAPACITACIONES DEBEN IMPARTIRSE

- Capacitaciones para conocer las especificaciones técnicas y operativas de cada puesto que se requerirá.
- Capacitaciones sobre administración, gestión y contabilidad.
- Capacitaciones para la preparación y manejo higiénico de alimentos.
- Calidad en los servicios turísticos.
- Cursos de primeros auxilios y rescate según las actividades que se realicen.
- Cursos de educación ambiental que permitirán valorar aún más los recursos y cómo conservarlos, preservarlos y en su caso recuperarlos.
- Capacitación para informantes especializados en el área de turismo

El programa de Formación y Capacitación, se llevará a cabo con el fin de que cada uno de los que están involucrados, adquiera los conocimientos necesarios para llevar a cabo la propuesta de turismo y lo que se requiere para ofrecer este servicio, comenzando desde la parte administrativa hasta brindar un buen servicio en la parte operativa.

Para poder determinar qué tipo de formación y capacitación se deberá impartir se considerará la siguiente información:









Teniendo identificado el recurso humano que formará parte de la organización del comité turístico y de los que se necesitarán para ofrecer el servicio turístico obtenido se gestionara con instituciones que brindan capacitaciones así como con el apoyo de entes sin fines de lucro dedicado a esto para que desarrollen temas de interés que ayuden a las personas interesadas a mejorar su capacidad en el área que se necesita, para lo cual se determinara que temas son necesario desarrollar, la metodología, y los recursos para ello.

11.2.14.3 Servicios de capacitación ofrecidos por las instituciones especializadas

A continuación se presenta un listado de las entidades que desarrollan programas y acciones de de capacitación apoyando a micro, pequeñas y medianas empresas.

Tabla 120: Instituciones especializadas en el país para brindar capacitaciones

INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES Y EMPRESAS	
<ul style="list-style-type: none"> • ASOCIACION SALVADOREÑA DE INDUSTRIALES (ASI) 	<p>Esta asociación ofrece los servicios de capacitación en las áreas de: costos industriales gestión de cobros, códigos tributarios, aspectos legales, mercadeo, administración de la producción.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: 2298-8089. ▪ Dirección: calle Roma y Liverpool, colonia Roma, edificio ASI San Salvador. ▪ e- mail: asi@asi.com.sv
<ul style="list-style-type: none"> • CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE EL SALVADOR 	<p>Son tres los tipos de servicios que ofrece CAMARASAL: Formación profesional. En las áreas de administración técnico de empresas industriales, vendedor técnico. Capacitación: en las áreas de administración. Asesoría empresarial: en las áreas de</p>

<p>mercadeo, ventas, administración, comercio internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: 2231-3000. ▪ Dirección: 9a av. Norte y 5a calle poniente, San Salvador ▪ e- mail: ampes@ampes.org.sv
<p> CAMARA SALVADOREÑA DE ARTESANOS.</p> <p>Las áreas de capacitación de esta gremial están orientadas a la gestión empresarial y técnica, Además de ofrecer otros servicios como créditos, formación profesional, asesoría empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: 2260-8565. ▪ Dirección: 39av. Norte No. 214, Col. Flor Blanca San Salvador ▪ e- mail: casart@navegante.com.sv
<p> ANEP/FUNDAPYME.</p> <p>Servicios de formación empresarial, consultarías desarrollo de mercados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: 2298-5353 ▪ Dirección: 1a Calle Pte. Y 71av. Norte No. 204, Col. Escalon San Salvador ▪ pagina Web: http://www.mipyme.com
<p> CENTROMYPE</p> <p>Los temas más desarrollados son de gestión empresarial, seguido de temas específicos en el área productiva, entre los cuales están los siguientes: Formulación de Plan de Mercadeo, Administración de Pequeños Negocios, Mercadeo y Ventas entre otras</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: (503) 2275-8030 ▪ Dirección: Av. Manuel E. Araujo, Edificio Century Plaza, Primer Nivel San Salvador. ▪ Información: info@centromype.com.sv
<p> MITUR</p> <p>Capacitación en servicio al cliente Capacitación en administración de servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tels. (503) 2241-3200 ▪ Dirección: Edificio Carbonel #1, Colonia Roma, Alameda Dr. MEA San Salvador.
<p> MARN</p> <p>Capacitación de mantenimiento de las instalaciones y equipos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tel: (503) 2132-6276 ▪ Dirección: Kilómetro 5 ½ Carretera a Santa Tecla, Calle y Colonia Las Mercedes, ▪ Edificio MARN (anexo al edificio ISTA) No. 2, San Salvador.
<p> MINISTERIO DE SALUD PUBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL</p> <p>Capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tel: (503) 22280904 ▪ Dirección: Colonia Quezaltepec Cl San Salvador Sta Tecla Santa Tecla, La Libertad, El Salvador
<p> CRUZ ROJA SALVADOREÑA</p> <p>Capacitación en Primeros Auxilios</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tel: 2239-4942 ▪ Dirección: 17 calle poniente y avenida Henry Dunant, centro de gobierno
<p>INSTITUCIONES EDUCATIVAS.</p>
<p> UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA “JOSE SIMEON CAÑAS”</p> <p>Capacitación en el área de diplomado para sectores de microempresa programa EXPORTPYME.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: 2210-6600 ▪ Dirección: Boulevard los próceres, San Salvador ▪ e- mail: correo@uca.edu.sv

<p>☀ UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR</p> <p>Las áreas de capacitación son: Asociatividad, desarrollo emprendedor, mercadeo, producción, costos, plan de negocios, plan estratégico, administración de la información, administración.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: 2220-6480 ▪ Dirección: Final 25 av. norte, Ciudad Universitaria San Salvador ▪ e- mail: correo@uca.edu.sv Teléfono: 2260-8533
<p>☀ FEPADE / DESARROLLO EMPRESARIAL.</p> <p>Capacitaciones en: administración, calidad, finanzas y contabilidad, mercadeo y ventas, operación y producción, publicidad, recursos humanos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: 2212-1600 ▪ Dirección: Calle el Pedregal, contiguo a Escuela Militar, Antiguo Cuscatlan. La libertad. ▪ e- mail: fepade@fepade.org.sv
<p>☀ UNIVERSIDAD TECNOLOGICA (PROGRAMA DE FOMENTO A LA EMPRESARIALIDAD).</p> <p>Capacitaciones orientadas a la creación y administración de una empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: 2298-5353 ▪ Dirección: Calle Arce y 19 Av. Nte. No 135, San Salvador ▪ e- mail: murias@fundes.org
<p>☀ UNIVERSIDAD DON BOSCO (CEDEMYPE)</p> <p>Capacitaciones en el área de gestión empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfono: 2222-7779 ▪ Dirección: Calle a Plan del Pino Km. 1 1/2, Ciudadela Don Bosco, Soyapango, San Salvador

Fuente: Elaboración Propia

Característica de Las instituciones que ofrecen los servicios de capacitación

- ☀ El grupo de personas atendidas para una capacitación varía entre 15 y 20 dependiendo del tema a y de acuerdo a las diferentes necesidades identificadas en el Comité.
- ☀ El requisito que se debe cumplir es que las empresas estén interesadas en recibir este tipo de asistencia, luego que los temas se estén impartiendo en las instituciones a quienes se les solicite el servicio.
- ☀ Los horarios para las capacitaciones varían desde 8 hasta 24 horas
- ☀ Las jornadas para impartir una capacitación son de 4 horas como mínimo.

11.2.14.3.1 Manejo de capacitaciones a través del comité turístico.

Para que el comité desarrolle programas de capacitación para todas aquellas personas que participarán en el desarrollo turístico de la zona y que necesitan ser orientados de cómo se debe de administrar y conocer sobre la industria turística, es necesario que se realice una programación planificada que debe incluir lo siguiente:

- ☀ Enfocarse en cuáles son las necesidades de la comunidad, e identificar las áreas más deficientes.
- ☀ Estar claros de cuáles son los objetivos de la capacitación, según las necesidades percibidas.
- ☀ Realizar módulos de capacitaciones de acuerdo al número de personas y a las áreas en que se desempeñarán.
- ☀ Seleccionar una metodología para impartir las capacitaciones, considerando la tecnología y recursos necesarios para la realización, como tipo de instructor, recursos audiovisuales, maquinas, equipos o herramientas necesarias, materiales, manuales, etc.
- ☀ Identificar a la población que será capacitada, considerando los siguientes puntos:

- Áreas en las se desempeñarán
- Disponibilidad de tiempo
- Identificar el establecimiento donde se llevarán a cabo las capacitaciones, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente en los lugares donde se impartirán las capacitaciones.






11.2.14.4 Lugares para impartir capacitaciones

Para identificar el lugar donde se impartirán las capacitaciones se deberá tener en cuenta el número de personas a las que se les dará la capacitación, es decir si es un grupo relativamente grande (25 personas o más) se deberá adecuar un lugar en las instalaciones del comité. En caso de que el número de personas sea menor (5 personas), se deberá gestionar en la empresa capacitadora el lugar adecuado para impartirla y el Comité deberá enviar a las personas seleccionadas a recibir la capacitación en el lugar donde se llevará a cabo.

11.2.14.5 Requerimientos de recursos didácticos

A continuación se presentan algunos de los recursos didácticos necesarios poder impartir las diferentes capacitaciones:

Tabla 121: Requerimiento de recursos didácticos

Recurso			
Pizarra blanca 	Mesas 	Borrador 	Sillas 
Computadora 	Proyector 	Caja de lapiceros y Papelería 	Plumones de pizarra 

Fuente: Elaboración Propia

11.2.14.6 Temas de capacitación

En la siguiente tabla se propone un listado sobre temáticas de capacitación enfocadas a cada una de las diferentes áreas en las que es necesario que el recurso humano seleccionado adquiera conocimientos.

Tabla 122: Requerimientos de temas de capacitación por áreas principales de Conocimientos.

TEMAS DE CAPACITACION	
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Administración y supervisión de personal. ▪ Planificación aplicada al turismo. ▪ Entrevista y contratación de personal. ▪ Administración de la capacitación ▪ Registro contables
ALIMENTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Administración de restaurantes. ▪ Cocina nacional e internacional. ▪ Higiene Alimenticia. ▪ ISO 9001 en el sector alimenticio. ▪ Manipulación de Alimentos.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manipulación y Almacenamiento de Alimentos. ▪ Normas de Alimentos BMP HACCP. ▪ Sanitación y Manipulación Higiénica de Alimentos. ▪ Seguridad Alimentaria. ▪ Seguridad Higiene Control y la Calidad de Alimentos y Bebidas
CALIDAD BUENAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buenas Prácticas de Turismo Sostenible. ▪ Sistema de Gestión y desarrollo de la Calidad Turística local. ▪ Desarrollo de actividades deportivas de forma segura ▪ Elementos y equipos de seguridad. ▪ Calidad en la prestación de servicios turísticos.
RELACIONES HUMANAS.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atención al turista. ▪ Motivación y trabajo en equipo. ▪ Liderazgo ▪ Calidad de Atención al Servicio. ▪ Como Lograr clientes fieles ▪ Calidad de Atención y Servicio para clientes internos. ▪ Identificación y Solución de Conflictos Laborales ▪ Manejo de grupos. ▪ Primeros auxilios
TURISMO.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo de Productos Turísticos. ▪ Elaboración de paquetes turísticos. ▪ Desarrollo y Fortalecimiento de Empresas Turísticas. ▪ El Turismo en Relación con el medio Ambiente. ▪ Desarrollo de Información Turística. ▪ Mantenimiento Hotelero. ▪ Señalización en Hoteles y Restaurantes. ▪ Técnicas de Alojamiento. ▪ Avistamiento de Tortugas Marinas ▪ Protección de Áreas naturales ▪ Enseñanza del Inglés Técnico ▪ Técnicas de surf

Fuente: Elaboración propia

11.2.14.7 Contenido de una capacitación

Tabla 123: Contenido de un plan de capacitación

Establecimiento de metas.
<p>Para el establecimiento de metas es necesario primero definir lo que se entiende por una meta. Una Meta es una Sumatoria de objetivos orientados dentro de un esquema de planeación. Permite precisar el alcance del objetivo. El encargado de realizar las capacitaciones de la microrregión debe establecer las metas que se pretenden alcanzar con la capacitación, teniendo en cuenta que hay metas a corto mediano y largo plazo (en relación con el tiempo en que se pretenden alcanzar)</p>
Definición de objetivos de aprendizaje y temas de capacitación
<p>El segundo elemento en el contenido de una capacitación son los objetivos del aprendizaje, a continuación se definirá que es un objetivo de aprendizaje y por qué es de tenerlo en cuenta para planificar una capacitación.</p> <p>Con los objetivos del aprendizaje podemos decir, que es el resultado que se espera logre el empleado</p>

<p>al finalizar un determinado proceso de aprendizaje. Los objetivos deben ser redactados de una forma específica con el fin de que posteriormente puedan ser evaluados. Y deben contener un tan solo elemento a medir en su enunciado Los temas de capacitación a incluir dentro del plan son resultado de la detección de necesidades realizadas en la microrregión por lo tanto solo es de incorporarlo en el formato del plan de capacitaciones</p>
Identificación del grupo o destinatarios a capacitar.
<p>Este elemento que contiene el plan surge como resultado del diagnóstico de capacitación en donde se indica cual es el grupo de personas que asistirán a una capacitación específica, además, indica a que área dentro de la empresa pertenecen los empleados y el grado académico que poseen.</p>
Definir el enfoque de la capacitación.
<p>En el enfoque de la capacitación se deberá especificar el tipo de capacitación que se recibirá: abierta cerrada el proceso de la toma de decisión para tomar un curso abierto o cerrado se presenta en el siguiente capítulo. Además se deberá decidir sobre los siguientes tipos y modalidades de capacitación</p>

Fuente: Elaboración Propia

11.2.14.8 REQUERIMIENTO DE RECURSOS

Para el establecimiento de los recursos que se necesitaran para llevar a cabo el sub Plan de Diseño y Mejora del Producto Turístico, se tomarán en cuenta los ocho programas del Sub plan y los recursos humanos necesarios para desarrollarlas. A continuación se muestra las necesidades de recursos por actividades

Tabla 124: Requerimiento de Recurso Humano para el sub Plan de Diseño y Mejora del Producto Turístico.

Proceso	Cantidad de Recurso Humano
Tramitador de Área Natural	1
Encargado del programa de desarrollo de la infraestructura	1
Encargado de programas de las playas	2
Capacitaciones	
Facilitador	1
Colaboradores	6
Total	10

Fuente: Elaboración Propia

11.2.14.8.1 Equipo y material para nuevos productos turísticos

Tabla 125: Equipo necesario para los productos turísticos nuevos

Playa	Producto turístico	Equipo y Material	Cantidad
Obispo	Snorkel	Botiquín	1
		Mascara	5
		Tubo	5
		Boquilla	5
		Instructor	1
San Blas	Snorkel	Botiquín	1
		Mascara	10
		Tubo	10
		Boquilla	10
		Instructor	1
Majahual	Torneos Deportivos	Redes pequeñas	4
		Metas pequeñas	4

		Pelotas de playas	2
		Banderines	8
		Redes de Voleibol	2
		Pelotas de Voleibol	2
		Reloj de bolsillo	2
Sunzal	Clases de Surf	Tablas de Surf	5
Palmarcito	Kayac	Casco	4
		Remos	8
		Salvavidas	4
		Botiquín	1
	Lunadas	Lámpara	4
		Reproductor de música	1
Zonte	Campeonatos de Surf	Juez	3

Fuente: Elaboración Propia

11.2.14.8.2 Capacitaciones del Diseño y Mejora del Producto Turístico

Para la actividad de Capacitaciones además se identificará el número de recurso humano que asistirá a estas capacitaciones, se tomará en cuenta a todo los establecimientos que integran las asociaciones cooperativas y ADESCO de la microrregión “Cumbres del Mar”., además de otros negocios que podrían integrarse al proyecto .

Para Las capacitaciones de Concientización Turística asistirá el propietario o encargado del Negocio. Además se planifico la cantidad de recursos didáctico por persona que asistirá a la capacitación.

A continuación se presenta el número de personas por playa y la cantidad recursos por persona para desarrollar las capacitaciones

Tabla 126 : Número de Personas a Capacitar por playa y recurso didáctico por persona

Playa	No de Personas	Recursos	Cantidad por persona
El Obispo	17	Folder	1
San Blas	11	Hojas de papel bond	5
El Majahual	47	Lápiz	1
El Sunzal	18	Lapicero	1
El Palmarcito	10	Refrigerio	1
El Zonte	15		

Fuente: Elaboración Propia

Para desarrollar las capacitaciones se establecerán grupo de capacitación con un máximo de 30 personas, aquellas playas que cuente con un número menos a 20 personas se integraran a otras playas con un número similar para poder establecer los grupos a capacitar.

A continuación se muestra la planificación de los grupos por playas y el lugar donde se llevaran a cabo la capacitación:

Tabla 127: Grupo de capacitación por playas

No. de Grupo	Grupos de capacitación	Total de personas	Lugar de Capacitación
1	Playa el Obispo y San Blas	28	Calle Principal el Obispo
2	El Majahual I	24	Cancha Cantón el Majahual
3	El Majahual II	23	Cancha Cantón el Majahual
4	El Sunzal	18	Centro Recreativo playa Sunzal
5	El Palmarcito y El Zonte	25	Calle principal el Palmarcito
	Total	118	

Fuente: Elaboración Propia

Para desarrollar la capacitación de 118 persona de la microrregión se necesitaran tanto equipo audiovisual, materiales, entre otros. A continuación se presenta el requerimiento de recursos por playa para la realización correcta de las capacitaciones:

Tabla 128: Requerimiento de recurso para la capacitación

Recursos	Playa				Total
	Obispo-San Blas	Majahual	Sunzal	Palmarcito-Zonte	
Silla	30	30	25	30	115
Mesas	6	6	5	6	23
Pizarra acrílica	1	1	1	1	4
Plumón para pizarra	2	2	2	2	8
Borrador	1	1	1	1	4
Proyector	1	1	1	1	4
Computadora	1	1	1	1	4
Impresora	1	1	1	1	4
Personal Subcontratado	--	--	--	--	1
Canopy	2	2	--	2	6

Fuente: Elaboración Propia

Se establecerá una programación por playa, para poder impartir las capacitaciones las cuales iniciará con el grupo Obispo-San Blas el desarrollo de la capacitación contara con 6 módulos, los cuales se desarrollaran cada día en un máximo de 4 horas por turno, aquellos modulo que contenga duración mayor a cuatro horas, se dividirán para poder impartirlos en dos días.

Tabla 129: Tiempo de Ejecución de las temáticas de capacitación

CAPACITACION	TEMATICA	DURACION (Horas)
1	ADMINISTRACION	4
2	ALIMENTACION	4
3	ALOJAMIENTO	4
4	CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS.	8
5	RELACIONES HUMANAS.	8
6	TURISMO.	8

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 130: Descripción módulos por día

Día	Modulo	Playas a capacitar
1	1	Todas
2	2	
3	3	
4	4 parte I	
5	4 parte II	
6	5 parte I	
7	5 parte II	
8	6 parte I	
9	6 parte II	

Fuente: Elaboración Propia

La programación de módulos se muestra a continuación en la siguiente tabla, se establecieron dos turnos de capacitación turno mañana (7:00 am a 11:00 am) y turno tarde (2:00 pm a 6:00 pm) para poder abarcar grupos en playas diferentes.

Tabla 131: Programación de capacitación por semana

No. de Grupo	Turno	Semana							
		Semana 1		Semana 2		Semana 3		Semana 4	
1	Mañana	Capacitación 1-6							
2	Mañana				Capacitación 1-6				
3	Tarde				Capacitación 1-6				
4	Mañana							Capacitación 1-6	
5	Tarde							Capacitación 1-6	

Fuente Elaboración Propia

11.3 SUB PLAN PROMOCION Y PUBLICIDAD

11.3.1 Introducción

El desarrollo del sub plan de promoción y publicidad se llevara a cabo con el fin identificar y determinar los mejores métodos para dar a conocer la oferta turista que poseen las playas en estudio, de esta forma los turistas puedan ser atraídos al lugar y estar al tanto de la variedad de servicios turísticos que estas ofrecen y así poder disfrutar de ellos.

Se busca definir las entidades responsables de monitorear la difusión de la publicidad y cumplimiento de las promociones establecidas. Considerando que las playas que se abarcan en este contexto poseen diferentes ofertas turísticas y están orientadas a diferentes mercados objetivos la publicidad que se diseñara será diferenciada para cada una de ellas y se consideran en conjunto solo aquellos puntos donde las playas convergen en su oferta turística.

La promoción ira enfocada como un de igual manera en forma diferenciada para cada playa y englobando las 6 playas en ciertos aspectos para fortalecer el trabajo en equipo, buscando el crecimiento y desarrollo en conjunto.

11.3.2 Objetivos

11.3.2.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta de un plan de promoción y publicidad que sirva como un documento que permita la planificación del proceso publicitario, promoción de ventas y acciones de promoción turística, en caso de su implantación, que logre que los servicios ofertados en la micro región cumbres del mar sean del conocimiento de un mayor número de turistas y visitantes, y de la misma manera fomentar el desarrollo turístico, ofreciendo esparcimiento y recreación a la familia salvadoreña, median te la utilización de los recursos naturales con los que cuentan las playas en estudio.

11.3.2.2 Objetivos específicos

- Dar a conocer el servicio turístico por diferentes medios
- Definir los mejores medio para publicitar la oferta turística
- Establecer las fechas en las que se hará mayor énfasis en la publicidad dependiente del mercado objetivo.
- Contar con un sistema de integrado de promoción turística de la región.

11.3.3 Alcance del subplan

El sub plan de promoción y publicidad turística está dirigido específicamente a los pequeños negocios de las playas en estudio en los departamentos de La Libertar, Chiltuipan y Tamanique. La propuesta está diseñada para fomentar el crecimiento y desarrollo de los negocios, el buen funcionamiento de estos e incrementar la demanda de turista.

11.3.4 Líneas estrategia

- Desarrollo de programas de promoción y publicidad
- Concientizar a las asociaciones de la importancia de los tour operadores para que ofrezcan los servicios de las playas a los turistas extranjeros y nacionales
- Implementar un sistema de promoción turística regional

11.3.5 Programa de Publicidad

La selección de los medios de publicidad depende de las razones por las que se necesita la publicidad. La selección y pauta en los medios es el trabajo de muchas personas en compañías y en agencias de publicidad. La selección del medio adecuado depende de cuatro factores:

- Objetivos

- Audiencia
- Mensaje y Frecuencia
- presupuesto

Los objetivos son primordiales, para expresar en papel lo que deseamos obtener por medio de la publicidad y son básicos en todo plan promocional, para esto es importante aparte de plantear los objetivos conocer las metas que queremos lograr, por esto a continuación se presenta un cuadro donde se plantean las metas que se pretenden lograr con cada uno de los objetivos establecidos anteriormente.

Tabla 132: Metas relacionadas con los objetivos del sub plan de publicidad y promoción




METAS	OBJETIVOS ESPECIFICOS
<ul style="list-style-type: none"> • Que incremente la afluencia de turistas y se den a conocer los diferentes servicios turísticos que ofertan las playas de la manera más efectiva y económica de acuerdo a las posibilidades de las cooperativas. • Llegar hasta los turistas por diferentes medios de comunicación y así crear interés por visitar las playas. 	Dar a conocer el servicio turístico por diferentes medios
<ul style="list-style-type: none"> • Lograr dar a conocer y promover el turismo en las playas de manera integrada • Que las cooperativas trabajen en conjunto para promover sus servicios. 	Contar con un sistema integrado de promoción turística de la región
<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar al 100% los medios adecuados para la promoción de las playas. 	Definir los mejores medio para publicitar la oferta turística
<ul style="list-style-type: none"> • Llegar al mercado objetivo en el momento adecuado y oportuno de acuerdo a la temporada vacacional. 	Establecer las fechas en las que se hará mayor énfasis en la publicidad dependiente del mercado objetivo.

Fuente: Elaboración propia

11.3.5.1 Administración

La Promoción y Publicidad será administrada por el comité turístico, a través de los encargados que este designe para las diferentes actividades, a fin de realizar los esfuerzos necesarios para la promoción turística cada playa y de la localidad.

Detalle de actividades:

-  Actividad: nombrar encargado de supervisión de la publicidad
 - Descripción: Se propone que el encargado de éste se encargue además del proceso de supervisión del proceso de colocación de las señales viales del programa de señalización vial
-  Actividad: Fabricación de medios publicitarios
 - Descripción: El comité turístico será el encargado de cotizar por medio de las diferentes empresas que puedan realizar este trabajo y posteriormente seleccionar la que más se adapte a las necesidades que el comité presenta con respecto a la publicación.
-  Actividad: Distribución de medios publicitarios
 - Descripción: Los medios escritos como brochure o volantes serán entregados a todas las cooperativas de cada playa, quienes se encargarán de su distribución entre los turistas. Además, en las de entidades de promoción turística

gubernamental y en oficinas de tour operadores, y en la alcaldía de cada municipio al que pertenecen las playas.

✚ Actividad: colocación de la publicidad.

- Descripción: el proceso de colocación de la publicidad será ejecutado por la empresa o empresas publicitarias contratadas por el comité turístico, Los medios y las señales serán instalados en los puntos indicados por el encargado, quien además supervisará dicho proceso y evaluará la calidad de las obras, si estas son entendibles por el turista.

11.3.5.2 Selección de medios para la publicidad de la oferta turística:

Para seleccionar correctamente los medios adecuado para la difusión de la publicidad se evaluara cada uno de ellos considerando las ventajas, desventajas que estos presentan, si el nivel de inversión que se necesita para su utilización es alto, bajo o moderado y a que mercado se puede llegar con él, de esta manera se podrá observar cual se apega más a las metas planteadas y se elaborara el diseño de la publicidad dependiendo del medio establecido.

Tabla 133: ventas y desventajas de los medios de comunicación

MEDIO	VENTAJA	DESVENTAJA	MERCADO QUE ABARCA	NIVEL DE INVERSION
Radio	Las cuñas radiales se pueden repetir con una alta frecuencia y llega a casi todos los extractos sociales en el país	La información que se puede transmitir es limitada y no se puede observar el producto que se ofrece, en este caso particular las playas que se tratan de publicitar	Nacional	Moderado
Páginas Web	El costo será el mismo no importa cuántas personas visiten su página, los anunciantes pueden dirigirse a sus audiencias específicas al colocar sus cintillos en páginas de temas relacionados, los mensajes pueden actualizarse fácil y rápidamente, los anuncios en el Internet pueden ser interactivos y los anunciantes en la Internet pueden alcanzar una audiencia global	La publicidad en el Internet no debe verse en el vacío. Debe ser un componente más de su estrategia de mercadeo en el Internet, aunque la popularidad del Internet va en aumento, es difícil constatar los resultados de la publicidad a través de este medio y la gama de los costos de publicidad en el Internet varían considerablemente	Nacional e Internacional	Moderado
Brochurs o volantes	Los folletos pueden ser compactos, pero son flexibles a la hora de diseñar, son pequeños, lo que permite colocarlos en las puertas y parabrisas de automóviles, así como entregarlos a la gente que pasa y ahorra tiempo	Están limitados por la cantidad de espacio disponible para exhibir un producto, no es un medio ecológico de publicidad. Los folletos no se utilizan siempre totalmente antes de que caduquen o requieran cambios	Nacional	Bajo
Revistas	Por su diseño y formato, las revistas son más flexibles, la selección de una audiencia específica es mucho más fácil, las revistas tienen mayor permanencia y las personas las guardan para leerlas con detenimiento en su tiempo libre	El costo de las revistas es mucho más alto como resultado de la calidad de producción, la exposición del lector a su anuncio no es tan predecible y el cierre de las revistas es un mes o dos antes de la fecha de publicación	Nacional	Alto
Televisión	Posee un gran alcance, captando una importante cantidad de público en un período mínimo de tiempo, posee alta cobertura geográfica, alto nivel de impacto, es el único medio audiovisual (junto con el cine), lo que permite una mejor y más completa información, y ofrece variadas alternativas de presencia publicitaria	Alto riesgo de fuga: es muy fácil que el espectador esté mirando la televisión sin “observar”, es decir, que no preste atención a lo que está viendo, zapping, mucho “ruido”, dificultad en la planificación y elección de los soportes más adecuados y se debe tomar en cuenta si el soporte seleccionado es de cobertura local o nacional.	Nacional	Alto

Fan page	Es gratis, son páginas públicas, no tiene límite de fans, tienen un amplio sistema de estadísticas que permite a la marca saber el comportamiento y audiencia de su páginas, permite una amplia personalización de foto de perfil, portada, pestañas de aplicaciones, información de contacto, pueden tener varios administradores de la página, crean titulares o “news feeds” cada vez que una persona hace clic en “Me gusta” y la divulgación es diaria	Hay que actualizar la información constantemente y las campañas de PPC ⁴ no siempre serán rentables, pero son más baratas que en Google	Nacional e Internacional	Bajo
Afiches	Facilita a mostrar, permite la lectura en un lugar específico para un público interesado, se puede retornar al lugar de presentación cuantas veces sea necesario, posibilita estudiar la presentación de imágenes en detalle, se puede distribuir, en cualquier momento, plegables con información más detallada y admite la utilización de varios tipos de ilustraciones, tales como fotografías, gráficos, dibujos pinturas, etc.	Limitaciones creativas y escaso nivel de atención, debido a que las personas en promedio lo ven menos de 10 segundos, los textos promedio de los exteriores solo tienen entre 7 y 10 palabras y poca selectividad de público dirigido a todos los segmentos en general y a nadie en particular.	Nacional	Bajo
Vallas publicitarias.	La publicidad exterior constituye un valioso complemento a las <u>campañas publicitarias</u> lanzadas en otros <u>medios de comunicación</u> , salvo en recintos cerrados, se trata de un medio activo las veinticuatro horas del día los siete días de la semana y puede dirigirse a determinados segmentos difíciles de abordar de otro modo	Es un medio limitado, se resume en un impacto visual, no admite largas argumentaciones de ventas ni siquiera una adecuada presentación de producto, escaso nivel de atención, las personas no se fijan en los carteles y otros impactos visuales, simplemente posan su mirada sobre ellos, no se puede enfocar a un segmento de público en particular. es complejo elegir las mejores localizaciones que suelen estar copadas por los grandes anunciantes y su impacto en la compra o reconocimiento del producto o marca son difíciles de medir	Nacional	Moderado

Fuente: elaboración propia

⁴ Pago por clic, o PPC, o Pay-Per-Click en inglés, es un modelo de publicidad en internet, en el que el anunciante paga sus anuncios a la web que los presenta mediante una tarifa basada en el número de clics que se hagan en el anuncio

11.3.5.3 Medios de comunicación a utilizar

Haciendo un análisis del cuadro anterior se han descartado medios masivos de comunicación como revistas, la radio, la televisión y el periódico ya que los costos para publicitarse en dichos medios es muy alto, por lo que se ha buscado que las propuestas estén acordes a la realidad del presupuesto que poseerá el comité turístico, se puede concluir que las opciones más óptimas para la publicidad y promoción son los brochurs o volantes, afiches, vallas publicitarias y fan page, debido a su bajo costo, el tipo de mercado al que se puede dirigir y que permite mostrar imágenes de los atractivos turísticos para que crear en los turistas curiosidad e interés por visitar las playas. Las principales características que deben tener los medios publicitarios a utilizar para promocionar el turismo en las playas son las siguientes:

- **Deben ser visualmente atractivas.** Esto con el fin de llamar la atención de posibles clientes en el momento en que se encuentren conduciendo sus automóviles, por lo cual la imagen de cada una de las iniciativas deberá de ser explotada al máximo.
- **Deben ser simples.** Se pretende no cargar los anuncios con demasiados mensajes escritos, ya que la simplicidad es la pauta fundamental de la publicidad exterior. Los medios utilizados deberán presentar un mensaje claro de los atractivos que posee cada playa.
- **Tipografía amplia y clara.** Los mensajes escritos contenidos en los anuncios deberán ser cortos, prestando principal énfasis en el nombre de las playas, su ubicación y una idea principal que sea reforzada por el diseño o fondo del anuncio.

Contratación de empresas publicitarias

Para la promoción y publicidad se deberán contratar dos empresas. Una que tendrá a su cargo la fabricación medios visuales de publicidad y la otra para fabricación de los medios escritos (brochurs o volantes). En el caso de la contratación de la empresa publicitaria será llevado a cabo por el comité turístico mediante una base de cotización la cual deberá ser diseñada por los mismos.




En el caso de las fan page se manejará una por playa para promover los diferentes servicios, lugares y atractivos que estas poseen, el encargado y responsable de monitorear y actualizar la fan page será el miembro del comité turístico que representa a la playa.

11.3.5.4 Diseño de publicidad

Vallas publicitarias y afiches: la empresa que se contrate para la fabricación de esta clase de publicidad tendrá bajo su cargo el realizar las siguientes actividades: diseño, fabricación y colocación de los medios publicitarios. Por lo que al momento de su contratación, esta deberá presentar un cronograma con la planificación de las obras incluyendo las partes siguientes:

- ✚ **Diseño de la publicidad.** se debe de realizar una visita a cada una de las iniciativas turísticas involucradas, con el fin de conocer cada lugar, los servicios y productos que ofrecen, tomar fotografías de las diferentes áreas y atractivos, así como generar ideas del concepto a utilizar en la publicidad. Además, se deberá fijar el número de banner y/o letreros a fabricar y los diferentes puntos de colocación de éstas
- ✚ **Fabricación de la publicidad.** Deberán especificar fechas de inicio y entrega de los trabajos de fabricación de las diferentes letreros y vallas que deberán ser fabricados en una empresa especializada en la impresión digital de ser posible
- ✚ **Colocación de letreros y banners.** El encargado de promoción y publicidad deberá supervisar la colocación de los medios visuales en cada una de las playas, en conjunto con los miembros de su comité turístico.

La empresa que se contrate deberá tener en cuenta que las vallas o afiches deberán llevar como requisito los siguientes aspectos:

-  Nombre de la playa
-  Imagen del principal atractivo turístico
-  Logo o eslogan de la playa

Brochurs o volantes: Este tipo de publicidad pretende llegar a clientes potenciales y actuales que visitan o desean visitar las playas y disfrutar de sus servicios y atractivos turísticos.

Objetivo: Dar a conocer la existencia de los atractivos turísticos que las playas poseen y los servicios que ofrece.








Entre los elementos que deben poseer estas hojas volantes o brochurs son los siguientes:

- Logo o eslogan de la playa
- Imágenes de los atractivos turísticos
- Listado de los servicios que se ofrecen
- Promociones
- Numero de contacto

El diseño de los brochurs estará a cargo de la empresa que se contrate para la fabricación de estos tomando en cuenta los elementos anteriormente mencionados.

Para el diseño de estos se realizaran 6 modelos, uno por cada playa, para así poder describir sus potencialidades individualmente. También se diseñaran 4 modelos más para promover las rutas turísticas diseñadas en el plan de integración turística, será un modelo por cada ruta.

En los brochurs que se diseñaran para promover estas rutas turísticas se considerara los siguientes elementos:

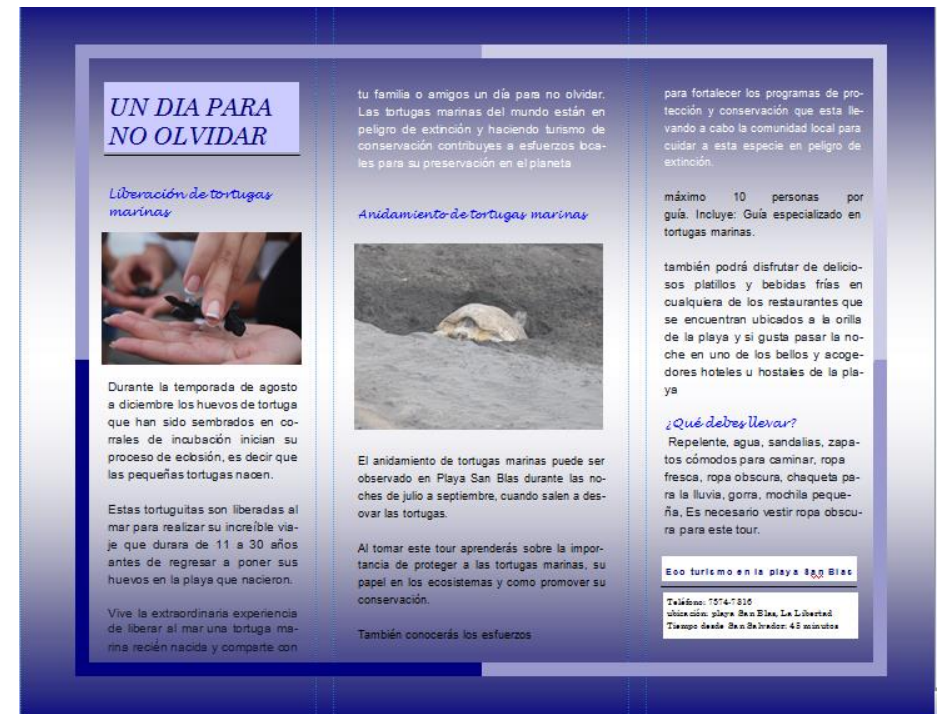
-  Nombre de la ruta turística
-  Imágenes de los atractivos turísticos
-  Actividades que comprenden la ruta turística
-  Playas donde se llevan a cabo cada una de las actividades
-  Breve descripción de las actividades
-  Promociones
-  Numero de contacto

A continuación se presenta un modelo para el diseño de los brochur para cada playa y para las rutas turísticas, tomando como ejemplo la playa de San Blas y la ruta turística 3 “ruta bohemia” que se describe en el plan de integración turística.

Modelo Brochure (Playa San Blas)



Cara externa



Cara interna

Modelo Brochure (ruta bohemia)



Cara externa



Cara interna

Fan page: Creación de Fan Page en Facebook se hará una por cada playa, donde se realice la promoción de las actividades y eventos de cada una de ellas y en cada fan page se hará promoción de las diferentes rutas turísticas que se han sido diseñadas en el plan de integración de la oferta turística, para fortalecer la solidaridad entre las playas y el crecimiento de estas.

Los elementos a considerar son los siguientes:

- ✚ la creación y administración de la fan page estará a cargo por el representante del comité turístico de cada playa
- ✚ la revisión de la fan page deberá ser diaria por parte del encargado de esta, el motivo de esto es para contestar las preguntas que los posibles clientes hayan realizado vía inbox, en los comentarios o en el muro.
- ✚ la actualización de la fan page deberá ser por lo menos 4 veces a la semana, se realicen o no eventos, en el caso que no se realicen eventos durante la semana se podrán actualizar con imágenes de los diferentes locales y con listado de las especialidades culinarias (en el caso de los restaurantes) que tienen a disposición para los turistas o con imágenes de las habitaciones de los hoteles u hostales acompañadas de una breve descripción del servicio que incluye el alquiler de estos.
- ✚ La actualización de la fan page cuando hayan eventos a realizar se hará diaria durante toda la semana previa a este, haciendo énfasis en las promociones y actividades que se realizaran en el evento, de igual manera se actualizara posteriormente a la realización del evento con imágenes de este.
- ✚ Las imágenes de portada y perfil de la fan page deben de hacer alusión a los atractivos turísticos principales que las playas poseen o de los eventos que se realizan periódicamente.
- ✚ En la información de la fan page debe aparecer un listado con el nombre y número de contacto de todos los locales que prestan servicio a los turistas en la playa, de igual manera una descripción de los diferentes servicios y del atractivo o atractivos principales que brinda la playa.

11.3.6 Programa de promoción

Se busca establecer una propuesta de las acciones turísticas a realizar con las que se mantendrá contacto con los posibles clientes potenciales y la atracción nuevos turistas. Esto se realizará de forma recurrente, ya que las actividades planteadas son una forma de atraer turistas y tomar parte del mercado de turismo. Se realiza la propuesta de tres tipos de acciones que son: ferias turísticas, viajes de familiarización y misiones comerciales.

11.3.6.1 Ferias turísticas

Son el escenario para el contacto directo entre la oferta y la demanda y el canal apropiado de la comunicación para: presentar productos turísticos, crear demandas, investigar la clientela realizar contactos y seleccionar quien puede ayudar en la venta del producto.

El comité turístico deberá gestionar con el MITUR para que las playas siempre puedan participar en las ferias programadas por éste, a través de las cuales se pueda generar la promoción de los servicios turísticos que se desarrollan en las playas. Para poder participar en estas ferias se necesita:

- Realizar relaciones públicas: encuentros, contactos, citas, conferencias con el Ministerio de Turismo y con entidades privadas como hoteles y tour operadores.
- Crear un stand o espacio que comunique los destinos que queremos dar a conocer.
- Maximizar el uso de servicios que ofrece la organización ferial.

- Asignar labores a cada persona que atiende el stand.
- Ofrecer toda la información posible, la más completa.
- Diseñar un mecanismo de seguimiento a las personas que se acercan a preguntar o muestran interés en nuestro producto.

La elección del personal idóneo para trabajar y atender el stand es de suma importancia. Estas personas deben estar comprometidas con los objetivos propuestos para la empresa para participar en una feria, ser puntuales, tener facilidad de comunicación, buenas relaciones personales, conocer perfectamente el manejo de la empresa, capacidad de cerrar negocios con los posibles clientes, hablar dos idiomas (en caso de participar en ferias regionales o internacionales). Además, deben tener disponibilidad a tiempo completo. Los servicios de estas personas deben ser remunerados para que cumplan con las tareas que les encarga la empresa. Los encargados de atender el stand deben llevar el listado de visita y clientes, que será de utilidad posteriormente para mantener o activar contactos o para enviar correspondencia o muestras promocionales. El formato de control de clientes que se propone es el siguiente:

Tabla 134: formato de control de clientes

NOMBRE	EMPRESA	CARGO	TELEFONO	E-mail/Pag Web	Dirección	Interés de la visita al stand

Fuente: Elaboración propia

La supervisión del stand debe no pasar por alto, ya que los materiales y equipo deben estar ubicados correctamente y asegurar su eficiente instalación. Para que la instalación del stand sea la más apropiada, es recomendable realizar el montaje un día antes de la inauguración o de ser posible el primer día que lo autorice el comité organizador. Esta supervisión debe ser revisada con el apoyo de una lista de chequeo, para que no falte ningún material, elementos o servicios encargados para el stand.

Previo a la inauguración se debe hacer un repaso con el personal de atención sobre los objetivos que llevaron a la empresa a participar.

Para lograr el buen montaje del stand se debe planificar y organizar los materiales equipo y material promocional. El stand sebera ser supervisado tanto el día del montaje como los días que dure la feria, ya que en cualquier momento hará falta volantes o cualquier material; y es necesario monitorear el desarrollo de las actividades que realiza el personal de atención.

Después de concluida la feria se deben realizar las tareas siguientes:

- Supervisión del desmontaje
- Seguimiento a los clientes contactados
- Evaluación de la feria a través de
 - Aumento de la visita de turistas
 - Los negocios cerrados durante la feria

11.3.6.2 Viajes de familiarización

El viaje de familiarización es un medio de presentar un producto turístico de un determinado destino. Con un viaje de familiarización se busca conocer en el sitio los elementos básicos del

producto turístico que ofrece el destino, e informar sobre las condiciones y entorno del destino para la inversión en turismo.

En los viajes de familiarización se debe seleccionar la empresa a la cual se quiere invitar. Se puede invitar a tour operadores o periodistas, lo importante es que a partir del viaje estas personas puedan promover el producto turístico.

Las alianzas estratégicas realizadas, pueden aliviar los costos, y éstas se pueden llevar a cabo con las empresas interesadas en el destino a promover o comercializar. Es importante efectuar un seguimiento de la acción con apoyo de las empresas representantes turísticas.

El encargado de promoción y publicidad será el encargado de realizar la conexión entre los tour operadores y periodistas para llevar a cabo estos viajes.

Los tour operadores que se recomienda invitar para los viajes de familiarización son los seleccionados en la etapa de diagnóstico: Eco Maya Tours, Inter tours, NAHUAT TOURS, Cadisi tours, Roberts tours y Transportes jap. Al igual que representantes de los dos periódicos de mayor circulación en el país. Se invitara una persona por cada uno de los turoperadores y periodicos teniendo así un grupo de 8 personas.

Los viajes de familiarización se realizaran máximos un mes antes de las temporadas altas (semana santa y fiestas agostinas) y como mínimo 2 semanas antes. Por ser dos temporadas altas al año se realizaran dos viajes de familiarización al año.

Los viajes de familiarización irán enfocados a promover los productos turísticos nuevos que se han diseñado.

El primer viaje de familiarización se realizara previo a semana santa donde los tour operadores y representantes de los medios de comunicación realizaran las actividades de los paquetes turísticos 3 y 4 que se diseñaron en la integración de la oferta turística.

ITINERARIO VIAJE DE FAMILIARIZACION 1

HORA	ACTIVIDAD	PLAYA
DIA 1		
9:00 am	Bienvenida y Recepción	EL PALMARICTO
9:30 am	Desayuno	
10:30pm	Paseo en Kayac	
12:00 pm	Almuerzo	
1:30pm	Traslado a la playa el Zonte	EL ZONTE
2:00 pm	Bienvenida y Recepción	
2:30 pm	Clases de Surf	
5:00 pm	Esparcimiento en la playa	
6:30 pm	Cena	
DIA 2		
8:00 am	Traslado a la playa el sunzal	Playa el Sunzal
8:30 am	Desayuno	
9:30 am	Practica de Surf	
12:00 pm	Almuerzo	
1:00 pm	Despedida	

El segundo viaje de familiarización se realizara previo a las fiestas agostinas donde los tour operadores y representantes de los medios de comunicación realizaran las actividades de los paquetes turísticos 1 y 2 que se diseñaron en la integración de la oferta turística.

ITINERARIO VIAJE DE FAMILIARIZACION 2

HORA	ACTIVIDAD	PLAYA
DIA 1		
9:00 am	Bienvenida y recepción	PLAYA EL OBISPO
9:30 am	Snorkeling en los corales	
12:00 pm	almuerzo	
1:15 pm	Traslado a la playa san blas	PLAYA SAN BLAS
1:30 pm	Demostración de elaboración de artesanías	
2:30 pm	Recorrido	
3:00 pm	Snorkeling Barco Hundido	
5:00 pm	Observación de liberación de tortugas	
6:30 pm	Cena	
7:30 pm	Observación de anidamiento de tortugas	
10:00 pm	Traslado a la playa el obispo	
10:15 pm	Noches de fiesta	
12:00 am	despedida	PLAYA EL OBISPO

Todas las actividades anteriormente mencionadas son descritas a detalle en el siguiente sub plan de integración de la oferta turística.

11.3.6.3 Misiones comerciales

Esto se refiere al encuentro de empresarios emisores y receptores en la sede del emisor con la finalidad de efectuar relaciones comerciales sobre un determinado destino. Una misión comercial motiva la compra de productos turísticos por parte de un gran número de tour operadores en el mercado emisor. Esta motivación se efectúa mediante la presentación documental de los productos que ofrece un destino turístico adecuado para un mercado objetivo.

Las misiones comerciales pretenden:

- Dar a conocer la oferta de servicios y productos directamente a los tour operadores.
- Difundir la oferta de servicios, productos y en general el destino de la región.
- Brindar información de los destinos turísticos apropiados para los segmentos de mercado que ofrece un emisor.
- Efectuar acciones de relaciones públicas.

11.3.6.4 Promoción de ventas turísticas

Consiste en ofrecer incentivos a corto plazo para fomentar la venta del producto turístico. La promoción de ventas incluye diversas estrategias de promoción diseñadas para estimular una respuesta de mercado más sólida y anticipada. Estas estrategias incluyen la promoción dirigida al consumidor (descuentos, premios, concursos, demostraciones) descuentos en la compra de promociones (artículos gratis). Las promociones de ventas deben establecer un trato con los consumidores, es decir, deben promover el posicionamiento del producto e incluir un mensaje de ventas. De manera ideal, el objetivo consiste en generar una demanda a largo plazo de parte de los consumidores, en lugar de intentar cambiar las preferencias de marca en forma temporal. Para

llevar a cabo una promoción de ventas efectiva se deben seleccionar los principales instrumentos de promoción para los consumidores.

11.3.7 Requerimiento de recursos

Tabla 135: requerimientos de recursos sub plan de promoción y publicidad

RECURSO	CANTIDAD		TOTAL
	Por playa	Por paquete	
Brochurs o volantes	1,000	1,000	10,000
Vallas publicitarias	1	1	10
Afiches	75	75	750
Fan pages	1	1	10
Formato de control de clientes	--	--	200
Viajes de familiarización	--	--	2

FUENTE: ELABORACION PROPIA

11.4 SUB PLAN INTEGRACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

11.4.1 Objetivo

El objetivo de la integración de la oferta turística es lograr que las playas trabajen en común por un mismo objetivo y que se favorezca la movilidad de los turistas, de modo que se desplacen de un lugar a otro, a lo largo de la micro región y según un itinerario establecido. En consecuencia sus atractivos, servicios, instalaciones, eventos etc., no deben ser autosuficiente sino complementarios, y así beneficiarse de la sinergia que se produce. La integración de la oferta turística debe responder a los intereses y beneficiar a los diversos prestadores del servicio turístico, la comunidad local y principalmente al turista que es el mercado objetivo.

11.4.2 Alcances

La integración de la oferta turística abarca las seis playas en estudio, llegando a unificar los diferentes servicios que estas ofrecen, logrando así obtener un producto integrado y que satisfaga las necesidades de los turistas percibidas en la etapa de diagnóstico de acuerdo a cada mercado al que se está dirigiendo la oferta turística.

11.4.3 Líneas estratégicas

- Integración de oferta turística para la unidad con las playas aledañas
- Diseño de oficina turísticas para promover el turismo en la microrregión.
- Señalización adecuada en las entradas de las playas
- Diseño e Implementación de elementos de identidad visual que permita rápida orientación e identificación

11.4.4 Creación de paquetes turísticos

11.4.4.1 Alcance

Los paquetes turísticos deben ser diseñados de acuerdo a los requerimientos exigidos por los clientes, en función de cada tipo de cliente y de los posibles usos, tomando en cuenta estos detalles se diseñan una serie de itinerarios y actividades para que los turistas puedan elegir el de su preferencia.

11.4.4.2 Principios para el diseño de los paquetes turísticos

Para el diseño de los paquetes turísticos se deben tomar en cuenta lo siguiente:

- ✚ **Participaron:** se debe involucrar las diferentes playas y vincularlas para el ofrecimiento de los servicios turísticos y lograr de esta forma que cada playa aporte para brindar un servicio completo y así obtener los beneficios en común.
- ✚ **Planeación:** incluye adecuar el paquete a las características y necesidades del mercado objetivo, asegurándose de ofrecer lo que el cliente requiere según los datos obtenidos en la etapa de diagnóstico.
- ✚ **Combinación de actividades:** se ofrecerán en un solo paquete las actividades que sean afines o de la mismo índole que están dirigidas a un mercado en particular pero que se encuentran en diferentes playas, buscando así que resulte atractivo para los turistas el visitar más de una playa.
- ✚ **Información:** las rutas turísticas deben tener toda la información de las actividades que las conforman, para evitar cualquier duda o posible mal entendido de los servicios que se está ofreciendo a los turistas.

✚ **Factores diferenciadores:** se deben incluir extras en las actividades que den la sensación de estar obteniendo mucho más que una simple visita a la playa, así los turistas podrán sentir que han disfrutado de una experiencia única e incomparable.

11.4.4.3 Propuestas de paquetes turísticos

Para el desarrollo de las actividades de turismo de playa que se realizan en la microrregión en estudio se proponen 4 paquetes turísticos que integran las playas de acuerdo a sus atractivos turísticos y servicios que ofrecen. De esta forma se pretende integrar la oferta turística para la unidad con las playas aledañas, logrando así que todas las playas de la zona trabajen en común. Dichas rutas se describen a continuación

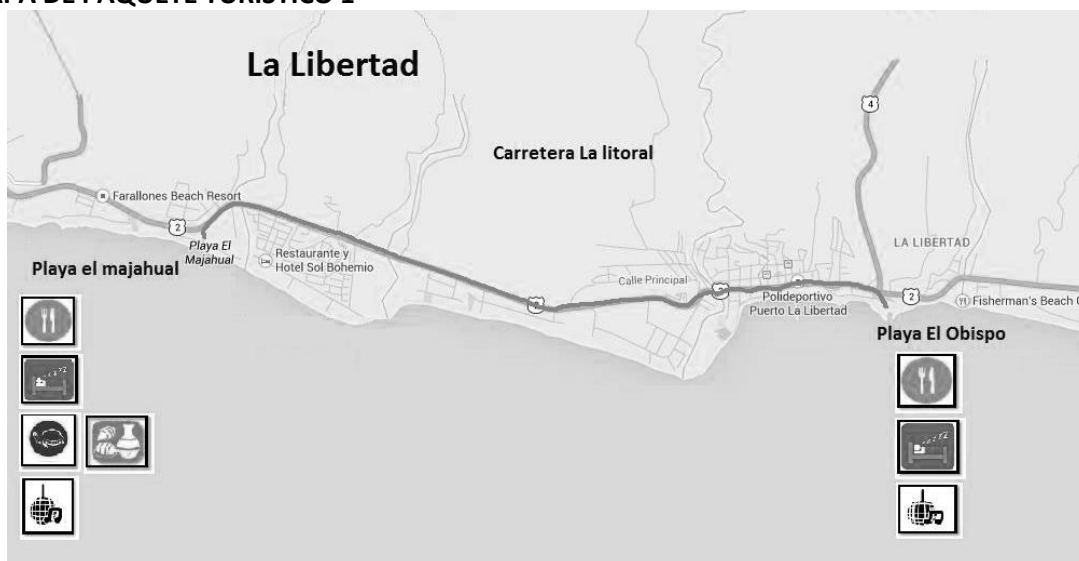
11.4.4.3.1 Paquete turístico 1

Tabla 136: Itinerario paquete: noche de playa

"NOCHE DE PLAYA"		Paquete turístico 1
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
8:00 am	Bienvenida	Playa el Majahual
8:30 am	Desayuno	
9:30 am	Esparcimiento en la playa	
12:00 pm	Almuerzo	
2:00 pm	Esparcimiento en la playa	
6:00 pm	Cena	Playa El Obispo
8:00 pm	Noches de fiesta	
12:00 am	Salida	

Fuente: elaboración propia

MAPA DE PAQUETE TURISTICO 1



DESCRIPCIÓN PAQUETE TURISTICO 1

El paquete turístico "noche de playa" es idónea para las personas que les gusta disfrutar durante el día de las bellezas del mar en un ambiente relajado y con variedad en la oferta gastronómica, pero por las noches buscan un ambiente diferente donde olvidar los afanes diarios, dejándose

llevar por el ritmo de la música y sumergirse en un ambiente de discoteca, refrescándose con bebidas frías y siempre disfrutando del clima de la playa y su relajantes holas.

DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES:

- **Bienvenida:** se recibirá el turista en la entrada de la playa Majahual para mostrarle la oferta de los diferentes ranchos que se encuentran en la playa donde el podrá decidir en cuál de ellos se ubicara.
- **Desayuno:** una vez instalado en el rancho de su elección el turista podrá consultar el menú para conocer las diferentes opciones que se ofertan y así disfrutar de un delicioso desayuno a la orilla del mar.
- **Esparcimiento en la playa:** el turista podrá recorrer la playa sobre la calle Majahual, conociendo los diferentes ranchos y establecimientos que ofrecen sus servicios, hasta llegar al manglar del Majahul, de igual manera tendrá la oportunidad de adquirir artículos de playa que diferentes lugares tienen a la venta. También podrá realizar caminatas a la orilla del mar disfrutando de la belleza y tranquilidad que este brinda a sus visitantes, y bañarse con sus constantes olas en sus aguas saladas y cristalinas, o simplemente sentarse a la orilla del mar disfrutando de deliciosas bebidas frías y cocteles, mientras se relaja con el envolvente sonido de las olas al llegar a la orilla.
- **Almuerzo:** después de haber disfrutado de la belleza que el mar les ofrece a los turistas podrán disfrutar de un delicioso almuerzo a la orilla del mar, escogiendo entre una gran variedad de mariscos, pollo y carne, acompañado con arroz, ensalada o chirimol según sea el caso.
- **Cena:** después de haberse relajado a la orilla del mar, los turistas disfrutaran de una deliciosa cena en el restaurante o local de su elección en la playa El Obispo, donde escogerán en su menú entre su variedad de exquisitos platillos.
- **Noches de fiesta:** para finalizar un día increíble los turistas podrán disfrutar de la música y el ambiente de fiesta que brinda la playa El Obispo en horas de la noche, donde se instala una discoteca en el pasaje el obispo a la orilla de los diferentes restaurantes que posee la playa, de igual forma los turistas podrán disfrutar de deliciosas bebidas frías, cocteles, licuados entre otros
- **Salida:** luego de haber disfrutado de un día de diversión y relajación, los turistas podrán retornar a sus hogares o si lo prefieren hospedarse en el hotel u hostel de su elección en la playa

11.4.4.3.2 Paquete turístico 2

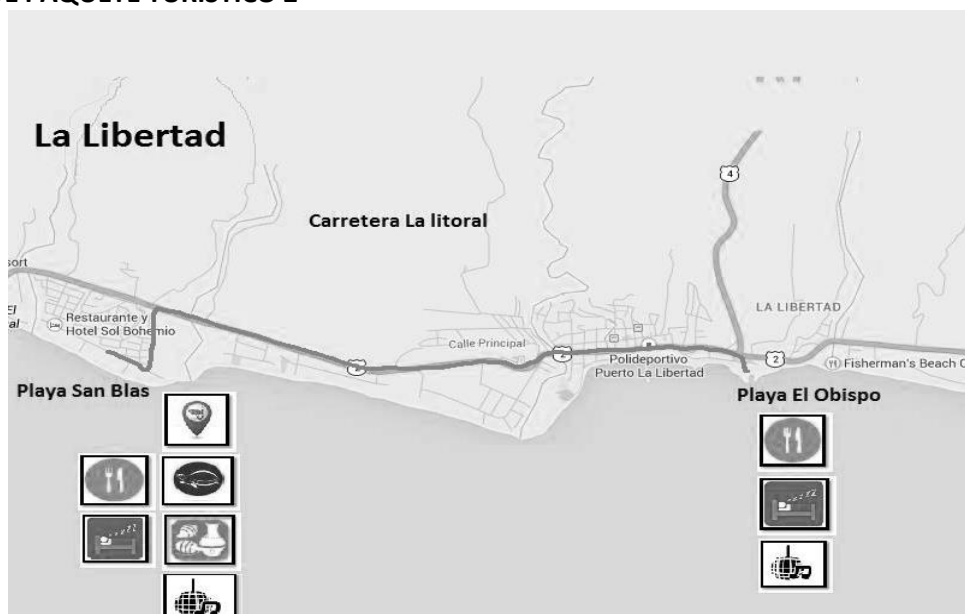
Tabla 137: itinerario paquete: eco turismo

"ECO TURISMO"		Paquete turístico 2
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
DIA 1		
8:00 am	Bienvenida	Playa San Blas
8:30 am	Desayuno	
9:30 am	Snorkeling Barco Hundido	

12:00 pm	Almuerzo	Malecón Playa San Blas
2:00 pm	Demostración de elaboración de artesanías	
3:00 pm	Recorrido	
3:30 pm	Esparcimiento en la playa	
5:00 pm	Observación de liberación de tortugas	
6:30 pm	Cena	
7:30 pm	Observación de anidamiento de tortugas	
11:00 pm	Descanso	
DIA 2		
9:00 am	Desayuno	Playa El Obispo
10:00 am	Esparcimiento en la playa	
12:00 pm	Almuerzo	
2:00 pm	Snorkeling en los corales	
6:00 pm	Cena	
7:00 pm	salida	

Fuente: elaboración propia

MAPA DE PAQUETE TURISTICO 2






DESCRIPCIÓN DE PAQUETE TURISTICO 2:

la ruta de eco turismo es ideal para las personas que son amantes de la ecología y la historia, ya que pueden formar parte de una experiencia única, disfrutando de la belleza de la naturaleza y la importancia de apoyar los esfuerzos por conservar las especies para mantener un balance en el ecosistema, también por la oportunidad de remontarse al pasado sumergiéndose en una capsula de tiempo donde explorara la historia de los navíos a principio del siglo pasado, y disfrutar de las delicias culinarias que los diferentes locales elaboran para los turistas.

DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES:

DIA 1

- **Bienvenida:** se recibirá el turista en la entrada de la playa San Blas donde se les dara la bienvenida y se les explicaran las actividades que se realizaran y en qué consisten.

- **Desayuno:** después de la bienvenida el turista podrá disfrutar de un delicioso desayuno a la orilla del mar.
 - **Snorkeling Barco Hundido:** aquí el turista podrá hacer snorkeling y disfrutar en este lugar, perfecto para el ecoturismo, observando diferentes tipos de peces, estrellas de mar, erizos y otras especies marinas y especialmente de un barco hundido hace más de 100 años por el cual lleva dicho nombre la playa. De igual manera podrá escuchar del relato de este barco y toda la historia que posee como lo es su nombre por el cual fue bautizada la playa (El barco de vapor San Blas encalló en la playa en 1901. Su historia estaba sumergida en el olvido hasta que un arqueólogo, que busco protegerlo de los saqueos, investigó los detalles del naufragio). El turista al observar el barco hundido “El San Blas” podrá entrar a una cápsula de tiempo que guarda las noticias de la navegación en El Salvador de principios del siglo XX. Este es un viaje al pasado.
- 
- **Almuerzo:** después de haber disfrutado de la belleza que el mar les ofrece a los turistas, estos serán conducidos al malecón que se encuentra a 5 minutos de la playa de San Blas, para degustar un delicioso almuerzo a la orilla del mar, escogiendo entre una gran variedad de restaurantes que ofrecen diferentes platillos de mariscos, pollo y carne, acompañado con arroz, ensalada o chirimol según sea el caso entre otros.
 - **Demostración de elaboración de artesanías:** después del almuerzo los turistas regresaran a la playa de San Blas que, para poder observar el proceso de elaboración de artesanías que los lugareños realizan con conchas y estopa de coco.
 - **Recorrido:** durante el recorrido serán guiados a donde se encuentra el corral de incubación de huevos de tortugas para poder observar en la manera como los huevos de tortuga se conservan hasta que nacen, mientras escuchan la historia de cómo nació esta iniciativa de conservación y las diferentes especies de tortugas que se acercan a la playa a anidar. . También los turistas podrán aprender sobre la importancia de proteger a las tortugas marinas, su papel en los ecosistemas y como promover su conservación. También conocerán los esfuerzos para fortalecer los programas de protección y conservación que está llevando a cabo la comunidad local para cuidar a esta especie en peligro de extinción.
 - **Esparcimiento en la playa:** el turista podrá relajarse a la orilla del mar con el sonido de las olas, bañarse en sus aguas cálidas o simplemente acostarse en la playa a tomar el sol.
 - **Observación de liberación de tortugas:** por la tarde noche es la hora ideal para la liberación de las tortugas marinas que al alcanzado su tiempo de incubación. Durante la temporada de agosto a diciembre los huevos de tortuga que han sido sembrados en corrales de incubación inician su proceso de eclosión, es decir que las pequeñas tortugas nacen. Estas tortuguitas son liberadas al mar para realizar su increíble viaje que durara de 11 a 30 años antes de regresar a poner sus huevos en la playa que nacieron. Los turistas vivirán la extraordinaria experiencia de liberar al mar una tortuga marina recién nacida y compartirán en familia o amigos un día para no olvidar. Y de esta manera contribuirán a esfuerzos locales para su preservación en el planeta.
- 
- 

- **Cena:** después de disfrutar un inolvidable momento formando parte de la preservación de las tortugas marinas, los turistas disfrutaran de una deliciosa cena en la playa San Blas, donde escogerán entre una variedad de exquisitos platillos.
- **Observación de anidamiento de tortugas:** los turistas podrán vivir una experiencia única mientras los cubre un cielo mágicamente enrojecido durante la puesta del sol, preparándose para recibir la noche y admirar uno de los espectáculos más maravillosos de la naturaleza, el desove de las tortugas marinas. Este será un recuerdo inolvidable que los turistas podrán disfrutar en esta playa durante las noches de julio a septiembre, cuando salen a anidar las tortugas en San Blas.
- **Descanso:** después de vivir la inolvidable experiencia del anidamiento de tortugas los turistas se retiraran a descansar en las habitaciones del hotel que hayan seleccionado, para poder disfrutar al día siguiente de más experiencias.



DIA 2

- **Desayuno:** para comenzar el segundo día los turistas se trasladaran a la playa el obispo que se encuentra a 5 km de la playa de San Blas, donde una vez instalado en el restaurante de su elección el turista podrá consultar el menú para conocer las diferentes opciones que se ofertan y así disfrutar de un delicioso desayuno a la orilla del mar.
- **Esparcimiento en la playa:** el turista podrá relajarse a la orilla del mar con el sonido de las olas, bañarse en sus aguas cálidas o simplemente acostarse en la playa a disfrutar de la puesta del sol.
- **Almuerzo:** después de haber disfrutado de la belleza que el mar les ofrece a los turistas podrán degustar un delicioso almuerzo a la orilla del mar, escogiendo entre una gran variedad de platillos de mariscos, pollo y carne, acompañado con arroz, ensalada o chirimol según sea el caso entre otros.
- **Snorkeling en los corales:** luego de disfrutar de un delicioso almuerzo los turistas se trasladaran a la playa El Obispo que se encuentra a la par del malecón, aquí el turista podrá practicar el snorkeling y disfrutara de la belleza del arrecife, mientras flota en las aguas tibias del Pacifico, observara bellos y diferentes tipos de peces tropicales, estrellas de mar, erizos, caracoles blando, coral duro, moluscos y otras especies marinas;
- **Cena:** después de haberse relajado a la orilla del mar, los turistas disfrutaran de una deliciosa cena en el restaurante o local de su elección en la playa El Obispo, donde escogerán en su menú entre su variedad de exquisitos platillos.
- **Noches de fiesta:** para finalizar un día increíble los turistas podrán disfrutar de la música y el ambiente de fiesta que brinda la playa El Obispo en horas de la noche, donde se instala una discoteca en el pasaje el obispo a la orilla de los diferentes restaurantes que posee la playa, de igual forma los turistas podrán disfrutar de deliciosas bebidas frías, cocteles, licuados entre otros
- **Salida:** luego de haber disfrutado dos días inolvidable día y haber vivido una experiencia única como lo es haber disfrutado de las bellezas que posee el arrecife de coral, los turistas podrán retornar a sus hogares o si lo prefieren hospedarse en el hotel u hostel de su elección en la playa.



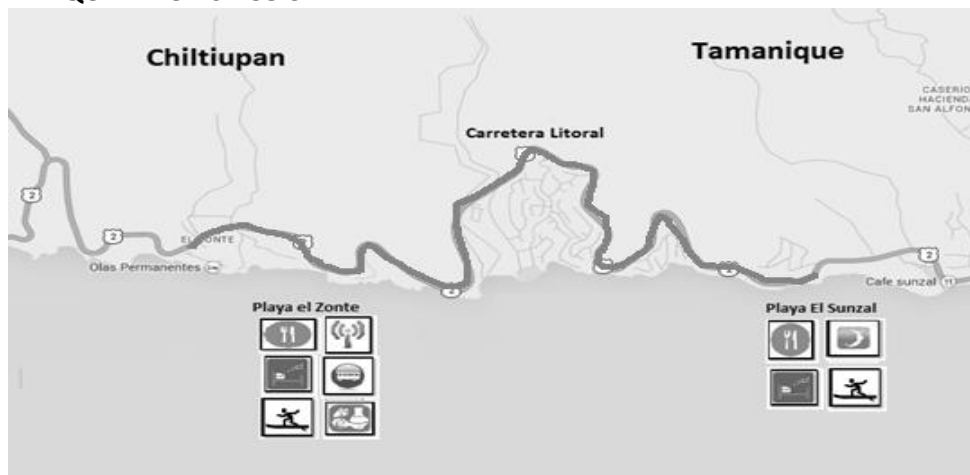
11.4.4.3.3 Paquete turístico 3

Tabla 138: Itinerario Paquete: Bohemia

Ruta Bohemia		Paquete turístico 3
DIA 1		
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
3:00 pm	Bienvenida y Recepción	Playa El Zonte 
3:30 pm	Clases de Surf	
5:00 pm	Esparcimiento en la playa	
6:30 pm	Cena	
DIA 2		
9:00 am	Desayuno	Playa el Sunzal 
10:00pm	Clases o Practica de Surf	
1:30 pm	Almuerzo	
3: 00 pm	Esparcimiento en la playa	
4:30 pm	Salida	Playa El Zonte

Fuente: elaboración propia

MAPA DE PAQUETE TURISTICO 3




DESCRIPCIÓN DE PAQUETE TURISTICO 3

La Ruta Bohemia comprende los municipios de Tamanique y Chiltiupán, en las playas El Sunzal y el Zonte. Playas reconocidas por su amplia oferta de hoteles, hostales y restaurantes con un toque bohemio. Además, son playas que tiene un característica especial, la agradable temperatura de sus aguas durante todo el año, la altitud, consistencia, velocidad y altura de sus olas son factores claves para que sean las preferidas por los surfistas nacionales y extranjeros que se alojan para sus prácticas y participaciones en torneos de escala internacional. Pero para esta ruta también son bienvenidos, novatos o los que quieren aprender a surfear. Ya que podrá encontrar una gran variedad de instructores, entre practicantes certificados y lugareños con vasta experiencia,

dispuestos a enseñar este deporte extremo a precios accesibles y con una atención personalizada. Además de contar con actividades bohemias excelentes para pasártelas con tus amigos o pareja.

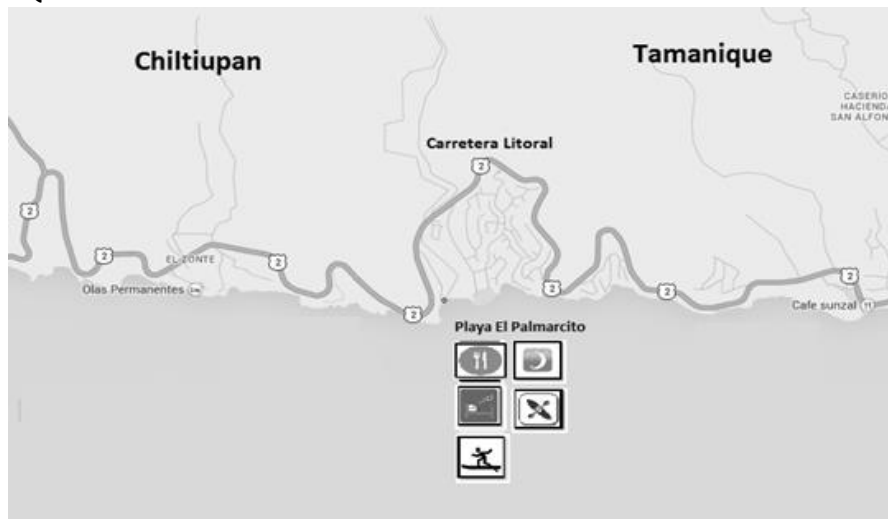
11.4.4.3.4 Paquete turístico 4

Tabla 139: Itinerario Paquete: El palmarcito

Ruta Palmarcito		Paquete turístico 4
DIA 1		
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
3:00 am	Bienvenida y Recepción	Playa El Palmarcito
3:30 pm	Esparcimiento en la playa	
6:30 pm	Cena	
9:00 pm	Lunada	
DIA 2		
10:00 am	Desayuno	Playa El Palmarcito 
11:00pm	Paseo en Kayac	
1:30 pm	Almuerzo	
3: 00 pm	Esparcimiento en la Playa	
4:30 pm	Salida	

Fuente: elaboración propia

MAPA DE PAQUETE TURISTICO 4



DESCRIPCIÓN DE PAQUETE TURISTICO 3

La Ruta El Palmarcito es ideal para aquellas personas que buscan disfrutar en la playa en ambiente relajado y privado. Realizando actividades como paseo en Kayac, lunadas, esparcimiento en la playa el Palmarcito, con las facilidades de alojamiento y alimentación. Esta playa es ideal para parejas, familia y amigos que buscan un lugar para disfrutar y quitarse el stress del día a día a precios accesibles y con una atención personalizada.

Descripción de las actividades para paquetes turísticos 3 y 4

- Bienvenida y recepción: Se recibirá el turista en la entrada de la playa para mostrarle la oferta de los diferentes Hostales y hoteles, donde el podrá decidir en cuál de ellos se ubicara.
- Clases de surf y Practicas de surf: A través de instructores y lugareños con vasta experiencia, el turista podrá practicar el surf, a través de la técnicas brindadas por los instructores, si el turista no trae su podrá tabla podrá alquilar una, podrá practicar sus clases en la playas el Sunzal y el Palmarcito.
- Esparcimiento Playa: el Turista tendrá su espacio para poder disfrutar de la playa durante este tiempo, realizando actividades de playa como deportes, tomar un baño, entre otros.
- Desayuno, Almuerzo y Cena: El turista podrá disfrutar de las diferentes especialidades que ofrecen los diferentes restaurantes en la playa el Sunzal, el Palmarcito y el zonte a precio accesibles.
- Lunada: Actividad que se caracteriza por una fogata, y personas alrededor de ella, realizando diferentes juegos, concierto, entre otros.
- Paseo en Kayac: Actividad tranquila que combina la observación de flora y fauna y el contacto con la naturaleza. Esta se podrá realizar en el Manglar del Palmarcito.
- Salida: Cordial despedida del Cliente, recordándole que podrá seguir disfrutando de los servicios ofrecido.

Distancia y Tiempos

Tabla 140: De distancias y tiempos entre las playas

Tramo de la Ruta	Distancia en km	Tiempo Aproximado de Traslado
El Majahual a El obispo	5	7 min
San Blas a el Malecón	3	5 min
San Blas a El Obispo	4	6 min
El Zonte a El Palmarcito	4	6 min
El Zonte a El Sunzal	10	15 min
El Sunzal a El Palmarcito	8	12 min

FUENTE: elaboración propia

11.4.5 Programa creación de oficinas de turismo

11.4.5.1 Objetivo General del programa

Promover el turismo en las playas de la microrregión “Cumbres del Mar” para incrementar el flujo de turistas en la zona a través de una difusión adecuada de los servicios turístico que ofertan.

11.4.5.2 Generalidades del programa

La información turística se fundamenta en un proceso de comunicación de datos orientado a la satisfacción de las demandas de los visitantes, optimizando así su experiencia de viaje. Este proceso constituye un sistema de actividades que se desarrolla en cuatro fases: capturar, almacenar, procesar y transmitir la información. Responder con eficacia a las demandas de los visitantes significa mejorar cada uno de estos procesos. Con el uso de las nuevas tecnologías este proceso puede mejorar de una forma considerable su eficacia.



11.4.5.3 Gestión de los Recursos humanos y Materiales

El comité deberá:

- Establecer todas las instrucciones básicas necesarias para uno métodos de trabajo uniformes y adecuados.

- ✿ Establecer las fórmulas de cortesía y trato con el cliente (adecuándolos a posibles cambios de la tipología o hábitos del cliente).
- ✿ Disponer de las Técnicas necesarias para el correcto desempeño por el personal de sus funciones.
- ✿ Asimismo, para cada puesto deberán estar definidos los requisitos que educación reglada aplicable, formación, actitud, habilidades prácticas y experiencia, en la medida en que sean aplicables).

11.4.5.4 Perfil de los informantes

Llámesese informante a las personas capacitada para atender la oficina de turismo:

- ✿ El personal técnico informador deberá estar en posesión como mínimo del título de Bachillerato o contar con experiencia en el área de turismo sobre la zona microrregión cumbres del mar y hablar dos idiomas, siendo el inglés uno de ellos(no indispensable)
- ✿ Deberá conocer en profundidad los atractivos y la oferta turística de su destino y suficientemente de los destinos de su entorno.
- ✿ Deberá tener además un conocimiento básico turístico del resto de El Salvador.
- ✿ Entre sus aptitudes poseerá habilidades para la comunicación y las relaciones públicas.

Siempre que las condiciones de la entidad (por estructura y tamaño) lo hagan aconsejable, la incorporación de una persona a un establecimiento deberá contar con un proceso de selección documentado, que garantice la adecuación de las personas o perfiles.

El comité debe dispone, siempre que el tamaño de la entidad lo permita, proporcionará la formación necesaria para que el personal mantenga un adecuado nivel de calidad en la prestación del servicio en aspectos tales como:

- ✿ Fórmulas de cortesía y trato con el cliente.
- ✿ Criterios y normas de calidad de cada tipo de servicio. Proceso de prestación y su control.
- ✿ Técnicas para el correcto desempeño de sus funciones: Técnicas de planificación y gestión, Marketing Turístico, Funcionamiento de la Administración Publica, Historia del arte y geografía del destino,
- ✿ Técnicas de comunicación y psicología aplicada, Informática, Técnicas administrativas.
- ✿ Idiomas.
- ✿ Gestión de la calidad.
- ✿ Gestión Medioambiental.

El personal técnico de información deberá tener a su disposición y para consulta en todo momento la siguiente documentación:

- ✿ Guías telefónicas y de servicios locales y del destino.
- ✿ Mapas de carreteras del destino, nacionales.
- ✿ Planos de las ciudades del destino.
- ✿ Guías turísticas del destino y del entorno próximo.
- ✿ Guías de alojamientos del destino.
- ✿ Periódicos del destino.
- ✿ Dossier con toda la documentación turística atractivos, actividades y oferta editada del destino y actualizada.
- ✿ Diccionarios en los idiomas más usuales del destino

11.4.5.5 Acceso al servicio.

La oficina de información como puntos de prestación del servicio de información deberán ser fácilmente localizables.

Los lugares de ubicación más adecuados se establecerán según las características del destino. Esto implica justificación de la situación de las instalaciones y tipologías de servicio en función de la demanda y los usos. Se tendrán en cuenta como mínimo algunas las siguientes ubicaciones.

- En el centro de la población.
- En puntos de interés turístico.
- En estaciones de transporte.
- En las principales vías de entrada

La señalización se indicará en todos los documentos informativos que el destino produzca en diferentes tipos de material, asimismo en los planos de ubicación instalados en las calles, y en los planos turísticos.

11.4.5.6 Análisis técnico operativo

11.4.5.6.1 Infraestructuras y Equipamientos.

Los servicios de información del destino turístico deberán disponer de infraestructuras suficientes para que la prestación de forma presencial de este servicio sea suficiente y correcta. Para minimizar costo se pueden contratar o comprar canopy para la que la oficina se puede trasladar de un punto a otro sobre la microrregión “Cumbres del Mar”

Infraestructura

La planta necesaria para el correcto desarrollo del proyecto, tiene una superficie mínima de 4m². Esta superficie surge de la distribución de 1 puesto de trabajo con computadora, un sector para depósito de publicidad y un servicio sanitario para el personal.

La infraestructura puede ser de ladrillo, vigas de madera y palmas de coco o simplemente bajo un canopy.

Equipamiento

- Sector informativo a la entrada:1 puesto con computadoras para uso de los informantes.
- -Exhibidor de merchandising. (Para Brochures, y hojas volantes)
- -Servicios (baño).
- -Depósito.
- Escritorio y silla

11.4.5.7 Productos o servicios a prestar:

- -Información sobre alojamiento, gastronomía, espectáculos, lugares de recreación, eventos, transporte (movilidad interna).
- -Prestación de servicios turísticos.

11.4.5.7.1 -Necesidades de materia prima:



- Información sobre alojamientos, gastronomía, recreación sobre los atractivos turístico de la microrregión
- Para desarrollar las tareas es necesario contar con alianzas estipuladas con alojamientos, gastronomía, prestadoras de servicios turísticos, operador mayorista, espectáculos de la microrregión.
- Productos de publicidad

11.4.5.7.2 Necesidades de Recurso Humano

- ☀ Mano de obra: el personal que desarrolla las tareas directas de atención al público (1 informante temporada baja y 2 informante temporada baja) trabajan en 1 turnos de 8 horas.
- ☀ Informantes turísticos: conocimiento en idiomas (preferiblemente ingles básico), tiene buena predisposición para la atención al público, conoce la oferta.

11.4.5.7.3 -Máquinas y equipos:

Tabla 141: descripción de equipo a utilizar

Equipo	
☀ 1 Equipo de computación e impresora (para informantes) Monitor CPU, Mouse, Teclado, Sistema Windows y Microsoft office.	
☀ Insumos de computación, de escritorio. Papelería, lapiceros, calculadora, engrapadora, perforador entre otros.	

Fuente: Elaboración propia

11.4.5.8 Promoción y publicidad

11.4.5.8.1 Promoción directa:

Oficina móvil: La cual se puede colocar en días específicos y con mayor afluencia de turista, con una persona que estará capacitada para responder todo tipo de inquietudes que tenga el turista. Esta oficina se puede disponer en la entrada de cada playa en estudio, para poder brindar el servicio información turística. De igual manera si la oficina es fija, se pueden colocar personas capacitada en estos mismos puntos con material publicitario (hojas volantes y Brochures)

11.4.5.8.2 Material POP

La oficina puede tener material POP (material publicitario en el punto de venta) como colgantes, banners, tarjeteros, volantes dípticos todo lo que es utilizado para vestir un punto de venta con la imagen de un nuevo producto.

Plan de Medios

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ☀ Internet <ul style="list-style-type: none"> ○ Página en Redes Sociales (Facebook y Twitter) ○ Página web | <ul style="list-style-type: none"> ☀ Material POP <ul style="list-style-type: none"> ○ Brochures ○ Volantes ○ Banners |
|---|--|

11.4.5.9 Sistema de información turística

Una vez establecido lo requerimiento básico para operación de la oficina se debe proceder al diseño y elaboración del sistema de información turística bajo el cual registrará el flujo de información de toda la microrregión

Este permitirá gestionar como es debido el desarrollo turístico a nivel local, en este no debe faltar una base de datos que reúna toda la información turística disponible.

“Una base de datos, o lo que es igual, un sistema de información turística, es un registro sobre las características, evolución y comportamiento del turismo en la localidad.”

¿Qué se necesita tener en cuenta para la elaboración de un sistema de información turística?

1. Crear el registro de datos turísticos, para lo cual se debe de hacer uso de:

- a. Medios manuales, como un archivo bien ordenado. o medios más tecnológicos, como una computadora.
2. Mantener actualizada la información, lo que significa poner al día los datos cada cierto tiempo.
 - a. Este trabajo será más fácil realizarlo si se dispone de una computadora. Es más costoso que un archivo pero ahorrará trabajo y prestará un mejor servicio a la hora de realizar las consultas.

Datos deben registrarse en un Sistema de Información Turística

- Llegadas de turistas: de dónde vienen, porqué vienen, qué buscan, cómo son, etc.
- Tipos de alojamiento existentes: número, prestaciones, nivel de ocupación, etc.
- Servicios turísticos: Tipos de empresas, características, etc.
- Inventario de recursos turísticos: Características y problemática.
- Proyectos turísticos, propuestos o aprobados.
- Ingresos y gastos: Cuánto recibe el comité por la actividad turística, de dónde provienen los ingresos y cuáles son los gastos corrientes.
- Presupuesto: Partida de inversiones previstas.
- Fondos de cooperación: Ayudas técnicas o financieras a las que se puede recurrir.
- Otros.

Utilidad para el Comité Turístico

1. Sirve para llevar un control de los visitantes que se reciban, del empleo creado, de los ingresos, de los proyectos, etc.
2. Mejorar el servicio a los visitantes en la Oficina de atención al turista.
3. Disponer de una fuente de consulta permanente para inversionistas, empresarios, estudiantes y cualquier persona interesada.
4. Conocer las posibilidades y apreciar los avances en turismo.
5. Tener una información de partida para cualquier estudio o proyecto que sea preciso
6. realizar, como diagnósticos, estudios de mercado, proyectos de promoción turística, etc.
7. Detectar problemas y planificar a tiempo las medidas correctoras.

11.4.6 Programa de señalización turística

La implantación de un programa de señalización turística debe valorarse como uno de los aspectos más importantes de los planes de fomento turístico. Incide de modo determinante en la información, la orientación y la puesta en valor de los recursos del territorio, así como el acceso a los elementos necesarios para interpretar esos valores autóctonos del territorio, su cultura, tradiciones, recursos, etc.

11.4.6.1 Objetivo de la señalización turística

Dirigir al turista o visitante hacia su destino turístico, que normalmente requiere un desplazamiento rodado para llegar hasta él, disminuyendo lo en lo posible que el turista se desorienta o se pierda, consiguiendo de esta manera que su visita sea lo más placentera posible desde un inicio

11.4.6.2 Generalidades

La comunicación es el instrumento de vertebración de las sociedades. Sin comunicación no hay relación sin relación no hay sociedad. El turismo es relación e intercambio, el turismo es, por sí mismo, globalización.

En la sociedad global la comunicación debe ser universal. La única forma de comunicación universal es aquella cuyo código es grafico-descriptivo, es decir, está sustentado sobre imágenes reconocibles e interpretables. Por eso el código universal es el de los pictogramas que tienen la grandeza de su reconocimiento universal y la limitación de su capacidad de transmisión.

11.4.6.3 Administración de señalización

La señalización será administrada por el comité turístico, debido a que está conformado con representantes de cada cooperativa de las playas que trabajan para promover y fortalecer el turismo y de las alcaldías de los municipios.

Se encargaran de monitorear la señalización periódicamente para evaluar su estado y programar sus cambios o mantenimiento de ser necesario.

11.4.6.4 Responsables de la ejecución del programa de señalización

Los responsables de llevar a cabo las diferentes actividades detalladas deberán ser asignados por el comité turístico. Las personas designadas para este fin tendrán bajo su cargo el control de las obras realizadas, la entrega de reportes de cumplimiento de actividades y el reporte de observaciones en el proceso de implantación del programa.

El encargado de Promoción y Publicidad deberá explicar a los miembros del comité turístico la importancia de la realización de la señalización turística y los objetivos perseguidos con ésta. Además, deberá reunirse con ellos para asignarles las actividades a realizar para los diseños de los diferentes tipos de señalización que guíen al turista para llegar a las diferentes playas.

11.4.6.5 Diseño de señalización

Para mantener una buena comunicación con el turista durante el recorrido de la ruta se instalarán letreros de señalización turística con pictogramas que muestren los servicios o actividades que brinda cada una de las playas en estudio.

Por tratarse del área costera, las características de la estructura de los letreros deben ser resistentes al ambiente que muestra un alto contenido de salitre, por lo que se emplearán bastidores de madera, las cuales por su durabilidad y resistencia al agua pueden ser: Guayacán Bálsamo y Chuagaca, o cualquier otro tipo de madera que presente alto grado de resistencia a los perforadores marinos.

La altura de las señales deberá oscilar entre los 2.00 metros que es el rango utilizado por publicistas que asegura que estas sean advertidas por el campo visual de las personas que manejan en auto a una distancia prudencial.

Para que la señalización turística sea efectiva es necesario que cumpla las siguientes condiciones:

- **Diseño.**- Debe ser tal que la combinación de sus dimensiones, colores, forma, composición y visibilidad llamen apropiadamente la atención del turista, de modo que el mensaje sea recibido con claridad y pueda ser respondido debidamente.
- **Ubicación.**- Debe tener una posición que llame la atención del conductor y turista dentro de su ángulo de visión.

- **Uso.-** La aplicación de la señalización turística debe ser tal que esté de acuerdo con la naturaleza de la actividad turística.
- **Uniformidad.-** Constituye una condición indispensable para que los usuarios puedan reconocer e interpretar adecuadamente el mensaje de la señalización.
- **Mantenimiento.-** Condición de primera importancia para la operación eficiente y legible de la señalización turística.
- **Mensaje.-** El conjunto de señales turísticas deben orientar al visitante durante su recorrido desde los centros de soporte hasta los sitios de visita; por tanto se debe considerar señales de ida y retorno.
- **Autoridad Legal.-** El conjunto de señales turísticas solo será colocado con la autorización correspondiente y bajo el control del organismo competente.
- **Necesidad de Estudios de Ingeniería.-** La decisión de utilizar señales turísticas en cualquier ubicación, sea calle o carretera, debe estar basada en un estudio de ingeniería; cuyo alcance deberá abarcar las características de la señal y geometría visual, así como su funcionalidad y el entorno. El estudio conlleva la responsabilidad del profesional y de la autoridad respecto al riesgo que pueden causar por una señalización inadecuada.
- **Ejecución de Obras.-** La ejecución de obras de señalización turística en la vía pública, implica responsabilidad durante el proceso. Se deberá instalar señales temporales de construcción y conservación vial autorizadas por la entidad competente para la protección del público, equipos y trabajadores. Estas señales de prevención deberán ser retiradas una vez finalizadas las obras correspondientes.

Las leyendas deben ser lo más breve y claras posibles y las letras deben ser suficientemente grandes como para ser leídas a determinadas distancia. Se utilizarán por lo general letras mayúsculas, exceptuando algunas señales informativas en las que se podrán usar letras minúsculas, con iniciales mayúsculas, para contrastar y destacar las mayúsculas.

11.4.6.5.1 SIMBOLOGIA O PICTOGRAMAS

Para llevar a cabo una buena señalización se debe tener en cuenta que esta contiene simbología de índole informativa y restrictiva, los cuales se deben de tomar en cuenta para una adecuada señalización. Estos símbolos brindan información sobre destinos y actividades que se pueden o no realizar, al igual que los servicios turísticos disponibles en cada zona.

Estos símbolos informativos deben ayudar a llevar al turista desde el acceso a la carretera hasta los lugares donde se brindan o realizan las actividades que son de su interés.

El tamaño de un pictograma depende de su uso y situación. Presentación de los pictogramas sobre las señales. Se recomienda que los pictogramas vayan acompañados de mensajes y/o con caracteres bajo ninguna circunstancia deben añadir caracteres al fondo del pictograma. Se aconseja que los mensajes o leyendas se coloquen directamente bajo el pictograma o a su lado.

A continuación se presenta la simbología propuesta para utilizarse en la señalización turística.



Restaurantes



Discoteca



Área para Snorkeling



Baños



Área de surf



Artesanías



Paseo en Kayac



Oficinas de turismo



Alojamiento



Avistamiento de tortugas



Trasporte



Duchas



Internet



Prohibido el uso de flash



Lunadas



Policía de turismo



Basurero



Prohibido tirar basura

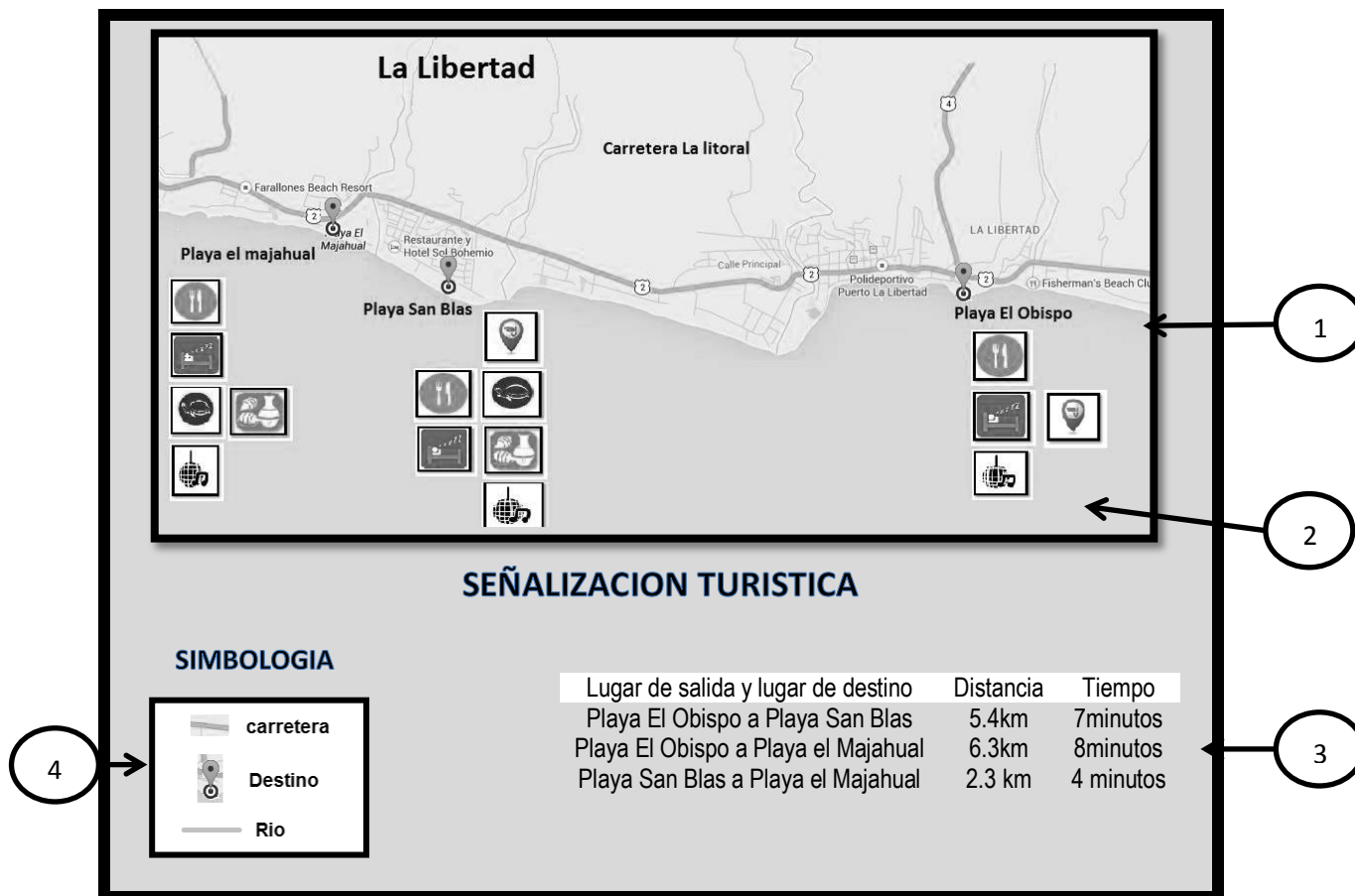
11.4.6.5.2 SEÑALIZACION PUNTOS INFORMATIVOS:

Su función es informar de modo general sobre la ciudad, su organización espacial y sus principales recursos, de forma válida tanto para el ciudadano de la localidad como para el visitante.

EL mapa que ocupa la parte delantera de la señalización se localizan tanto los recursos turísticos de la ciudad como los puntos de interés tales como: policía, centros de salud, oficinas turísticas, bomberos, estaciones, etc.

A estas funciones características se ha considerado importante incorporar en la parte trasera un elemento promocional de los diferentes productos y valores turísticos y autóctonos de la ciudad, con objeto de promover su conocimiento, no solo enfocado a los turistas sino también a los propios ciudadanos.

A continuación el diseño de la señalización de los puntos informativos turísticos propuesta utilizando como ejemplo solo tres playas de las 6 que comprenden el plan de desarrollo turístico:



A continuación se detallan los puntos más relevantes que debe llevar la señalización de los puntos informativos:

1. Mapa de ubicación
2. Simbología de los servicios y actividades que se realizan en las playas
3. Información de movilización: distancia y tiempo
4. Simbología vial

Los puntos anteriormente mencionados es lo mínimo que debe poseer este tipo de señalización. Esta clase de señalización debe ubicarse en los puntos con mayor afluencia de turistas, para que los turistas puedan ubicarse y de igual manera sobre las carreteras para poder ser consultados en el trayecto mientras el turista se dirige a su destino.

11.4.6.6 Señalización específica

Una vez que el turista se encuentra dentro de las vías de acceso o playa donde se ofrecen los servicios turísticos, serán necesarias señales que informen al turista.

Esta propuesta de señalización tiene como objetivo localizar sitios determinados dentro del entorno de movilización de los turistas en cada una de las iniciativas, de tal modo que el turista se encuentre informado en cuanto a servicios que se ofrecen y actividades que se pueden realizar, tipo de actividades, símbolos o señales para guiar, informar, prevenir y restringir al turista.

Para el diseño de este tipo de señalización, se pretende que los encargados sean los miembros del comité turístico.

11.4.6.6.1 PROCESO DE SEÑALIZACIÓN

El proceso de colocación de la señalización en las diferentes vías de acceso que llevan hasta las iniciativas en las distintas playas, deberá ser realizado por el comité turístico, quienes sabrán el lugar idóneo y el tipo de materiales que serán utilizados en la señalización.

Para ello deberán recorrer cada una de las iniciativas en conjunto con los interesados de llevarla a cabo, con el fin de identificar de primera mano los requerimientos de señalización.

11.4.6.6.2 SEÑALIZACION DE VIAS DE ACCESO A LA PLAYAS

La señalización que situada en las vías de acceso por las que se llega a las playas permite la identificación de la playa y la visualización de los servicios que presta.

Este tipo de señalización debe contener tanto los pictogramas de los servicios y actividades que ofrecen las playas como un listado de los restaurantes, hoteles, hostales u otro tipo de local que brinde servicio a los turistas, identificado con su respectivo nombre, para que de esta manera los turistas al acceder a las playas puedan tener una idea de la cantidad de lugares que brindan sus servicios y decidir a cuál de estos locales se acercaran para disfrutar de su paseo turístico.

A continuación se presenta la propuesta del diseño de la señalización de vías de acceso a las playas utilizando como ejemplo la playa El Obispo:

PLAYA EL OBISPO

Su nombre es en honor a un obispo que solía visitar esta zona y que muriera precisamente en esta playa al ser arrastrado por un fuerte oleaje. Esta zona está conformada por una gran variedad de restaurantes y un hotel que se encuentra situado sobre la calle el obispo que se encuentra paralela a la carretera del litoral frente a gasolinera esso, ofrece a sus turistas un área donde disfrutar de ricos y variados alimentos, alojamiento y su acceso a directo a la playa

Listado de locales que brindan servicios turísticos

- Bertha's Mariscada
- Restaurante Susy
- Restaurante Blanchy
- Restaurante la Marea
- Restaurante Blanqui
- Restaurante Perla del Mar
- Restaurante Fredy
- Restaurante Marta
- Restaurante Hawaiano
- Comedor y Mariscada Karlita
- Comedor y Marisco Gaby
- Mariscos Jacky
- Mariscos Wendy
- Hotel Sunrise
- Centro comercial el faro
- Super selectos
- Gasolinera esso
- Gasolinera texaco

Señaladores: 1 (Título), 2 (Descripción), 3 (Mapa), 4 (Pictogramas), 5 (Listado)

A continuación se detallan los puntos más relevantes que debe llevar la señalización de las vías de acceso:

1. Rotulo con el nombre de la playa
2. Breve descripción o historia de la playa
3. Mapa con la ubicación de cada uno de los locales

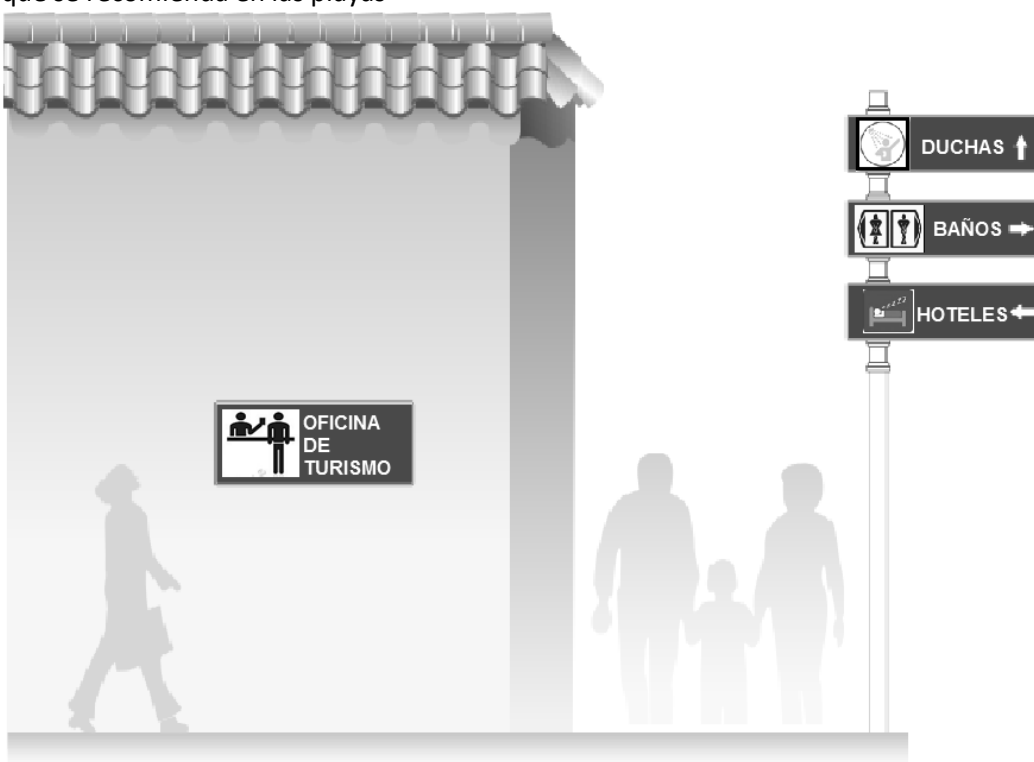
4. Simbología de los servicios y actividades que se realizan en las playas
 5. Listado de los locales que se encuentran numerados en el mapa
- Los puntos anteriormente mencionados es lo mínimo que debe poseer este tipo de señalización.

11.4.6.6.3 SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA EN LAS PLAYAS

Este tipo de señal ayudara a que los turistas reconozcan con facilidad donde se encuentran los lugares específicos que están buscando, como lo son baños, duchas, restaurantes, etc.

Para señales ubicadas en el ámbito de los sitios e instalaciones de servicios, siendo mayormente zonas de acceso peatonal; por tanto son señales de menor escala. No aplica al interior de los recursos turísticos cuando se trate de sitios arqueológicos o áreas naturales protegidas.

Para el caso de letreros adosados a la pared, Para el caso de letreros tipo poste se utilizará solo ícono por señal, pudiendo agruparse varias señales en un mismo elemento de soporte con cuidado de no expresar saturación. A continuación se presenta un ejemplo del tipo de señalización turística que se recomienda en las playas



11.4.7 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS

Para el establecimiento de los recursos que se necesitaran para el programa creación de oficinas de turismo, se consideran tanto el recurso humano para atender dichas oficinas como todos los utensilios de oficina y publicidad que se necesitan para cada oficina

Tabla 142: Requerimiento de recursos para programa creación de oficinas turísticas

RECURSOS	CANTIDAD POR OFICINA	TOTAL
RECURO HUMANO	2	6
LAPTOP	1	3
IMPRESORAS	1	3
MESA	1	3

SILLAS	2	6
ENGRAPADORA	1	3
CANOPY	1	3
CELULAR	1	3
MODEM	1	3
PAPELERIA	2 resmas	6 resmas

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Para el establecimiento de los recursos que se necesitaran para el programa de señalización, se tomarán en cuenta los 4 tipos de letreros que se han diseñado y la cantidad necesaria de cada uno de ellos para cada playa. A continuación se muestra las necesidades de recursos por señalización

Tabla 143: requerimiento de señalización y letreros

TIPO DE SEÑALIZACION	CANTIDAD		TOTAL
SEÑALIZACION PUNSTOS INFORMATIVOS	2		2
SEÑALIZACION ESPECIFICA	1 para cada playa		6
SEÑALIZACION TIPO POSTE	12		12
LETREROS ADOSADOS A LA PARED	Restaurantes	103	159
	Hoteles	11	
	Hostales	9	
	otros	48	

FUENTE: ELABORACION PROPIA

11.5 SUB PLAN DE SEGURIDAD

11.5.1 Introducción

La seguridad ciudadana ha sido y es una de las principales demandas de la población. A lo largo de los últimos veinte años, su abordaje ha merecido diversos enfoques y tratamientos por parte de las autoridades, pero con escaso éxito hasta hoy. Y es que la seguridad ciudadana es un fenómeno social complejo, multidimensional y multicausal, que debe ser abordado desde diversos aspectos en forma simultánea.

La inseguridad, la violencia y el delito no son problemas que solo merecen respuestas de contingencia; en verdad, requieren un tratamiento integral y holístico, de procesos de mediano y largo plazo. Los desafíos son múltiples y complejos. La seguridad ciudadana exige tomar medidas oportunas y eficaces —en especial por parte de los decisores políticos— que permitan remover los obstáculos de carácter estructural y cultural profundamente arraigados en los sistemas de administración del Estado. En ese sentido, la tarea es compleja

Este Plan es un documento consensuado, articulado, técnico, armonizado, dinámico y sobretodo orgánico, en el que se plasma una visión de actuación conjunta y coordinada de los sectores público y privado para la microrregión Cumbres del Mar, a fin de gestionar óptimamente la seguridad turística en las distintas playas con un enfoque preventivo.

Generar las condiciones para que los turistas nacionales y extranjeros, así como las comunidades receptoras, puedan desarrollar sus actividades turísticas en un entorno libre de riesgos físicos, materiales y psicológicos, es el propósito principal del presente Plan, constituyendo un reto su aplicación a partir de un trabajo interinstitucional e interinstitucional.

En el plano internacional la Organización Mundial del Turismo – OMT, Organismo especializado del sistema de Naciones Unidas, ha desarrollado diversos foros y talleres concluyendo en la recomendación a los países de trabajar y estructurar planes de seguridad para el turismo, sugiriendo abordar e interactuar en las siguientes áreas:

- Definición de riesgos turísticos potenciales según tipos de viajes, localizaciones y sectores afectados.
- Detección y prevención de delitos contra turistas.
- Protección de turistas y residentes contra el tráfico de drogas.
- Protección de sitios e instalaciones turísticas contra actos ilícitos.
- Establecimiento de directrices para los operadores de instalaciones turísticas en caso de que se produzcan dichos actos.
- Responsabilidades en el trato con la prensa y otros medios de comunicación en el país y en el extranjero.
- Información para la industria turística internacional sobre cuestiones de seguridad.
- Organización de un gabinete de crisis en caso de catástrofe natural u otra emergencia.
- Adopción de normas y prácticas de seguridad en las instalaciones y sitios turísticos en cuanto a protección contra incendios, robos, higiene y requisitos sanitarios.
- Establecimientos de reglamentos de responsabilidad en empresas turísticas.
- Estudios de los aspectos de la seguridad en concesión de licencias para establecimientos de alojamientos, restaurantes, empresas de taxis y guías de turismo.
- Provisión al público de documentación e información apropiadas sobre seguridad de los viajeros a su entrada o salida de los destinos.
- Elaboración de políticas nacionales sobre salud de turistas, incluido el establecimiento de sistemas de notificación sobre los problemas que en este campo encuentran los turistas.
- Creación de seguro turístico y seguro de asistencia en los viajes.
- Promoción, acopio y difusión de estadísticas de investigación fiables sobre delitos contra los viajeros.

11.5.2 Objetivo

Crear las bases necesarias para poder reaccionar ante cualquier situación de inseguridad en las Playas de El Obispo, San Blas, El Majahual, El Sunzal, El Palmarcito y El Zonte m de esta manera poder mantener la integridad tanto física como emocional de los turistas que asisten a dichas playas

11.5.3 Alcance del sub plan

El Sub Plan de Seguridad está dirigido a las playas El Obispo, San Blas, El Majahual, El Sunzal, El Palmarcito y Zonte pertenecientes a la Microrregión Cumbres del Mar. La propuesta está diseñada para el mejorar las medidas de seguridad si es que existen en la región

11.5.4 Obligaciones del comité de turístico en materia de seguridad

- Todos los miembros del comité deben asistir a las reuniones ordinarias y extraordinarias del Comité de Seguridad y Salud, así como a las comisiones internas de las que participen.
- Practicar activamente las gestiones, trámites y diligencias que el Comité encomiende.
- Proponer temas de interés general en aspectos de seguridad, para su inclusión en el orden del día para ser tratados.
- Manifiestar con toda libertad su opinión en los debates ejercidos durante las reuniones, comportándose con corrección y respeto a sus compañeros, tratando de expresar con la mayor claridad y de modo conciso sus puntos de vista.
- Emitir de modo voluntario su voto en los asuntos que procedan, pudiendo formular los votos particulares que considere oportunos a fin de que conste en acta su postura diferenciada respecto al resto de los votantes.
- Disponer de las garantías que el Estatuto de los Trabajadores establece para los representantes de los trabajadores.
- Presentar al pleno del Comité de Seguridad y Salud cuantas propuestas, informes e iniciativas estimen pertinentes, las cuales puedan contribuir a un mejor desempeño del sistema de gestión en seguridad y salud en el trabajo de la empresa

11.5.5 Líneas estratégicas

1. Normas y Reglamentos
2. Eje Policial
3. Primeros Auxilios
4. Prevención de Incendios en Alojamientos Turísticos
5. Seguridad en las instalaciones
6. Atención al Turista



Esquematzación del plan de seguridad

11.5.5.1 Normas y reglamentos

Para conseguir un desarrollo del turismo más estable la OMT propuso una serie de medidas, las cuales eran válidas para todos los estados con algún tipo de proyección turística, con el fin de conseguir proteger los intereses, bienes e integridad de los turistas, así como de los trabajadores del sector.

Todas las playas deben evaluar y controlar el alcance y el grado de los riesgos para la vida y para la salud, los bienes y los intereses económicos de los turistas en su territorio y establecer una política nacional de seguridad en turismo de las proporciones necesarias para prevenir riesgos de los turistas.

Todas las playas deben tomar medidas para:

- Definir los riesgos turísticos potenciales en tipos de viaje, en sectores turísticos receptores y en centros turísticos específicos
- Instaurar normas y prácticas de seguridad en los establecimientos y sitios turísticos, y garantizar su observancia por las empresas que los explotan, con especial referencia a: protección contra incendios, inocuidad de los alimentos, requisitos de saneamiento y salud y protección medioambiental.
- Elaborar directrices destinadas a los operadores de instalaciones turísticas para casos de actos ilícitos contra la seguridad de esas instalaciones.
- Asegurar que los lugares y las instalaciones de interés turístico reciban la protección adecuada de las fuerzas de orden público para detectar y prevenir los delitos contra los turistas.
- Proporcionar al público, tanto el que sale de viaje al extranjero como el que llega al país, como el que se aloja en instalaciones turísticas, una documentación e información adecuadas sobre la seguridad en turismo y que trate de: la reglamentación básica relativa a la seguridad en turismo, las practicas correctas de seguridad en los centros de transporte turístico (aeropuertos, estaciones de ferrocarril y de autocar, y en otras terminales de transporte), las advertencias sobre posibles peligros en instalaciones y sitios turísticos, los posibles riesgos para la salud y los medios de autoprotección y los servicios de que disponga el turista cuando necesite asistencia.
- Proteger a los turistas contra el tráfico de drogas y proteger también los medios de transporte turístico contra su utilización para el transporte y contrabando de drogas.
- Garantizar que el personal de los establecimientos turísticos y de los servicios conexos este adecuadamente formado en cuestiones de seguridad de los turistas.
- Fomentar el desarrollo del seguro de asistencia en viajes y la información que facilite a los turistas el acceso a esos seguros y su elección.
- Fomentar la elaboración de unas normas de responsabilidad civil de las empresas turísticas y asegurar que la información sobre esas normas sea fácilmente disponible para los turistas y sus representantes.
- Establecer políticas y servicios nacionales de salud de los turistas, incluidos los sistemas de notificación de problemas sanitarios de los turistas.

11.5.5.2 Eje policial

En 1997, se crea la Unidad Turística a propuesta de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), posteriormente en 1998 se le une la Sección Montada bajo la División PPI y los Jefes de Policía de Centroamérica y Panamá se consolidan la seguridad turística a nivel de la región.

En el 2000, se crea la División Policía Montada con su Departamento Turístico, en el 2002 se conforma como División Policía de Turismo de la Policía Nacional Civil de El Salvador, por Decreto Legislativo y a finales del 2006 se fortalece POLITUR, con el convenio firmado PNC-MITUR el cual se encuentra vigente hasta la fecha.

La **POLITUR** tiene como objetivo responder a las necesidades sociales y sectoriales, para ofrecer una atención oportuna y efectiva a los Visitantes. Se ha experimentado un aumento paulatino en su personal llegando a 416 elementos distribuidos en 17 puestos policiales, ubicados en los corredores turísticos de 8 departamentos del territorio nacional.

OBJETIVO GENERAL

Garantizar la seguridad, apoyo y orientación al turista, protegiendo el patrimonio cultural y turístico de El Salvador.

POLITUR ESTA INTEGRADA POR MÁS DE 400 MIEMBROS ALTAMENTE CAPACITADOS EN:

- Buceo en aguas abiertas
- Rescate acuático, vertical y montañismo
- Idioma ingles
- Guías Turísticos Locales.
- Patrimonio cultural.
- Geografía de El Salvador.
- Intervención policial en situaciones de explotación sexual comercial.
- Legislación de Migración y Extranjería.
- Primeros auxilios
- Navegación marítima y maniobra de buques.
- Entre otras.

SERVICIOS

- Escoltas a turistas.
- Asistencia a guías turísticos locales.
- Inducción turística en centros educativos.
- Capacitación en seguridad turística.
- Seguridad en eventos turísticos nacionales.
- Seguridad en circuitos turísticos
-

Los números telefónicos de la POLITUR, para atender cualquier consulta o emergencia son:

- Oficinas Centrales (503) 2511-8302 / 2511-8300 Telefax 2511-8311
- Base Artesano, Flor Blanca : (503) 2224-2705
- Zona Rosa (503) 2263-3904
- Zona Real: (503) 2202-2073
- **Puerto de La Libertad (503) 2346-1893 (RED) 7980-4112 ID 1025*20487*3**

PASOS PARA SOLICITAR APOYO DEL POLITUR

- 1) Para inscribirse y apartar lugares, es necesario enviar un correo electrónico a la dirección info@politurelsalvador.com con el asunto Turismo Nocturno “lugar” o Turismo Comunitario “lugar”. También puede hacerlo a través de la página POLITUR El Salvador de Facebook. Antes de enviar su mensaje debe tomar en cuenta las demás indicaciones.
- 2) Al inscribirse debe especificar la edad de los asistentes, su nombre completo y número de DUI (Documento Único de Identidad). También debe indicar si llevará menores de edad al viaje.
- 3) Indicar su lugar de procedencia. En el caso de los salvadoreños residentes en el país, se deberá indicar que vive en el país y su departamento. En el caso de los extranjeros se debe indicar el país de procedencia y estado. En caso de no existir estados en su país de origen, deberá indicar su provincia, región, municipio (o el equivalente a estos).

11.5.5.3 Programa de primeros auxilios

En cada playa debe existir personal capacitado en primeros auxilios, especialmente para las temporadas de demanda alta, el riesgo de accidentes o algún percance es bastante y es obligación de las autoridades de las playas velar por la integridad física y mental de los turistas. Se diseñarán dos programas de capacitación para cubrir esta necesidad.

PROGRAMA DE CAPACITACION 1

Se diseñara un programa de capacitación de primeros auxilios el cual está destinado a público en general interesado en aprender técnicas básicas de evaluación, atención y cuidado pre-hospitalario. Temas como parar hemorragias, vendajes, quemaduras, emergencias médicas, uso del desfibrilador externo automático (DEA), traslado de víctimas, triage son abordados y llevados a la práctica en este curso.

Este curso tendrá una duración de 27 horas

- **Duración 1:** 8 clases + 1 simulacro. Total 9 clases.
- **Duración 2:** 6 clases + 1 simulacro. Total 7 clases.
- **Cantidad de horas por clase 1:** 3hs para los días de semana.
- **Cantidad de horas por clase 2:** 4hs para los sábados.
- **Lugar:** Este curso se ofrecerá en alguna de las 6 playas en estudio, la cual será determinada tanto por al capacitador como por el comité turístico.
- **Requisitos:** Personas de 16 años o mayores.
- **Salida de Campo:** Salida de un día, destino a confirmar. Se realizarán varios simulacros.
- **Prácticas y simulacros:** Se realizarán 1 o 2 simulacros con víctimas maquilladas, utilizando sangre artificial, heridas abiertas y cerradas, quemaduras, etc.

CONTENIDO DEL PROGRAMA 1

- ¿Qué son los Primeros Auxilios?
- Objetivos.
- Principios básicos.
- Premisas del auxiliador.
- Bioseguridad.
- Manejo del Stress.
- Evaluación del paciente.
- Exploración de la o las víctimas.
- Traslado de la o las víctimas.
- Sistema respiratorio.
- Sistema cardiovascular.
- Trauma.
 - Heridas.
 - Hemorragias.
 - Esguinces, luxaciones y fracturas.
 - Vendajes.
 - Quemaduras
- Emergencias Médicas.
 - Emergencias respiratorias.
 - Emergencias cardiovasculares.
 - * Reanimación Cardiopulmonar (RCP) y el uso del Desfibrilador Externo Automático (DEA).
 - Emergencias neurológicas.
 - Emergencias diabéticas.
- Intoxicación.
- Lesiones ambientales.
 - Hipotermia.
 - Hipertermia.
 - Alergias.
 - Picaduras y mordeduras
- Poblaciones especiales.
- Parto de urgencia.
- Triage.
- El botiquín.
- Temas legales.

PROGRAMA DE CAPACITACION 2

Se diseñara otra capacitación más corta en la cual se le dará vital importancia a lo que es Primeros Auxilios, Reanimación Cardiopulmonar - RCP y Desfibrilación Externa Automática - DEA (PA).

Son conceptos en los cuales deben estar claros por tratarse de playas y uno de los principales riesgos son las personas ahogadas.

El curso está destinado a personas interesadas en aprender técnicas básicas que pueden ser necesarias ante una emergencia y no dispongan del tiempo para realizar un curso de mayor

duración. Este curso es ideal para público en general, corredores de aventura, clubes, instituciones, etc.

Este curso tendrá una duración de 12 horas.

- **Duración curso 12 horas:** 3 clases.
- **Cantidad de horas por clase curso 12 horas:** 4hs.
- **Requisitos:** Ninguno.
- **Salida de Campo:** Ninguna.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

- ¿Qué son los Primeros Auxilios?
- Temas legales.
- Objetivos.
- Principios básicos.
- Premisas del auxiliador.
- Bioseguridad.
- Emergencias Médicas.
 - Emergencias respiratorias.
 - Emergencias cardiovasculares.
- Reanimación Cardiopulmonar (RCP) y el uso del Desfibrilador Externo Automático (DEA).
 - Emergencias frecuentes.
- Trauma.
 - Heridas.
 - Hemorragias.
 - Quemaduras.
 - Vendajes.
 - Shock.
 - Lesiones.
- Lesiones ambientales.
- El botiquín

11.5.5.4 La prevención de incendios en alojamientos turísticos

FACTORES DE RIESGO DE INCENDIO EN HOTELES

- Revestimientos de paredes y techos contenidos de habitaciones que favorecen la propagación de la llama a lo largo de la superficie (mobiliario, moquetas, cortinas sin la necesaria Resistencia al Fuego).
- Ausencia de compartimentación.
- Fallos de compartimentación por puertas cortafuego abiertas y acuñaadas (este hecho lo constatamos en multitud de ocasiones).
- Conductores que pueden conducir las llamas y gases inflamables a lugares remotos (conductos de aire acondicionado, ascensores, montacargas).
- Existencia de instalaciones eléctricas defectuosas o la sobrecarga de las mismas.
- Negligencia de fumadores.

- Acumulación de papeles o de basuras o falta de limpieza en cocinas y almacenes.
- Existencia de huecos y comunicaciones verticales:
- Escaleras abiertas y /o atrios.
- Múltiples patinillos de instalaciones.
- Conductos de acondicionamiento de aire.
- Conductos para evacuación de ropa sucia.
- Montaplatos.
- Ausencia de detectores de humo y de alarmas.
- Falsos techos repletos de conducciones y marañas de cables

Todos los establecimientos turísticos están obligados a cumplir con ciertas disposiciones, están son:

- Alumbrado de emergencia.
- Señalización luminosa en las posibles vías de evacuación.
- Indicación en las entradas de las salas del número máximo de personas admisibles.
- Manual para el personal del plan de emergencia.
- Instrucciones en varios idiomas en las puertas de las habitaciones.
- Plano de cada planta en el que figure: escaleras, pasillos, salidas, itinerarios de evacuación, situación de los medios de transmisión y dispositivos de extinción.
- Dispositivos de alarma acústica.
- Paneles de “prohibido fumar” en zonas de peligro de incendio.
- Las canalizaciones de servicio a las habitaciones deberán estar convenientemente selladas entre pisos para evitar el paso de humo y gases.
- Al menos una vez al año deben realizarse ejercicios de formación para el personal.
- Revisión periódica de equipos electrónicos
- Colocación de medios de extinción, ya sea extintores (de polvo, de agua, de anhídrido), bocas de incendio equipadas, bocas hidratantes exteriores, rociadores automáticos, bombas de presión, grupos de presión, etc.
- Plan de emergencias, del que los empleados deben ser conocedores, bien situado para la visualización de los clientes
- Normas generales que deben tenerse en cuenta ante una situación de incendio.
- Dar la alarma y si es posible comenzar a combatir el fuego.
- Si el siniestro es importante, la dirección o el responsable de seguridad debe activar la alarma general para dar paso al plan de evacuación.
- Cerrar puertas, ventanas y cualquier otro elemento para evitar la propagación del humo,
- Seguir las instrucciones que de la persona responsable que se haga cargo de la situación.
- Actuar con orden y mantener la calma.
- No introducirse en lugares invadidos por el humo sin la protección de una careta adecuada.
- Dirigirse hacia las vías de evacuación más cercanas y seguras (vías horizontales: puertas y pasillos; vías verticales: escaleras)

11.5.5.5 Seguridad en las instalaciones

11.5.5.5.1 FACTORES QUE GENERAN INSEGURIDAD

SEÑALIZACIÓN Y ORIENTACIÓN:

- Ausencia de indicaciones y señales de salida en número suficiente. En ocasiones mal colocadas.
- Las puertas de emergencia no se encuentran claramente marcadas como tales, apenas se distinguen, bien porque sean poco llamativas (están pintadas en blanco) o porque estén camufladas como parte del mobiliario, otros tienen fundidas su luz de señalización.
- Puertas de emergencia que conducen a largos recorridos sin señales en su interior que indiquen claramente el camino a seguir.
- Muchos extintores de incendio se encuentran tapados por las mercancías y apenas se ven. Tampoco existen señales que indiquen su posición.
- Ausencia de cartel en el ascensor advirtiendo de: NO UTILIZARLO EN CASO DE INCENDIO

Cuando se procede a la construcción de un hotel, es necesario tener en cuenta muchísimos aspectos, entre los que se encuentran los de carácter estructural, desde el material de los forjados, hasta las puertas, mobiliario de las habitaciones, zonas donde se van a realizar actividades de un especial riesgo (cocinas, almacenes, etc.), para ello la existencia del proyecto de su edificación, en el que se debe cumplir una serie de criterios obligatorios.

VÍAS DE EVACUACIÓN:

- Pasillos centrales estrechos, lo que provoca un efecto de cuello de botella muy peligroso que se agrava cuando las puertas no son suficientemente amplias
- Distancias demasiado largas entre las distintas puertas de emergencia.
- Salidas con obstáculos, con demasiada frecuencia las rutas de escape se utilizan como zona de servicio y están bloqueadas con obstáculos con cajas, colchones, carritos, etc.
- Puertas cortafuego que no se encuentran cerradas, es decir, aquellas que permanecen abiertas sin disponer de cierre automático y aquellas que se encuentran sujetas en su base con cuñas y bloqueadas con mercancía especialmente en la zona de cafetería, cocina, almacén.
- Puertas de emergencia cerradas con candado.
- Ausencia de puertas de emergencia junto a entradas principales

11.5.5.5.2 Medidas de evacuación

Evacuación es la acción de desalojar un edificio en el que se ha declarado un incendio u otro tipo de emergencia.

Cualquier establecimiento hotelero debe disponer del número suficiente de itinerarios de evacuación para que las personas que se encuentran en situación de emergencia puedan evacuar en condiciones de seguridad y rápidamente.

El inicio de la evacuación puede ser horizontal (puertas y pasillos) y vertical (escaleras).

Por ello establecemos una serie de medidas, las más importantes a tener en cuenta:

- Claras y sencillas
- Perfectamente señalizadas: No debe existir acumulación de señalización ya que no induce más que a confusión, a una acumulación de información innecesaria.

- Además las señales deben encontrarse visibles.
- Toda puerta que desemboque en una vía de evacuación estará debidamente señalizada.
- Las vías de emergencia deben ser recorridos cortos y sin obstáculos de ningún tipo. Hay que evitar todo aquello que pueda causar tropiezos, como los suelos irregulares o los pequeños escalones detrás de las puertas.
- Los pasillos no deben ser interminables; la distancia de recorrido desde cualquier punto del hotel a cualquiera de las dos salidas que conducen a una vía de evacuación protegida, no debe exceder 35 metros.
- La longitud máxima de un pasillo situado en una planta que disponga de dos o más salidas, viene determinada por la condición de que la longitud del recorrido desde todo origen de evacuación hasta algún punto desde el que partan, al menos dos recorridos alternativos hacia sendas salidas no será mayor que 15 m en uso Residencial y 25 m en el resto de usos.
- Las puertas deben abrirse en el sentido de la marcha y llevarán barras de presión en lugar de picaportes o pomos. No debe haber posibilidades de dejarlas cerradas con llave. Si hay puertas giratorias o torniquetes, hay que disponer de puertas de salidas de emergencia junto a ellas.
- Las puertas finales de emergencia deben desembocar en lugar seguro, no deben conducir a espacios abiertos pero sin salida (rejas cerradas, patios interiores sin ninguna salida.)
- Las escaleras deben conducir directamente a una salida del edificio y no al área de recepción.
- Detectores de humo y alarmas de fuego automáticos en habitaciones, pasillos, vestíbulo, restaurantes, garajes, cocinas y especialmente en almacenes.
- Separación vertical y horizontal de los distintos espacios, sobre todo de las zonas de más riesgo como áreas de servicio, vestíbulos, aparcamiento.
- Puertas cortafuegos en pasillos y zonas comunes que deben permanecer siempre cerradas o disponer de un mecanismo de cierre automático en caso de alarma. Es conveniente que las puertas de las habitaciones se cierren solas con muelle o pistón
- La ruta debe estar claramente señalizada con los símbolos internacionales de color verde, especialmente en los puntos donde se produce un cambio de dirección.
- Las puertas de emergencia deben distinguirse de las demás sin posibilidad de error.
- Sobre el suelo o en la pared a poca altura debe haber una señalización luminosa o fluorescente que indique la ruta de salida. Con mucha frecuencia las evacuaciones se producen a oscuras o con mala visibilidad debido al humo.
- Debe advertirse de forma llamativa que no se puede usar el ascensor en caso de emergencia.
- En las habitaciones los teléfonos tendrán acceso directo al número de emergencia.
- También debe haber mangueras de incendio en las rutas de escape y aspersores en zonas de mayor riesgo como cocinas, almacenes y garaje.
- Las tiendas que contienen mercancía fácilmente inflamable deben estar alejadas de las zonas de evacuación y contar con sistemas aspersores.
- No debe haber zonas ciegas, sin salida.
- Extintores en número suficiente, situados en lugares de fácil acceso y debidamente señalizados.
- Debe haber un punto de encuentro debidamente señalado en una zona segura, donde las personas deban acudir ante una emergencia.

11.5.5.3 Alumbrado de emergencia

Los lugares de trabajo, o parte de los mismos, en los que un fallo de alumbrado normal suponga un riesgo para la seguridad de los trabajadores dispondrán de alumbrado de emergencia de evacuación y seguridad. Todos los recintos y recorridos de evacuación, se dotarán con instalación de alumbrado de emergencia.

Lo que se pretende con su existencia es evacuar en condiciones de seguridad cuando el alumbrado general falla. Dicho alumbrado debe disponer de batería de emergencia y dotar de la suficiente iluminación durante el tiempo necesario para poder evacuar con seguridad.

El alumbrado de emergencia estará previsto para entrar en funcionamiento automáticamente al producirse el fallo de los alumbrados generales o cuando la tensión de estos baje al menos del 70% de su valor nominal.

Las cocinas y otros lugares de trabajo estarán dotados de luces de emergencia adecuadas que permitan apagar los fuegos de las cocinas para posteriormente evacuar.

11.5.6 Programa de contingencia ante un tsunami

El tsunami es un tren de olas gigantescas, que se propagan en olas en los puertos, generadas por perturbaciones fuertes de la superficie del océano. El tsunami tiene tres etapas: Generación (donde se produce), Propagación (trayecto recorrido por la ola) e Inundación (llegada de las olas).

¿Dónde y cuándo azotará el próximo tsunami?

A pesar de la sofisticada tecnología de hoy en día, queda mucho por aprender sobre los tsunamis. Desafortunadamente, es muy difícil predecir su ubicación e intensidad). Cuando se genera un tsunami, su altura y tiempo de arribo varían según las configuraciones costeras locales. Los tipos de daños resultantes pueden complicar aún más la planificación de medidas de seguridad.

PLANIFICACIÓN LOCAL

La preparación ante la eventualidad de un tsunami constituye sólo parte de un plan integral que abarca un amplio abanico de potenciales daños locales, incluidos aquellos causados por terremotos, vientos y lluvias, tormentas intensas.

Cuando se genera un tsunami local, hay poco o nada de tiempo de alerta antes de que el mismo azote las costas. En consecuencia, los elementos básicos de la preparación ante la eventualidad de un tsunami comprenden la planificación anticipada y el establecimiento de áreas de evacuación, el mantenimiento de las rutas de evacuación, los sistemas de comunicación y la rápida divulgación de información precisa.

Las dos áreas clave que deben establecer los funcionarios son:

- El PLANEAMIENTO URBANO, para fortalecer el estado de preparación de las comunidades en riesgo, con inclusión de las restricciones de zonificación, el traslado a un terreno más elevado o la renovación y reconstrucción de las edificaciones deterioradas.
- La PREPARACIÓN ANTE EMERGENCIAS, esto es, la estructura organizativa y las medidas que sustentan la preparación ante la eventualidad de un tsunami, como los sistemas de alerta, el establecimiento de zonas y rutas de evacuación, programas educativos públicos y la protección de la industria pesquera.

BASES DE LA PREPARACIÓN EN CASOS DE TSUNAMI

Al evaluar el riesgo, concretamente, al determinar la intensidad de un tsunami hipotético e identificar las áreas vulnerables, los funcionarios deben realizar proyecciones basadas en la

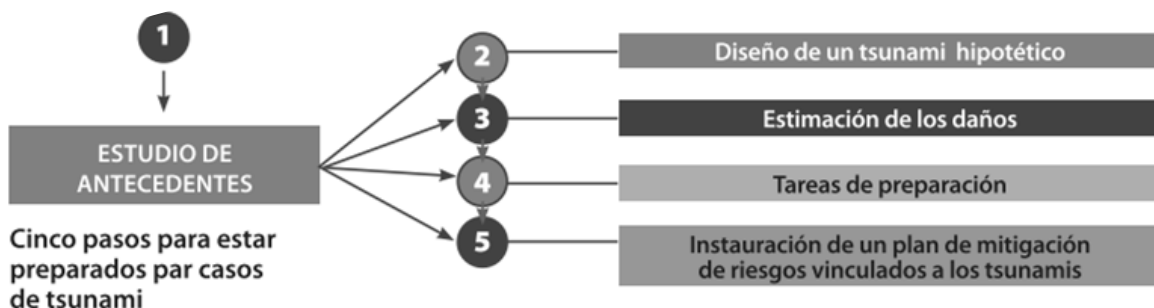
hipótesis de un tsunami de la mayor intensidad posible. Al usar esta hipótesis de trabajo se promueve la máxima seguridad en materia de planificación.

Investigaciones científicas recientes sobre terremotos que generaron tsunamis en las costas de alto riesgo, así como los datos de los tsunamis más grandes (por ejemplo, las marcas de altura del agua para tsunamis recientes y pruebas geológicas para eventos antiguos) nos brindan pruebas científicas, a veces muy exactas. Dicha información nos permite realizar proyecciones y evaluar la amenaza potencial de tsunamis en una zona determinada.

CINCO PASOS PARA ESTAR PREPARADOS PARA CASOS DE TSUNAMI

Al evaluar el peligro potencial en una zona, se deben tener en cuenta varios factores cruciales, entre ellos, la topografía costera, el uso de las tierras, la población, la concentración de industrias, las características de los residentes, el progreso de la planificación, además de otros rasgos específicos de la zona.

La presente guía divide, a grandes rasgos, el procedimiento para establecer un plan de mitigación de riesgos vinculados a los tsunamis en CINCO PASOS. Así, el planificador puede seguir de principio a fin el proceso para desarrollar la preparación para casos de tsunami. Dicho procedimiento consta de lo siguiente:



PASÓ UNO: ESTUDIO DE ANTECEDENTES

ASPECTOS ESENCIALES DE LOS ESTUDIOS

Deben comprender las características particulares de cada región amenazada. Con este fin, deben llevarse a cabo los siguientes estudios e investigaciones:

- ✓ Estudio de los factores socioeconómicos Las regiones costeras se encuentran entre las más importantes en términos de producción y distribución de bienes, viviendas y **actividades recreativas**. Sus diferentes finalidades conducen a un desarrollo y usos sumamente variados. Como ilustra la información de la Tabla “Uso de la zona costera y puntos a verificar en caso de tsunami”, los daños causados por un tsunami en cuanto a su tipo y escala dependen en gran medida de las características particulares de cada región costera, así como de su configuración, uso y desarrollo urbano. El estudio de los factores socioeconómicos debe incluir la variación de la configuración costera e incorporar los tipos de usos deseados del suelo, tanto actuales como futuros, las concentraciones de población e industrias, así como el porcentaje de ancianos en dicha población. El estudio también debe contemplar las actitudes y la conciencia del público respecto de la

preparación para casos de tsunami, el cumplimiento de los planes en marcha y las tareas y medidas que deben adoptarse.

Tabla 144: Uso de la zona costera y puntos a verificar en caso de tsunami

USO DE LA ZONA COSTERA	PUNTOS IMPORTANTES PARA UNA LISTA DE CONTROL
Puertos y aeropuertos, vías férreas y caminos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La concentración de personas y bienes incrementa el riesgo ✓ La paralización de la red de transporte produce un enorme efecto socioeconómico ✓ El número de pasajeros y visitantes aumenta el riesgo de víctimas humanas ✓ Área de evacuación para embarcaciones mayores y buques tanque
Puertos pesqueros y pesquerías	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alto peligro de colapso e incendio de viviendas y edificaciones de madera ✓ Impacto negativo sobre pescadores a pequeña escala ✓ Escasez de sitios seguros de evacuación (plataformas elevadas, etc.) ✓ Escasez de áreas de evacuación para embarcaciones y equipos de pesca ✓ Peligro de bloqueo en el puerto y obstáculos en las rutas de navegación debido a los desechos de ✓ pesquerías, equipos de pesca y redes
Manufacturas y depósitos de energía en la zona costera	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mayor peligro de daños secundarios debido a maderas flotantes ✓ Mayor peligro de incendio en las áreas industriales tierra adentro ✓ Posible contaminación del medio ambiente debido al derrame de sustancias químicas peligrosas
Áreas desarrolladas (por ejemplo, edificios de oficinas comerciales y zonas residenciales)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las áreas densamente pobladas aumentan el riesgo de un mayor número de víctimas ✓ Los caminos sumamente angostos que caracterizan a las áreas con concentración de viviendas o construcciones a menudo generan dificultades en caso de evacuación ✓ Enorme impacto socioeconómico durante el período subsiguiente ✓ Potencial alteración del sistema de abastecimiento de agua y las redes de desagüe tierra adentro debido al run-up del tsunami ✓ La concentración de hospitales y centros de salud dificulta la evacuación particularmente de personas débiles/ vulnerables
Parques, establecimientos turísticos y recreativos de la costa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La población turista aumenta el riesgo de víctimas ✓ Falta de conocimiento de las áreas designadas para la evacuación ✓ Áreas de evacuación insuficientes
Agricultura, silvicultura y acuicultura en áreas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mayor peligro para la agricultura y acuicultura ✓ Daños socioeconómicos significativos

costeras	✓ Mitigación de daños por medio de cinturones forestales
Depósitos de residuos bajo tierra	✓ Potencial contaminación ambiental
Franjas costeras sin desarrollar	✓ La pesca deportiva aumenta el riesgo de víctimas

FUENTE: PREPARACION PARA CASOS DE TSUNAMI, GUÍA INFORMATIVA PARA LOS PLANIFICADORES ESPECIALIZADOS EN MEDIDAS DE CONTINGENCIA ANTE CATÁSTROFES.

- ✓ Investigación sobre los efectos de la topografía Los factores topográficos, tales como la configuración costera (la línea de costa y la topografía del interior), así como la topografía del lecho marino, tienen gran incidencia en los daños causados por un tsunami. Dichos factores se enumeran en la Tabla “Efectos potenciales de la topografía”. Por ejemplo, si una bahía tiene forma de V, la concentración de la energía del tsunami tiende a amplificarse y el nivel de agua en toda la bahía tiende a ser más alto. En el punto más saliente del cabo y en las tierras interiores, el efecto de la topografía y la difracción producida por el cabo tienden a concentrar y magnificar la onda (incrementando la fuerza del tsunami debido a un efecto concentrado). A medida que el tsunami se acerca a las aguas someras, su nivel de agua tiende a aumentar (incrementando la fuerza del tsunami debido a un efecto de las aguas someras). Cuando el período natural de una bahía y la periodicidad del tsunami se aproximan, se produce resonancia en la superficie del agua y, en consecuencia, aumenta el nivel de agua en la bahía (incrementando la fuerza del tsunami debido al efecto de resonancia). Una vez que el tsunami ha abierto una brecha en las defensas naturales o las construidas por el hombre, el área de inundación aumentará en las tierras bajas y llanas, que se encuentran detrás de la línea de costa. Así, aun los acantilados de fácil acceso y las zonas altas, que normalmente servirían como sitios útiles de evacuación durante una emergencia de tsunami, pueden ser difíciles de alcanzar si el terreno llano o las colinas bajas se encuentran inmediatamente detrás de la línea costera. Por consiguiente, las rutas de escape no deben seguir un camino paralelo a la costa.

Tabla 145: Efectos potenciales de la topografía

TOPOGRAFÍA	EFFECTOS POTENCIALES
Bahía en forma de V	La concentración de la energía del tsunami aumenta el nivel de agua en toda la bahía.
Extremo del cabo	Amplificación de la fuerza del tsunami debido a efectos resultantes de la topografía del lecho marino y la difracción producida por el cabo.
Interior de la bahía	Amplificación de la fuerza del tsunami debido a los efectos de resonancia: una bahía relativamente corta amplifica un tsunami local; una bahía larga amplifica un tsunami distante.
Costa con rías	Algunos de los efectos antes mencionados afectan una costa con rías.
Islas	Las ondas afectan el perímetro de la isla: el choque de las ondas que se desplazan en el sentido de las agujas de un reloj y en sentido contrario elevan el nivel del agua. Aunque la parte posterior de la isla no se encuentre frente a la fuente de la onda, esta situación aumenta mucho más el nivel del agua.
Plataforma continental poco profunda	La altura del agua del tsunami es proporcionalmente inversa a la raíz cuarta de la profundidad del agua. Dicha profundidad también afecta la velocidad de propagación: cuanto más somera es el agua, más lenta es la velocidad. Posible concentración y

	amplificación del tsunami hacia las aguas someras.
Banco de arena distante	En bancos de arena distantes y extensos, una sola onda del tsunami se divide en múltiples ondas
Topografía tierra adentro	Si la topografía tierra adentro es llana, las áreas de evacuación resultan escasas: recurrir a acantilados o terrenos altos dependiendo de la calidad de los caminos de acceso.
Caminos costeros	Si los caminos a lo largo de la costa son suficientemente altos, pueden convertirse en verdaderos diques.
Ríos y canales de agua	Alto riesgo de ingreso del run-up del tsunami por la desembocadura de los ríos o los canales que dan al océano.

FUENTE: PREPARACION PARA CASOS DE TSUNAMI, GUÍA INFORMATIVA PARA LOS PLANIFICADORES ESPECIALIZADOS EN MEDIDAS DE CONTINGENCIA ANTE CATÁSTROFES.

PASO DOS: DISEÑO DE UN TSUNAMI HIPOTÉTICO

PROYECCIÓN DE UN TSUNAMI HIPOTÉTICO

Un tsunami hipotético puede diseñarse empleando dos fuentes principales de información: a. Datos del mayor tsunami ocurrido (según las relativamente precisas marcas de agua o pruebas geológicas).

Es necesario calcular los niveles de agua más altos, pero esto es insuficiente si no se los complementa con un tiempo estimado de llegada del tsunami (determinado por la distancia entre la fuente de la onda y la línea costera en cuestión) y con un tiempo de evacuación para las personas y barcos

b. Datos sísmicos (o de terremotos) recientes que se relacionen con la posible generación de tsunamis a lo largo de costas específicas. Cabe señalar que el terremoto más grande no necesariamente da lugar al tsunami más grande. Incluso un terremoto de magnitud relativamente pequeña puede provocar un tsunami. Por tanto, para diseñar un tsunami hipotético se emplean evaluaciones del epicentro, la escala, la profundidad y ubicación de un terremoto, la dirección de la energía y el desplazamiento de la falla.

Observación especial sobre los tsunamis distantes Los tsunamis distantes, causados por terremotos submarinos alejados de la costa, pueden tardar varias horas en llegar a la misma. No es común que este tipo de tsunami registre olas altas. Esta falta de datos hace que sea muy difícil proyectar un tsunami hipotético en función del análisis estadístico de un tsunami distante. Sin embargo, entre los tsunamis observados, se considera que el terremoto y tsunami de Lisboa de 1755 en el Atlántico nororiental, el Gran Terremoto de Chile de 1960 en el Océano Pacífico y el Gran Tsunami de Sumatra de 2004 en el Océano Índico proveen bases sólidas para diseñar un tsunami hipotético.

PASO TRES: EVALUACIÓN DE LOS DAÑOS CAUSADOS POR TSUNAMIS

Para proteger a las personas y a la propiedad contra el daño causado por un tsunami hipotético, primero debe calcularse el tipo y la escala de los daños esperados.

Dicho cálculo se deriva de las evaluaciones de los daños causados por tsunamis anteriores, junto con el uso actual de las tierras, la población y la aglomeración de edificaciones e industrias de la comunidad en riesgo. Luego estos factores se comparan con los valores de la inundación causada por un tsunami hipotético (calculados a partir del análisis numérico de la altura aproximada del agua) y las estructuras existentes que protegen la costa. Los resultados obtenidos pueden indicar realmente la magnitud del peligro.

No obstante, seguirá habiendo bastante incertidumbre respecto de los daños secundarios causados por los tsunamis, tales como los escombros flotantes, los incendios y los daños provocados por sustancias químicas. Con esto en mente, el cálculo en sí mismo debe emplearse sólo como un bosquejo de todos los peligros potenciales.

ELEMENTOS QUE DEBEN UTILIZARSE PARA PREVER LAS ZONAS OBJETIVO

Para evaluar los daños que podría causar un tsunami hipotético, los estudios que detallan las características de la zona objetivo deben llevarse a cabo de conformidad con la Tabla “Elementos y pautas de evaluación”

Tabla 146: Elementos y pautas de evaluación

CONTENIDOS	ELEMENTOS	PAUTAS
Evacuación segura y sin inconvenientes de residentes y visitantes (turistas, personas en la playa, pescadores, etc.)	Evaluación de la seguridad de los sitios y rutas de evacuación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distribución y fluctuaciones temporales de las áreas de inundación 2. Existencia de sitios seguros de evacuación <ol style="list-style-type: none"> a. Designación y capacidad de los sitios y rutas de evacuación b. Existencia de áreas seguras por elevación y topografía 3. Número de residentes 4. Áreas turísticas: fluctuaciones por temporada y momento del día 5. Ubicación de caminos elevados, puentes, túneles y otros puntos peligrosos durante emergencias
	Comparación entre el momento de llegada del tsunami y el tiempo necesario para evacuar (desde las viviendas hasta los sitios de evacuación)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Momento de inicio de la evacuación de residentes 2. Aspectos organizativos de la evacuación (papel y funciones del departamento de policía/ bomberos, guardia costera) 3. Antecedentes previos de desastres en la comunidad, difusión de educación sobre seguridad. 4. Infraestructura de evacuación <ol style="list-style-type: none"> a. Altoparlantes exteriores para emitir alertas de tsunami b. Colocación de carteles que indiquen las áreas y rutas de evacuación, visibilidad nocturna c. Distancia desde las viviendas hasta los sitios de evacuación 5. Topografía y condiciones actuales de los caminos <ol style="list-style-type: none"> a. Chequeo de las escaleras de emergencia b. Velocidad de caminata de los residentes durante la evacuación 6. Cantidad de personas ancianas y con

		<p>discapacidad</p> <p>7. Capacidad de tránsito para peatones y vehículos de las rutas de evacuación</p>
Protección de viviendas y propiedades públicas	Evaluación de la inundación	<p>1. Distribución de niveles de agua y fluctuaciones temporales</p> <p>2. Defensa contra tsunamis mediante estructuras de protección en la costa</p> <p style="padding-left: 20px;">a. Tipo de construcción, altura de las construcciones, longitud, etc.</p> <p style="padding-left: 20px;">b. Planes de construcción futura</p> <p>3. Condiciones marinas (pleamar promedio, vientos invernales, etc.)</p> <p>4. Altitud con respecto al Nivel Medio del Mar (MSL)</p>
	Probabilidad de daños físicos	<p>1. Áreas de inundación y fluctuaciones temporales</p> <p>2. Agrupamiento de establecimientos según tipo y función</p> <p style="padding-left: 20px;">a. Distribución de edificaciones y uso actual de las tierras a lo largo de la costa y el área litoral</p> <p style="padding-left: 20px;">b. Depósitos de petróleo, maderas, etc. en los puertos</p>

FUENTE: PREPARACION PARA CASOS DE TSUNAMI, GUÍA INFORMATIVA PARA LOS PLANIFICADORES ESPECIALIZADOS EN MEDIDAS DE CONTINGENCIA ANTE CATÁSTROFES.

VIABILIDAD DE LA EVACUACIÓN

El sistema de alerta y evacuación en caso de catástrofe es el elemento más importante para garantizar la seguridad de los habitantes. En el plan de evacuación, el tiempo de llegada del tsunami hipotético sólo da poco tiempo para que las personas se trasladen de manera segura a las zonas de refugio. Por consiguiente, los sitios y rutas de evacuación deben seleccionarse con mucho cuidado.

Puede que la primera onda no produzca necesariamente la inundación (run-up) más alta. Los planes de seguridad deben contemplar una serie de ondas.

- a. Determinación de los sitios de evacuación y las zonas de seguridad Debe examinarse la disponibilidad de zonas de seguridad que puedan emplearse como sitios de evacuación a los cuales se pueda llegar caminando. Las zonas de seguridad potenciales son colinas con una altura superior a diez metros o terrenos abiertos fuera del área de inundación. Estas zonas deben estar libres de la amenaza de incendios. Debe estudiarse la posibilidad de utilizar edificios altos para realizar una evacuación vertical en las áreas que no cuenten con terrenos seguros.
- b. Cálculo del tiempo de evacuación. El tiempo de evacuación se calcula utilizando la distancia hasta la zona de seguridad y la velocidad a la que se desplazan los evacuados.
 - ✓ Debe designarse un camino que reúna estas condiciones necesarias y represente la ruta más corta posible. Cuando una zona de seguridad limita con un río o colinas, puede que sea necesario desviarse bastante. En el recorrido deben eliminarse los puntos peligrosos o estrechos que puedan obstaculizar la evacuación.

- ✓ El tiempo requerido para la evacuación se establece a una velocidad de caminata humana. Por cuestiones de seguridad, esta velocidad debe ajustarse al paso de los ancianos o las personas con discapacidad en aquellas zonas donde viven muchos residentes con estas características.

COMPARACIÓN DEL TIEMPO DE LLEGADA DEL TSUNAMI

La viabilidad de la evacuación se evalúa comparando el tiempo estimado de llegada de un tsunami con el tiempo necesario para escapar hacia las zonas de seguridad a partir del inicio de la evacuación. Debe establecerse el tiempo de inicio de la evacuación en función del sistema de alerta y el plan de evacuación de la zona objetivo.

PASO CUATRO: TAREAS DE PREPARACIÓN

Una vez que se hayan llevado a cabo el estudio básico, la investigación y el cálculo de los daños potenciales, podrá evaluarse la vulnerabilidad de la zona objetivo. En la Tabla “Elementos para definir tareas a realizar” se explican dos medidas de protección que deben evaluarse, a saber:

1. el planeamiento urbano en función de la preparación para casos de tsunami; y
2. el sistema de organización para hacer frente a emergencias.

En función de las debilidades observadas en estas dos medidas, los planificadores podrán determinar y evaluar las áreas problemáticas que requieran atención

PASO CINCO: ESTABLECIMIENTO DE UN PLAN DE MITIGACIÓN DE RIESGOS VINCULADOS A LOS TSUNAMIS

Para las autoridades locales la implementación de un plan de preparación para casos de tsunami constituye sólo una parte del plan global de mitigación de peligros.

Los planificadores serán los encargados de determinar el contenido, la organización, el método, el cronograma y la financiación necesaria.

Sin embargo, el plan más efectivo se basará directamente en las condiciones socioeconómicas locales e incluirá los dos elementos principales de la preparación desarrolladas en el Paso Cuatro, teniendo en cuenta los problemas y tareas que allí se describen. Deben incluirse también las limitaciones económicas, la efectividad de las medidas de preparación y el impacto que tienen en la vida cotidiana de la comunidad.

De este modo, puede adoptarse un plan integral de preparación en función de las medidas consideradas prioritarias según su urgencia, importancia y viabilidad.

SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y ALARMA

A. Vigilancia de los tsunamis Para comprender mejor los efectos que tienen los diferentes rasgos costeros sobre los tsunamis y optimizar la preparación, una de las máximas prioridades debe ser la de crear y/o mejorar un sistema de vigilancia de tsunamis.

El Centro Nacional de Alerta contra Tsunamis intentará reforzar la vigilancia de los tsunamis. Sin embargo, la intensidad de un tsunami puede ser mayor que la anunciada en algunas zonas debido a las condiciones locales. Además, las redes de vigilancia tienen diferentes configuraciones dependiendo de la distancia que separa la zona en peligro de la fuente tsunamigénica.

En todos los casos, los componentes básicos de una unidad de vigilancia de tsunamis son los siguientes:

- ✓ Vigilancia sísmica.
- ✓ Vigilancia del nivel del mar.
- ✓ Actualización de las redes de comunicación redundantes

B. Sistema de alerta. El sistema de alerta de tsunamis debe ser rápido y preciso. Deben abordarse los siguientes aspectos:

- ✓ ¿Puede la alerta llegar a todas las viviendas o existen zonas donde la comunicación es difícil?
- ✓ ¿Existen zonas donde no llega la señal de radio y televisión?
- ✓ ¿Existen zonas que no tengan líneas telefónicas fijas o cobertura de telefonía móvil?
- ✓ ¿Hay residentes indiferentes a la amenaza de un tsunami? ¿Tienden a pasar por alto las alertas de tsunami?
- ✓ ¿Es posible avisar a los buques pesqueros en el mar?

Estos interrogantes deben aclararse a nivel local. En cuanto a los sistemas de alerta de tsunamis, la ampliación de redes entre la fuente emisora y las fuentes de las redes de comunicaciones inalámbricas locales y móviles ha reforzado el sistema inalámbrico de alerta global. Las redes pueden mejorarse aún más mediante la instalación de sistemas de comunicación inalámbricos entre las partes integrantes de la vida comunitaria, como la municipalidad, las escuelas y los hospitales.

C. Desarrollo y optimización del sistema de alerta. Para reducir lo más posible el número de víctimas fatales, es esencial contar con un sistema de alerta preciso y rápido.

Hay que reforzar el sistema destinado a emitir avisos y alertas. Los sistemas redundantes de comunicaciones de emergencia deben fortalecerse no sólo mediante el sistema de conexión fija, sino también mediante las combinaciones apropiadas de tecnologías, como las comunicaciones móviles y satelitales

EVACUACIÓN

Las autoridades locales deben contar con un sistema para llevar a cabo una evacuación rápida y segura cuando se emite una instrucción de evacuación.

Cuando ocurra una catástrofe o se dé una alerta que exija la evacuación, las autoridades darán la orden de efectuarla. Sin embargo, en las zonas sin antecedentes de tsunamis, e incluso en las zonas que han sido afectadas en el pasado, la indiferencia del público y el paso del tiempo desde que ocurriera el último tsunami pueden afectar negativamente la predisposición de los residentes a ser evacuados o la velocidad con la que lo hacen. Para contrarrestar esto, la promoción de la conciencia pública y la práctica de simulacros de emergencia para tsunamis son clave para desarrollar un sistema de evacuación rápido y seguro.

Cuando se siente un terremoto, no hace falta que los residentes esperen a que se emita una alerta. Ya deben comprender que es necesaria la evacuación. Dicho conocimiento sólo puede impartirse mediante programas educativos que enseñen a las comunidades a abandonar la costa, dirigirse a una zona segura y hacer zarpas inmediatamente las embarcaciones que se encuentran en el puerto. Este simple mensaje constituye la base de la toma de conciencia sobre tsunamis y debe enfatizarse mediante programas educativos.

¿Qué hacer en caso de tsunami? (público en general)

- ✓ Si percibe fuertes temblores de tierra o si los temblores son débiles y/o lentos y continúan por un largo período de tiempo, abandone la costa inmediatamente y diríjase a una zona segura.
- ✓ Si se emite una alerta pero usted no ha percibido un terremoto, abandone la costa inmediatamente y diríjase a una zona segura.
- ✓ Esté atento a las informaciones que difunden la radio y la televisión.
- ✓ Si se ha dado un aviso de tsunami, es peligroso continuar nadando o pescando.
- ✓ Las olas de los tsunamis azotan reiteradamente. No se mueva del lugar donde está seguro hasta que haya cesado la alerta.

A. Rutas de evacuación

Durante un tsunami una evacuación rápida y segura salva vidas. Al planificar las rutas desde las zonas residenciales, debe tenerse en cuenta la vida cotidiana de la población para garantizar que la evacuación se lleve a cabo sin complicaciones.

La ruta más directa y corta al sitio de evacuación temporal debe ser la máxima prioridad. Cuando la topografía no es apropiada para dicha ruta, debe preverse un convenio para emplear las propiedades públicas como refugios en caso de emergencia, así como la instalación de escaleras de emergencia en ciertas edificaciones. Deben plantearse los siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Es apropiada la ruta seleccionada?
- ✓ ¿El camino es lo suficientemente ancho?
- ✓ ¿Hay suficientes carteles que indiquen la ruta de evacuación?
- ✓ ¿Se instalaron luces? La iluminación y los carteles claramente señalados son particularmente importantes durante una evacuación nocturna. Los generadores de emergencia para iluminar las calles son útiles durante un corte de energía causado por un terremoto.
- ✓ ¿Está el público suficientemente al tanto de las rutas de evacuación?

B. Zonas de evacuación

Las zonas de evacuación (“lugares de asamblea”) deben designarse como parte de los planes locales para mitigar los riesgos vinculados a los tsunamis.

La selección de una zona segura debe realizarse por su topografía y altura y fuera del área estimada de inundación. El sitio de evacuación debe poseer una capacidad suficiente tanto para la distribución como para la cantidad de viviendas evacuadas, ser accesible desde las rutas de escape y tener un sistema de orientación para los evacuados. A menudo los sitios de evacuación empleados cuentan con escuelas, salones comunitarios, templos o santuarios, jardines de infantes y parques. Es preciso verificar que los sitios designados sean seguros y que resistan terremotos :

- Sitios de evacuación temporales Un sitio de evacuación temporal es un punto de reunión para los evacuados, en el que se deben evaluar las circunstancias antes de movilizar a los evacuados hacia un sitio de evacuación más amplio. Ofrece protección a los evacuados, se emplea con el fin de formar grupos para continuar la evacuación y constituye un centro para la actividad de los voluntarios. Normalmente se ubica en parques, áreas verdes, patios de escuelas o espacios comunes de los edificios de departamentos.
- Sitios de evacuación más amplios Los sitios de evacuación más amplios son los parques o extensiones de tierra suficientemente grandes para proteger a los evacuados de las zonas aledañas durante un terremoto, incendio o tsunami de gran intensidad.
- Sitios de evacuación. Los sitios de evacuación (refugios) albergan y protegen temporalmente a los evacuados después de que sus viviendas hayan sido destruidas o amenazadas por un terremoto o incendio. Comúnmente se emplean las escuelas y salones comunitarios.

Dependiendo de la topografía y las circunstancias locales, los residentes y las empresas privadas deben ponerse de acuerdo acerca del uso de los edificios altos y estructuras similares durante una emergencia. En los barrios comerciales, donde la población es mucho mayor de día que durante la noche, deben establecerse sitios de evacuación para los no residentes. Lo mismo rige para las zonas turísticas y recreativas.

En los centros de la ciudad y distritos de viviendas más antiguos, los residentes suelen estar al tanto de las áreas de evacuación, mientras que los residentes de barrios más nuevos tienden a saber menos. Por tanto, las autoridades locales deben elegir ubicaciones apropiadas y señalarlas

con claridad. Hay que prever y almacenar alimentos, frazadas y otros suministros, y construir depósitos para almacenar otros suministros de emergencia.

C. Atención a las personas vulnerables

Durante una evacuación, los residentes vulnerables, como los niños, los ancianos y las personas enfermas o con dificultades físicas tienen necesidades especiales y requieren un cuidado diferente del resto de la población.

A lo largo de las costas, las escuelas y los jardines de infantes a menudo están construidos en terrenos altos. Sin embargo, algunas escuelas, clínicas y hospitales se encuentran dentro de las áreas de inundación de tsunamis anteriores y deben tomarse medidas para reubicarlos en zonas más altas y seguras. Es necesario verificar que las personas que frecuentan dichos establecimientos ubicados en zonas de alto riesgo (por ejemplo, el personal médico, los pacientes, los maestros

11.5.6.1 Atención al turista

La Atención al Turista, se manifiesta en la información que se ofrece a través de panfletos que contienen información precisa, la cual es necesaria para la seguridad física, patrimonial, psicológica y de salud de los vacacionistas y visitantes, Números telefónicos de emergencia, lugares en que se ubican los Centros Amigos del Turista. CATs, recomendaciones para conductores de automóviles, sugerencias para evitar situaciones de riesgo, etc. Estos panfletos deben poseer imágenes del tipo de señalización que posee cada sitio turístico haciendo énfasis en los restrictivos y explicando que significa cada uno de ellos, de igual manera deben mostrar los puntos de encuentro que han sido designados en las playas para afrontar cualquier tipo de emergencia, también deben de poseer una descripción de los principales puntos a tomar en cuenta ante tales emergencias. Estos panfletos serán entregada a los turistas en el momento de arribar al lugar turístico y se les explicara brevemente la importancia de la información que se les está brindando y si poseen alguna pregunta al respecto.

Un aliado importante del Sistema es la **Defensoría del Consumidor**, que vigila el cumplimiento de las normas de calidad y precio de los productos y servicios adquiridos por los turistas.

11.5.7 Requerimiento de recursos

Para el programa de primeros auxilios se definirá el número de recurso humano que asistirá a los programas de capacitación 1 y 2, tomándose en cuenta todos los establecimientos que forman parte de las asociaciones (Como mínimo debe haber un representante de cada establecimiento), también se a considerado la cantidad de recurso didáctico para desarrollar las capacitaciones.

Tabla 147 : Número de recurso humano a Capacitar por playa y recurso didáctico por persona

Recurso	Playa	cantidad	total
Recurso humano	El Obispo	17	118
	San Blas	11	
	El Majahual	47	
	El Sunzal	18	
	El Palmarcito	10	
	El Zonte	15	
Folder		1	125
Hojas de papel bond		5	590
Lápiz		1	125

Lapicero	1	125
Refrigerio	1	125

Fuente: Elaboración Propia

Para desarrollar las capacitaciones se establecerán grupo de capacitación con un máximo de 30 personas, aquellas playas que cuente con un número menos a 20 personas se integraran a otras playas con un número similar para poder establecer los grupos a capacitar.

La planificación de los grupos por playas y el lugar donde se llevaran a cabo la capacitación será la misma descrita en el sub plan de diseño y mejora del producto turístico, al igual que se hará uso de los mismos recursos descritos anteriormente en dicho sub plan.

Para el primer programa de capacitación cada grupo recibirá máximo 3 horas diarias de capacitación por un periodo de 9 días con un día de descanso, la programación para cada uno de ellos se muestra a continuación:

Tabla 148: programa de capacitación 1 para primeros auxilios

Grupo Nº	HORARIO	SEMANA				
		1	2	3	4	5
1	8:00 am- 12:00pm	■	■	■		
2	8:00 am- 12:00pm		■	■	■	
3	8:00 am- 12:00pm				■	■
4	1:00pm – 5:00pm	■	■	■		
5	1:00pm – 5:00pm		■	■	■	

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Para el segundo programa de capacitación cada grupo recibirá máximo 4 horas diarias de capacitación por un periodo de 3 días, la programación para cada uno de ellos se muestra a continuación:

Tabla 149: programa de capacitación 2 para primeros auxilios

Grupo Nº	HORARIO	SEMANA 1	SEMANA 2
1	8:00 am- 12:00pm	■	
2	8:00 am- 12:00pm		■
3	8:00 am- 12:00pm		■
4	1:00pm – 5:00pm	■	
5	1:00pm – 5:00pm		■

FUENTE: ELABORACION PROPIA

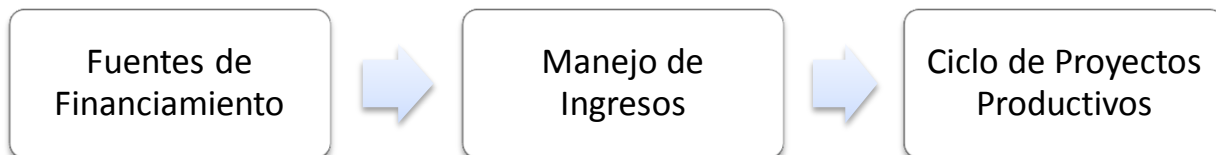
11.6 SUB PLAN FINANCIAMIENTO

11.6.1 INTRODUCCION

Una vez identificado y establecido todos los requerimientos necesarios para echar andar las iniciativas turísticas, es de suma importancia determinar cómo se financiará y cuáles serían los pasos para que se logre dicho financiamiento.

11.6.2 METODOLOGÍA

ESQUEMA 13: Metodología para el financiamiento de fondos



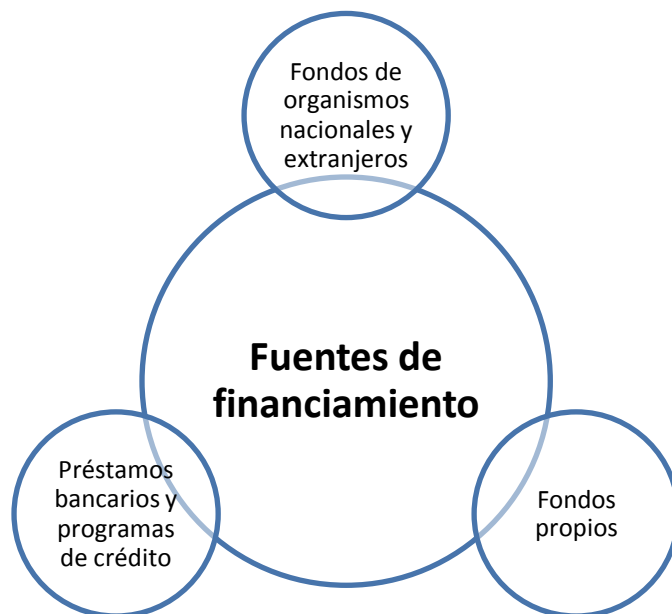
FUENTE: Elaboración propia

11.6.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Es necesario establecer un parámetro que restrinja en la selección de las fuentes de financiamiento, ya que existen muchas opciones, las cuales, tienen en algunos casos, más beneficios unos que otros.

El Ministerio de Economía (MINEC), a través del Fondo de Desarrollo Territorial será el encargado de respaldar el proceso de financiamiento y seguimiento de objetivos. Las fuentes de financiamiento para una institución pública pueden darse de la siguiente manera:

ESQUEMA 14: Tipo de Fuentes de Financiamiento



FUENTE: Elaboración propia

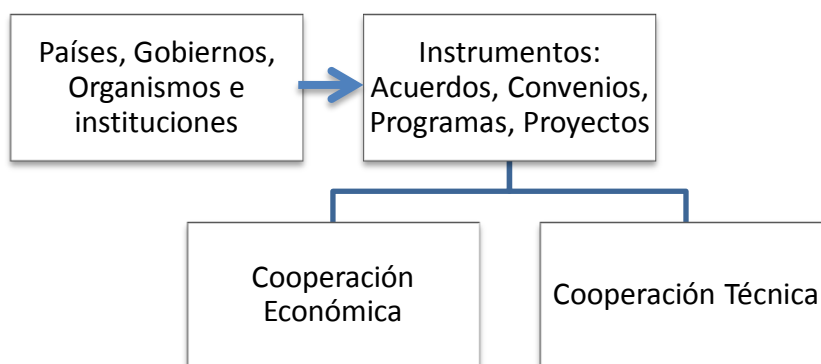
11.6.3.1 CLASES DE COOPERACIÓN

La cooperación internacional es la relación que se establece entre dos o más países, regiones u organismos, a fin de conjugar esfuerzos que contribuyan a los objetivos de desarrollo económico y social.

En el siguiente esquema se da a conocer de manera general el proceso de cooperación internacional, tomando como base la información disponible en el Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador.

COOPERACION INERNACIONAL

ESQUEMA 15: Tipos de Cooperación Internacional



FUENTE: Elaboración propia

COOPERACIÓN BILATERAL

La cual proviene de un solo país, se refiere a las fuentes de cooperación establecidas en el marco de convenios celebrados entre el Gobierno de El Salvador y el país en cuestión. Las organizaciones que se encuentran más relacionadas con el desarrollo de proyectos son:

- Agencia española de Cooperación Internacional (AECID).
- Cooperación Internacional del Japón (JICA).
- Gobierno de la República China (Taiwán).

A continuación se muestran las principales líneas de acción de los organismos nombrados anteriormente:

Tabla 150: Organismo de Cooperación Bilateral

ORGANISMO	LINEA DE ACCION	TIPO DE COOPERACIÓN
AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL (AECID)	La AECID es responsable del diseño, la ejecución y la gestión de los proyectos y programas de cooperación para el desarrollo, ya sea directamente, con sus propios recursos, o bien mediante la colaboración con otras entidades nacionales e internacionales y organizaciones no gubernamentales	a) Créditos FAD (Fondo de Ayuda al Desarrollo) b) Microcréditos c) Reducción y Condonación de deuda externa d) Apoyo presupuestario e) Fondos Globales
COOPERACIÓN	La Agencia de Cooperación Internacional	Financiamiento

INTERNACIONAL DEL JAPÓN (JICA)	del Japón (JICA) es el puente que une a Japón con los países en vías de desarrollo, compartiendo sus conocimientos y experiencias, con el objetivo que los países receptores de sus esfuerzos de cooperación fortalezcan su capacidad para resolver sus problemas, construyendo así un mundo más pacífico y próspero para todos.	La cooperación financiera reembolsable apoya a los países en desarrollo mediante el otorgamiento de préstamos con montos altos que gozan de período de gracia y plazos de pago más largos con bajos intereses, para la realización de grandes proyectos de beneficio público, como obras de infraestructura vial, abastecimiento de agua y sistemas
CORPORACIÓN RETO DEL MILENIO	FOMILENIO II, tiene como objetivo principal el desarrollo de la zona costera marítima del país; tomando en cuenta que ya existe la infraestructura necesaria para lograrlo: los puertos, el Aeropuerto de El Salvador	Supone una donación de \$277 millones de la MCC y \$41 de contrapartida del Gobierno.

Fuente: Elaboración Propia

11.6.3.2 SELECCIÓN DE LA FUENTE DE FINANCIAMIENTO

Dentro de las posibles fuentes de financiamiento, se ha seleccionado a FOMILENIO, debido a que actualmente se trabaja con dichos fondos para proyectos de turismo y desarrollo. Por ser una institución gubernamental se trabaja actualmente con una cuenta de Fondos del Milenio y el aporte del beneficiario es bajo (oscila entre un 10 y 20%).

En caso de rechazo del proyecto este se puede reevaluar bajo observaciones dadas en el proceso de selección. Actualmente, dicha institución sería la indicada para el financiamiento, y actualmente ya se encuentran recursos disponibles para dicho proyecto

MANEJO DE INGRESOS

FOMILENIO es la entidad autónoma creada por el Gobierno de El Salvador que tiene la responsabilidad de velar por el cumplimiento de los objetivos antes mencionados, así como de administrar eficientemente los recursos y cumplir con todas las obligaciones y responsabilidades que le han sido asignadas al Gobierno de El Salvador en el marco de dicho convenio.

Para la ejecución de los servicios de consultoría, FOMILENIO contrató a la empresa CHEMONICS, la cual está a cargo de la provisión de servicios de capacitación, asistencia técnica y apoyo a la producción.

INGRESOS TOTALES DEL ESTADO

Los ingresos dirigidos a los proyectos desarrollados en El Salvador a través del FOMILENIO se rigen a través del Sistema Contable del SAFI. A continuación se muestran los tipos de ingresos:

- Ingresos corrientes
- Ingresos de Capital
- Financiamiento

☀ Ingresos por contribuciones especiales

Para el presente caso, el tipo de ingreso es a través de financiamiento.

Los proyectos que se aprueben deberán diferenciar claramente el aporte de FOMILENIO y el flujo de sus recursos, de manera independiente de cualquier otra fuente financiera y/o donante, así como los aportes de los beneficiarios y de los PST. Los recursos que provengan de FOMILENIO deberán ser objeto de una contabilidad diferenciada y ser manejados en cuentas separadas de otras cuentas de dicho proyecto. En todo momento deberá existir una clara diferenciación de los recursos provenientes de FOMILENIO.

CARTERA DE DEUDORES MONETARIOS Y ACREEDORES MONETARIOS

Las cuentas de los subgrupos DEUDORES MONETARIOS y ACREEDORES MONETARIOS, a nivel institucional, deberán desagregarse exclusivamente en subcuentas u otros niveles analíticos para identificar la cartera de deudores y acreedores correspondiente.

Tratándose de las carteras de los subgrupos DEUDORES MONETARIOS y ACREEDORES MONETARIOS, cuyas transacciones sean efectuadas con entidades del Sector Público, a las que se refiere el Art. Nº 2 de la Ley Orgánica de Administración Financiera del Estado, será obligatorio identificarlos individualmente a nivel de subcuenta con las siguientes codificaciones

Cartera de deudores monetarios y acreedores monetarios

- 935 Tesoro Público (DGT)
- 936 Consejo Salvadoreño de la Agroindustria Azucarera (CONSAA)
- 937 Corporación de Municipalidades de la República de El Salvador (COMURES)
- 938 Oficina de Planificación del Area Metropolitana de San Salvador(OPAMSS)
- 940 Ministerio de Turismo
- 941 Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CONADEI)
- 942 Defensoría del Consumidor
- 943 Superintendencia de Competencia
- 944 Tribunal de Ética Gubernamental
- 945 Ministerio de Justicia y Seguridad Pública
- 946 Fondo del Milenio (FOMILENIO)
- 947 Consejo Nacional de Energía
- 948 Instituto Salvadoreño de Bienestar Magisterial
- 950 Municipios del Departamento de San Salvador
- 951 Municipios del Departamento de Santa Ana
- 952 Municipios del Departamento de Ahuachapán
- 953 Municipios del Departamento de Sonsonate
- 954 Municipios del Departamento de Chalatenango
- 955 Municipios del Departamento de La Libertad
- 956 Municipios del Departamento de Cuscatlán

LINEA DE TRABAJO APLICABLE

Unidad de presupuesto: **Desarrollo de Actividades turísticas**

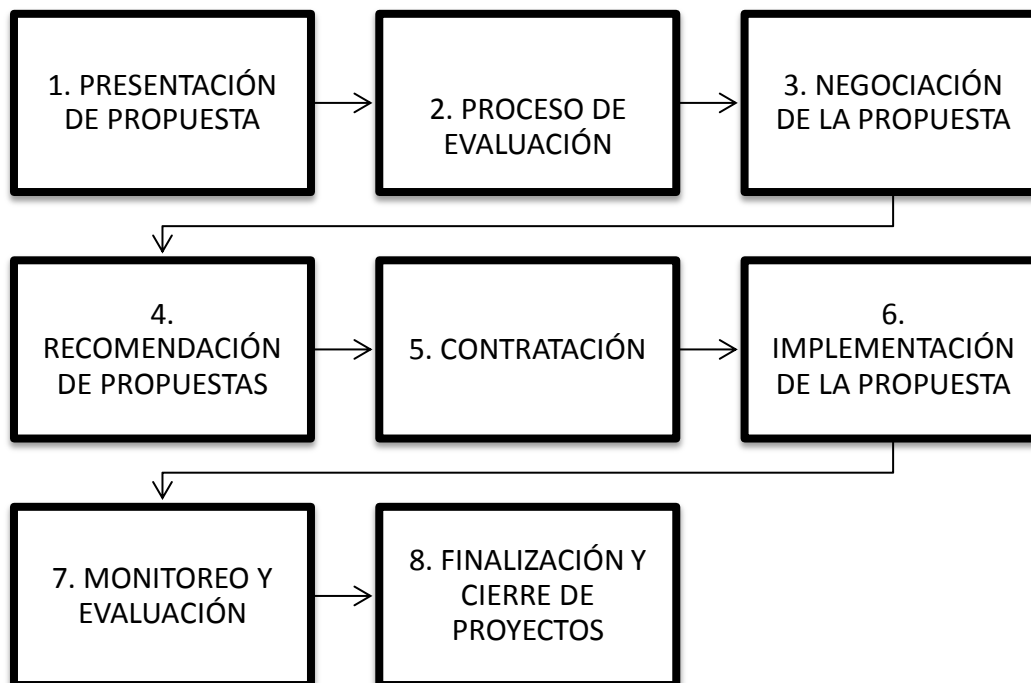
Línea de Acción: **Fomento y Desarrollo de Actividades Turísticas**

Objetivo: **Contribuir al desarrollo sostenible de las actividades Turísticas mediante el óptimo aprovechamiento de los recursos hidrobiológicos y el desarrollo de la Gestión Institucional, en apoyo a las acciones estratégicas del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible**

11.6.4 CICLO DE PROYECTOS

Partiendo desde la disponibilidad de los Fondos, las etapas del ciclo del proyecto a seguir son:

ESQUEMA 16: Ciclo de Proyectos Productivos



Fuente: Manual de procedimientos para la ejecución de Actividades Productivas FOMILENIO

1. PRESENTACIÓN DE PROPUESTA

Responsable: Beneficiarios

Tiempo: 1 día

Indistintamente de la modalidad de organización que se adopte, será el beneficiario quien presente de manera oficial su propuesta a Chemonics. Para el caso de las modalidades FOMILENIO de gestión asistida y compartida, la remisión de la propuesta deberá contar además con el respaldo técnico y legal del PST mediante carta notariada y/o convenio de cooperación.

Se establecerá un tiempo prudencial (que no excederá los 30 días calendario), entre la convocatoria pública y la fecha de presentación de propuestas, las cuales serán recibidas por Chemonics para someterlas a un proceso competitivo de selección y evaluación.

Posterior a ésta fecha, no podrán recibirse propuestas hasta que se efectúe el siguiente llamado a concurso. Chemonics levantará un acta indicando la cantidad y detalle de las propuestas recibidas, mismas que serán publicadas para el conocimiento general de los postulantes e involucrados.

Es importante señalar que únicamente se recibirán las propuestas de los beneficiarios que con anterioridad hayan presentado la solicitud, y que a su vez cuenten con el visto bueno por parte de Chemonics. En este sentido, se espera que las propuestas se constituyan en un documento técnico a través del cual se amplíe la información contenida en la solicitud SAP, por lo que cualquier

cambio en la idea original deberá ser notificado por escrito a Chemonics antes de presentar la propuesta, para que éste efectúe las consideraciones del caso y determine si las nuevas actividades son elegibles de financiamiento.

2. PROCESO DE EVALUACIÓN

Responsable: Chemonics

Tiempo: 5 días

Un elemento importante a mencionar durante el desarrollo de ésta etapa, es que Chemonics efectuará visitas de campo en las zonas de influencia indicadas en las propuestas seleccionadas, con el propósito de verificar y ampliar la información referente al problema planteado, al nivel de participación y grado de conocimiento de los beneficiarios, y al nivel de involucramiento y experiencia en la zona por parte del Proveedor de Servicios Técnicos (PST) que respalda la propuesta, entre otros aspectos.

Se efectuará también una presentación a cargo de los beneficiarios de las propuestas a fin de fomentar su participación y empoderamiento, la cual podrá contar con el acompañamiento técnico del Proveedor del Servicio Técnico seleccionado. Esta presentación tendrá entre otros propósitos informar a FOMILENIO y al equipo técnico de Chemonics sobre la iniciativa que se está impulsando, y cómo contribuirá desde el punto de vista productivo en el territorio, y particularmente en su calidad de vida.

3. NEGOCIACIÓN DE LA PROPUESTA

Responsable: Chemonics

Tiempo: 1 día

Chemonics podrá negociar la propuesta y sugerir ajustes según considere conveniente, sin que esto altere los aspectos sustantivos del proyecto. Estos ajustes no implicarán efectuar una nueva evaluación de la propuesta, pero son indispensables para que el proyecto cuente con la recomendación de Chemonics

4. RECOMENDACIÓN DE PROPUESTAS

Responsable: Chemonics

Tiempo: 4 días

Chemonics elaborará un informe de recomendación para la propuesta, el cual será presentado a FOMILENIO. Las propuestas serán aprobadas únicamente por FOMILENIO, en base a la FOMILENIO recomendación que realice Chemonics. Toda la información relativa al proceso de evaluación, selección y aprobación se comunicará a los concursantes.

5. CONTRATACIÓN

Responsable: FOMILENIO

Tiempo: 7 días

El Comité de Inversiones de FOMILENIO revisará la recomendación, y será ésta instancia la que determine si se aprueba o no, el financiamiento de los proyectos recomendados por parte de Chemonics. FOMILENIO elaborará un acta de resolución que servirá de base para los acuerdos de donación no reembolsables con los beneficiarios.

6. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Responsable: Beneficiarios, PST.

Tiempo: Hasta 2 años

El nivel de responsabilidad correspondiente a la implementación de la propuesta dependerá de la modalidad de organización por la que opten los beneficiarios. Bajo la modalidad de autogestión, es el beneficiario el encargado y único responsable de la óptima implementación de actividades, obtención de resultados, y el logro de los objetivos del proyecto. En gestión asistida el cumplimiento de estos elementos recae sobre el PST previamente seleccionado por los beneficiarios para desarrollar la etapa de implementación de propuestas. La gestión compartida ajusta el nivel de responsabilidad en la implementación entre los beneficiarios y el PST.

7. MONITOREO Y EVALUACIÓN

Responsable: Chemonics

El monitoreo y la evaluación de los proyectos que reciban recursos provenientes del Fondo de Iniciativas Productivas estará a cargo de Chemonics. Los proyectos serán monitoreados y evaluados periódicamente, a efecto de medir su desempeño (trimestral y anualmente). La evaluación tendrá en cuenta los siguientes parámetros:

- Cumplimiento de metas
- Administración de los fondos
- Sostenibilidad de la asociación de productores o empresarios.
- Transparencia en el manejo de los recursos

8. FINALIZACIÓN Y CIERRE DE PROYECTOS

Responsable: Chemonics

Al completarse un proyecto, Chemonics solicitará al beneficiario realizar un análisis de los servicios recibidos, así como de los resultados del proyecto y su satisfacción con los productos. El último desembolso que efectúe FOMILENIO, requiere una evaluación satisfactoria de estos elementos. Un proyecto se dará por finalizado cuando se cumplan las actividades establecidas en su contrato, y su Informe Final de Conclusión de Proyecto cuente con el visto bueno de Chemonics y la aprobación por parte de FOMILENIO.

Chemonics y el PST estará obligado a mantener y resguardar, por un tiempo no inferior a 4 años de la terminación del convenio, copia de la documentación relativa al proyecto, incluyendo: contratos, comprobantes, facturas o recibos de compras, informes del movimiento de la cuenta bancaria, aportes de los productores y todas las comunicaciones, solicitudes e informes.

11.6.4.1 ACTORES Y ROLES DENTRO DEL CICLO DE PROYECTOS

En términos generales, existen 4 actores que participan de forma directa dentro del Ciclo de Proyectos: FOMILENIO, Chemonics, Beneficiarios y Proveedores de Servicios Técnicos (PST). A continuación se resume las funciones de éstos actores tomando en consideración las diferentes etapas del Ciclo de Proyecto Productivo:

Tabla 151: Actores y sus roles de acuerdo a la etapa de proyecto productivo

ACTORES Y SUS ROLES DE ACUERDO A LA ETAPA DE PROYECTO PRODUCTIVO				
Etapa del ciclo de proyecto productivo	FOMILENIO	CHEMONICS	BENEFICIARIOS	PROVEEDORES DE SERVICIOS TECNICOS
Formulación de Propuesta			Formular o participar en la formulación o idea del proyecto	Formular la propuesta con la participación de los beneficiarios
Selección de propuesta		Recibir y revisar propuestas, así como formular recomendaciones a solicitantes Realizar visitas de verificación de campo.	Ajustar propuestas en base a recomendaciones de Chemonics. Realizar una breve presentación de la propuesta a representantes de Chemonics y FOMILENIO.	Ajustar propuestas en base a recomendaciones de Chemonics.
Aprobación de Propuesta	Aprobar o denegar propuestas			
Firma de contrato	Contratar a través de la gerencia		Firman o confirman contratos	Confirman contratos
Ejecución física y financiera del proyecto	Realizar desembolsos (Dirección financiera) Realizar los procesos de licitación y compras para complementario propuestas	Dar la orden de inicio para la ejecución de actividades. Reportar a FOMILENIO para que éste efectúe los desembolsos. Orientar el desempeño estratégico de la inversión.	Administrar o co-administrar fondos. Contratar servicios técnicos. Cofinanciar un proyecto (contrapartida) Ejecuta o co-ejecuta el proyecto. Reportar a Chemonics sobre la ejecución.	Proveer asistencia técnica, capacitación y asesoría legal Coadministrar fondos. Cofinanciar un proyecto (contrapartida) Co-ejecutar el proyecto. Reportar a Chemonics sobre la ejecución.
Monitoreo y evaluación		Monitorea y evalúa la ejecución, y emite reportes de seguimiento a FOMILENIO.		

Cierre de proyecto	Aprobar el informe final de conclusión del proyecto	Elaborar visto bueno a FOMILENIO sorbe el informe final de conclusión de proyecto	Realizar un análisis de los servicios recibidos, así como de los resultados de proyecto y su satisfacción con los productos. Elaborar informe final de conclusión de proyecto	Elaborar informe final de conclusión de proyecto
---------------------------	---	---	--	--

Fuente: Manual de procedimientos para la ejecución de Actividades Productivas FOMILENIO

11.6.5 PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS AL FONDO DE INICIATIVAS

Las propuestas se deben elaborar siguiendo las secciones descritas en esta guía. Es aconsejable utilizarla y elaborar todas sus secciones en el mismo orden:

PORTADA	La portada es la primera página del documento y debe contener la información relacionada con la entidad demandante que presenta la propuesta (membrete o leyenda), el nombre de la propuesta, fecha de inicio y de finalización, el costo total en miles de dólares (es el resultante de la suma del co-financiamiento de FOMILENIO y la contrapartida), lugar y fecha de la presentación de la propuesta
INDICE	Detalle en el índice de la propuesta, el orden cronológico de todas las actividades a realizar, incluyendo títulos, anexos y números de páginas.
RESÚMEN EJECUTIVO	Esta sección resume los aspectos fundamentales que dan una visión global de la propuesta. Describa con frases breves, sencillas y concretas que expliquen claramente: el problema, antecedentes, justificación, objetivos, población objetivo, metodología, los resultados esperados producto de la tecnología transferida, cobertura geográfica, los impactos económicos, sociales y ambientales que se esperan obtener, la duración en el tiempo y el costo total. Además se debe describir si la propuesta considera un enfoque de cadena agro productiva y/o la articulación de la parte productiva, transformación y mercado.
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA A RESOLVER	Todos los proyectos productivos que se promuevan a través del Fondo de Iniciativas Productivas deberán concebirse con un enfoque de cadena de valor. Bajo esta lógica, se debe partir identificando los “cuellos de botella” que limitan el desarrollo, la sostenibilidad y la rentabilidad de una cadena de valor específica. Estos cuellos de botella constituyen los problemas a resolver que serán identificados por los solicitantes de forma participativa.
ANTECEDENTES	En esta sección se deberán mencionar los diferentes aspectos que explican la importancia de realizar lo que se ha

	propuesto. En los antecedentes incluya todos aquellos aspectos que permitan captar la importancia de desarrollar las actividades de la Propuesta. Se debe hacer una revisión de la evolución del problema, los esfuerzos realizados para su solución, como también incluir información esencial que permita evaluar su magnitud y en general, la conveniencia de desarrollar las actividades de la propuesta, indicando en cada caso las fuentes de información que generaron los datos.
IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	Mencione los aspectos que explican la importancia de realizar las actividades de la propuesta, incluyendo aspectos técnicos, económicos, financieros, comerciales, ambientales, sociales u otros que se consideren pertinentes. Del árbol de problemas retome los efectos identificados para centrar la justificación, como la razón para la ejecución de la propuesta. En la justificación describa el número y las características de los beneficiarios directos e indirectos potencialmente a impactar, como producto de la ejecución de las actividades propuestas, así mismo la ubicación geográfica donde se ejecutara el mismo. Describa también cómo el proyecto ha identificado a los beneficiarios.
OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO	Se establecerán objetivos como parte fundamental de la propuesta ya que son los puntos de referencia o señalamientos que guían el desarrollo de un proceso de transferencia de tecnología y a cuyo logro se dirigen todos los esfuerzos

MATRÍZ DE PLANIFICACIÓN O MARCO LÓGICO

Partiendo del problema identificado, deberá elaborarse una matriz de planificación o “Marco Lógico”. La elaboración del marco lógico permite especificar cómo se determina el éxito de un proyecto (indicadores), y de qué forma pueden comprobarse los alcances del mismo (medios de verificación).

Tabla 152: Ejemplo de matriz de planificación o marco lógico

Lógica de Intervención	indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Finalidad: Contribuir al incremento del crecimiento económico y la reducción de la pobreza.	<ul style="list-style-type: none"> - # beneficiarios que han incrementado sus ingresos anuales en un X%. - # empleos equivalentes a tiempo completo han sido generados. 		
Objetivo Superior: Mejorar la competitividad de la producción de bienes y servicios	- ERR= X% (Este cálculo estará a cargo de Chemonics).		
Mejorar el acceso sostenible al mercado de los bienes y servicios	<ul style="list-style-type: none"> - La participación de productos en el mercado interno se ha incrementado en un X%. - Las exportaciones de productos provenientes de la Zona Norte se ha incrementado en un X% - La afluencia de turistas a la Zona Norte se ha incrementado en un X% 		
La oferta de productos y servicios se ajusta a la demanda de los mercados internos.	<ul style="list-style-type: none"> - La cadena de valor atendida ha generado al menos X nuevos productos con mayor oportunidad y presencia en el mercado que los tradicionales. - Las ventas de productos (bienes y servicios) de la se ha incrementado en un X%. 		
El número de canales de acceso a mercados y clientes se ha incrementado.	- Al menos X compradores se provee de bienes o servicios (indicar tipo de comprador por tamaño: minorista, mayorista, etc.)		
Incrementar la productividad de bienes y servicios	La productividad (expresada en unidades de producto por superficie o por unidad productiva en el caso de bienes, y en número de clientes por unidad de negocio en servicios) ha sido incrementada en al menos un X%.		
El rendimiento en bienes y servicios ha sido incrementado de manera sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> - El rendimiento ha sido incrementado en al menos un X% con relación a la línea de base. - La estrategia de incremento de los rendimientos incorpora indicadores específicos de los ejes transversales. 		
Los costos unitarios de producción de bienes y servicios han sido reducidos	- Los costos unitarios de producción han sido reducidos en al menos un X% o de manera consistente con la línea de base		

Mejorar la capacidad de negocios de las organizaciones y	- # organizaciones de productores o prestadores de servicios y las MIPYMES de la han mejorado su capacidad de gestión empresarial, expresada en: legalidad, formalidad, gobernabilidad, manejo		
---	--	--	--

Fuente: Manual de procedimientos para la ejecución de Actividades Productivas FOMILENIO

METODOLOGÍA

La metodología es el elemento normativo de toda la propuesta. Es un aspecto central para su desarrollo y la organización de su ejecución. Por medio de la metodología se presentan las orientaciones básicas del trabajo a realizar durante la ejecución y se establecen principios, procesos y orientaciones que deben cumplirse para alcanzar sus objetivos y resultados. En otras palabras, la metodología que se proponga debe ser acorde con las actividades que se realizarán para alcanzar cada resultado y con ello los objetivos planteados.

ACTIVIDADES Y SUB-ACTIVIDADES

Una actividad es una acción específica. En esta sección se deberá describir todas las actividades necesarias para el logro de cada uno de los resultados que se quieren alcanzar, así mismo todas aquellas sub actividades que en suma global, son necesarias para desarrollar la actividad. Las actividades deben presentarse agrupadas y numeradas según sean necesarias realizarlas en el proceso de ejecución y deben responder a los resultados que se quieren alcanzar y estos últimos, a los objetivos propuestos.

Tabla 153: de Actividades y sub actividades

SUB ACTIVIDADES					
Objetivo Intermedio	Resultado No.	Actividad No.	Descripción de las sub actividades	Fecha inicio	Fecha término
OI. 1	R.1.1	1.1.1	1.1.1.1		
		1.1.2	1.1.2.1		
			1.1.2.2		
	R.1.2	1.2.1	1.2.1.1		
			1.2.1.2		

Fuente: Manual de procedimientos para la ejecución de Actividades Productivas FOMILENIO

ASPECTOS QUE INFLUYEN EN LA COMPETITIVIDAD

En esta sección se identificarán y describirán los aspectos que con la ejecución de las Actividades contribuirán en la competitividad del negocio, según la naturaleza de los proyectos. Como ejemplo, se espera mayor competitividad al mejorar la productividad del negocio agrícola o agroindustrial, al aumentar la oferta productiva y participación en el mercado, agregando valor a la producción primaria, disminuyendo los costos de producción, incrementando la rentabilidad de los negocios al adoptar tecnologías limpias entre otros.

Tabla 154: Descripción de los aspectos que influyen en la competitividad

Aspectos que contribuyen a la competitividad	Situación al inicio (Línea base)	Situación esperada como resultado	Variación %

Fuente: Manual de procedimientos para la ejecución de Actividades Productivas FOMILENIO

ASPECTOS AMBIENTALES

En esta sección se debe incluir un análisis de los posibles efectos ambientales, en caso de haberlos. Si las acciones generan efectos ambientales de alguna importancia, detallar cuáles son estos efectos (positivos o negativos), su grado de impacto y, en caso de ser negativos, las acciones planificadas para mitigarlos o neutralizarlos, así como el sistema de seguimiento que se aplicará durante el desarrollo de las actividades y los indicadores de dicho sistema. Si la propuesta o sus proyectos tienen un impacto ambiental negativo de gran envergadura, no es elegible de financiamiento pero si el proyecto tiene impactos ambientales positivos tendrá una mejor calificación al momento de su evaluación inicial y del desempeño.

COSTOS TOTALES Y PROYECCIÓN FINANCIERA

Se considera como costos totales los fondos necesarios para la realización de toda la propuesta, obtenidos de los costos individuales de las actividades y sub actividades planteadas para cada resultado. Para su elaboración, se calcula en primera instancia los recursos necesarios para cada actividad y sub actividades en particular; posteriormente, describir los costos unitarios y cantidades, de los insumos, materiales, equipos, consultores y técnicos.

Tabla 155: Presupuesto Ilustrativo

Código	Rubro	Valor unitario	Cantidad	Total (\$)
A	Personal			
A1	Coordinador	\$/mes	Meses	Meses
A2	Técnicos	\$/mes		
	Sub total			
B	Servicios profesionales			
B1	Consultorías	\$/día o mes	Días o meses	
B2				
	Sub total			
C	Inversiones			
C1		\$/ Unidad	Unidades	
C2				
D	Inversiones			
D1	Compra de plantas			
D2	Insumos clave para la operación			
	Subtotal			
	TOTAL			

Fuente: Manual de procedimientos para la ejecución de Actividades Productivas FOMILENIO

11.7 ADMINISTRACION DEL PLAN

11.7.1 Introducción

Siendo la administración una ciencia social que persigue la satisfacción de los objetivos institucionales por medio de una estructura y del esfuerzo humano coordinado, en este componente a través de la organización de los recursos involucrados y programas previstos con el fin del desarrollo correcto del plan de implementación para mejora del servicio turístico de la micro región, se despliega la descripción específica y detallada de cada una de las líneas de estrategias de acción para el cumplimiento de los objetivos que hacen posible alcanzar el fin último del proyecto, lográndolo a través de la creación de los soportes a utilizar para definir las consideraciones finales de análisis, modelados y ajustes para la integración correcta de las variables involucradas, por medio del proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el conjunto de actividades y funciones secuenciales propias de cada componente que hacen posible la continuidad y cumplimiento del proyecto.

11.7.2 Objetivos

- Fijar de forma integrada para el conjunto de playas de la micro región las misiones y objetivos de la organización, a través de la determinación de políticas, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para lograr el alcance del proyecto.
- Determinar los recursos y agentes involucrados en el proceso de administración para la obtención de resultados esperados y la asignación correcta de las actividades.
- Determinar las acciones y procedimientos a utilizar según recursos y objetivos de alcance para cada programa definido.
- Definir las formas de dirección para la realización de cada acción, con el fin de realizar las actividades de manera que los objetivos sean de cumplimiento eficiente.

11.7.3 Alcance

Se establecerá como meta del proyecto la especificación de las líneas de acción para el desarrollo, control, evaluación y mantenimiento continuo del sistema propuesto para el buen funcionamiento del proyecto y sus líneas de estrategia, sin retribuir participación en su implementación.

11.7.4 Líneas de estrategias

Determinar a través de programas particulares y específicos los recursos y actividades necesarias para garantizar el servicio turístico de la micro región para su disposición y seguida satisfacción a los turistas.	Uso de indicadores y hojas de evaluación de los distintos servicios, uso de normas de calidad turística, normas de uso específico del servicio.
Gestionar y coordinar las actividades a realizar con objetivo sostenible para la conservación de los recursos naturales y desarrollo de recreación a largo plazo.	Uso de normas de conservación de los recursos involucrados, indicadores de buen uso de los recursos, leyes medio ambientales.
Creación y administración de las actividades y recursos a través de sistemas gerenciales con el fin de informar, coordinar, evaluar y controlar los programas a desarrollar.	Uso de la ley de turismo, normas de certificación sistemas de gestión.

11.7.5 Programa: sistema de calidad y buenas prácticas de turismo.

Programa donde se documentara de forma integrada las actividades coordinadas para lograr la calidad de los servicios que se ofrecen al cliente para garantizar la satisfacción plena de los usuarios, asegurarla y mantenerla según lo planeado y velar, evaluar y controlar las mismas a través de la gestión y acción de buenas prácticas para su cumplimiento continuo y progresivo.

11.7.5.1 Definición de calidad en los servicios

La calidad de un servicio es difícil de medir, no se puede anticipar su resultado, su duración es muy corta, depende mucho de las personas y su interrelación. Todo esto hace que la calidad de un servicio sea juzgada por el cliente en el instante en que lo está recibiendo.

En una aproximación para conceptuar la calidad del servicio se pueden distinguir dos dimensiones básicas en la calidad de servicio, estas son:

1. Calidad técnica.
2. Calidad funcional.

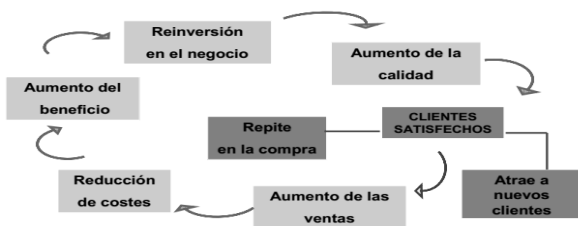
Desde esta perspectiva, resulta imprescindible no sólo prestar atención al diseño del servicio donde son más los aspectos más tangibles del mismo, lo que implica valorar correctamente lo que los clientes esperan, sino que también se debe considerar la forma en que se ofrece el servicio y muy especialmente la interacción entre el cliente y el personal de contacto de la empresa. Desde este punto de vista es posible afirmar que la calidad de servicio es el conjunto de actividades que ofrece un proveedor con el fin de que el usuario o cliente, obtenga el producto por el que paga en el momento y lugar adecuado.

El éxito de un servicio estriba en el equilibrio de la percepción del cliente, la relación entre la experiencia vivida y su coste. Vendemos utilidades funcionales, vivenciales y simbólicas. Tan importante es el acabado como la actitud del personal, el servicio y la imagen global de la empresa.



INSTALACIONES + RECURSOS + ALTERNATIVAS + RR.HH.

11.7.5.2 Importancia de la calidad en los servicios



CONSUMIDOR TURISTICO	CIRCULO VIRTUOSO: Los clientes satisfechos son generadores de rentabilidad para las empresas.
Mayor nivel de vida	Genera productos y servicios mejorados
Más preocupado por la calidad	Aumenta la rentabilidad del establecimiento
Más selectivo y exigente	Mejora la imagen de los productos y servicios prestados
Menos fiel	Aumenta la fidelidad de los clientes
Más informado	Proporción de publicidad positiva

ACCIONES DE LA CALIDAD TURISTICA
1. Calidad no es ausencia de quejas, el 96% de los clientes insatisfechos no se quejan; el 91% no vuelven si no se toman medidas correctivas y un 1% está perdido irremisiblemente.
2. La ausencia de calidad, es no saber lo que esperan los usuarios, pues las organizaciones deben ser conscientes de las expectativas de los consumidores. Esta deficiencia se debe a la ausencia de investigaciones o investigaciones deficientes.
3. La ausencia de calidad genera deficiencias en la realización del servicio, en este caso la

falta de predisposición para prestar servicios de calidad es debido a la falta de instrucción, capacitación, formación, inexperiencia a conflictos internos.
4. La ausencia de un sistema de gestión de calidad crea discrepancia entre lo que se promete y lo que se ofrece, especialmente en turismo hay que evitar esto y establecer una comunicación fluida entre los responsables.
5. La calidad no significa siempre el mejor servicio pues en su mayoría es la diferencia entre el servicio esperado y el recibido, el turista puede percibir que el servicio que se le ofrece no responde a sus expectativas y por tanto no es un servicio de calidad

11.7.5.3 Principales referenciales de calidad

Para la selección de un sistema más conveniente es necesario disponer de la siguiente información para valorar:

1. OBJETIVO QUE SE PERSIGUE	
Determinar los factores de evaluación y control de la calidad turística de las playas de la micro región con el fin de la satisfacción plena y preferencial de estas en el país por los usuarios del turismo.	
2. SITUACION DE PARTIDA	
<ul style="list-style-type: none"> a) Desconocimiento b) Baja oferta de servicios c) Ofertas de desarrollo medio d) Desaprovechamiento de la potencialidad de la micro región 	
3. EXIGENCIA ACTUAL	EXIGENCIA FUTURA
Potenciar los recursos atractivos de la región a través de su disposición como oferta al usuario turístico y desarrollo de aquellos existentes para el reconocimiento y preferencia de los mismos.	Formar de la micro región un destino turístico de reconocimiento internacional por su calidad y seguridad en el desarrollo de sus ofertas para ser un atractivo mayor de decisión.
4. APOYOS PARA LA IMPLEMENTACION	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Organismos gubernamentales:</i> Ministerio de Turismo, Ministerio de Economía. ▪ <i>Programas de Apoyo Regional:</i> FOMILENIO II, CONAMYPE, FONDEPRO ▪ <i>Instituciones Financieras:</i> FUNDASAL, BANDESAL, Bancos Privados, CREDITUR, BID ▪ <i>Organizaciones de la micro región</i> ▪ <i>Comunidades de la micro región.</i> 	
5. COMPETENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> a) <i>Nivel Externo:</i> Centroamérica cuenta con turismo sol y playa con alto grado de desarrollo y alta diversificación. b) <i>Nivel Regional:</i> Playas con disposición de mayores atractivos, mejor organización y desarrollo de la oferta. c) <i>Nivel Zona:</i> Regiones de bajo y alto desarrollo del servicio turismo y oferta. 	

11.7.5.4 Factores de calidad característicos de los servicios

Los servicios presentan 3 características diferenciadoras:

1. **Intangibilidad:** No es fácil de medir o probar para asegurar su calidad antes de prestarlo.
2. **Heterogeneidad:** El servicio varía de un cliente a otro, lo que hace difícil mantener la consistencia en su prestación y se genera la diferencia entre lo que se pretende como organización y lo que percibe un cliente en específico.

3. Inseparabilidad: Tanto la producción como el consumo del servicio coinciden en el momento de la prestación, lo que genera que la relación entre personal de prestación del servicio y receptor sea muy importante.

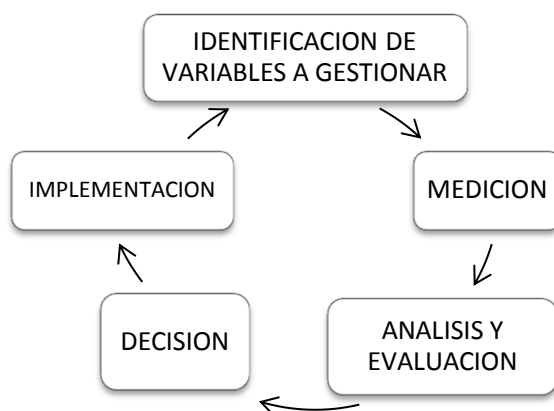
Por ello y de acuerdo al tipo de producto en prestación se distinguen 5 aspectos determinantes para generar la calidad:

1. **Fiabilidad:** Habilidad para desempeñar el servicio prometido de forma precisa y fiable.
2. **Garantía:** Preparación, seguridad de los empleados/as en su desempeño y su habilidad para generar confianza.
3. **Tangibilidad:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y dispositivos de comunicaciones.
4. **Empatía:** Capacidad de sentir y comprender los deseos de otros, mediante un proceso de identificación, de atención individualizada al cliente.
5. **Sensibilidad:** Capacidad de respuesta al cliente, dotándolo de un servicio oportuno.

En su generalidad, la calidad se percibe en elementos como el producto, precio, local, facilidad de localización, atención en el servicio, servicios, etc.; por tanto, se distinguirán 2 tipos de factores determinantes de la calidad:

FACTORES DETERMINANTES DE LA CALIDAD PERCIBIDA	
VINCULADOS AL ESPACIO DE TRABAJO	VINCULADOS A LA PRESTACION DEL SERVICIO
Atributos del local	Gestión del recurso humano
Infraestructura e instalaciones	
Equipamiento	
Limpieza y mantenimiento	Gestión del servicio
Seguridad	

11.7.5.5 Ciclo de gestión de la calidad



11.7.5.5.1 Identificación de variables a medir

Los factores más profundos que determinan la calidad según la OMT son los siguientes:

1. **Seguridad:** Un producto o un servicio turístico no puede representar un peligro, ni causar daño a la salud, a la integridad del consumidor. Las normas de seguridad las estipula normalmente la ley y deberían considerarse como normas de calidad.

2. **Higiene:** Un alojamiento debe ser saludable y limpio, desde un establecimiento de baja hasta alta categoría. Las normas de inocuidad de los alimentos deben cumplirse y han de ser comunes a todos los tipos de establecimientos de comidas.
3. **Accesibilidad:** Este factor exige que se eliminen las barreras físicas, de comunicación y de servicios para permitir, sin discriminación, que cualquiera pueda utilizar los productos y servicios turísticos corrientes, independientemente de sus diferencias por nacimiento o enfermedad, incluidas las personas con discapacidades.
4. **Transparencia:** Se trata de una comunicación efectiva de información fidedigna sobre las características y la cobertura del producto y sobre su precio total. Ahí se incluye explicitar lo que cubre y lo que no cubre el precio del producto ofertado.
5. **Autenticidad:** Es el factor de calidad más difícil de alcanzar y más subjetivo. Posee asimismo dimensiones de marketing y competencia. La autenticidad se determina dentro de un marco cultural y uno de sus resultados es diferenciar claramente el producto de otros similares. La autenticidad debe responder a las expectativas del consumidor. Por otra parte, un producto auténtico puede también evolucionar y adaptarse a las necesidades y expectativas.

SEGURIDAD	INSTALACIONES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disposición de las diferentes áreas físicas. ▪ Señalización de áreas y emergencias. ▪ Tipo de equipamiento de emergencia.
	SERVICIO: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Imagen del personal. ▪ Grado de estandarización del procedimiento.
	PRODUCTO: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disposición de permisos del manejo seguro de la materia. ▪ Disposición de productos finales sellados. ▪ Visibilidad de la caducidad de los productos.
HIGIENE	INSTALACIONES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpieza de las áreas. ▪ Disposición de equipamiento de higiene. ▪ Orden de las áreas. ▪ Tratamientos de residuos.
	SERVICIO: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Uso de herramientas o equipo de transporte. ▪ Higiene personal del encargado de la atención.
	PRODUCTO: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Uso de herramientas o equipo de servicio desinfectado. ▪ Presentación del producto según cartilla.
ACCESIBILIDAD	INSTALACIONES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vías de acceso externas. ▪ Disponibilidad de entradas según capacidad del cliente.
	SERVICIO: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inmediatez en el servicio. ▪ Grado de profesionalidad del personal de atención. ▪ Disponibilidad de equipamiento o herramientas para persona especial.

	<p>PRODUCTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilidad de tipos. ▪ Disponibilidad de tamaños. ▪ Facilidad de consumo.
TRANSPARENCIA	<p>INSTALACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación de áreas. ▪ Capacidad de las áreas.
	<p>SERVICIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación del personal. ▪ Presentación del servicio a ofrecer.
	<p>PRODUCTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilidad de carta descriptiva del producto. ▪ Disposición visible de acciones extras no habitualmente consideradas.
AUTENTICIDAD	<p>INSTALACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Decoración de áreas. ▪ Infraestructura. ▪ Equipamiento.
	<p>SERVICIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forma de atención al cliente. ▪ Presentación del personal.
	<p>PRODUCTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Equipo o herramienta de uso para la presentación del producto. ▪ Atributos del producto.

11.7.5.5.2 Medición

Las personas encargadas del área de calidad deberán realizar diferentes actividades en base a instrumentos de control dirigidos al conocimiento de importancia y satisfacción de los factores enlistados y en un lado opuesto saber además del grado de afección de los incidentes críticos.

Incidentes críticos: Es una situación concreta que se da durante el proceso de prestación del servicio y que puede generar en el cliente una sensación tanto satisfactoria como insatisfactoria. La técnica de los incidentes críticos permite aislar hechos y comportamientos específicos que dan lugar a situaciones de interacción entre personal y cliente y que pueden considerarse generadores de un impacto sobre la conceptualización que tiene el cliente de la calidad percibida del servicio.

1. **Método SERV-QUAL:** Método empleado para medir la satisfacción del cliente con el servicio y priorizar las acciones de mejora. Al cliente se le preguntara la importancia que para él tiene cada uno de los atributos del servicio recibido y el grado de satisfacción con cada uno de estos atributos. El formato a presentar esta en ANEXO 9.
2. **Gestión de Quejas:** Son las acciones sistemáticas y estructuradas que llevara a cabo la organización para la recogida, evaluación y búsqueda de soluciones a las quejas de sus clientes, esta se hará a través de un buzón de quejas, sugerencias y opinión del servicio ofrecido. El formato a presentar esta en ANEXO 10.

La persona encargada de la calidad deberá de entregar a la recepcionista de cada servicio estos formatos, su disposición será de acuerdo a la respuesta de necesidad de llenado de los 2 tipos de formato, para ello la recepcionista deberá preguntar al turista si desea calificar o describir un incidente crítico para así darle al turista el formato correcto al finalizar su visita, luego de esto deberá dejar que el llenado sea realizado por el turista y finalizada la acción, deberá recibir el formato llenado respectivamente y depositarlo en el buzón.

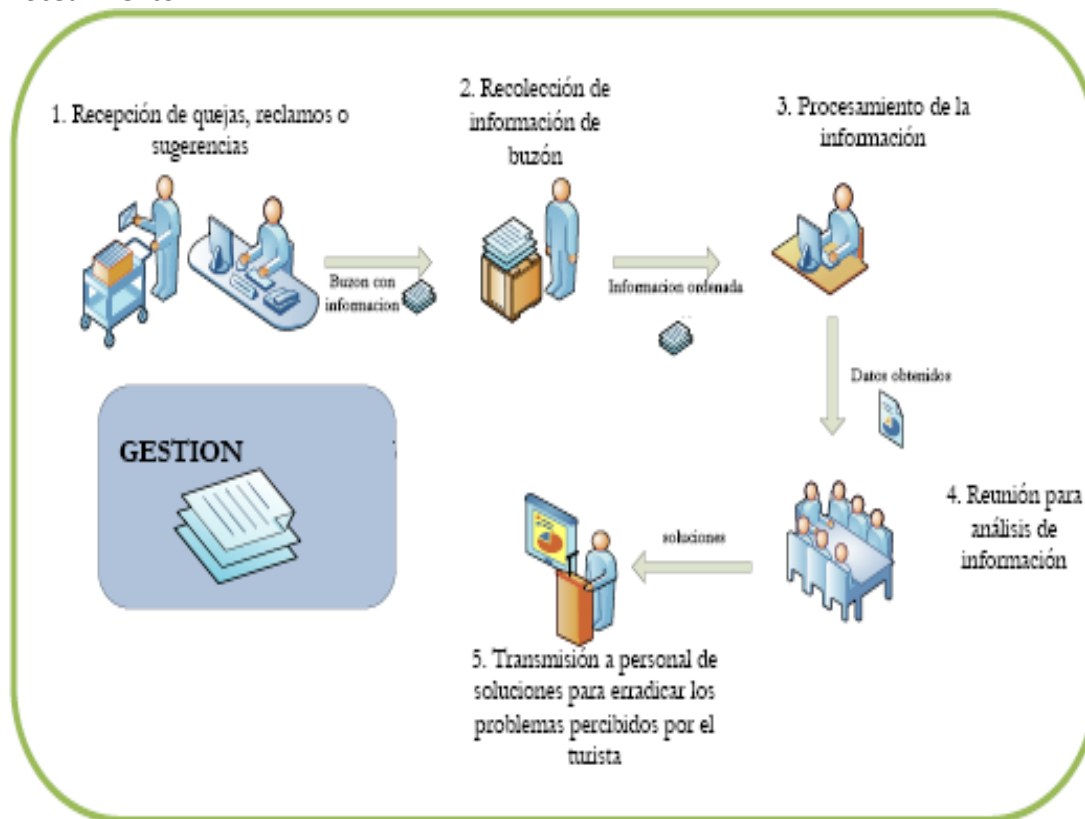
Para el Método SERV-QUAL se deben tener las consideraciones siguientes:

Grado de satisfacción: Los grados de satisfacción se medirán a través de notas cualitativas las cuales al ser analizados se medirá el porcentaje que cada una de estas calificaciones presenta en cada atributo:

- a) **Malo:** Significa que el atributo no cumplió con las expectativas del cliente por lo tanto no fue satisfactorio si se obtiene una respuesta que aumenta a partir del 10 % deberán buscarse medidas rápidas que mejore la situación.
- b) **Regular:** Significa que el atributo fue percibido positivamente por el turista pero no fue lo suficiente para cumplir su satisfacción, si el porcentaje de estas opiniones es mayor a 30% deberá tomarse medidas de solución para bajar estas expectativas.
- c) **Bueno:** Significa que el atributo el turista lo percibió y le pareció que satisfacía de forma general su expectativa pero no es la mejor calidad que ha visto en comparación a otros lugares u otras experiencias, si esta es mayor al 40% significa que hay que seguir buscando mejores formas para brindar mayor calidad en estos atributos.
- d) **Muy bueno:** Esto da a conocer que el turista le parece que satisface sus expectativas y que podría regresar al destino pero aun así no sobrepasa al de otros lugares que han visitados o conocido, si el porcentaje es mayor a 50 % significa que se tienen buenos resultados pero hay que seguir mejorando.
- e) **Excelente:** Significa que los atributos cumplen con la calidad y pasa las expectativas de los turistas por lo que debe de seguirse trabajando de esta manera con la calidad de estos, si este es mayor o igual al 50 % es un porcentaje satisfactorio e indica que debe de seguirse ofreciendo esa calidad y si es posible mejorar.

11.7.5.5.3 Análisis y evaluación

1. Procedimiento



2. Análisis Primario – Análisis de relevancia de frecuencia.

Tras recopilar los formatos depositados en el buzón de información, estos debe cuantificarse, clasificarse y emitir estadísticos de respuestas, elaborando una lista con los posibles problemas observados, luego se procede al análisis de los datos recogidos y a su visualización para determinar prioridades y sacar una serie de conclusiones sobre la actuación para solucionar dichos problemas. El formato a utilizar para *METODO SERV-QUAL (ANEXO 11)* y para *GESTION DE QUEJAS (ANEXO 12)*.

La información se recolectara de forma semanal en la que se observaran especialmente aquellos punto de mayor afluencia como lo es semana santa, vacaciones agostinas, vacaciones decembrinas y fines de semana, así también cuando se programen visitas de grupo se pasara dicha encuesta a los turistas para que dejen sus opiniones antes de irse del lugar. Estos análisis serán responsabilidad del encargado de calidad y su análisis y solución será a través de una reunión con todos los miembros del comité.




3. Evaluación

La organización debe planificar e implementar procesos de seguimiento, análisis y mejora necesarios para demostrar la conformidad del producto o servicio respecto a los requisitos del mercado, asegurarse de la conformidad del sistema de gestión de la calidad en sí y la mejora continua de la eficacia del mismo. El aseguramiento de la calidad debe proveer la confianza de que el servicio turístico satisficiera las expectativas de los turistas, teniendo en cuenta las sugerencias y

respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los mismos. Por lo tanto, las sugerencias proporcionadas por los turistas ayudaran para tomar acciones correctivas en las actividades turísticas, así mismo de las respuestas obtenidas de las evaluaciones para turistas, se establecerán rangos que permitirán evaluar las condiciones de las actividades con respecto a la calidad que se le está prestando al turista y así poder realizar mejoras al sistema y asegurar la calidad del servicio turístico.



La evaluación se realizara de forma periódica mensualmente tomando en cuenta las siguientes consideraciones: (PARA FORMATOS METODO SERV-QUAL)

1. Del total de formatos realizados para el conocimiento del grado de satisfacción de las actividades realizadas, se debe tabular por factor de evaluación su incidencia en calificación.
2. Tabulado las calificaciones se debe presentar en porcentajes la incidencia de cada calificación.
3. Evaluar según siguiente cuadro:

RANGO	PORCENTAJE DE FORMATOS BUENOS Y EXCELENTES	ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLOGIA
1	80%-100%	SEGUIMIENTO	A LARGO PLAZO	
2	50%-80%	MEJORA	A CORTO PLAZO	
3	≤40%	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	

Para el caso del procesamiento de las quejas la evaluación será la siguiente:

1. Del total de quejas gestionadas se clasificaran según sea el factor reflejado como deficiente.
2. Se realizara una segunda clasificación donde estarán reunidas según incidencia de reclamo.
3. Evaluar según siguiente cuadro:

RANGO	NUMERO DE INCIDENCIA DE RECLAMO POR DIA	ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLOGIA
1	≤40%	MEJORA	A CORTO PLAZO	
2	>40%	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	

11.7.5.5.4 Decisión

Las acciones que se pueden efectuar para asegurar la calidad dependerán de la forma en que se deben atacar según la tabla anterior y de cada uno de los puntos claves calificados como malos, por ello según sea el factor y la evaluación se enlistan en el siguiente cuadro las acciones a realizar:

FACTORES CLAVES		ACCIONES DE MEJORA	ACCIONES CORRECTIVAS
SEGURIDAD	INSTALACIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Búsqueda de una disposición más marcada de áreas. ✓ Tipo de señalización con mayor enfoque y mejores materiales. ✓ Disponibilidad de equipo con mayor 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disposición de áreas con mayor aislamiento. ✓ Señalización con mayor visibilidad. ✓ Mayor número y tipo de equipo de emergencia.

		avance tecnológico.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejor disposición del equipo en el área. ✓ Mayor número de mantenimiento del equipo.
	SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitaciones de cuidado de imagen y presentación. ✓ Crear manuales de atención del servicio turístico. ✓ Capacitaciones de uso y práctica de los manuales de atención. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disponibilidad de uniformes para el empleado. ✓ Definir un solo procedimiento de atención diseñado y regulado por los encargados.
	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Participar en programas que garanticen con sellos certificados el manejo de materias. ✓ Disponer del producto final sellado en áreas de acceso al cliente para su manipulación segura e inmediata. ✓ Rotulación visible de las fechas de caducidad en los productos a proporcionar. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disponer de copias de permisos de garantía en áreas visibles a todo usuario turístico. ✓ Producto sellado ser abierto y manipulado a vista del consumidor. ✓ Hacer partícipe e informar del lugar de vencimiento del producto a consumir al cliente.
HIGIENE	INSTALACIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Designar por área personal de limpieza para una mayor rapidez de la acción. ✓ Disponer de equipo de higiene con mayor tecnología. ✓ Disponer de área de residuos según tipo de desecho se manipule. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programar mayor número de acciones de limpieza y orden. ✓ Designar un mayor número de personal para limpieza y orden. ✓ Mayor número de equipo de higiene. ✓ Mejor ubicación del equipo de higiene. ✓ Disponer de área aislada para residuos.
	SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Uso de equipo con mejores características higiénicas de manipulación. ✓ Disponibilidad de productos de higiene para el empleado entregados por la empresa. ✓ Disposición de un área de aseo para los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evitar el contacto directo con el producto a ofrecer. ✓ Uso de mejor o mayor número de equipo de manipulación y transporte de producto. ✓ Inspección previa al turno laboral del aseo del empleado.
	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Uso de equipo de material con mayor tecnología. ✓ Tener sistemas de higiene de mayor confiabilidad. ✓ Creación de manuales de estandarización del producto. ✓ Capacitación para el uso adecuado de manuales. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Uso de equipo sin averías. ✓ Disponer de un mayor número de equipo de servicio para evitar limpiezas inmediatas, rápidas o mal realizadas. ✓ Disponer de presentación del producto al encargado del montaje para anular variación.
ACCESIBILIDAD	INSTALACIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar vías de acceso mejor construidas, delimitadas y despejadas. ✓ Crear senderos y vías de acceso especializados para el recibir de personas con capacidades especiales. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar inspección de las vías y sus obstrucciones reales y posibles. ✓ Realizar limpiezas de caminos. ✓ Crear un mayor número de tipos de entrada.

	SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organizar el número de empleados por área- ✓ Diseñar manuales de atención al cliente y lenguaje a utilizar. ✓ Capacitar al personal para la interpretación correcta y uso adecuado del manual. ✓ Disponibilidad de equipo con mayor tecnología para realizar el servicio especializado. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adaptar a los accesos auxiliares según capacidad. ✓ Disponer de un mayor número de empleados. ✓ Disponer de habituales de llamado inmediato para su adecuada interpretación. ✓ Enseñar y practicar el uso de lenguaje de atención e información con el empleado. ✓ Disponer de equipo para dar servicio a personas de capacidades especiales. ✓ Instruir e informar al empleado del uso y función del equipo especial.
	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar una oferta con mayor variedad en sus productos. ✓ Diseñar ofertas dirigidas a los diferentes tipos de clientes según edad o estatus social. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear mayor número de productos diferentes. ✓ Crear productos de diferentes tamaños para un consumo mayor de mercado. ✓ Disponer de rangos de precios variados desde lo bajo a lo alto. ✓ Flexibilidad a las peticiones de equipo por el cliente.
	TRANSPARENCIA	INSTALACIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Búsqueda de identificación de áreas con mejores materiales y mayor visibilidad. ✓ Ampliación de áreas y disposición de equipo de servicio y atención distribuida adecuadamente.
TRANSPARENCIA	SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar instrumentos de identificación personal de los empleados. ✓ Crear manuales de atención al cliente y de desempeño laboral. ✓ Capacitaciones del personal para la interpretación y practica adecuado. ✓ Disponer de cartas de calidad en áreas de visibilidad común. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entregar gafetes de nombres de identificación del empleado. ✓ Crear documentación física de presentación del servicio. ✓ Capacitar técnicamente a los empleados para informar de manera breve y correcta las características del servicio a prestar.
	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de cartas mejor elaboradas de forma descriptivas por imagen y escrito del contenido de los productos. ✓ Crear garantías del producto. ✓ Disponer de cláusulas y disposiciones que implica el consumo del producto en áreas visibles y de común uso. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear imágenes descriptivas del contenido del producto. ✓ Informar por escrito o verbal de las disposiciones existentes del producto, cambios o extras que implican su consumo.

AUTENTICIDAD	INSTALACIONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigar la característica diferenciadora de la zona. ✓ Diseñar arte en las áreas de servicio alusivas a la característica diferenciadora. ✓ Investigar de los tipos de infraestructura que proporcione mejores condiciones y materia disponible de la zona. ✓ Diseñar propuestas de infraestructuras. ✓ Diseñar equipo de servicio diferenciador o con características particulares de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar decoraciones alusivas a la zona costera. ✓ Realizar actividades estéticas superficiales a la infraestructura con el fin de proporcionar mejor imagen de acuerdo a la zona. ✓ Hacer uso de equipo alusivo a la zona costera.
	SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar un manual de atención al cliente según sea el servicio a ofrecer. ✓ Brindar capacitaciones para la interpretación y practica adecuada del manual. ✓ Crear uniformes de identificación única. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Enseñar y practicar un método único de atención al cliente. ✓ Hacer uso de ropa característica de la zona en color y tipo.
	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigar sobre los intereses y autenticidad que espera el consumidor. ✓ Diseñar equipo diferenciador característico del lugar. ✓ Investigar las características de la zona y su correcta adecuación en el desarrollo del servicio. ✓ Diseñar carta de productos propios y únicos de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer uso de equipo alusivo a la zona costera para un diseño único de presentación del producto. ✓ Crear productos con características extras o especiales propias del lugar.

***CARTAS DE CALIDAD:** Un documento en el cual la organización prestadora del servicio se compromete, de forma general, a respetar unos estándares de servicio, unos procedimientos de actuación y una compensación económica a sus clientes en casos de incumplimiento del servicio.



Posteriormente al esfuerzo realizado en una organización antes, durante y después del desarrollo de las actividades, el sistema de calidad prosigue la evaluación de dicho desarrollo mediante auditorías de calidad (por terceros) donde se puede evidenciar y registrar cuan idóneo es el sistema de gestión de calidad, así como las mejoras que deben continuarse promoviendo de manera que la calidad pase de ser un simple concepto a una mejora diaria, motivada

principalmente por los logros obtenidos y la satisfacción del cliente. Algunas recomendaciones que se deben de considerar para mantener y mejorar el sistema son:

- ✓ Escuchar la opinión del cliente sobre el servicio recibido.
- ✓ Saber y medir si todo el servicio que se realiza está bien y a tiempo.
- ✓ Conocer sobre como la competencia brinda su servicio.
- ✓ Conocer el avance de nuevos proyectos, nuevos productos y nuevos mercados.
- ✓ Realizar cambios y mejoras en objetivos, políticas y normas de calidad del sistema.
- ✓ Mejorar el Servicio al cliente que actualmente se brinda.
- ✓ Mantener y mejorar el servicio que se brinda a los clientes, si este está calificado como satisfactorio.
- ✓ Realizar las acciones correctivas de acuerdo a los puntos claves incumplidos.
- ✓ Someterse a auditorias por terceros.
- ✓ Someterse a la obtención de la certificación de calidad del servicio turístico.

Por lo tanto, el comité turístico deberá de tener en cuenta que para ofrecer un servicio total de calidad tendrá que considerar otros elementos como buscar la certificación y acreditación de calidad a un largo plazo, en la cual se realizarán auditorias (por terceros) al sistema de calidad que como comité estén implementando, al cual se le deberán de realizar mejoras de acuerdo a las normas por las cuales se certificará. Para esto deberá considerar y conocer sobre los requerimientos de algunas normas como:

NORMA	OBJETIVO
ISO 19011:2011	Proporcionar las directrices para la auditoria de los sistemas de gestión, con interés para la practicidad de las evaluaciones internas y externas del sistema de gestión de la calidad.
ISO 9001:2008	Proporcionar los requisitos a cumplir para certificar un sistema de gestión de la calidad.
ISO/TR 10013:2001	Proporcionar las directrices para el manejo de la documentación del sistema de gestión de la calidad.
ISO 10002:2004	Proporcionar las directrices para la garantía de un tratamiento de las quejas en las organizaciones para una satisfacción al cliente.
ISO 10007:2003	Proporcionar las directrices para la configuración correcta de la gestión de la calidad al realizarse cambios.
ISO 10001:2007	Proporcionar las directrices para establecer los códigos de conducta de satisfacción al cliente.
ISO 10005:2005	Proporcionar las directrices para el establecimiento correcto de planes de calidad.
ISO/TS 22002-1:2009	Proporcionar programas de requisitos sobre el manejo de la inocuidad alimentaria en la fabricación de alimentos.
CODEX CAC/RCP 1-1969	Proporcionar los principios generales de higiene en los alimentos según tipo
CODEX CAC/RCP 39:1993	Proporcionar los códigos de prácticas de higiene para los alimentos precocinados y cocinados utilizados en el servicio de comidas para colectivos.
ISO 3864-1:2011	Proporcionar los principios de diseño para las señales de seguridad e indicaciones.
ISO/IEC 27004:2009	Proporcionar las técnicas de seguridad para medir el correcto manejo de información a realizarse para una gestión de seguridad.
ISO/IEC 27001:2005	Proporcionar los requerimientos para el manejo de información a realizarse para

	una gestión de seguridad.
ISO/IEC 27003:2012	Proporcionar la guía de implementación del sistema de gestión de la seguridad de la información.
NTS 03.44.01:12	Proporcionar las normas de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y aparta hoteles.
ISO 18513:2003	Proporcionar terminología correcta de los establecimientos de alojamiento turístico.
NTS 03.54.01:12	Proporcionar las especificaciones certificadas para la prestación del servicio por parte de los operadores.
NTS 03.55.01:12	Proporcionar las especificaciones de desempeño garantizado para la acción
NTS 03.56.01:12	Proporcionar las especificaciones para la prestación del servicio de restaurantes y establecimientos gastronómicos similares.

11.7.5.5.5 Implementación

El sistema de gestión de calidad se refiere a la forma en que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad. Ventajas de implantar un sistema de gestión de calidad son:

- Aumento de beneficios
- Aumento del número de clientes
- Motivación del personal
- Fidelidad de los clientes
- Organización del trabajo
- Mejora de las relaciones con los clientes
- Reducción de costos debido a la mala calidad
- Aumento de la cuota de mercado

Por lo tanto la alta dirección dentro del comité turístico será el que dirigirá y controlará la calidad en todas las actividades turísticas que se esperan realizar en la zona. Para la realización del sistema de gestión de calidad se debe tener en cuenta, los siguientes puntos:



1. El comité turístico deberá establecer, documentar, implementar y mantener un sistema que le permita asegurar globalmente la calidad de los productos o servicios turísticos que se van a ofertar. Para esto se deberá tener en cuenta las políticas y objetivos de calidad, la elaboración de instrumentos de control y otros documentos y registros que permitan asegurar la eficaz planificación, aseguramiento y control de calidad de las actividades turísticas. Todo lo que se realice deberá quedar documentado como prueba del desarrollo del sistema y de las mejoras que se vayan efectuando a medida va progresando el servicio turístico.
2. La alta dirección deberá estar comprometida con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de la calidad, así como la mejora continua y deberá comunicar a todos los miembros del comité turístico la importancia de satisfacer las expectativas del cliente. Así mismo, deberá establecer la política y objetivos de calidad las cuales se deberán de estar revisando cada seis meses (2 veces al año) por la alta dirección o los responsables asignados para realizar cambios y mejoras.
3. Dentro de la alta dirección se encontrará una persona encargada de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo quien se encargará de las evaluaciones y análisis que se realizarán para las diferentes actividades turísticas, de acuerdo al tipo de turismo que se ofrecerá en la zona, utilizando las hojas de chequeo de las evaluaciones que se detallan en el punto de la planificación.

4. El comité turístico debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para implementar y mantener el sistema de gestión de la calidad y mejorar su eficacia, teniendo en cuenta:

- a) **La integración del personal para llevar a cabo la implementación del sistema.** La alta dirección deberá hacer conciencia a cada uno de los miembros del comité y del personal responsable de llevar a cabo las evaluaciones en las actividades turísticas, ya que para satisfacer y atraer la atención de los turistas se debe brindar un servicio de calidad, por lo tanto cada uno de los integrantes del comité deberá acatar las recomendaciones y normas del sistema, así como también cumplir con las evaluaciones que se realizarán durante ciertos periodos mencionados en las normas y así brindar un servicio turístico de calidad.
- b) **La capacitación del personal.** La alta dirección deberá estar consciente que para poder tener personas capaces de realizar evaluaciones y conocer los términos de calidad y su importancia durante la prestación del servicio es necesario tener personal capacitado en estas áreas que permitan aportar mejoras durante la realización del sistema de gestión. Para esto deberá realizar un programa de capacitación que se comienza realizando un diagnóstico de necesidades de capacitación, con el cual se identificarán las áreas en que el personal requiere aprendizaje.
- c) **La estructura y el equipamiento.** El lugar donde se encuentre el establecimiento rural debe estar integrado por los mismos recursos de la zona y no resultar agresivo con el entorno natural y arquitectónico, se deberá adecuar los elementos principales a las características constructivas del núcleo donde se halle. Debe presentar un buen estado de conservación. La alta dirección deberá de mantener la estructura física y natural de la zona, ya que será un elemento muy importante para la atracción del turista, por lo tanto deberá informar al comité turístico sobre las características del servicio que se ofrecerá y de cómo mantener cada uno de los lugares donde se llevara a cabo la actividad turística teniendo en cuenta los modelos que servirán como guía para llevarlo a cabo.

OBJETIVOS	
GENERAL	ESPECIFICOS
<p><i>“Satisfacer las necesidades del cliente, cumpliendo con las condiciones mínimas de calidad en los diferentes servicios turísticos a ofrecer”.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Satisfacer las necesidades del cliente, cumpliendo con las condiciones mínimas de calidad en los diferentes servicios turísticos a ofrecer. ▪ Permitir al turista una experiencia única al conocer cada una de las actividades que se realizan en la zona, conviviendo con los habitantes de la comunidad, conociendo sus costumbres y su forma de vivir. ▪ Asegurar que el turista disfrute de las diferentes actividades de aventura que se realicen en la zona con el fin de satisfacer sus emociones e inquietudes al practicarlos. ▪ Dar a conocer al turista la reseña histórica de la zona, así como su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental, con el fin de que el turista adquiriera un conocimiento más sobre la historia de la comunidad. ▪ Establecer instrumentos de control que ayuden a conocer la opinión de los turistas con respecto al servicio y las actividades realizadas con el fin de identificar problemas, mejorar y mantener la calidad en los servicios turísticos. ▪ Asignar encargados para el análisis y evaluación de la calidad en las actividades turísticas y los responsables de verificar e inspeccionar de

	<p>forma interna cada uno de los servicios turísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informar al turista sobre el tipo de turismo que desea realizar, para que se entere de la condición física que necesita para efectuarla. ▪ Identificar los servicios turísticos que cumplen con las condiciones de calidad y sancionar a los que no las cumplen. 												
POLITICA DE CALIDAD													
<p>El comité de calidad turística de la micro región Cumbres del Mar tiene el compromiso de ofrecer servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes, buscando la mejora continua en la realización de los servicios; además de cumplir con las normas de calidad, seguridad y ambientales aplicables al sector turístico.</p>													
NORMAS DE CALIDAD													
<ol style="list-style-type: none"> 1. La alta gerencia deberá revisar y hacer mejoras en caso de que lo requieran las políticas de calidad dos veces al año. 2. El encargado de realizar las evaluaciones y su respectivo análisis será el representante de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo. 3. La evaluación interna se realizará cada mes y la evaluación externa cada 15 días. 4. Se le dará suspensión del servicio o actividad turística a todo miembro del comité turístico que no apruebe el cumplimiento de las evaluaciones internas y externas que muestren la calidad del lugar. La suspensión será de la siguiente manera: 													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>FALTAS</th> <th>SUSPENSION</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2 días</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">15 días</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">1 mes</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">3 meses</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;">Expulsión</td> </tr> </tbody> </table>	FALTAS	SUSPENSION	1	2 días	2	15 días	3	1 mes	4	3 meses	5	Expulsión	<ol style="list-style-type: none"> 5. Si el propietario del servicio turístico ha sido expulsado, se le permitirá reintegrarse al comité turístico, después de haber cumplido con seis meses de suspensión siempre y cuando este cumpla con las normativas establecidas. 6. Los miembros del comité que estén prestando un servicio turístico deberán presentar a la alta dirección, específicamente a la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo la información del contenido de actividades, con precios definidos y detalles de lo que estos incluyen o no incluyen. En caso de haber modificaciones deberán presentarlas a más tardar en un mes, caso contrario se considerara como una falta de calidad.
FALTAS	SUSPENSION												
1	2 días												
2	15 días												
3	1 mes												
4	3 meses												
5	Expulsión												
<ol style="list-style-type: none"> 7. Difundir las buenas prácticas ambientales mediante la señalización específica para los visitantes. 													

COMITÉ TURISTICO DE LA CALIDAD (CTC)	RESPONSABLES DE LA CALIDAD POR PLAYA
	
INTEGRACION	
<p>Estará conformado por un integrante de cada asociación originada en cada playa.</p>	<p>Se escogerán tres integrantes de las asociaciones en cada playa, siendo estos diferentes al representante en el comité turístico de la calidad.</p>
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interactuar con organismos regionales y nacionales con el fin de obtener la actualización y conocimiento adecuado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ De los tres individuos encargados de la calidad, el primero será el responsable de la disponibilidad de los formatos de

<p>para la práctica de la actividad turística de calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponer de la documentación necesaria y adecuada para la implementación de la calidad en el servicio turístico. ▪ Transferir la información adecuada y necesaria a los responsables de la calidad en cada playa para su práctica a tiempo. ▪ Análisis y diseño de respuestas correctas a las evaluaciones realizadas y tabuladas por los integrantes de cada playa encargados de la calidad de las mismas. ▪ El representante encargado del CTC es el responsable de la evaluación interna de cada miembro integrante del CTC. ▪ El integrante de cada playa del CTC será el responsable de la evaluación interna de los responsables de la calidad en cada playa. 	<p>evaluación externa, el segundo de la disponibilidad de los formatos de evaluación interna y el tercero de las actualizaciones de información y disposiciones de calidad emitidas por el CTC y su información inmediata a los demás integrantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La evaluación interna será realizada, manipulada y analizada por el segundo individuo mensualmente. ▪ La evaluación externa será realizada en todo momento de prestación de cualquier servicio por los individuos uno y tres, en tiempos coordinados con mutuo acuerdo. ▪ La manipulación y análisis de la evaluación externa será realizada por el primer individuo cada 15 días. ▪ La revisión de las evaluaciones realizadas será ejecutada por el tercer individuo, quien será el nexo y vía de comunicación y transferencia de información con el CTC.
---	---

11.7.5.5.1 Evaluación interna

ENTIDAD	OBJETIVO	FORMATO
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluar el desarrollo de cada empleado en su rol laboral. ▪ Medir el grado de capacidad de aprendizaje para un mejor desempeño de su rol laboral. ▪ Analizar la percepción de los usuarios turísticos respecto al empleado. 	ANEXO 13
Responsables de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluar el grado de desempeño de sus actividades. ▪ Medir el grado de involucramiento en los intereses de calidad de los servicios. ▪ Medir el grado de avance en el profesionalismo en la calidad. 	ANEXO 14
Integrantes del CTC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluar el grado de desempeño de sus actividades. ▪ Medir el grado de avance en la calificación técnica en la calidad. 	ANEXO 15

Los puntos claves serán calificados, dependiendo del contenido de cada uno de ellos, teniendo en cuenta también las normas, políticas y objetivos de calidad formulados por la alta dirección.

Para la evaluación de los EMPLEADOS:

1. Evaluar según siguiente cuadro los factores en estudio:

RANGO	PORCENTAJE DE FORMATOS BUENOS Y EXCELENTES	ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLOGIA
1	80%-100%	SEGUIMIENTO	A LARGO PLAZO	
2	50%-80%	MEJORA	A CORTO PLAZO	
3	≤40%	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	

(OBSERVAR LAS ACCIONES DESCRITAS CON ANTERIORIDAD)

2. Si existen más de 2 llegadas tardías por semana laboral es motivo de despido, si estas no son justificadas debidamente, tomando como tiempo tardío 10 minutos pasada la hora de entrada.
3. Las horas extras serán remuneradas y no serán motivo de justificación de entradas tardías.
4. La existencia de 5 acciones diferentes de personal o la incidencia de una misma acción un numero de 3 veces, serán motivo de despido.
5. Una participación del 50% de las capacitaciones impartidas refleja un desinterés de los objetivos planeados, motivo de despido, pues a través de las capacitaciones se realiza el aseguramiento de la calidad.
6. La nota promedio de capacitación refleja el nivel de captación de los objetivos de la misma y el nivel de aprendizaje alcanzado por el empleado, el rango de notas se detalla a continuación:
 - ✓ MALO..... De 1 a 5
 - ✓ BUENO..... De 6 a 7
 - ✓ EXCELENTE..... De 8 a 10

NOTA	ACCION
Malo	Enviar al empleado a una segunda capacitación, si reprueba dejar laborar un mes más y realizar de nuevo la misma capacitación al finalizar el mes. En caso de reprobar, reasignar puesto o evaluar su seguimiento.
Bueno	Dejar laborar un mes más y realizar de nuevo la misma capacitación al finalizar el mes; en caso de obtener el mismo resultado buscar acciones recreativas para su excelencia.
Excelente	Enviar al empleado a otras capacitaciones para un desempeño con mayor grado de avance y retribuir su excelencia con regalías de motivación.

Para la evaluación de los RESPONSABLES DE LA CALIDAD E INTEGRANTES DEL CTC:

1. Evaluar según siguiente cuadro los factores en estudio:

CUADRO ESCENICO	ACTITUD CUMPLIDA
4 BUENAS A EXCELENTES Y MENOS DE 5 MALAS	SI
3 REGULARES, 4 BUENAS A EXCELENTES Y 3 MALAS	SI
5 MALAS	NO

2. Si existen más de 2 llegadas tardías por semana laboral es motivo de despido, si estas no son justificadas debidamente, tomando como tiempo tardío 10 minutos pasada la hora de entrada.
3. Las horas extras serán remuneradas y no serán motivo de justificación de entradas tardías.
4. La existencia de 5 acciones diferentes de personal o la incidencia de una misma acción un numero de 3 veces, serán motivo de despido.

5. Una participación del 50% de las capacitaciones impartidas refleja un desinterés de los objetivos planeados, motivo de despido, pues a través de las capacitaciones se realiza el aseguramiento de la calidad.
6. La nota promedio de capacitación refleja el nivel de captación de los objetivos de la misma y el nivel de aprendizaje alcanzado por el empleado, el rango de notas se detalla a continuación:

- ✓ MALO..... De 1 a 5
- ✓ BUENO..... De 6 a 7
- ✓ EXCELENTE..... De 8 a 10

NOTA	ACCION
Malo	Enviar al empleado a una segunda capacitación, si reprueba dejar laborar un mes más y realizar de nuevo la misma capacitación al finalizar el mes. En caso de reprobar, reasignar puesto o evaluar su seguimiento.
Bueno	Dejar laborar un mes más y realizar de nuevo la misma capacitación al finalizar el mes; en caso de obtener el mismo resultado buscar acciones recreativas para su excelencia.
Excelente	Enviar al empleado a otras capacitaciones para un desempeño con mayor grado de avance y retribuir su excelencia con regalías de motivación.

11.7.5.5.5.2 Buenas prácticas de turismo

La implementación de las Buenas Prácticas de Turismo, pretende corregir o mejorar la situación actual y futura de las empresas, con el fin de prevenir o minimizar los posibles impactos negativos que puede generar la actividad turística, optimizando la calidad de los servicios ofrecidos al visitante. Las Buenas Prácticas para Turismo son una herramienta que facilita a las empresas comunitarias adoptar acciones concretas que les permitan orientar su gestión hacia la práctica.

Por lo tanto, es muy importante para la alta dirección conocer sobre ellas y tenerlas en cuenta para aplicarlas durante el desarrollo y futuro del proyecto turístico. De esta manera, se lograrían los beneficios fundamentales.

BENEFICIOS FUNDAMENTALES	BPT
Seguridad	Señalización informativos Señalización preventivos Señalización restrictivos
Higiene	Disponibilidad de equipo Disponibilidad de tratamientos
Atención al cliente	Recibimiento Desarrollo Despedida

11.7.5.5.5.2.1 Seguridad

Para llevar a cabo una buena señalización se debe tener en cuenta, que esta contiene señalamientos de índole informativo, preventivo y restrictivo, los cuales se deberán tener en cuenta para realizar una buena señalización.

1. **Señalamientos informativos:** Estos señalamientos brindan información geográfica sobre destinos, distancias y actividades que se pueden practicar, así como los servicios

disponibles de la zona. Los señalamientos informativos deben llevar de la mano al viajero desde el acceso en carretera hasta los sitios naturales de mayor belleza o interés. Están enmarcados en un cuadro azul, contrastando con colores comunes en la naturaleza como los verdes y tonos cafés. Algunas de las señalizaciones informativas que se deberán utilizar para indicar de que existe una actividad o servicio turístico en la zona son las siguientes:

- a. Ubicación del destino.
- b. Actividades turísticas.
- c. Servicios turísticos.

2. Señalamientos preventivos: La prevención es un aspecto fundamental en cualquier área natural que pretenda promoverse como destino turístico. El propósito de estos señalamientos es el de atraer la atención del turista hacia obstáculos u otros peligros en la naturaleza en general o en la práctica de alguna actividad en particular. El triángulo rojo tradicionalmente alude a la atención o precaución. Tanto los señalamientos preventivos como los restrictivos son medios para difundir normas, prevenir accidentes, evitar el mal uso de recursos naturales o el daño a la flora y fauna del área.

3. Señalamientos restrictivos: La prohibición de ciertas actividades o actitudes es determinante en la seguridad y comportamiento del turista. Ya sea por inexperiencia del visitante, ignorancia o simple falta de voluntad, serán éstos los señalamientos que marquen los límites de tolerancia. Una franja cruzada advertirá un señalamiento restrictivo. Las sanciones atribuidas al incumplimiento de los señalamientos restrictivos deberán ser consecuentes y aplicadas en la medida de lo posible.

Para llevar a cabo una buena señalización se necesita determinar la cantidad de señales que se requieren para indicar las diferentes rutas, actividades y servicios turísticos que se encuentran en la zona. Las señales se determinaran una vez se esté llevando a cabo el proyecto, ya que será en ese momento donde se podrá identificar con más detalle las zonas de ocio, riesgo y precaución y por ende la cantidad de señales a utilizar.

Se recomienda que la elaboración de señales sea realizado por miembros pertenecientes a las comisiones con el fin de crear otra fuente de empleos que les permita generar mayores ingresos.

11.7.5.5.2.2 Higiene

La operación de la empresa no debe poner en riesgo la salud de los turistas, del personal, de los habitantes locales. En general la preocupación por la higiene del lugar podrá garantizar la calidad de salud del turista y evitara emergencias, es por ello que las 2 acciones principales para las BPT son:

- Disponibilidad de equipo para garantizar la calidad de la oferta.
- Disponibilidad de tratamientos especiales de los servicios a ofertar.

DISPONIBILIDAD DE EQUIPO	DISPONIBILIDAD DE TRATAMIENTOS
Para la calidad del agua	Acciones para darle el mejor uso: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilizar y capacitar al personal sobre la importancia del agua y su correcto uso. ▪ Usar jabones que no requieren mucha agua para disolverse.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer planes de revisión y mantenimiento. ▪ Capacitar al personal para detectar fugas, informar y/o dar solución al problema. ▪ Llevar registros de consumo mensual de agua por áreas y listas de verificación de mantenimiento. ▪ Colocar anuncios en las oficinas, habitaciones y/o servicios higiénicos para cerrar el caño, detectar fugas de agua, etc. ▪ Instalar filtros para purificar y moderar el agua. ▪ Si se cuenta con amplios jardines que requieren riego, dejar esta labor para el final de la tarde o noche para reducir el desperdicio por evaporación. ▪ Tratar de no usar agua potable, usar agua de los ríos más cercanos.
<p>Para consumo de energía</p>	<p>Acciones para un buen consumo de energía:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilizar y capacitar al personal para reducir el consumo de energía. ▪ Colocar anuncios en zonas claves para apagar luces innecesarias. ▪ Elaborar registros para consumo mensual de electricidad, listas de verificación, de operativos y/o de mantenimiento, para tomar medidas que ayuden a disminuir el consumo de energía ▪ Colocar láminas transparentes en los techos para aprovechar la luz solar durante el día.
<p>Para la generación de residuos</p>	<p>La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente.</p> <p>Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reutilización. Las acciones para combatirlo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionar la basura mediante su recogida selectiva con diferentes recipientes diferenciados por colores y carteleras, que estén colocados en zonas claves al uso de todos. ▪ Informar a los turistas sobre la forma de separar la basura. Colocar anuncios o informar a través del personal. ▪ Imprimir sólo lo necesario y reutilizar el papel usado por una cara para fax, anotaciones, libretas de apuntes, etc. ▪ Colocar anuncios que incentiven a los turistas a botar la basura en los lugares correspondientes. ▪ Colocar los recipientes de basura en zonas visibles y en cantidades moderadas para no opacar el atractivo del lugar.
<p>Para la atención de emergencias</p>	<p>Se debe prevenir y estar preparados para atender emergencias. Para ello:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informarse antes de la excursión sobre las necesidades médicas y estado físico de cada turista. ▪ Identificar y controlar los riesgos durante los servicios. ▪ Llevar un botiquín de primeros auxilios. ▪ Consultar a un médico especialista para equiparlo y saber cómo usarlo. ▪ Prepararse para tratar afecciones que son comunes en los turistas. ▪ Capacitar y hacer simulacros para actuar en casos de emergencias. ▪ Conformar una brigada de emergencias, asignando responsabilidades específicas y equipos disponibles. ▪ Organizar campañas de limpieza en las localidades que visiten los turistas.

<p>Para la integridad física del turista</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se contara con medidas preventivas, medidas de respuesta a emergencias de las actividades a realizar, para ello se realizara reuniones para crear las medidas preventivas ya que son las personas de la zona las que conocen los lugares riesgosos y la mejor forma de evitar accidentes. ▪ El lugar donde se llevaran las personas si sufren un accidente se determinara por el personal del centro turístico en su momento aunque se tendrá la opción de montar un canopy o un lugar de atención de emergencias en el centro turístico o en algún lugar de accesibilidad. ▪ Se deberá contar con personal que conocerá de primeros auxilios dentro de ellos están los guías turísticos que son los que tienen mayor contacto con el turista y deberá responder inmediatamente a una emergencia, así también se contara con y el equipo a utilizarse, además se debe de contar con la información de los hospitales o unidades de salud más cercanos. ▪ Se debe de contar con el equipo y gestiones de apoyo a la actividad como lo es transporte en el caso de algún accidente, acciones de primeros auxilios, agua etc. ▪ El grupo de trabajo del comité directamente los guías turísticas debe de estar adiestrado en los ambientes a visitar y destrezas a utilizar para cualquier percance. ▪ El grupo de trabajo debe ser suficiente para manejar el grupo de visitantes en proporción al menos un guía por cada cuatro turistas. Y con un grupo de guías mínimo de 3 guías para un grupo de 10 turistas o menos. ▪ Tener un mapa del área a visitar para la fácil ubicación en el caso algún accidente. ▪ Debe instruirse al personal sobre la conducta y acciones que deben seguir en caso de emergencia. ▪ El botiquín de primeros auxilios debe tener mínimamente los siguientes elementos: vendas, gasa, cinta adhesiva, guantes de goma y quirúrgicos, agua potable, tijera sin punta, toalla y una manta; junto a una linterna con pilas, alcohol puro etílico, agua oxigenada y jabón. ▪ Plan de seguridad de delincuencia que deberá tenerse en cuenta con el apoyo de la policía turística que se instalara en la zona con la ayuda del ministerio de turismo. ▪ Inspeccionar cada cierto periodo los restaurantes, y los lugares turísticos en general para garantizar la higiene del destino. ▪ Debemos recordar que el turista requiere una mayor atención y asistencia por el desconocimiento del destino, por lo que la información se transforma en una variable de altísima valoración, es por ello que se debe de dar la información necesaria al turista antes de la realización de cada actividad, cada tipo de información dependerá del tipo de actividad a realizar para que el turista sepa tomar en cuenta las recomendaciones para cada caso.
--	---

11.7.5.5.2.3 Atención al cliente

La calidad no es un lujo, sino un medio de poder responder a las expectativas creadas por el consumidor. Por lo tanto, es muy importante:

1. Recibimiento - Calidad en la acogida, en la relación con el visitante.

2. Desarrollo:
 - a. Calidad de las estructuras.
 - b. Calidad de las animaciones.
 - c. Calidad turística general de la región
3. Despedida – Calidad en la satisfacción al turista

Recibimiento – Calidad en la acogida

La acogida: Este punto es prever, arreglar, preparar, adelantarse a las necesidades que pueda tener el visitante que llega. Es fundamental que las promesas de un folleto o de una fotografía existan realmente en el terreno.

Una acogida de calidad comienza en el primer contacto del turista con su futuro anfitrión. Por correo, fax, teléfono o correo electrónico, el turista debe sentir desde el primer contacto la cordialidad y la hospitalidad que lo esperan en el lugar que ha elegido para sus vacaciones.

Para hacer las condiciones de llegada lo más gratas posibles, debe preverse que el lugar no presente un entorno no acogedor. Entre ello se debe preocupar:

- a. *Presentación del Lugar:* A la llegada de los turistas se debe proceder a un pequeño recorrido por las dependencias, explicando los elementos básicos que harán más grata la estadía como instrucciones, comidas, estacionamiento, juegos, servicios complementarios y otros.
- b. *La Información Turística:* El anfitrión debe ser capaz de informar a sus visitantes sobre las diferentes posibilidades turísticas que ofrece la región como lugares de interés, circuitos, restaurantes, senderos para caminatas, arriendo de caballos, mercados, festividades y otros. Para ello, se aconseja disponer de documentación y mapas con circuitos indicados.
- c. *Definir Reglas:* Al visitante también hay que darle a entender que existen algunas reglas que deben ser cumplidas para facilitar las buenas relaciones con sus anfitriones y sus eventuales vecinos. Se trata del respeto a las personas y a los bienes, el respeto de las horas de reposo, el cuidado de los objetos, del material agrícola, de los animales.
- d. *Venta de productos:* Se debe tomar en cuenta las normas sanitarias vigentes. La información sobre las autorizaciones necesarias y reglamentos en curso que deben obtenerse en la municipalidad, municipios, en los servicios de salud y medio ambiente. Estos aspectos se refieren al estado de los locales, manejo de los productos y otros.

Desarrollo– Calidad de las estructuras

Alojamiento: La adecuada preparación de la estructura prevista para el recibimiento de turistas requiere tener en cuenta un conjunto de factores relativos a la construcción del lugar. Se trata de una evolución que debe tratar de conservar el carácter antiguo del lugar, respetando el estilo regional. Deben respetarse los colores, la armonía de las formas, el entorno. El aspecto exterior, en lo posible, debe modificarse sólo en el mínimo necesario, tratando de conservar lo elementos antiguos. Entre las acciones a realizarse son:

- a. Investigar sobre la cultura de la región, con el fin de hacer de la estructura del servicio único y auténtico de la zona.
- b. Investigar sobre tipos de estructuras seguras y de interés para el usuario para llamar su atención y motivación de usuario.
- c. Realizar diseños para darle al lugar historia y valor.

Desarrollo– Calidad de las animaciones

Las Animaciones: Aunque el turismo se caracteriza por ser un turismo en el cual los usuarios buscan tranquilidad, descanso y un cambio de su ritmo cotidiano, es importante estar informado sobre las posibilidades de animación que pueden existir en los pueblos o en las proximidades del lugar de estadía, las cuales permiten ampliar la gama de actividades propuestas a los visitantes al aportar elementos complementarios de distracción. Entre sus acciones importantes cabe mencionar:

- a. Informar y hacer partícipes a los turistas de las actividades características de la zona.
- b. Determinar periodos de mayor atracción de la zona a través de las costumbres y la cultura de la zona que hagan posible un mayor interés en estos tiempos.
- c. Investigar de patrimonio histórico-cultural de la zona e interrelacionarlo con actividades de aventura de inquietud al usuario.

Desarrollo– Calidad turística general de la región

La calidad Regional: La calidad turística de una región se caracteriza por su aptitud para crear y desarrollar un ambiente agradable, junto a la posibilidad de realizar actividades recreativas poco usuales para los visitantes. Entre sus acciones se determinan:

- a. Contratación y capacitación de personal residente de la zona, para brindar al usuario turístico una cercanía a la misma.
- b. Diseñar actividades de relaciones interpersonales agradables entre turistas y comunidades para una mejor inmersión de estos en la cultura regional.
- c. Investigar de actividades recreativas alusivas a las aptitudes, capacidad y naturalidad de la región adaptables a diseños de aventura que no comprometan su autenticidad.

Despedida– Calidad en la satisfacción al turista

Para que los turistas se vayan satisfechos es necesario que se les atienda bien, se sientan seguros y cumplir o sobrepasar sus expectativas. Entre las acciones para satisfacer al turista:

- a. Dar al turista más de lo que se le ofrece. Es preferible sorprenderlos gratamente con detalles que no fueron mencionados al momento de la venta.
- b. Hacer que los clientes se sientan seguros durante los servicios. Informar sobre posibles riesgos en la zona que se visita y la forma de evitarlos.
- c. Si se ha cometido una falta, recompensar al turista. Que se vea la intención de brindarle el mejor servicio.
- d. Preguntar a los turistas si todo está bien, hacerlo a través del personal. Poner esa información por escrito.
- e. Diseñar formularios para comentarios, quejas o sugerencias. Es mejor dar opciones para marcar, evitándose así que el turista tenga que escribir mucho.
- f. Enviar correos electrónicos pidiendo su opinión sobre los servicios recibidos.
- g. Solicitar a los turistas, al personal y proveedores recomendaciones y sugerencias para mejorar.
- h. Reunir al personal semanalmente para evaluar los comentarios.
- i. Tomar en cuenta las quejas. Con las sugerencias de los turistas hacer planes de acción para la mejora continua.

11.7.6 Programa de turismo sostenible

Programa donde se documentara de forma integrada las actividades coordinadas para lograr que el desarrollo de los servicios turísticos esté en un marco congruente con los intereses de

conservación de los recursos ambientales y así garantizar la satisfacción del turista y la prolongación de la actividad.

11.7.6.1 Definición de sostenibilidad en los servicios

El turismo sostenible ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo como aquel que: *“Conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”*.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo uno de los factores más profundos que determinan la calidad es:

- ✚ **Armonía:** La armonía con el entorno humano y natural se enmarca en el territorio de la sostenibilidad, un concepto a medio y a largo plazo. La sostenibilidad del turismo requiere gestionar impactos ambientales y socioeconómicos, fijar indicadores ambientales y mantener la calidad del producto turístico y de los mercados de turistas. No puede haber sostenibilidad sin calidad.

11.7.6.2 Sostenibilidad turística

En muchos países el turismo puede ser más lucrativo que las industrias agrícolas, ganaderas, textiles o de otro tipo. Sin embargo, si la industria turística no se regula adecuadamente puede generar un impacto negativo en la cultura local y en el ambiente natural. Día a día se observan casos que ilustran esta situación, por ejemplo, la construcción extensiva de hoteles daña la vegetación de un sitio y le resta atractivo al paisaje. Los turistas producen toneladas de desechos plásticos cerca de las playas y el comportamiento y la reproducción de los organismos silvestres se alteran, entre otros. La naturaleza tiene sus límites y cuando se llegan a deteriorar las atracciones de un sitio por su uso inadecuado, el destino turístico decae.

La creciente conciencia ambiental y social en los viajeros de hoy se debe considerar en los planes de acción de los empresarios turísticos; por ende, éstos deben adoptar prácticas amigables con el ambiente, con el fin de promover una relación sostenible entre recursos naturales, ambiente y turismo, también funciona como instrumento para seleccionar proveedores o socios turísticos con base en los criterios de sostenibilidad.

RECURSOS PROBABLES DE AFECCION	TIPO DE AFECCION	FACTORES DE PROVOCACION
Agua	Contaminación	* Desechos solidos * Aguas residuales * Desechos peligrosos * Educación ambiental
	Escasez	* Manejo y uso * Educación ambiental
Aire	Contaminación	* Transporte * Energía * Educación ambiental
Suelo	Contaminación	* Construcción * Desechos solidos * Desechos peligrosos * Educación ambiental
Vegetación	Desforestación	* Construcción

		<ul style="list-style-type: none"> * Contaminación del suelo * Contaminación del aire * Contaminación del agua * Gestión de proveedores * Educación ambiental
Especies	Extinción	<ul style="list-style-type: none"> * Construcción * Contaminación del suelo * Contaminación del aire * Contaminación del agua * Gestión de proveedores * Educación ambiental

FACTORES DE PROVOCACION-DESECHOS SOLIDOS	
CONCEPTO	
<p>Son una de las principales fuentes de contaminación ambiental. Una gran cantidad de actividades humanas generan toneladas de desechos sólidos diariamente. Usualmente, en el mejor de los casos, estos residuos se envían a rellenos sanitarios, pero un gran porcentaje termina en botaderos a cielo abierto.</p>	
IMPORTANCIA	
<ul style="list-style-type: none"> * Los visitantes producen gran cantidad de desechos. En promedio, cada turista genera un kilogramo de desechos sólidos por día y la percepción de limpieza de un destino turístico es un factor que influye sobre la decisión de volver a un sitio o recomendarlo a otros turistas. * Las acumulaciones de desechos sólidos son sitios potenciales de reproducción de organismos que transmiten enfermedades y ponen en riesgo la salud pública. * El mal manejo de los desechos sólidos arruina la imagen de un destino turístico al producir malos olores, contaminar el suelo y las aguas y afectar la biodiversidad. 	
ACCIONES DE MEJORA	
<ul style="list-style-type: none"> * Reducir el consumo excesivo de productos que originan residuos no biodegradables, como los plásticos. * Utilizar formas creativas de sustituir los procesos actuales por otros que generen menos desechos. * Adquirir productos de buena calidad; éstos duran más, por lo que no necesitará renovarlos con frecuencia. * Establecer un mecanismo de compras conjuntas con otros proveedores de servicios turísticos; de esta forma, pueden comprar productos en empaques de grandes cantidades, en vez de empaques individuales y de paso reducen los costos. * Recordar a los turistas y a su personal la importancia de no dejar desechos en las áreas naturales. Motivarlos para que se unan al esfuerzo de reducción de desechos sólidos. * No utilizar platos, vasos o cubiertos desechables. Comprar vajillas de loza, cubiertos de metal y vasos de vidrio, antes de adquirir gran cantidad de objetos de plástico con frecuencia. * Ofrecer a los turistas alimentos hechos en su empresa. * Almacenar los materiales en forma adecuada, para evitar pérdidas de producto. * Usar aparatos que funcionen con energías alternativas, como linternas y relojes solares para evitar el uso de baterías desechables. * Comprar productos en envases retornables. Prefiera los envases de vidrio, ya que es más fácil 	

reutilizarlos y reciclarlos que los de plástico.

- * Donar el exceso de comida, los muebles y los aparatos que ya no se usan.
- * Aprovechar los desechos orgánicos para la producción de abono.
- * Utilizar productos hechos a base de material reciclado, ya que en su fabricación no se emplea tanta energía.
- * Colocar en la empresa contenedores para reciclaje, con el fin de separar los desechos sólidos en aluminio, plásticos, vidrio, papel y orgánicos. Dispóngalos en sitios frecuentados por visitantes y personal.
- * Pintar dibujos alusivos a lo que se puede depositar en cada recipiente para que turistas de otros países comprendan, con mayor facilidad, el tipo de desechos que va en cada contenedor.
- * Contactar a empresarios del reciclaje o a centros de acopio que trabajen en su comunidad o cerca. Coordine con ellos la recepción de los desechos depositados en los contenedores para reciclaje.
- * Analizar la posibilidad de adquirir inodoros de compostación, los cuales transforman en abono, los desechos orgánicos humanos.
- * Instar a sus clientes y al personal a que implementen medidas que protejan la vida silvestre, como cortar los aros de plástico de las bebidas de refresco, etc.
- * Verificar el lugar donde se disponen finalmente los desechos.
- * Tomar acciones comunitarias para mejorar las condiciones de los botaderos de su zona.
- * Informar sobre la mejor forma de disponer de sus desechos no tradicionales, como los de construcción.
- * Trabajar con el gobierno local en la organización de un servicio de recolección de basura que funcione de manera periódica.
- * Verificar con los recolectores de basura, si los desechos son dispuestos adecuadamente una vez que usted los entrega.
- * Adoptar un programa para el manejo de desechos sólidos objetivado en reducir, en segundo lugar reutilizar y por último, reciclar.
- * Involucrar al personal en los programas de disminución de la contaminación por desechos
- * Promover y participar en actividades de limpieza en senderos naturales, rutas, caminos y carreteras.
- * Identificar que desechos son de reciclaje y posible su venta para generar fondos de uso para los programas de limpieza.
- * Incluir campañas de información sobre los efectos adversos.
- * Promover a través de los operadores de tours la participación voluntaria y gratuita de programas de limpieza.
- * Llevar un registro de los resultados de las campañas de limpieza.

BENEFICIOS

- * Una empresa que implementa buenas prácticas de manejo puede reducir la producción de residuos sólidos hasta en un 60%, con el consiguiente ahorro de energía, agua y materias primas.
- * Las prácticas de reducción, reutilización y reciclaje ayudan a la educación de consumidores responsables y generan ahorros significativos para la empresa.
- * El buen manejo de los desechos sólidos ayuda a mantener la calidad del destino turístico.
- * Una empresa comprometida con el manejo adecuado de los desechos sólidos es un ejemplo para otras compañías de la región.

- * El destino turístico entero sale ganando al unirse más entidades al esfuerzo de manejar los desechos apropiadamente, pues eso significa un ambiente más limpio, saludable y agradable a la vista.

FACTORES DE PROVOCACION-AGUAS RESIDUALES
CONCEPTO
<p>Son aquellas que habiendo sido usadas, constituyen un residuo, algo que no sirve para el usuario directo. Están formadas por todas aquellas aguas conducidas por el alcantarillado y a veces incluyen las aguas de lluvia y las infiltraciones de agua del terreno.</p> <p>Las aguas grises están compuestas por agua de lavar procedente de la cocina, cuarto de baño, aguas de los fregaderos y lavaderos. No son aguas potables, pero tampoco son aguas de desecho sanitario. Las aguas de desecho sanitario provienen de inodoros, orinales y sitios de desecho de materia fecal animal.</p>
IMPORTANCIA
<ul style="list-style-type: none"> * Las aguas de desecho sanitario presentan bacterias, virus y parásitos y si su descarga es inocua pueden producirse epidemias graves. * El incremento en los niveles de virus, bacterias y enfermedades asociados a los desechos humanos, amenaza tanto a los ecosistemas acuáticos como a las poblaciones humanas y reduce el atractivo de un área como destino turístico y genera grandes pérdidas económicas al restarles valor.
ACCIONES DE MEJORA
<ul style="list-style-type: none"> * Determinar la naturaleza del problema de aguas residuales para evaluar su uso y prácticas de tratamiento. * Disminuir la contaminación orgánica desde la fuente. * Reutilizar las aguas grises en usos alternativos. * Utilizar inodoros de bajo consumo de agua. * Asegurar el tratamiento de aguas residuales antes de verterla al medio ambiente. * Desarrollar adecuados sistemas municipales para asegurar su apropiado tratamiento. * Mantener los dispositivos sanitarios en buenas condiciones, a fin de prevenir la descarga accidental.
BENEFICIOS
<ul style="list-style-type: none"> * El buen manejo de las aguas residuales ayuda a mantener la calidad del destino turístico. * Una empresa comprometida con el manejo adecuado de las aguas residuales garantiza la higiene del lugar turístico y aumenta el grado de confiabilidad del mismo. * Reducción en el presupuesto de pago de agua potable por la sustitución de estas en usos alternativos y su manejo adecuado.

FACTORES DE PROVOCACION-DESECHOS PELIGROSOS
CONCEPTO
<p>Son aquellos que pueden dañar directa o indirectamente a las personas, bienes y/o al medio ambiente por su sustancia peligrosa.</p>
IMPORTANCIA
<ul style="list-style-type: none"> * El contacto de estas sustancias con cualquier recurso natural generan su contaminación y consecuencias nocivas y corrosivas a los ecosistemas dependientes del recurso.

<ul style="list-style-type: none"> * Generan plagas de insectos que provocan un área de riesgo para los turistas. * Su disposición no adecuada provoca desorden y un lugar inocuo de permanecer. * Su concentración o disposición ligera, en casos de desastre provocan la prolongación del mismo por su toxicidad.
ACCIONES DE MEJORA
<ul style="list-style-type: none"> * Reducir el uso de productos que contengan sustancias químicas. * Emplear en gran medida productos naturales. * Uso de producto biodegradables que tienen como principal característica su nulo grado de toxicidad. * Crear parámetros que verifiquen rangos de calidad ambiental aceptables para la evaluación y selección de los productos de compra. * Usar dosificadores de productos para el uso mínimo y exacto de las sustancias y mayor duración. * Capacitar al personal para emplear de manera responsable y segura los productos. * Eliminar de manera responsable y adecuada los materiales peligrosos. * Disponer de áreas y equipo aislado y especial para el manejo y tratamiento de los mismos. * Desarrollar sistemas de recolección y disposición adecuada de los desechos.
BENEFICIOS
<ul style="list-style-type: none"> * Una empresa comprometida con el manejo adecuado de los desechos peligrosos garantiza la estabilidad del lugar turístico y aumenta el grado de seguridad del mismo. * El mínimo uso de productos con sustancias toxicas, genera en el turista un mayor ímpetu del consumo de productos de preparación propia.

FACTORES DE PROVOCACION-MANEJO Y USO DEL AGUA
CONCEPTO
<p>El agua existe en forma abundante, no obstante, cerca del 97% del agua del planeta es salada y está en mares y océanos y solamente el 3% es agua dulce, que en su mayoría está en forma de hielo en los polos y en los glaciares y apenas un 0.3% de esa masa total de agua dulce, puede ser utilizada por los seres humanos en alimentación e higiene personal, producción de energía, irrigación de campos agrícolas y distintos procesos industriales, entre otros múltiples usos. El líquido se encuentra en forma de agua subterránea, así como en ríos, lagos y otros humedales.</p>
IMPORTANCIA
<ul style="list-style-type: none"> * En una región donde la cantidad de personas se incrementa en un corto período de tiempo, la demanda de agua aumentará de tal manera que podría disminuir severamente la disponibilidad de sus fuentes y con ello, se altera la duración del ciclo del agua. * Muchos servicios y atracciones turísticas requieren del agua para poder llevarse a cabo o bien, para funcionar. * Los turistas consumen mucha agua, a veces hasta más del doble que un residente. * El ahorro de agua ayuda a proteger el recurso hídrico de la comunidad, a la vez que promueve una relación sostenible entre agua, ambiente y turismo.
ACCIONES DE MEJORA
<ul style="list-style-type: none"> * Mantener controles y registros periódicos sobre el uso de agua. * Instalar medidores de caudal por áreas operativas para determinar cuáles consumen más agua y con ello, lograr facilitar las labores de localización de fugas y mantenimiento. * Calcular la cantidad de agua consumida por visitante y/o actividad turística.

<ul style="list-style-type: none"> * Determinar la efectividad en términos de ahorro de agua después de poner en práctica las medidas que se aconsejan para ver si necesita implementar medidas adicionales. * Contratar una empresa para que haga análisis de la calidad del agua. * Analizar con qué frecuencia ocurren incidentes de escasez de agua en la zona. * Determinar qué medidas de contingencia se pueden aplicar en esos casos. * Programar un mantenimiento general para revisión de tuberías e instalaciones y reparación de llaves que gotean u otro tipo de fugas. Debe tener lugar una o dos veces al mes y debe asignarse una persona encargada de darle seguimiento. * Solicitar a sus empleados y clientes que reporten las fugas que detecten. * Mantener un tanque con agua en su empresa para poder facilitársela a sus clientes en caso de que ocurra un evento inesperado. * Motivar a los turistas a participar en el ahorro de agua, proporcionando instrucciones sobre cómo pueden ayudar en esta tarea. Utilice medios discretos, pero a la vez, visibles y atractivos para comunicar los consejos de ahorro, como una tarjeta impresa en la habitación o rótulos colocados estratégicamente en distintos puntos de la compañía. * Utilizar inodoros eficientes que sólo emplean 6 litros de agua por cada descarga, esta acción puede ahorrarle 50% de agua en los baños. * Adquirir dispositivos reductores de caudal para grifos y duchas, esto implica un ahorro de agua de hasta un 50% por persona por día. * Lavar productos en un recipiente con agua en lugar de hacerlo bajo la llave abierta. * Reutilizar agua para irrigar jardines y limpiar patios, paredes, garajes o pavimentos. * Usar equipos eficientes, que no consuman más de 60 litros de agua por 4 kilogramos. * Captar el agua de lluvia y usarla para regar jardines o para lavar instalaciones y vehículos. * Establecer manuales operativos para el uso eficiente del agua en labores. * Capacitar al personal para que aplique los manuales operativos y aprenda a comunicar a los clientes las políticas ambientales de la empresa. * Regar las zonas verdes al final de la tarde o en la noche, para evitar la evaporación y emplear preferiblemente aspersores o sistemas de goteo.
BENEFICIOS
<ul style="list-style-type: none"> * La reducción del consumo de agua disminuye los costos de operación de la empresa. * El gasto por concepto de energía es menor cuando se ahorra agua. * La inversión para comprar grifos y duchas eficientes es baja y se recupera en muy poco tiempo. * Se protege la salud de turistas y personal de la empresa. * La eficiencia en el uso de agua disminuye la generación de aguas residuales, por lo que se contribuye al cuidado de los ecosistemas. * Los turistas, cada vez con mayor conciencia ambiental, preferirán volver a hospedarse o utilizar los servicios de una empresa que conserve el agua. * La empresa gana prestigio y más utilidades, a la vez que deja una huella positiva.

FACTORES DE PROVOCACION-TRANSPORTE
CONCEPTO
Los vehículos de recreación, se utilizan a altas velocidades lo cual puede provocar contaminación sónica, química, visual y conductual en los organismos, además, la conducción deficiente o irresponsable de una embarcación puede llevar al atropello accidental; estas acciones pueden

interrumpir actividades vitales, como la anidación, el cortejo o la alimentación.
IMPORTANCIA
<ul style="list-style-type: none"> * Malas prácticas relacionadas con el transporte deterioran las condiciones de vida. * Existen criaturas muy tímidas y difíciles de observar y una causa de su mortalidad son las colisiones con transportes de motor, lo que generaría la pérdida del atractivo turístico.
ACCIONES DE MEJORA
<ul style="list-style-type: none"> * Cargar combustible fuera de áreas naturales para eliminar el contacto de los recursos naturales con aceite residual. * Inspeccionar con regularidad el transporte turístico para garantizar su buen funcionamiento y eliminar fuentes de contaminación. * Utilizar vehículos modernos y eficientes en el uso de combustible para limitar las emisiones contaminantes. * Programar mantenimientos periódicos.
BENEFICIOS
<ul style="list-style-type: none"> * Conservación del recurso natural atractivo de la actividad turística. * Garantizar periodos mayores del funcionamiento de la actividad turística de la zona. * El acceso cuidado ambientalmente a la zona genera al turista una mayor satisfacción del servicio. * El contar con espacios dirigidos a la circulación vial adecuada provoca al usuario orden y seguridad de su accionar.

FACTORES DE PROVOCACION-ENERGIA
CONCEPTO
La energía es lo que hace que todo suceda; puede ser obtenida de fuentes como el sol, el agua, los combustibles fósiles, el viento, el magma y la materia orgánica, entre otros. Los combustibles fósiles, una de las fuentes más utilizadas en el mundo para obtener energía, se encuentran en cantidad limitada en la naturaleza, su uso puede crear un agotamiento de las reservas, es decir, no se pueden renovar.
IMPORTANCIA
<ul style="list-style-type: none"> * El uso de energía es vital para la operación de los establecimientos turísticos de hospedaje, y la energía eléctrica es una de las fuentes más importantes. * Los establecimientos pueden estar contribuyendo al calentamiento global y cambio climático al cubrir sus necesidades energéticas con energía producida por combustibles fósiles. * El consumo aumenta excesivamente durante los meses de temporada turística alta lo que causa un consumo excesivo de combustible para la producción de energía. * Las reservas de combustibles fósiles se están agotando y no se pueden renovar. * La producción de energía con combustibles fósiles genera contaminación, lo cual puede contribuir al calentamiento global y causar daños en el ambiente. * La energía, por lo general, corresponde al mayor gasto operativo después de los salarios del personal de la empresa turística.
ACCIONES DE MEJORA
<ul style="list-style-type: none"> * Calcular la energía consumida en la empresa. * Recorrer las instalaciones de su empresa e identificar en cuáles áreas se gasta más energía y cuáles oportunidades de ahorro se presentan. * Capacitar a su personal para que sepan aplicar medidas de ahorro de energía.

<ul style="list-style-type: none"> * Colocar rótulos en las instalaciones para pedirles a los turistas que usen la energía correctamente. * Establecer un programa de mantenimiento preventivo para las instalaciones eléctricas y los principales aparatos que consumen electricidad, con la finalidad de detectar cables rotos, tuberías a las que les falta material aislante, electrodomésticos que producen sonidos extraños, entre otros. * Reunirse con miembros de otras empresas turísticas de su localidad para calcular la energía consumida entre todos, a fin de compartir y evaluar la eficiencia de las buenas prácticas que aplican y a su vez, comparar los ahorros que se han logrado. * Comprar productos cuyo mantenimiento requiera menos energía. * Realizar arreglos en la arquitectura de las instalaciones, de manera que haya buena ventilación, superficies que reflejen el calor, aislamiento de techos y ventanas. * Aplicar las recomendaciones sugeridas para ahorrar agua, pues en muchos casos al ahorrar agua se ahorra energía también. * Analizar qué tipos de energías alternativas se pueden implementar en su localidad. * Determinar si se pueden integrar sistemas de energías alternativas en su institución gradualmente. * Aprovechar la ventilación natural. * Utilizar más ventiladores eléctricos de techo, porque consumen apenas un 15% de la energía que gastan los equipos de aire acondicionado. * Sembrar árboles o arbustos nativos alrededor de su empresa para proporcionar sombra sobre paredes y ventanas y cortar el viento. Esto puede ahorrarle un 20% de energía. * Efectuar mantenimiento y limpieza del equipo eléctrico. * Comprar unidades eficientes. * Instalar controles automáticos para apagar los aparatos. * Aprovechar al máximo la luz solar. * Pintar las paredes con colores claros; éstos reflejan más la luz y acentúan la iluminación. * Instalar tragaluz para introducir mayor cantidad de luz en las instalaciones. * Sacudir el polvo de las bombillas con frecuencia, ya que el polvo bloquea la luz. * Iluminar cada área de acuerdo con su función. * Mantener información sobre los efectos de las actividades en el ambiente. * Incentivar campañas de ahorro de energía. * Realizar el mayor número de actividades aprovechando la luz del día.
<p>BENEFICIOS</p>
<ul style="list-style-type: none"> * El ahorro de energía se traduce en mayores utilidades para los empresarios sin necesidad de hacer grandes inversiones. En un hotel pequeño o mediano usualmente se consume 100 kWh por huésped/noche, mientras que en un hotel eficiente se gasta menos de 25 kWh por turista. * La vida útil de los aparatos eléctricos se prolonga al reducir su uso y darles mantenimiento. * La empresa gana prestigio al implementar un programa de ahorro de energía, ya que esto contribuye a mitigar los efectos del calentamiento global. * El impacto negativo producido por el uso de combustibles se reduce, por lo que, se generan beneficios para el ambiente que podrán ser disfrutados por muchos turistas a largo plazo.

FACTORES DE PROVOCACION-CONSTRUCCION	
CONCEPTO	
Realizar la edificación con un alto impacto sobre el entorno natural.	
IMPORTANCIA	
<ul style="list-style-type: none"> * En la ubicación de infraestructura turística influyen aspectos como lograr una buena vista hacia atractivos naturales, y en ocasiones, para ofrecer un mejor panorama se remueve la vegetación. * La destrucción deja sin protección a hábitat e incrementa la erosión y los riesgos de inundaciones, generando una zona inestable y de riesgo a desastres naturales. * Incluso cuando no se corta todo puede generarse una pérdida de conexión con la consiguiente pérdida de biodiversidad e interrupción de rutas de desplazamientos de la fauna, ante lo cual se exponen a peligros. * Los senderos aumenta la presencia humana y su mal planificación y manejo puede fragmentar el área y dividir la población de la flora y fauna. * Un destino turístico que ofrece bosque natural puede cambiar con rapidez de primitivo a semiurbano, si los desarrollos hoteleros tienden a masificarse. 	
ACCIONES DE MEJORA	
<ul style="list-style-type: none"> * Realizar estudios de impacto ambiental del proyecto para diseñar amortizaciones del área. * Identificar áreas valiosas y sensibles para realizar acciones de conservación. * Determinar los impactos ambientales del servicio para determinar las medidas de mitigación. * Investigar y analizar las características de la zona en interés para desarrollar proyectos que aprovechen de las mismas para su beneficio turístico y ahorro. * Adaptar las características propias del entorno en lugar de modificarlas. * Sembrar árboles nativos pues la vegetación contribuye a mantener la estabilidad de un sitio. * Establecer un programa de mantenimiento de senderos para mantener las condiciones biofísicas. * Definir la capacidad de carga de las áreas para su uso no deterioro. 	
BENEFICIOS	
<ul style="list-style-type: none"> * Ahorro en el gasto de instalaciones con mayores elementos de fabricación. * La empresa gana prestigio y autenticidad de su estructura al ser de acuerdo a características de la zona en desarrollo. * Genera seguridad ambiental al turista y atracción particular por su convivio con la naturaleza. 	

FACTORES DE PROVOCACION-GESTION DE PROVEEDORES	
CONCEPTO	
Muchos productos consumidos pueden provenir de fuentes de extracción no sostenible, por lo cual la demanda puede estar ejerciendo una presión sobre los recursos naturales, si estos se extraen insosteniblemente.	
IMPORTANCIA	
<ul style="list-style-type: none"> * La mayoría de los recursos naturales son fuentes de productos consumidos por los habitantes locales y visitantes, su contaminación provocaría afecciones a los consumistas. * Los clientes turísticos son potenciales, esto ocasiona la disminución a causa de la sobre explotación estimulada por la ausencia de límites específicos. 	
ACCIONES DE MEJORA	
<ul style="list-style-type: none"> * Promover la compra a proveedores que apoyan los esfuerzos de conservación de la 	

<p>biodiversidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Diseñar productos amigables con la conservación de la biodiversidad. * Diseñar programas de rechazo a productos provenientes de áreas o recursos protegidos. * Crear mecanismos de identificación de productos amigables con el medio ambiente. * Promover la circulación y disposición de información del control de productos que dañan al medio ambiente a fin de observación de los clientes que ayuden a controlar su extracción.
BENEFICIOS
<ul style="list-style-type: none"> * Autenticidad de los productos a ofertar. * La empresa gana prestigio al implementar un programa de conservación de la naturaleza. * Los turistas, cada vez con mayor conciencia ambiental, preferirán volver a utilizar los servicios de una empresa que conserve el medio ambiente.

FACTORES DE PROVOCACION-EDUCACION AMBIENTAL
CONCEPTO
<p>es una buena herramienta para lograr el fin de lograr la participación de los turistas y el personal de la empresa en acciones a favor del ambiente, a través de un producto turístico de gran valor, ya que fomenta la adquisición de conocimientos sobre el ambiente natural y los retos que enfrenta, teniendo en consideración la relación entre el ser humano y su entorno; de esa manera, promueve el desarrollo sostenible y la búsqueda de soluciones.</p>
IMPORTANCIA
<ul style="list-style-type: none"> * El aprendizaje que los turistas se llevan a casa es un aspecto importante en un tour, ya que muchos comparten la información aprendida al regresar a su lugar de origen y comunicar datos interesantes es darle un valor agregado al producto turístico pues enriquece la experiencia del visitante. * El turismo puede ser una forma muy efectiva de incrementar la conciencia ambiental. Con la guía adecuada, los turistas pueden aprender a ser viajeros responsables y a disfrutar sin causar daños en el ambiente. * Una empresa turística debe impartir conceptos de educación ambiental empleando estrategias que permitan captar y mantener la atención de los turistas, ya que visitan el lugar con el fin de descansar y disfrutar.
ACCIONES DE MEJORA
<ul style="list-style-type: none"> * Capacitar al personal del conocimiento sobre las presiones ambientales de la zona y también, de las buenas prácticas que se deben implementar para hacerles frente, brindando motivación para que los colaboradores sean consecuentes con sus acciones dentro y fuera de la empresa. * Invitar periódicamente a profesionales locales para que colaboren con los esfuerzos de educación ambiental de su empresa. * Propiciar un foro de discusión al final de cada actividad, instándolos a difundirles un buen mensaje a los turistas, al personal de la empresa y demás habitantes de la comunidad. * Facilitarles a los turistas fotografías, folletos u otro tipo de material impreso o audiovisual relacionados con los ecosistemas naturales de la región que están visitando. * Colocar materiales gráficos u otros medios de difusión con medidas que sirvan para que los turistas sean viajeros más responsables con el ambiente que visitan, usando material reciclado para fabricar estos medios. * Organizar campañas ambientales periódicamente en la comunidad; pueden ser de siembra de

<p>árboles, recolección de desechos, mantenimiento de los rótulos de los senderos de un parque nacional y otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Instar a los turistas a participar de las campañas ambientales y su grado de importancia explicándoles a los participantes los beneficios de esas actividades e invítelos a dar e ideas para próximas campañas. * Facilitar la capacitación continua del personal en temas como historia natural de organismos silvestres representativos de la región, monumentos históricos, técnicas de guiado e interpretación ambiental, estrategias para lograr un turismo sostenible, mitos y leyendas de la zona, servicio al cliente y primeros auxilios, entre otros. * Enseñar al personal a brindar un buen servicio al cliente y a velar por la seguridad, la comodidad y la salud de los turistas, así como mostrar respeto por los recursos naturales y la cultura de la comunidad visitada. * Ofrecer productos turísticos con itinerarios que incluyan sitios que muestren la riqueza natural y cultural de la zona, situaciones ambientales de actualidad y empresas que implementen buenas prácticas ambientales. * Instruir a los guías sobre cómo hacer una interpretación ambiental efectiva en un sendero u otro espacio natural.
BENEFICIOS
<ul style="list-style-type: none"> * Un personal bien informado proveerá un mejor servicio a los turistas, quienes reciben un producto de muy buena calidad. * Las prácticas de educación ambiental propician mayor integración de la comunidad; de esta manera, los viajeros perciben un destino turístico con elevado grado de interés y compromiso en la protección del patrimonio natural y cultural. * Los turistas bien informados acerca de los problemas ambientales se interesan más en la protección del medio y muestran voluntad para colaborar con las labores de conservación.

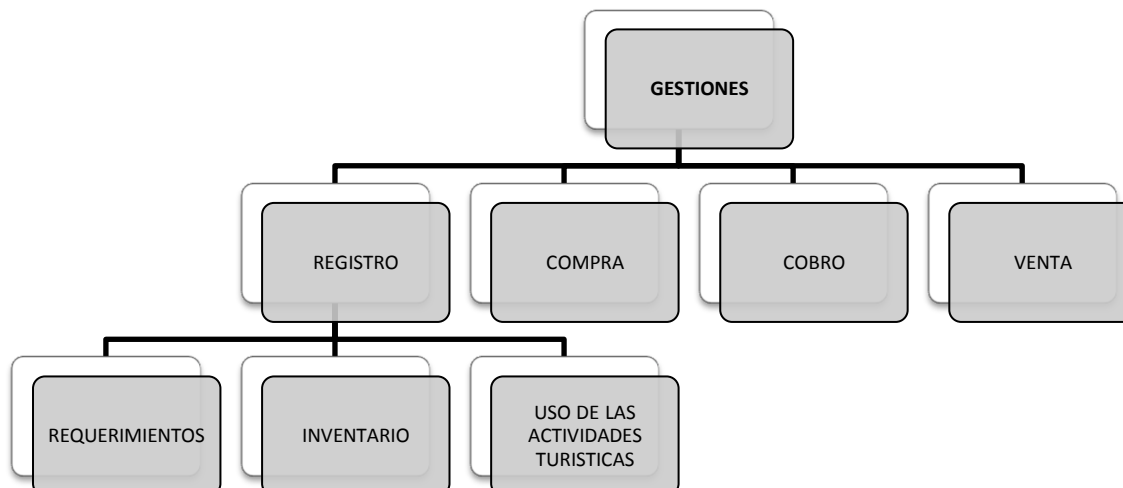
11.7.6.2.1 Sostenibilidad económica

La sostenibilidad económica implica el uso de prácticas económicamente rentables, en este sentido buscando mantener el desarrollo turístico en un largo plazo, la sostenibilidad económica se regirá en dos sentidos:

1. Aportaciones de las actividades turísticas propuestas en las diferentes playas.
2. Aportaciones mensuales de las cooperativas de cada playa

El desglose de lo anteriormente mencionado se puede ver con más detalle en la página 283 (etapa de diseño, sub plan de concientización turística), específicamente en los literales G y H que hablan de las aportaciones de los socios y manejo de las utilidades percibidas por la cooperativa respectivamente

ACTIVIDADES TURISTICAS GENERADORAS DE APORTACIONES	ACTIVIDADES ECONOMICAS DE VENTA								
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Snorkel en arrecife de coral ✓ Discoteca de fin de semana ✓ Avistamiento de tortugas marinas ✓ Torneos deportivos ✓ Clases de surf ✓ Lunadas ✓ Kayac ✓ Campeonatos de surf 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Insumos desechables ✓ Productos alimenticios <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">Lácteos</td> <td style="text-align: center;">Refrigeración</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Carnes rojas</td> <td style="text-align: center;">Congelación</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Carnes blancas</td> <td style="text-align: center;">Congelación</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Verduras y Frutas</td> <td style="text-align: center;">Refrigeración</td> </tr> </table>	Lácteos	Refrigeración	Carnes rojas	Congelación	Carnes blancas	Congelación	Verduras y Frutas	Refrigeración
Lácteos	Refrigeración								
Carnes rojas	Congelación								
Carnes blancas	Congelación								
Verduras y Frutas	Refrigeración								



GESTION REGISTRO: La persona encargada de esta función tienen el objetivo de llevar un control por escrito y a través del sistema de información gerencial que se entregara al comité cada semana, documentos como:

- a. **REQUERIMIENTOS:** Datos que se recolectaran en cada playa y por cada establecimiento cada semana, con el fin de determinar las compras de los insumos de venta responsabilidad del comité. (ANEXO 16)
- b. **INVENTARIO:** Registro de los insumos con los que se cuenta, percederos y faltantes, cada semana.(ANEXO 17)
- c. **USO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS:** Registro del número de veces en que la actividad turística se realiza para el registro exacto de la aportación que genera correspondiente a la actividad semanal. (ANEXO 18)

GESTION DE COMPRA: El encargado tiene la función de realizar las acciones que genera los requerimientos y el inventario en un tiempo óptimo para el abastecimiento del lugar de venta de los mismos semanalmente. (ANEXO 19)

GESTION DE COBRO: Encargado de realizar las actividades de cobro de las tres diferentes aportaciones, es decir, realizar el cobro a cada cooperativa, cobro de la aportación generada por las actividades turísticas y por la venta. (ANEXO 20)

Esta gestión se realizara mensualmente de la siguiente manera:

- a. Las aportaciones por la venta se realizara cada 15 de cada mes.
- b. Las aportaciones generadas por las actividades turísticas y las cooperativas se realizaran cada final de mes.

Cualquier suceso distinto o adverso deberá ser documentado por el encargado quien generara su respectivo reporte dirigido al comité cada vez que realice la gestión de cobro.

GESTION DE VENTA: Responsable de la disposición de los insumos a la venta, encargado de la atención al cliente y la caja que genere la venta de los mismos. (ANEXO 21)




11.7.6.3 Evaluación ambiental

La evaluación que se realizara a cada factor de provocación del deterioro ambiental tiene como objetivo el determinar las fuentes de mayor generación del mismo para diseñar acciones de mitigación y disminución de su generación.

FACTOR DE PROVOCAACION	FORMATO
Desechos Solidos	ANEXO 22
Aguas Residuales	ANEXO 23
Desechos peligrosos	ANEXO 22
Manejo y Uso del Agua	ANEXO 23
Transporte	ANEXO 24
Energía	ANEXO 25
Construcción	ANEXO 26
Gestión de Proveedores	ANEXO 27
Educación Ambiental	ANEXO 28

11.7.6.3.1 Evaluación-anexo 16

CONSIDERACIONES
1. Una persona por día genera de 5-15 lb de desecho y su acumulación por acción se considerara en partes igualatorias.
2. El 75% del desecho debe ser de carácter orgánico.
3. Del 25% del desecho inorgánico el 5% es peligroso.
4. Debe de existir mínimo 3 depósitos por área.
5. Ubicación mínima de 5 letreros de concientización ambiental
6. Debe impartirse como mínimo una capacitación al personal por mes

MARGEN SUPERIOR						ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLO GIA
C1	C2	C3	C4	C5	C6			
0%	0%	0%	3	5	4	SEGUIMIENTO	A LARGO PLAZO	
<30%	<30%	<30%	2	3	2	MEJORA	A CORTO PLAZO	
>30%	>30%	>30%	1	1	1	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	

11.7.6.3.2 Evaluación-anexo 23

CONSIDERACIONES
1. Una persona por día ocupa de 1,000-2,000 lt de agua.
2. El 75% del agua utilizada representa ser residual.
3. Del 15% del agua utilizada representa desecho sanitario
4. Debe de existir mínimo 3 equipos dirigidos al ahorro de agua por área.
5. Ubicación mínima de 5 letreros de concientización ambiental
6. Debe impartirse como mínimo una capacitación al personal por mes

MARGEN SUPERIOR						ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLOGIA
C1	C2	C3	C4	C5	C6			

0%	0%	0%	3	5	4	SEGUIMIENTO	A LARGO PLAZO	
<25%	<25%	<20%	2	3	2	MEJORA	A CORTO PLAZO	
≥25%	≥25%	≥20%	1	1	1	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	




11.7.6.3.3 Evaluación-anexo 24

CONSIDERACIONES	
1. Para mitigar el impacto de las emisiones del transporte se considerara una relación 30:1, es decir, por cada ingreso o uso de 30 transportes se debe contar con 1m ² de zona verde.	
2. Ubicación mínima de 5 letreros de concientización ambiental	
3. Debe impartirse como mínimo una capacitación al personal por mes	

MARGEN SUPERIOR			ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLOGIA
C1	C2	C3			
0%	5	4	SEGUIMIENTO	A LARGO PLAZO	
<35%	3	2	MEJORA	A CORTO PLAZO	
≥35%	1	1	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	

11.7.6.3.4 Evaluacion-anexo 25



CONSIDERACIONES	
1. Una persona por día consume de 10-25 KW/h y su acumulación por acción se considerara en partes igualatorias.	
2. Para áreas en funcionamiento continuo se considerara un consumo hasta de 15KW/h.	
3. Debe haber un máximo de 5 tipos de equipos eléctrico a excepción del área de cocina que su máximo es 10 tipos.	
4. Debe de existir mínimo 3 programas dirigidos al ahorro de energía por área.	
5. Ubicación mínima de 5 letreros de concientización ambiental	
6. Debe impartirse como mínimo una capacitación al personal por mes	

MARGEN SUPERIOR						ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLOGI A
C1	C2	C3	C4	C5	C6			
0%	0%	3&6	3	5	4	SEGUIMIENTO	A LARGO PLAZO	
<20%	<30%	5&10	2	3	2	MEJORA	A CORTO PLAZO	
≥20%	≥30%	<5&<10	1	1	1	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	

11.7.6.3.5 Evaluacion-anexo 26




CONSIDERACIONES	
1. Para mitigar el impacto de la reducción de recurso natural por infraestructura se considerara una relación 3:1, es decir, por cada 3m ² de construcción se debe contar con 1m ² de zona verde.	
2. Se considera que para la interacción y esparcimiento humano se considera una relación de uso de espacio 2:1, es decir, por cada 2 personas se ocupa 1m ² de zona libre.	
3. Ubicación mínima de 5 letreros de concientización ambiental	

4. Debe impartirse como mínimo una capacitación al personal por mes

MARGEN SUPERIOR				ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLOGIA
C1	C2	C3	C4			
0%	2:1	5	4	SEGUIMIENTO	A LARGO PLAZO	
<70%	1:1-1:2	3	2	MEJORA	A CORTO PLAZO	
≥70%	1:3 en adelante	1	1	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	




11.7.6.3.6 Evaluacion-anexo 27

CONSIDERACIONES
1. Obtención de la materia para generar ahorro 80% local por área.
2. Tipo de materia provista en un 70% orgánica por área.
3. Fuente de obtención 10% de recursos protegidos por área.
4. Ubicación mínima de 5 letreros de concientización ambiental
5. Debe impartirse como mínimo una capacitación al personal por mes

MARGEN SUPERIOR					ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLOGIA
C1	C2	C3	C4	C5			
80%-100%	70%-100%	≤10%	5	4	SEGUIMIENTO	A LARGO PLAZO	
40%-80%	50%-70%	10%-13%	3	2	MEJORA	A CORTO PLAZO	
≤40%	≤50%	>13%	1	1	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	

11.7.6.3.7 Evaluacion-anexo 28

CONSIDERACIONES
1. Numero de folletos repartidos por área = Número de visitantes por área, caso contrario desaprovechamiento del recurso.
2. Ubicación mínima de 5 letreros de concientización ambiental
3. Debe impartirse como mínimo una capacitación al personal por mes
4. Debe de existir mínimo 2 campañas dirigidas al cuidado ambiental.
5. Para sentar como exitosa la campaña se considerara una relación 5:1, es decir, por cada 5 locales se debe contar con 1 visitante.
6. Debe existir una asistencia del 60% de dirigidos.

MARGEN ACEPTABLE						ACCIONES	FORMA DE ACCION	SIMBOLOGIA
C1	C2	C3	C4	C5	C6			
0%	5	4	4	5:1	>60%	SEGUIMIENTO	A LARGO PLAZO	
≤35%	3	2	2	6:1-10:1	40%-60%	MEJORA	A CORTO PLAZO	
>35%	1	1	1	11:1 en adelante	<40%	CORRECTIVAS	INMEDIATA Y DRASTICA	

Posteriormente al esfuerzo realizado el sistema prosigue la evaluación de dicho desarrollo mediante auditorías de calidad (por terceros) donde se puede evidenciar y registrar cuan idóneo es el sistema, así como las mejoras que deben continuarse promoviendo de manera que pase de ser un simple concepto a una mejora diaria, motivada principalmente por los logros obtenidos y la satisfacción del cliente.

11.7.7 Programa sistemas básicos administrativos

11.7.7.1 Sistema de información

En el componente de sistemas básicos se ha definido en primer instancia, el sistema de información turístico el cual se ha desarrollado para llevar un sistema donde se pueda recoger, registrar y almacenar toda la información necesaria para todo tipo de análisis, mediciones y otros aspectos que se necesitan realizar para conocer los resultados importantes de la empresa y los servicios ofrecidos.

El diseño y elaboración del sistema de información turística registrará el flujo de información de toda la asociación; este permitirá gestionar como es debido el desarrollo turístico a nivel local, por ello, no debe faltar una base de datos que reúna toda la información turística disponible, pues es un registro sobre las características, evolución y comportamiento del turismo en la localidad.

AREAS DE ACCION	PROPOSITO	TIPO DE INFORMACION
Área Administrativa	Manejo de toda la información relacionada con la gestión del recurso humano y legal de la empresa.	* Número de empleados * Áreas de trabajo * Actividades realizadas * Organización
Área Operativa	Manejo de la información relacionada con la gestión de los servicios y operatividad de la empresa.	* Operación de los servicios * Registros de la actividad turística * Procedimientos * Participación
Área de Calidad y BPT	Manejo de la información relacionada con la gestión de sistemas de calidad y BPT.	* Evaluaciones * Practicas * Acciones y mejoras * Estandarizaciones
Área de Seguimiento y Control	Manejo de la información generada por las evaluaciones de seguimiento y control de las áreas de la empresa.	* Análisis * Estadísticos * Controles * Resultados * Medidas
Área Contable	Manejo de la gestión de información financiera de la empresa.	* Financiamientos * Contabilidad

Para un buen funcionamiento del sistema de información se deben contar con 2 agentes importantes:

1. **Grupos gestores:** Grupo de personas capacitadas para generar, acceder, usar y socializar información, liderando procesos comunicativos que se integran en las dinámicas de desarrollo; debe estar integrado por personas de la comunidad beneficiaria del proceso, pues deben ser conocedores de su contexto y contar con el reconocimiento de su población por su liderazgo. Es por ello que se designara para la labor integrantes de las asociaciones en cada playa pues su característica principal es su involucración con los objetivos del proyecto en un 100%.
2. **Flujo de información:** Se define la forma en que se generara la información y comunicación, los encargados de realizarla y la forma de transmitirlo. (ANEXO 29)

11.7.7.2 Sistema contable

El departamento de contabilidad y finanzas es el área del comité donde se clasifican, se registran e interpreta toda la información financiera, para la toma de decisiones. En la actualidad la contabilidad es la herramienta que mejor muestra la realidad económica de las empresas, es por ello que su correcta implementación dentro de las organizaciones es de vital importancia para la toma de decisiones en todo lo referente a su actividad realizada en la prestación del servicio turístico.

En este contexto la creación de un buen sistema contable surge de la necesidad de información por parte de todos los actores que componen el comité, ya que este sistema debe estar estructurado y hecho para clasificar todos los hechos económicos que ocurren en el negocio. El sistema de contabilidad dentro de una organización, se constituye como una estructura ordenada y coherente mediante la cual se recoge toda la información necesaria de una entidad como resultado de sus actividades operacionales, valiéndose de todos los recursos que la actividad contable le provee y que al ser presentados a los directivos y accionistas le permitirán tomar las decisiones operativas y financieras que le ayuden a la gestión del negocio.

Documentos para el desarrollo de Un Sistema De Contabilidad

1. *Catálogo de Cuentas*
2. *Manual de Aplicaciones*
3. *Formularios para todas las operaciones.*
4. *Registros contables.*
5. *Libros Contables: Balance inicial, Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias.*

11.7.7.2.1 Catálogo de cuentas

Contiene todas las cuentas que se estima serán necesarias al momento de instalar un sistema de contabilidad. Debe contener la suficiente flexibilidad para ir incorporando las cuentas que en el futuro deberán agregarse al sistema. Se debe preparar un catálogo de cuentas para el ordenamiento y el manejo más fácil de las cuentas a utilizar y llevar con ello un control de sus estados financieros.

Las cuentas en el catálogo deben estar numeradas. La numeración se basa en el sistema métrico decimal. Se comienza por asignar un número índice a cada grupo de cuentas tanto del Balance General como del Estado de Resultado, de la manera siguiente:

- * **Balance General**
 1. *Activo*
 2. *Pasivo*
 3. *Capital*

* **Estado de Resultado**

4. *Costos*
5. *Ingresos*
6. *Liquidaciones*

La codificación es considerada como una operación preliminar para la clasificación. Por lo que se presenta una propuesta de un catálogo de cuentas: (ANEXO 30)

<u>CATALOGO DE CUENTAS</u>
10 - ACTIVO
20 - PASIVO
30 - CAPITAL
40 - CUENTAS DE RESULTADO DEUDORAS
50 - CUENTAS DE RESULTADO ACREEDORAS
60 - CUENTAS LIQUIDADORAS

<u>ESTRUCTURA DE LA CODIFICACIÓN DEL CATALOGO DE CUENTAS</u>	
DOS DÍGITO	: TÍTULOS DE BALANCE
TRES DÍGITOS	: RUBROS DE AGRUPACIÓN
CINCO DÍGITOS	: CUENTAS DE MAYOR
SIETE DÍGITOS	: SUB CUENTA
NUEVE DÍGITOS	: SUB-SUB CUENTA

11.7.7.2.2 Manual de aplicaciones

Es la guía que explica cómo se puede utilizar el catálogo. Nos indica cuales son las cuentas deudoras y acreedoras. A continuación se presenta el manual de aplicaciones en donde se explica cada cuenta del catálogo para utilizarlo bien al momento del ejercicio: (ANEXO 31)

11.7.7.2.3 Formularios para todas las operaciones.

Esto son todas las formas impresas con la finalidad de recaudar información en las diferentes áreas del comité. Constituyen un elemento que siempre y cuando esté autorizado (firmado) podrá servir como comprobante para garantizar una operación.

Los comprobantes son formularios que cumplen una destacada misión en el mecanismo funcional del régimen contable, como elementos de registro, información y control (facturas, recibos, etc.). Toda operación debe ser respaldada por un comprobante o formulario que permita su apropiada contabilización y que sirva para conocer los diferentes datos. Requisitos de todo formulario:

1. Numeración
2. Que contenga todo los datos necesarios para facilitar el control.
3. Redacción clara, sin errores.
4. Además del original, emitir las copias necesarias
5. Poseer firmas

FORMATO DE OPERACION

- * Fecha emisión
- * Datos de tipo fiscal del receptor si es necesario

- * No.
- * Datos fiscales empresa
- * Serie de permiso de impresión

- * Descripción de la operación
- * Firmas de los involucrados
- * Firmas de autorización
- * Sellos de autorización

REGISTRO DE CAJA				
FECHA	DETALLE	ENTRADA	SALIDA	SALDO
TOTAL				

REGISTRO DE CUENTA					
PROVEEDOR					
DIRECCION					
TELEFONO					
FECHA	CONCEPTO	DEUDA	ABONO	SALDO	VENCIMIENTO

REGISTRO DE VENTA				
FECHA	DESCRIPCION	CANTIDAD	CONTADO	CREDITO

REGISTRO DE COMPRAS					
FECHA	DESCRIPCION	CANTIDAD	CONTADO	CREDITO	COSTOS INDIRECTOS

REGISTRO POR DEPRECIACION							AÑO _____	
MES	AÑO DE ADQUISICION	MAQUINARIA	MOBILIARIOS	VEICULO	EQUIPO	EQUIPO DE REPARTO		
ENERO								
FEBRERO								
MARZO								
ABRIL								

MAYO						
JUNIO						
JULIO						
AGOSTO						
SEPTIEMBRE						
OCTUBRE						
NOVIEMBRE						
DICIEMBRE						

11.7.7.2.5 Libros contables

Sirven para que el comité turístico pueda llevar a cabo un adecuado control en la contabilidad, se requiere reparar los libros de contabilidad en donde se va a tener:

1. El Libro Diario
2. El Libro Mayor
3. El Balance inicial
4. Balance General
5. Estado de Pérdidas y Ganancias.

- * **Libros de Contabilidad:** Son aquellos en los que se anotan de manera definitiva las informaciones que aportan los formularios, son libros donde se asientan las operaciones del comité con el fin de cumplir las obligaciones que impone la ley a este respecto y lograr la información o los datos necesarios para conocer su situación y resultados mediante balances y estados demostrativos de ganancias y pérdidas
- * **Estados Financieros:** Son aquellos que presentan la situación de la empresa, resultan de la relación entre los rubros del activo que representan recursos líquidos y las deudas de la empresa a cancelar dentro de los mismos plazos de liquidación del activo.

LIBROS	BALANCES
* <i>Libro Diario:</i> Se registra cronológicamente la información de las operaciones. (ANEXO 32)	* Balance Inicial: Refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse éstas. (ANEXO 34)
* <i>Libro Mayor o de Cuentas Corrientes:</i> Recoge las informaciones que previamente se anotan en el diario. Es el libro oficial, ya que sirve de fuente de información para conformar los estados financieros. (ANEXO 33)	* Balance General: Presenta la situación de una empresa es decir sus recursos de operación así como sus deudas a corto/largo plazo. (ANEXO 35)
	* Estado de Resultados: Explica si la empresa obtuvo algún tipo de beneficio o fracaso durante un período determinado. (ANEXO 36)

11.7.8 Programa. Seguimiento y control

El componente de seguimiento y control se desarrolló para tener todas aquellas actividades e indicadores que sirvan para medir el desempeño que las actividades productivas y que son importantes llevar control para cualquier problema que se presente. Para este componente es necesario identificar que indicadores se formularan y la manera en que se recolectará la información para su medición, en actividades de calidad higiene, comercialización efectividad, etc

El propósito principal del Seguimiento y Control es el de proveer una visión objetiva del estado actual del proyecto que se esté desarrollando, y determinar las posibles desviaciones a fin de tomar las correcciones del caso. Es en este sentido en el cual le llamamos SEGUIMIENTO a la evaluación rutinaria del estado en tanto que llamamos CONTROL a la toma de los correctivos.

Los indicadores son una herramienta para el sistema de control, los cuales tienen como objetivo brindar información permanente y oportuna a cada uno de los integrantes de una organización, sobre su desempeño, de tal manera que permita evaluar y tomar los correctivos del caso.

En este apartado se proponen una serie de indicadores que permitirán desarrollar esta actividad de la mejor manera posible, este proceso se llevara a cabo a través de la implantación de indicadores que ayuden a la observación de los avances que se tienen y como se está desarrollando la actividad periódicamente. El encargado de seguimiento y control realizará esta actividad en colaboración del grupo gestor estos llevarán un registro estadístico de información necesaria para medir los indicadores que reflejen el desarrollo del proyecto, para ello el sistema de información proporcionará herramientas necesarias que permitan controlar dichos indicadores, poder reportar los resultados y buscar mecanismos de mejora o correctivos para dichos resultados.

TIPOS DE INDICADORES	PROPOSITO
Indicadores de Calidad	Medir la satisfacción del cliente respecto al servicio obtenido.
Indicadores de Operatividad	Medir la capacidad de los elementos de operación para realizar su función.
Indicadores de Productividad	Medir la capacidad de los elementos en el aprovechamiento de recursos en la operación de los servicios.

11.7.8.1 Indicadores de calidad

SATISFACCION DEL CLIENTE	
Descripción	Mide el porcentaje de insatisfacción que uno o más servicios prestados fueron percibidos de forma no grata por los turistas.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de quejas o sugerencias} + \text{Numero de abstinencias}}{\text{Numero total de visitantes}} \right) * 100$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Estadísticos de calificación de factores * Formularios de quejas y sugerencias
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.
CALIDAD DE LA OFERTA-FACTORES	
Descripción	Mide el porcentaje de satisfacción del factor en evaluación de los elementos participantes del desarrollo del servicio obtenido.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	% =

	$\left(\frac{\text{Numero de calificaciones buenas a excelentes} - \text{Numero de abstenciones} - \text{Numero de quejas}}{\text{Numero total de visitantes}} \right) * 100$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Estadísticos de calificación de factores * Formularios de quejas y sugerencias
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

CALIDAD DE LA OFERTA-SERVICIOS DE LA MICRO REGION	
Descripción	Mide el número de establecimientos de la micro región que realizan una oferta satisfactoria al turista según servicio
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de establecimientos calificados de buena a excelente} - \text{Numero de abstenciones} - \text{Numero de quejas}}{\text{Numero total de establecimientos}} \right) * 100$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Estadísticos de establecimientos calificados * Base de datos del número de establecimientos
Periodo de recolección de datos	Trimestral
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

1.1.1.1 Indicadores de operatividad

Como elementos de operación se deben definir 3 rubros:

RUBROS
Infraestructura e Instalaciones
Servicio
Producto

Cada uno de ellos se evaluara según factor, de manera que el indicador refleje el elemento en que el rubro este fallando o siendo de menor satisfacción.

OPERATIVIDAD ELEMENTOS-FACTORES	
Descripción	Mide el porcentaje de excelencia que posee el elemento según factor de interés.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de formatos calificados de muy buena a excelente}}{\text{Numero total de visitas}} \right) * 100$
Fuente de Datos	* Estadísticos de calificación de factores
Periodo de recolección de datos	Trimestral
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

OPERATIVIDAD RECURSO HUMANO-APTITUDES	
Descripción	Mide el porcentaje de excelencia que posee el personal según calificaciones de sus aptitudes
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de empleados calificados de muy buenos a excelentes}}{\text{Numero total de empleados por area}} \right) * 100$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Estadísticos de evaluación interna * Base de datos del número de empleados por área
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

OPERATIVIDAD RECURSO HUMANO-CUMPLIMIENTO LABORAL	
Descripción	Mide el porcentaje de responsabilidad ante sus labores.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de llegadas tardias}}{\text{Numero total de turnos laboradas}} \right) * 100$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Estadísticos de evaluación interna * Base de datos de distribución de turnos laborales
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

OPERATIVIDAD RECURSO HUMANO-PROFESIONALIDAD	
Descripción	Mide el porcentaje de respuesta y capacidad de afrontar ante fallos o imprevistos.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de acciones de personal emitidas}}{\text{Numero total de acciones permisibles}} \right) * 100$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Estadísticos de evaluación interna * Base de datos de las normas de comportamiento y conducta laboral.
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

OPERATIVIDAD RECURSO HUMANO-COMPROMISO LABORAL	
Descripción	Mide el porcentaje de respuesta y disponibilidad ante necesidades y peticiones profesionales.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de horas extras}}{\text{Numero total de horas suplementarias}} \right) * 100$

Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Estadísticos de evaluación interna * Base de datos de horas solicitadas y programas según empleado
Periodo de recolección de datos	Trimestral
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

OPERATIVIDAD RECURSO HUMANO-COMPETITIVIDAD	
Descripción	Mide el porcentaje de participación y excelencia del personal en búsqueda de su crecimiento profesional
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de capacitaciones asistidas con nota muy buena}}{\text{Numero total de capacitaciones impartidas}} \right) * 100$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Estadísticos de evaluación interna * Base de datos de programación de capacitaciones
Periodo de recolección de datos	Trimestral
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

1.1.1.2 Indicadores de productividad

La productividad comprende 2 grandes términos:

TERMINOS
Eficiencia
Eficacia

PRODUCTIVIDAD SOSTENIBLE- CAPACIDAD MAXIMA	
Descripción	Un aumento de la presión humana ejerce un impacto negativo sobre los ecosistemas, el territorio y medio ambiente en general; mide la densidad de la población incluyendo la presencia del turista.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Individuos/m ² zona turística
Formula	$\frac{\text{POBLACION TOTAL}=\text{POBLACION RESIDENTE}+\text{POBLACION TURISTICA}}{\text{Area total de la zona turística}}$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Base de datos de áreas de las zonas turísticas de las micro región * Base de datos de visitantes turísticos * Censo poblacional
Periodo de recolección de datos	Anual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad, Municipalidad

PRODUCTIVIDAD SOSTENIBLE- CONSUMO DEL RECURSO AGUA	
Descripción	Mide el rango porcentual que ocupa de agua la población turística respecto a la utilizada en la localidad.

Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Consumo de agua potable servicios turisticos}}{\text{Consumo de agua potable local}} \right) * 100$
Fuente de Datos	* Informes presentados por ANDA
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

PRODUCTIVIDAD SOSTENIBLE- GESTION DE CONCIENTIZACION	
Descripción	Mide el rango porcentual de preocupación que generan los programas de cuidado ambiental en los visitantes
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de participantes por campaña no locales}}{\text{Numero total de invitados por campaña}} \right) * 100$
Fuente de Datos	* Base de datos programación de campañas ambientales * Evaluación ambiental de la educación ambiental
Periodo de recolección de datos	Por campaña
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

PRODUCTIVIDAD SOSTENIBLE- CONSERVACION DEL RECURSO NATURAL	
Descripción	Mide el rango porcentual de ocupación de suelo por construcciones de la localidad.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Area de construcciones}}{\text{Area total de la localidad}} \right) * 100$
Fuente de Datos	* Municipalidad * Censo territorial * Evaluación ambiental de la construcción como contaminante
Periodo de recolección de datos	Anual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad, Municipalidades.

PRODUCTIVIDAD SOSTENIBLE- PRODUCCION ORGANICA	
Descripción	Mide el rango porcentual de materia orgánica utilizada para el desarrollo de la oferta.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{AKg de materia organica comprada}}{\text{Kg de materia comprada}} \right) * 100$
Fuente de Datos	* Evaluación ambiental de la gestión de proveedores

	<ul style="list-style-type: none"> * Base de datos de órdenes de compra * Base de datos de inventarios
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

PRODUCTIVIDAD-EFICIENCIA PRESUPUESTARIA	
Descripción	Mide la capacidad que se tiene para el uso de fondos asignados.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Fondos utilizados}}{\text{Presupuesto asignado}} \right) * 100$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Base de datos del presupuesto general asignado por el comité * Base de datos de registros financieros
Periodo de recolección de datos	Semestral
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Integrantes del Comité Turístico

PRODUCTIVIDAD-EFICACIA EN LOS MEDIOS DE SEGURIDAD	
Descripción	Mide la cantidad de medios humanos de los que dispone el destino para la seguridad de la población.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Individuos/Policiá
Formula	$\text{POBLACION TOTAL} = \text{POBLACION RESIDENTE} + \text{POBLACION TURISTICA}$ $= \frac{\text{Poblacion total}}{\text{Numero de policias locales}}$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Censos poblacionales * Base de datos de elementos desplegados por la POLITUR * Base de datos de elementos desplegados por la PNC * Base de datos del registro de turista local
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad, Municipalidad, POLITUR, PNC.

PRODUCTIVIDAD-EFICACIA EN GENERACION DE EMPLEO	
Descripción	Mide la rentabilidad social de la actividad turística en el territorio.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Poblacion ocupada en el sector turistico}}{\text{Poblacion total ocupada de la localidad}} \right) * 100$
Fuente de Datos	<ul style="list-style-type: none"> * Datos de las poblaciones por ocupaciones por región del PNUD

	* Base de datos administrativos de gestión de recurso humano
Periodo de recolección de datos	Anual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad, Municipalidad.

PRODUCTIVIDAD-EFICACIA EN LA GESTION CON TERCEROS	
Descripción	Mide el grado de interés y dependencia de los turistas de la planificación de viaje a través de intermediarios.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de turistas organizados}}{\text{Numero total de turistas}} \right) * 100$
Fuente de Datos	* Reportes de intermediarios del servicio * Base de datos de registro de visitantes
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad, Tele-operadores

PRODUCTIVIDAD-EFECTIVIDAD DEL EMPLEADO	
Descripción	Mide la capacidad de los empleados en la atención al cliente.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Clientes atendidos}}{\text{Clientes designados}} \right) * 100$
Fuente de Datos	* Base de datos de registro de visitantes * Base de datos estandarización de atención al cliente
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

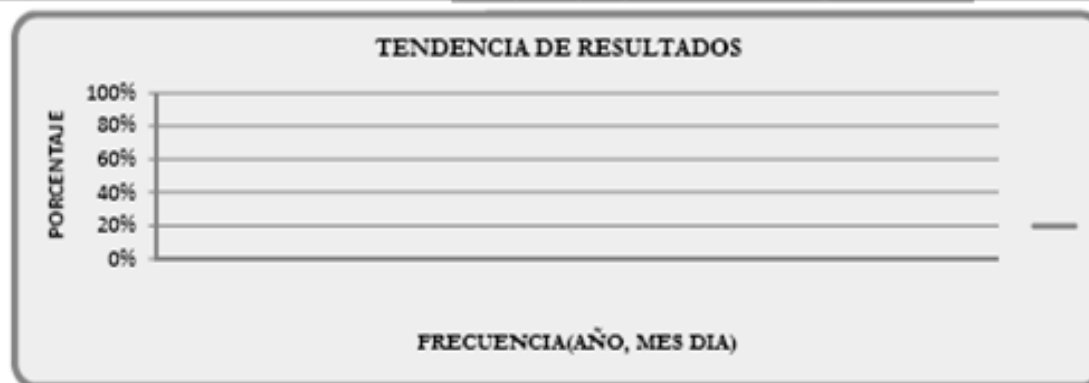
PRODUCTIVIDAD-INDICE DE REPETICION	
Descripción	Indica la cantidad de veces que un turista visita el destino.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Cantidad de visitas
Formula	$\# = \frac{\text{Numero total de visitas}}{\text{Numero de personas}}$
Fuente de Datos	* Base de datos de registro de visitantes * Base de datos de registro de cartera de clientes
Periodo de recolección de datos	Trimestral
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

PRODUCTIVIDAD-CAPACIDAD DE ATENCION	
Descripción	Mide la satisfacción de búsqueda percibida en relación de la capacidad de la oferta.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Numero de clientes recibidos}}{\text{Numero de clientes arribados}} \right) * 100$
Fuente de Datos	* Base de datos de registro de visitantes
Periodo de recolección de datos	Mensual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad.

PRODUCTIVIDAD-GENERACION DE INGRESOS POR LA ACTIVIDAD TURISTICA	
Descripción	Mide la rentabilidad económica de la actividad turística en la región.
Tipo de Indicador	Cuantitativo
Unidad de Medida	Porcentaje
Formula	$\% = \left(\frac{\text{Ingresos por turismo}}{\text{Ingresos de la region}} \right) * 100$
Fuente de Datos	* Datos de los ingresos por actividad económica por región del MINEC * Base de datos de registro de ventas
Periodo de recolección de datos	Anual
Responsable de proporcionar la información	Gestores de información, Responsables de la calidad, MINEC, Municipalidad.

Para analizar los indicadores anteriormente definidos la persona encargada del sistema de información podrá tener en su dominio un formato para llevar el control y seguimiento de la información que se levante, dicho formato podrá ser creado para cada indicador existente y con el cual podrá verse de una manera clara y grafica los resultado obtenidos y poder definir las acciones correctivas del mismo para su mejora.

INDICADORES DE _____			
HOJA DE VIDA DEL INDICADOR			
DEFINICIÓN DEL INDICADOR			
NOMBRE DEL INDICADOR			TIPO DE INDICADOR
Objetivo del indicador:			
Unidad de medida:		Definición de variables de la Fórmula	Estructuración:
Fórmula para su Cálculo:		Aspectos metodológicos	
Fuente de los datos:		Periodicidad / Fechas de medición	
Responsable de generar el indicador:		Responsable del seguimiento del indicador	
SEGUIMIENTO AL INDICADOR			
Fecha	Datos de variables		Resultados
			Acciones de mejoramiento requeridas



11.7.9 REQUERIMIENTOS DEL PLAN

Tabla 156: REQUERIMIENTOS LA ADMINISTRACION DEL PLAN

PROGRAMA	RECURSOS		
	HUMANO	DIDACTICO	EQUIPO
PROGRAMA 1	1 RRHH DE CADA ESTABLECIMIENTO 1 RESPONSABLE DE CADA PLAYA DE LA ASOCIACION 2 IMPARTIDORES POR CAPACITACION COMITÉ TURISTICO	50 FORMATOS ANEXO 1 POR ESTABLECIMIENTO POR DIA 25 FORMATOS ANEXO 2 POR ESTABLECIMIENTO POR DIA 1 BUZON POR PLAYA 50 FORMATOS EVALUADORES POR CAPACITACION EMPLEADOS 18 FORMATOS EVALUADORES POR EVALUACION RESPONSABLES DE LA CALIDAD 6 FORMATOS EVALUADORES POR EVALUACION INTEGRANTES DEL COMITE	1 COMPUTADORA 1 IMPRESORA 1 ESCRITORIO 1 SILLA EJECUTIVA
PROGRAMA 2	2 RRHH EXTERNOS RESPONSABLE DE FINANZAS DEL COMITÉ 1 RESPONSABLE DE CADA PLAYA DE LA ASOCIACION COMITÉ TURISTICO	103 FORMATOS DE REQUERIMIENTOS SEMANAL 1 FORMATO DE INVENTARIO SEMANAL 1FORMATO DE USO DE ACTIVIDADES TURISTICAS SEMANAL 1FORMATO DE COMPRAS SEMANAL 8 FORMATOS DE COBRO MENSUAL 1 FORMATO DE VENTAS POR DIA 1 PAQUETE FACTURA 1 ROLLO DE PAPEL PARA IMPRESIÓN DE CAJA 1FORMATO DE EVALUACION AMBIENTAL POR CADA TIPO Y CADA PLAYA MENSUAL	
PROGRAMA 3	1 RRHH EXTERNO COMITÉ TURISTICO	1 FORMATO DE REGISTROS CONTABLES POR TIPO Y POR PLAYA MENSUAL 1 PAQUETE DE FORMATOS DE OPERACIÓN MENSUAL	
PROGRAMA 4	1 RRHH EXTERNO COMITÉ TURISTICO	1 FORMATO DE EVALUACION POR INDICADOR, POR PLAYA Y POR PERIODO	

FUENTE: ELABORACION PROPIA

12 EVALUACIONES DEL ESTUDIO

OBJETIVO

Estudiar y evaluar el impacto que la realización del Plan de Desarrollo Turístico sostenible tendrá sobre la microrregión en el plano económico, social, de género y ambiental, así como un programa de implantación del mismo.

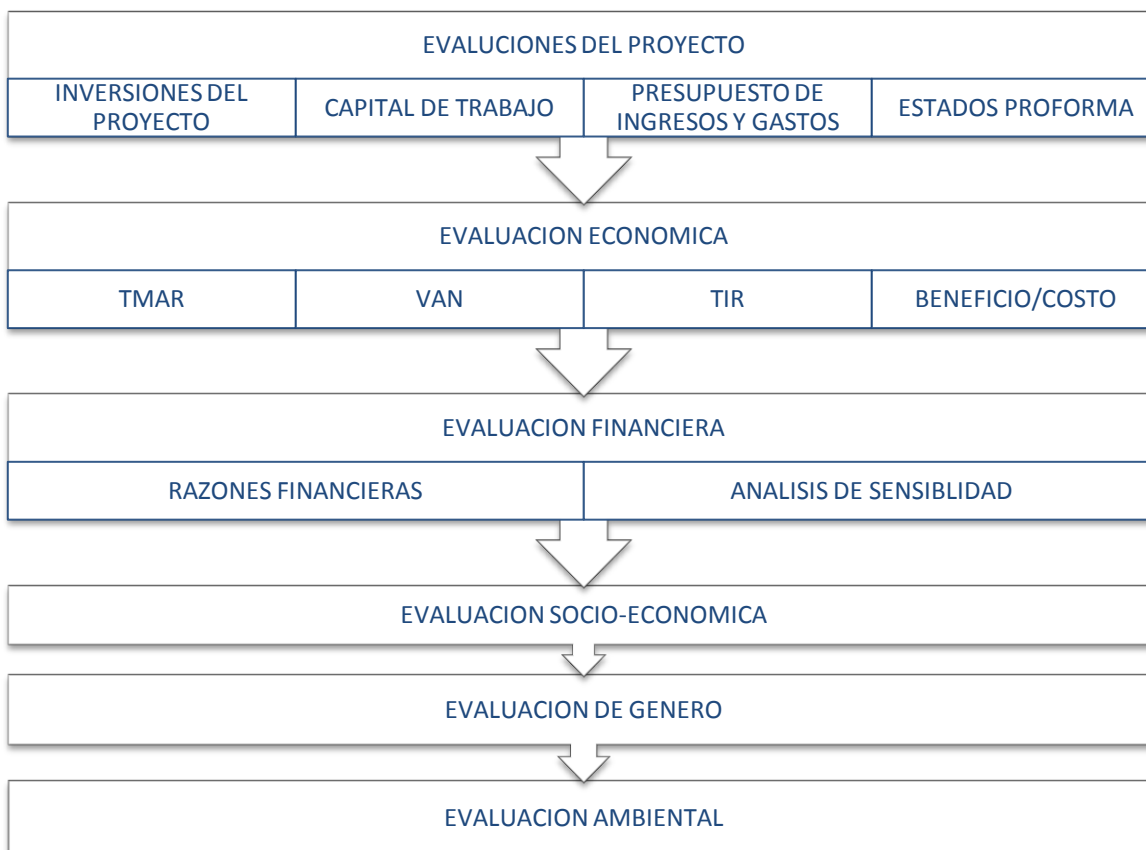
INTRODUCCION

Las evaluaciones de un proyecto son la base para la toma de decisión sobre el mismo, representan el final de la investigación de un proyecto y el inicio a su desarrollo o el aborto del mismo.

A continuación se presenta las evaluaciones necesarias para identificar y valorar cualitativa y cuantitativamente los elementos para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible

Tipo de Evaluación	Descripción
Económica	La finalidad de la evaluación económica es informar las decisiones acerca del mejor uso de los recursos limitados. La evaluación económica tiene en cuenta tanto los costos como los beneficios de las políticas.
Financiera	Determinar la rentabilidad del proyecto para los financiadores.
Social	Determinar, analizar, y medir los resultados de un proyecto ,efecto e impactos socioeconómicos directos e indirectos que tendrá el proyecto propuesto en las áreas de influencia del mismo
De Genero	Es comparar y apreciar en función de criterios con respecto al género, la situación y la tendencia actual con la evolución que habría de esperar como resultado de la introducción desarrollo de un proyecto propuesto
Impacto Ambiental	El objetivo básico es prevenir y evitar posibles deterioros ambientales, costosos de corregir con posterioridad a la puesta en marcha del proyecto analizado.

12.1 METODOLOGÍA DE EVALUACIONES



12.2 EVALUACIONES DEL PROYECTO

12.2.1 Inversiones del proyecto

Para llevar a cabo un proyecto es necesario asignar a su realización una cantidad de variados recursos, que se pueden agrupar en dos tipos: los que requiere la instalación del proyecto y los requeridos para la etapa de funcionamiento propiamente dicha.

Los recursos necesarios para la instalación constituyen el capital o inversión fija o inmovilizada del proyecto, y los que requiere el funcionamiento constituyen el capital de trabajo, por lo tanto la inversión del proyecto, se refiere a la asignación de recursos, para hacer realidad el proyecto, y para determinarlo se realizó la aplicabilidad en la determinación de la inversión de la planta modelo propuesta, en donde se analizaron tanto los rubros para inversión fija como los de capital de trabajo.

12.2.1.1 Inversiones fijas

Esta inversión está relacionada con todos los recursos que se requieren en la fase inicial del proyecto y que comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y los intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. Se les puede denominar como el conjunto de bienes en la empresa o proyecto que no son motivo de transacción corriente por parte de la empresa, se adquieren de una vez durante la etapa de implementación del proyecto, siendo utilizadas la mayoría de veces a lo largo de su vida útil.

Las inversiones fijas se clasifican en dos y cada uno de ellos, otros rubros, estos son:

Tabla 157: Inversión Fijas del proyecto

Inversiones Fijas y Diferidas	Rubros
Tangibles	Terreno Obra Civil Maquinaria y Equipo Mobiliario y Equipo de Oficinas
Intangibles	Investigación y Estudios Previos Gastos de Organización Legal Administración del Proyecto Puesta en Marcha Imprevistos

Fuente: Guía teórica de Formulación y Evaluación de Proyectos, FEP, FIA, UES

12.2.1.1.1 Inversiones Fijas Tangibles

Son todos los rubros materiales que están sujetos a depreciación, amortización y obsolescencia, y estos se desglosan a continuación:

Terreno

La extensión del terreno requerido para la instalación y operación de la empresa estará directamente relacionada con el tamaño del proyecto, es decir por los requerimientos del espacio para el proceso productivo y por las necesidades de áreas empresariales complementarias relacionadas, establecidas en la ingeniería del proyecto.

Obra Civil

Este rubro se refiere a todas las actividades de construcción de la obra civil, desde la preparación del terreno (sí lo requiere) hasta la infraestructura externa e interna de todas sus áreas.

Para el caso del Plan de Desarrollo turístico sostenible la inversión fija Terreno y Obra Civil apartado no aplica, ya que no se comprará o alquilará ningún terreno para ninguno de los servicios ofrecido ya que las playas son públicas, de igual manera no se hará ninguna edificación para el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.

Para el proyecto plan de desarrollo Turístico Sostenible aplicado a la microrregión Cumbres de Mar se adquirirá un terreno con las siguientes características:

- Servicios de agua potable, energía eléctrica, línea telefónica, aguas negras, aguas lluvias, tren de aseo, servicio de transporte, cordones, aceras, cunetas, alcantarillados.
- Topografía y forma: El terreno es de forma rectangular que posee una capacidad superficial entre 60 m² a 80 m²
- Obra civil y estacionamiento

Inversión	Total
Terreno y Obra Civil	\$ 50.000

Mobiliario y Equipo

Este rubro abarca todos aquellos elementos relacionados con la adquisición del mobiliario y equipo que sean indispensables para brindar el servicio turístico y todas las actividades propuestas en la etapa de Diseño. La inversión del Mobiliario y Equipo requerido se presenta a continuación:

Tabla 158: Equipo y material para nuevos productos turísticos

Mobiliario y Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Buceo Snorkeling			
Botiquín	3	\$72	\$216
kit: Mascara, Tubo, Boquilla	15	\$40	\$600
Eventos Deportivos			
Redes pequeñas	4	\$60	\$240
Metas pequeñas	4	\$50	\$200
Pelotas de playas	2	\$25	\$50
Banderines	8	\$35	\$280
Redes de Voleibol	2	\$30	\$60
Pelotas de Voleibol	2	\$4.35	\$8.70
Reloj de bolsillo	2	\$20	\$40
Clases de Surf			
Tablas de Surf	5	\$450	\$2250
Kayac			
Casco	4	\$75	\$300
Remos	8	\$50	\$400
Salvavidas	4	\$40	\$160
Lunadas			
Lámpara	4	\$10	\$40
Reproductor de música	2	\$60	\$120
TOTAL			\$4,965

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 159: Equipo y mobiliario para la oficina Turística y el comité turístico

RECURSOS	Cantidad	Costo por unidad	Costo total
LAPTOP	5	\$750	\$3,750.00
IMPRESORAS	3	\$150	\$ 450.00
MESA	3	\$20	\$60
SILLAS	6	\$16	\$96
ENGRAPADORA	3	\$8	\$24
CANOPY	3	\$98.74	\$ 296.22
CELULAR	3	\$30	\$90
MODEM	5	\$28	\$84
PAPELERIA	--	--	\$75
TOTAL			\$4,925.22

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 160: Equipo y mobiliario para promoción y publicidad

RECURSOS	Cantidad por cada playa	Cantidad total	Costo por unidad	Costo total
LAPTOP	1	6	\$750	\$4,500.00
IMPRESORAS	1	6	\$150	\$900.00
MODEM	1	6	\$28	\$168.00
PAPELERIA	--	--	--	\$54.00
TOTAL				\$5,595.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 161: Equipo y mobiliario para la señalización turística

TIPO DE SEÑALIZACION	cantidad	Costo por unidad	Costo total
SEÑALIZACION PUNTOS INFORMATIVOS	2	\$500	\$1000
SEÑALIZACION ESPECIFICA	6	\$40	\$240
SEÑALIZACION TIPO POSTE	12	\$34	\$408
LETREROS ADOSADOS A LA PARED	159	\$5	\$795
TOTAL			\$2,443

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 162: Equipo y mobiliario para Capacitaciones

Recursos	Total	Tipo	Costo Unitario	Costo Total
Silla	115	Compra	\$6	\$690
Mesas	23	Compra	\$12	\$273
Pizarra acrílica	4	Compra	\$75	\$300
Plumón para pizarra	8	Compra	\$1.50	\$12
Borrador	4	Compra	\$1.50	\$3
Proyector	4	Compra	\$700	\$2800
Computadora	4	Compra	\$750	\$3000
Impresora	4	Compra	\$80	\$320
Canopy	6	Compra	\$105.22	\$631.32
TOTAL				\$8,029.32

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 163: Resumen Total de Costos de Equipo y Mobiliario

Equipo y Mobiliario	Costo Total
Nuevos productos turísticos	\$4,965
Oficina Turística	\$4,925.22
Señalización Turística	\$2,443
Promoción y Publicidad	\$5,595.00
Capacitaciones	\$8,029.32
Total	\$25,909.54

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 164: Resumen de la Inversión Fija

Inversión Fija	Total
Terreno y Obra Civil	\$50,000
Equipo y Mobiliario	25,909.54
Total	75,909.54

Fuente: Elaboración Propia

12.2.1.1.2. Inversiones Fijas Intangibles

Son todos los rubros no materiales, que por ende no están sujetos a amortización dentro de la empresa y estos se desglosan a continuación:

Investigación y Estudios Previos

Este rubro no forma parte de la inversión inicial, sino más bien es parte de la preinversión y que se debe recuperar. Se establece como rubro que involucra los costos de realizar el estudio completo de factibilidad y estudios especializados complementarios.

RECUSO HUMANO: La valorización del trabajo se realizara por hora trabajada a la cual se le ha asignado el valor de \$4, ya sea hora operativa u hora de análisis.

Se comprenderá como horas operativas las relacionadas al tiempo invertido en la recolección de información pertinente a las playas en estudio, al igual de información secundaria, investigaciones de campo, realización de encuestas, tabulaciones, etc.

Tabla 165: INVERSIÓN RECURSOS HUMANOS

TABLA DETALLADA DE INVERSION DEL RECURSO HUMANO			
ACTIVIDAD	DIAS	HORAS/DIA INTEGRANTE	TOTAL DE HORAS
REUNION DE GRUPO PARA COORDINACION	1	2	8
PROPUESTA DE IDEA	3	5	60
APROBACION DE LA IDEA	1	2	8
REUNION DE GRUPO PARA COORDINACION	1	2	8
FORMULACION DEL TEMA	1	3	12
REUNION DE GRUPO PARA COORDINACION	1	2	8

VISITA CON PERSONAL DEL MINEC	1	3	12
RECOLECCION DE LA INFORMACION SECUNDARIA	2	3	24
REUNION DE GRUPO PARA COORDINACION	1	2	8
DISEÑO DEL PERFIL	1	3	12
ENTREGA DEL PERFIL	1	1	4
REUNION DE GRUPO PARA COORDINACION	1	2	8
INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION	1	3	12
GESTIONAR PARA VISITA A MICRORREGION CUMBRES DEL MAR	1	3	12
RECOLECCION DE LA INFORMACION SECUNDARIA	1	4	16
ELABORACION DE ANTEPROYECTO	1	4	16
ENTREGA DE ANTEPROYECTO	1	1	4
REUNION DE GRUPO PARA COORDINACION	1	2	8
INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION	2	2	16
VISITA A LA MICRORREGION DE CUMBRES DEL MAR	1	10	40
RECOLECCION DE LA INFORMACION PRIMARIA Y SECUNDARIA	10	4	160
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MUNICIPIOS	2	4	32
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PLAYAS	2	4	32
INVENTARIO DE SERVICIO TURÍSTICOS	2	4	32
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA DE LAS COOPERATIVAS	2	4	32
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA	2	4	32
SITUACION ACTUAL DE LAS PLAYAS	2	4	32
FORMULACION DEL PROBLEMA	2	4	32
RECOLECCION DE LA INFORMACION SECUNDARIA	7	4	112
ELABORACION DEL DIAGNOSTICO	6	4	96
ENTREGA DEL DIAGNOSTICO	1	1	4
REUNION DE GRUPO PARA COORDINACION	1	2	8
CONCEPTUALIZACION DEL DISEÑO.	4	4	64
ORGANIZACION DE LAS COOPERATIVAS.	3	4	48
DISENO DEL PRODUCTO TURISTICO.	3	4	48
FORMACION Y CAPACITACION DEL RECURSO HUMANO.	3	4	48
PROMOCION Y PUBLICIDAD.	3	4	48
SISTEMA DE CALIDAD Y BUENAS PRACTICAS DE TURISMO.	3	4	48
SISTEMAS BASICOS ADMINISTRACION.	3	4	48
SEGUIMIENTO Y CONTROL	3	4	48
RECOLECCION DE LA INFORMACION SECUNDARIA	7	4	112
ELABORACION DE LA ETAPA DE DISEÑO	7	4	112

ENTREGA DE LA ETAPA DE DISEÑO	1	1	4
REUNION DE GRUPO PARA COORDINACION	1	1	4
EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO.	3	4	48
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.	3	4	48
EVALUACIÓN SOCIO ECONÓMICA DEL PROYECTO.	3	4	48
EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO.	2	4	32
EVALUACIÓN DE GÉNERO	2	4	32
RECOLECCION DE LA INFORMACION SECUNDARIA	7	4	112
ELABORACION DE LA ETAPA DE EVALUACIONES	7	4	112
ENTREGA DE LA ETAPA DE DISEÑO	1	1	4
		TOTAL HORAS	1,968.00
		COSTO TOTAL	\$7,872

Fuente: elaboración propia

RECUERSO FISICOS: En este punto se estiman los gastos que se realizaran en transporte para las visitas que se realizaran a las playas al igual a lo referente a alimentación en esas visitas, de igual manera se establecen los gastos relacionados a papelería y servicios básicos, dejando un presupuesto para imprevistos.

Tabla 166: Inversión de investigación y estudios previos

RECURSOS FISICOS			
RECURSO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
GASOLINA	2 (viajes)	\$20	\$40
VIATICOS	4 (personas)	\$30	\$120
PAPELERIA	12 (resmas)	\$4.50	\$54
SERVICIOS BASICOS	9 (meses)	\$30	\$270
EMPASTADOS	4	\$5	\$20
FOTOCOPIAS	--	--	\$25
OTROS	--	--	\$50
TOTAL			\$579.00

Fuente: elaboración propia

Gastos de Organización Legal y Capacitaciones

Incluye todos los gastos derivados de los trámites requeridos por las instituciones gubernamentales para legalizar la empresa, es decir todo lo que la empresa necesita para que pueda desarrollarse legalmente. Se incluyen en este rubro los gastos legales, notariales y los impuestos asignados por la formación de la empresa.

Estos son los gastos que se refieren a la constitución de la entidad jurídica a conformarse y presentarse ante trámites legales.

Tabla 167: Gastos de Organización y Capacitaciones

GASTOS DE CONSTITUCION JURIDICA	
DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Honorarios profesionales	450.00
Capacitación e inscripción de Cooperativa INSAFOCOOP	147.00
Publicación Diario Oficial	40
Inscripción en entidades legales (Registro en CNR, registro balance inicial y derechos de inscripción)	184.00
Obtención NIT e IVA	12.50
Inscripción alcaldía municipal	12.00
Inscripción en DIGESTYC	5.00
Legalización de hojas y libros contables	30
Matricula de comercio	32.00
Inscripción ISSS	23.00
Inscripción AFP	-
Papelería y otros	20
viáticos	25
TOTAL	\$980.5

Fuente: Elaboración Propia

✿ Gastos por permiso:

Gastos que se incurrirán para lograr la legislación de la operación de la cooperativa en el ámbito de servicio turístico.

Tabla 168: Gastos por permisos

GASTOS POR PERMISO	
DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Honorarios profesionales	215
Inscripción marca	120
Registro de marca	370
Registro sanitario	145
Inspección unidad de salud (exámenes, capacitación, visitas)	50
Licencia de operación	90.00
Patente	51.00
Permiso Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales	28.00
Registro en Ministerio de Turismo	100
Papelería y otros	20
Viáticos	25
TOTAL	1200

Fuente: Elaboración Propia

Inversión Por capacitaciones

Estos costos incluyen los 23 módulos de capacitaciones de los sub plan de concientización turística, diseño del producto Turístico y el sub plan de seguridad. A continuación se muestra los detalles

Tabla 169: Inversión por Capacitaciones

Recursos	Cantidad por persona	Cantidad total	Unidad de compra	Cantidad	Costo	Total
Folder	1	2714	100 u	27	\$3.90	\$105.3
Hojas de papel bond	5	13570	Resma	27	\$3.75	\$101.25
Lápiz	1	2714	Caja de 12 u	227	\$1.50	\$340.5
Lapicero	1	2714	Caja de 24 u	113	\$2.25	\$254.25
Refrigerio	1	2714	-	2714	\$1.00	\$2714
					Total	\$3515.30

FUENTE: Elaboración propia

Requerimiento de Recurso Humano

Para el establecimiento de los recursos que se necesitaran para llevar a cabo el sub Plan de Diseño y Mejora del Producto Turístico, se tomarán en cuenta los ocho programas del Sub plan y los recursos humanos necesarios para desarrollarlas. A continuación se muestra las necesidades de recursos por actividades

Tabla 170: Requerimiento de Recurso Humano

Proceso	Cantidad de Recurso Humano	Costo	Tiempo	Total
Tramitador de Área Natural	1	\$500	1 mes	\$500
Capacitaciones			3 meses	
Facilitador	1	400		1200
Colaboradores	2	200		1200
Total				\$5300

Fuente: Elaboración Propia

Administración del proyecto

Se requiere de un personal capacitado para su administración del proyecto, que vaya desde el estudio de factibilidad, para conocer las condiciones de las etapas previas, hasta instalar o implementar la empresa productora, desarrollando todas aquellas actividades necesarias, para el buen funcionamiento de la propuesta. Para ello se necesita una buena organización que las ejecute en forma adecuada, por lo cual en este rubro se consideran los salarios de este personal y demás recursos para ello.

Organización y administración de proyectos:

Durante la administración del proyecto es necesario contar con personas que se encarguen de controlar e inspeccionar que se cumplan todos los requerimientos y parámetros que se han establecidos en el estudio, este rubro incluirá el salario del personal que se encargara de llevar a cabo la ejecución del plan el cual tendrá la duración de 5 meses.

Tabla 171: Costos administración del proyecto

Descripción	cantidad	Costo unitario	Costo total
Gerente del proyecto	1	\$400	\$1200
Coordinador de operaciones	1	\$275	\$825
Promotor de proyecto	1	\$275	\$825

total			\$2850
-------	--	--	--------

Fuente: elaboración propia

 Anticipos:

Se refieren a pagos de derecho de instalación de los servicios al ser contratados.

Tabla 172: Anticipos a pagar

ANTICIPOS POR PAGAR			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cargo instalación telefónica e internet	1	10	10
Energía eléctrica	1	8	8
Cargo de instalaciones de ventiladores	2	5	25
Viáticos	1	5	5
Total			72

Fuente: elaboración propia

12.2.1.2 Resumen DE LA INVERSION DIFERIDA

Tabla 173: Resumen de la inversión diferida

Inversión diferida	Sub Total
Gastos constitución jurídica	\$980.5
Gastos permisos	\$1200
Inversión por capacitación	\$8815.3
Anticipos	\$1220
Trabajos de investigación	\$8,451.00
Organización y administración del proyecto	\$2850
Total	\$23,216.80

Fuente: elaboración propia

12.2.1.3 Imprevistos

Durante cualquier ejecución de proyecto se corre el riesgo de sufrir variaciones en los planificado o tener que cubrir contingencias en cuanto a inversiones fijas y diferidas, es porque ello se ve en la necesidad de establecer un plan de imprevistos para afrontar las variaciones y solventar esos costos no tomados en cuenta y que surgen por diferentes motivos, con esto se logra estar preparados para cualquier situación

La guía de elaboración del documento de concepto de proyecto de la AEC (Asociación de Estados del Caribe, establece que dependiendo del grado de confiabilidad con que se hayan calculado los costos, se deberá estimar el porcentaje para imprevistos de costos, generalmente este porcentaje se encuentra entre 5% a 10%.

Debido a que los costos presentados en los puntos anteriores fueron cotizados a través de fuentes directas en establecimientos, se puede permitir tomar el porcentaje de 5% de imprevistos en relación al monto total de la inversión fija total, el cálculo de la cantidad a considerar como imprevisto se muestra a continuación.

Imprevistos: inversión fija total*% estimado de imprevistos

Imprevistos= \$99,126.34*0.05

Imprevistos= \$4,956.32

Finalmente podemos concluir que para la inversión fija necesitamos este monto:

Tabla 174: Costos inversión fija

COSTOS FIJOS	COSTOS (\$)
Inversión fijo tangible	\$75,909.54
Inversión diferida	\$23,216.80

Imprevisto (5%)	\$4,956.32
TOTAL	\$104,082.66

Fuente: elaboración propia

12.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se entiende como el conjunto de todos los recursos económicos que se deben tener como institución para poder garantizar el buen funcionamiento de la oferta turística que se desea desarrollar para el Plan de Desarrollo Turístico desde sus inicios hasta el final del ciclo de operación

Para que Plan de Desarrollo Turístico pueda operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades del Comité Turístico de la microrregión “Cumbres del Mar”

12.3.1 Usos y aplicaciones del capital de trabajo

Los principales usos o aplicaciones del capital de trabajo son:

- Declaración de dividendos en efectivo.
- Compra de activos no corrientes (planta, equipo, inversiones a largo plazo en títulos valores comerciales.)
- Reducción de deuda a largo plazo.
- Financiamiento espontáneo. Crédito comercial, y otras cuentas por pagar y acumulaciones, que surgen espontáneamente en las operaciones diarias de la empresa.
- Enfoque de protección. Es un método de financiamiento en donde cada activo sería compensado con un instrumento de financiamiento de vencimiento aproximado.

Capital de trabajo son todos los recursos económicos que la unidad debe de contar para garantizar el buen funcionamiento del servicio que se ofrecerá el comité Turístico de la microrregión, en el inicio de sus operaciones o hasta que se puedan solventar los gastos con los ingresos ya percibidos. Este monto está destinado para asegurar el salario de los empleados por un tiempo establecido.

Se establece un tiempo de 5 meses donde se espera que el proyecto empiece a recibir ingresos o utilidades suficientes provenientes de la implantación del servicio turístico.

El Capital de Trabajo para este EL Servicio Turístico en la Estación para este periodo se estima que es de:

Tabla 175: capital de trabajo

	Costo por mes	Costo total
Costo de Servicio Turístico	\$2,500.61	\$12,503.03
Costo de Administración	\$2,913.38	\$14,566.9
Costo de Comercialización	\$2,283.04	\$11,415.22
Costo de Financieros	\$ 0.00	\$ 0.00
	Total	\$38,485.15

Fuente: elaboración propia

Tabla 176: Resumen de Costos

INVERSION FIJA	
INVERSION FIJA TANGIBLE	
Terreno y Obra Civil	\$50,000.00
Equipo, mobiliario y accesorios	\$24,409.54
SUBTOTAL	\$74,409.54
INVERSION FIJA INTANGIBLE	
Gastos constitución jurídica	\$980.5
Gastos permisos	\$1200
Inversión por capacitación	\$8815.3
Anticipos	\$1220
Trabajos de investigación	\$8,451.00
Organización y administración del proyecto	\$2850
Administración del proyecto	\$6,251
SUBTOTAL	\$23,216.80
TOTAL DE INVERSION FIJA	\$99,126.34
IMPREVISTOS (5%)	\$4,956.32
CAPITAL DE TRABAJO	\$38,485.15
INVERSION TOTAL	\$142,567.81

Fuente: elaboración propia

12.4 ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE COSTOS

Para poder establecer el cálculo de los costos, es necesario asignar precios a los recursos requeridos, los cuales están físicamente cuantificados en el estudio técnico

De acuerdo a lo anterior, es necesario llevar un control de los costos incluidos en este, en donde la información deberá ordenarse y clasificarse de tal manera que permita visualizar todos sus componentes y calcular los montos totales. Por lo tanto, para el proyecto, se deberá establecer la estructura de costos a utilizar, entendiendo por estructura de costos al conjunto de procedimientos, registros y cuentas especialmente diseñadas con el objeto de determinar el costo unitario de los productos, el control de las operaciones que se realizan para llevar a cabo dicha función en la empresa y proporcionar a la dirección de la misma los elementos para ejercer una adecuada toma de decisiones.

La estructura de costos a utilizar se selecciona en base a dos aspectos:

- a. Los elementos que se incluyen
- b. Las características de producción

12.4.1 Los elementos que se incluyen

De acuerdo a los elementos o rubros que se incluyen en la estructura de costos, se tiene que los costos pueden ser directos o absorbentes, es decir los rubros que involucre el costo unitario del producto.

i. Costeo Directo.

En este sistema de costos, solo los costos indirectos de fabricación que varían con el volumen, se cargan a los productos, es decir únicamente los costos de los materiales directos, la mano de obra directa, y los costos indirectos de fabricación variables, se incluyen en el inventario. El costeo directo considera solamente los costos de los materiales, la mano de obra directa y los costos de fabricación variables como costos del producto ya que en este, los costos de fabricación

fijos se excluyen de los costos de los artículos manufacturados y se presentan en el estado de ingresos como un costo del período.

ii. **Costeo por absorción.**

En este tipo de costeo, todos los costos indirectos de fabricación tanto fijos como variables, se tratan como costos del producto. En el costeo por absorción, el costeo de los artículos manufacturados está compuesto de materiales directos, mano de obra directa y costos Indirectos de fabricación variables y fijos.

Este tipo de costeo carga todos los costos a la producción excepto aquellos aplicables a los gastos de venta, generales de administración. Por tanto el costo de los artículos manufacturados incluye costos de depreciación de la fábrica, arriendo, seguros, impuestos a la propiedad, y los demás costos indirectos de fabricación fijos, además de los materiales directos, la mano de obra directa (M.O.D) y los costos indirectos de fabricación variables. En conclusión, el principal punto de diferencia entre los dos métodos de costeo está en el tratamiento de los costos indirectos de fabricación fijos.

12.4.2 Las características de producción.

De acuerdo a las características de producción, se tiene que los sistemas de costeo pueden ser por órdenes de trabajo o por procesos.

i. **Sistema de costeo por órdenes de trabajo.**

Un sistema de costeo por órdenes de trabajo, es el más apropiado cuando los productos manufacturados difieren en cuanto a los requerimientos de materiales, y de conversión. Cada producto se fabrica de acuerdo con las especificaciones del cliente, y el precio cotizado se asocia estrechamente al costo estimado. El costo incurrido en la elaboración de una orden de trabajo específica debe asignarse, por tanto, a los artículos producidos.

En un sistema de costeo por órdenes de trabajo, los tres elementos básicos del costo, materiales directos, mano de obra directa, y costos indirectos de fabricación, se acumulan de acuerdo con los números asignados a las órdenes de trabajo. El costo unitario de cada trabajo se obtiene dividiendo las unidades totales del trabajo por el costo total de este.

Para que un sistema de costeo por órdenes de trabajo funcione de manera adecuada es necesario identificar físicamente cada orden de trabajo y separar sus costos relacionados. Las requisiciones de material directo y los costos de mano de obra directa llevan el número de la orden de trabajo específica; los costos indirectos de fabricación por lo general se aplican a órdenes de trabajo individuales con base en una tasa de aplicación predeterminada de costos indirectos de fabricación.

ii. **Sistema de costeo por procesos.**

Este sistema de costos se utiliza cuando los productos se elaboran masivamente o en proceso continuo. El costeo por procesos es un sistema de acumulación de costos de producción por departamento o centro de costos. Un departamento es una división funcional principal en una fabrica donde se realizan procesos de manufactura relacionados. Dicho sistema determina como serán asignados los costos de manufactura incurridos durante cada período.

El costeo por procesos se ocupa de asignar los costos, a las unidades que pasan y se incurren en un departamento. Los costos unitarios para cada departamento se basan en la relación entre los costos incurridos durante determinado período y las unidades terminadas durante el mismo.

Algunas de las características de un sistema de costeo por procesos son:

- Los costos se acumulan por departamento o centro de costos.
- Las unidades terminadas y sus correspondientes costos se transfieren al siguiente departamento o al inventario de artículos terminados. En el momento en que las unidades

salen del último departamento de procesamiento se acumulan los costos totales del período y pueden emplearse para determinar el costo unitario de los artículos terminados.

- Los costos totales y los costos unitarios para cada departamento se agregan, analizan y calculan de manera periódica mediante el uso de los informes del costo de producción por departamentos.

En conclusión un sistema de acumulación por órdenes de trabajo es el más apropiado cuando un producto o lote de productos se manufactura de acuerdo con las especificaciones de un cliente. Un sistema de acumulación de costos por procesos se emplea cuando los productos se manufacturan mediante técnicas de producción masiva o procesamiento continuo. El costeo por procesos es adecuado cuando se producen productos homogéneos en grandes volúmenes.

12.4.3 Guía para el establecimiento de costos.

Para poder conocer cuánto cuesta un producto o servicio, es necesario llevar un control de los costos incluidos en el precio de venta, en donde la información deberá clasificarse y ordenarse de tal manera que permita ver todos los rubros y calcular los montos totales. Por lo tanto esta es una guía para el cálculo de los costos según el sistema de costos a utilizarse, entendiendo por estructura de costos al conjunto de cuentas, registros y procedimientos diseñados con el objeto de determinar el costo unitario de los artículos, el control de las operaciones que se incurren para llevar a cabo dicha función en la empresa, y proporcionar a la dirección de la misma los elementos para realizar una adecuada toma de decisiones.

La estructura de costos a utilizar, es el **sistema de costeo absorbente por proceso** y esta guía consiste en agrupar los rubros que puedan cuantificarse en dinero de la empresa que puedan ser incluidos dentro de cuatro grupos generales en relación a la función que desempeñan: Costos de producción, Costos de Administración, Costos de Comercialización y Costo financiero, obteniendo un total anual por cada grupo, y luego obtener el total de todos ellos.

A continuación se presenta el desarrollo de la guía para la determinación del costo unitario del producto, proporcionando los pasos para realizarla:

12.4.3.1 Costos del servicio turístico.

a. **Mano de obra directa:** este representa los sueldos del personal que trabaja directamente en el proceso de elaboración del producto o prestación del servicio; se debe de considerar para los pagos de salarios de acuerdo a lo que establece el código de trabajo o políticas propias de empresa (considerando vacaciones, aguinaldo, horas extras, prestaciones legales como inscripción en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social y cotizaciones al fondo de pensiones –AFP-) y según el puesto que ocupe.

El siguiente cuadro muestra los costos de mano de obra directa en la prestación del servicio turístico.

Tabla 177: costos mano de obra directa

servicio	Nº EMPLEADOS	SALARIO		ISSS	AFP	VACACIONES	AGUINALDO	TOTAL
		MENSUAL	ANUAL					
CLASES DE SURF	2	\$242.40	\$5,817.60	\$436.32	\$392.69	315.12	\$161.60	\$7,365.73
KAYAC	1	\$242.40	\$2,908.80	\$218.16	\$196.34	157.56	\$80.80	\$3,804.06
SNORKELIN	2	\$242.40	\$5,817.60	\$436.32	\$392.69	315.12	\$161.60	\$7,365.73
EVENTOS DEPORTIVOS	2	\$242.40	\$5,817.60	\$436.32	\$392.69	315.12	\$161.60	\$7,365.73

Fuente: elaboración propia

b. Depreciación de maquinaria y equipo: esta se refiere a la pérdida de valor que tienen los bienes o instalaciones de producción, debido al uso brindado, el tiempo, la obsolescencia, su agotamiento o el no poder costear la operación de los mismos.

El método más frecuentemente utilizado para calcular la depreciación en la práctica contable de las empresas y en la preparación de proyectos es el de la línea recta, que supone que los activos fijos se desgastan por igual en cada período contable. Para su cálculo el monto total de la inversión se divide entre el número de años de vida útil estimada por cada activo y se cargan a los costos anuales de producción.

La finalidad de cargar este costo es formar una reserva que permita reponer los equipos cuya vida útil ha terminado a fin de preservar el capital de trabajo inicial.

Tabla 178: Depreciación del mobiliario y equipo

Mobiliario y Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
Buceo Snorkeling						
Botiquín	3	\$72	\$216	3	0	\$72
kit: Mascara, Tubo, Boquilla	15	\$40	\$600	3	0	\$200
Eventos Deportivos						
Redes pequeñas	4	\$60	\$240	3	0	\$80
Metas pequeñas	4	\$50	\$200	3	0	\$67
Pelotas de playas	2	\$25	\$50	2	0	\$25
Banderines	8	\$35	\$280	3	0	\$93
Redes de Voleibol	2	\$30	\$60	2	0	\$30
Pelotas de Voleibol	2	\$4.35	\$8.70	2	0	\$3
Reloj de bolsillo	2	\$20	\$40	2	0	\$13
Clases de Surf						
Tablas de Surf	5	\$450	\$2250	3	0	\$750
Kayac						
Casco	4	\$75	\$300	3	0	\$100
Remos	8	\$50	\$400	3	0	\$133
Salvavidas	4	\$40	\$160	2	0	\$80
Lunadas						
Lámpara	4	\$10	\$40	3	0	\$13
Reproductor de música	2	\$60	\$120	3	0	\$40
TOTAL						\$1,700

Fuente: Elaboración Propia

COSTOS TOTALES DE SERVICIO TURISTICO

Tabla 179: resumen de costos de servicio turísticos

Mano de obra	\$25,901.25
Depreciación del mobiliario y equipo	\$1700
TOTAL	\$27,601.25

Fuente: Elaboración Propia

12.4.3.2 Costos de administración

Dentro de este rubro se consideran los costos en que se incurre al realizar la función de la administración de la empresa, entre ellos se encuentran la mano de obra, consumo de agua y energía eléctrica en general (menos del área de producción), depreciación de la obra civil, equipo y mobiliario de oficina.

Por lo general incluye:

- Salarios de Personal de áreas administrativas
- Depreciación de Equipos y mobiliarios de áreas administrativas
- Suministros de áreas administrativas (papelería, materiales de atención al personal, materiales de limpieza, materiales de servicios generales, etc.)
- Consumo de Agua, energía, teléfono, etc.
- Mantenimiento de equipo, mobiliario e instalaciones administrativas
- Honorarios y pago de funciones externas: Legales, contables, auditorías, seguridad, consultorías o asistencia técnica administrativa, etc.

Costo del Personal Administrativo

Es el personal involucrado directamente en las labores administrativas. En el caso del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la microrregión “Cumbres del Mar” se necesitara un Gerente General del Comité y un encargado para cada sub plan, además se contara con un secretario. Los costos salariales de los miembros del área administrativa se muestran en el cuadro que se presenta a continuación, tomando en consideración que:

- **Salario Anual** = Salario Mensual x 12 meses
- **ISSS** = Salario Anual * 7.5% (cuota patronal)
- **AFP** = Salario Anual * 6.75% (cuota patronal)
- **Vacaciones** = Salario diario x 15 días x 30% + Salario diario x 15 días
- **Aguinaldo** = Salario Diario * 10 días

Costo Anual de la Mano de Obra = Salario Anual + ISSS + AFP + Vacaciones + Aguinaldo

Tabla 180: Costo del personal administrativo

Puesto	No. de empleados	Salario Mensual	Salario Anual	ISSS 7.5 % (anual)	AFP 6.75%	Vacaciones	Aguinaldo	Total Anual
Gerente General	1	\$900	\$10,800	\$810.00	\$729.00	\$585.00	\$300.000	\$14,124
Secretario	1	\$250	\$3,000	\$225.00	\$202.50	\$162.50	\$83.333	\$3,923
Encargado de Concientización Turística y Seguridad	1	\$350	\$4,200	\$315.00	\$283.50	\$227.50	\$116.667	\$5,493
Encargado de Diseño y Mejora	1	\$350	\$4,200	\$315.00	\$283.50	\$227.50	\$116.667	\$5,493
Encargado Promoción, publicidad	1	\$350	\$4,200	\$315.00	\$283.50	\$227.50	\$116.667	\$5,493
Encargado de la Integración de la oferta turística	1	\$350	\$4,200	\$315.00	\$283.50	\$227.50	\$116.667	\$5,493
Encargado de Administración del Plan	1	\$350	\$4,200	\$315.00	\$283.50	\$227.50	\$116.667	\$5,493

Total	\$45,511
-------	----------

Fuente: Elaboración Propia

Costo de mantenimiento de Activos Fijos

Corresponde al mantenimiento de Mobiliario, equipo e instrumentos administrativos. El equipo de oficina que requiere mantenimiento constante es el equipo informático, es decir las computadoras e impresoras, se estima que cada computadora e impresora requiere de \$100/año en concepto de mantenimiento, si se poseen dos computadoras, el costo de mantenimiento será de:

Costo Mantenimiento de activos Fijos = costo Mtto. x Número de computadoras

Costo Mantenimiento de activos Fijos = \$100.00/año x 3

Costo Mantenimiento de activos Fijos = \$300.00/año

Servicio Básicos

En este apartado se calcula el costo por consumo de los servicios básico como agua potable, energía eléctrica y comunicaciones.

Agua Potable

Se cuenta con 7 personas en el área administrativa, las cuales trabajan 297 días del año y estimando que consumo de agua diario por persona es de 20lo, se tiene que el personal administrativo consume 35,640 lt/año, es decir 35.64 m3/año.

Tabla 181: Costo de Agua Potable

Consumo de agua potable	Tarifa	Costo /mes
35.64 m3/año	\$1.15	\$40.99

Fuente: Elaboración propia

Energía Eléctrica

Tabla 182: Costo de Consumo de Energía Eléctrica

Equipo	Cantidad	Consumo(KWH/mes)	Consumo Total(KWH/mes)
Computadora	5	24.08	120.40
Impresor	3	12.24	36.72
Teléfono	2	4.25	8.5
Luminarias	6	8.32	49.92
Consumo por Energía Eléctrica			215.54
Tota de Cargos de Energía eléctrica			Costo
Cargo por Consumo (\$0.194431/mes)			\$502.89
Cargo por comercialización(\$0.99/ mes)			\$11.88
Cargo por Distribución (\$3.65/mes)			\$43.44
Total de costo Energía Eléctrica al año			\$558.21

Fuente: Elaboración Propia

Comunicaciones

Estas se dividen en consumo de teléfono y con sumo por uso de internet, las cuales se detallan a continuación:

Tabla 183: Costos de Comunicaciones

Concepto	Cuota Fija	Costo mes	Costo Anual
Paquete Servicio Teléfono+ internet	\$27	\$27	\$324.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 184: Resumen de Costos de Servicios Básicos

Costo	Total
Servicio de agua potable	\$40.99
Servicio de Energía Eléctrica	\$558.21
Servicio de comunicaciones	\$324.00
Total	\$923.20

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 185: Resumen de Costo Administrativos

Costo Administrativos	Total
Costo de personal administrativo	\$45,511
Costo de mantenimiento de Activos Fijos	\$300.00
Costo de Servicios Básicos	\$923.20
Total	\$46,734.20

Fuente: Elaboración propia

12.4.3.3 Costos de comercialización

Se consideran los costos que se relacionan con todas las actividades referentes a comercialización, es decir cómo se harán llegar los paquetes turísticos al cliente. Suministros diversos del área de comercialización, incluyendo materiales promocionales.

MATERIALES PARA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

Este rubro considera el costo de promoción del servicio:

Tabla 186: costos de materiales de Promoción y Publicidad

RECURSO	TOTAL	Costo por unidad	Costo total
Brochurs o volantes	10,000	\$32 (500 brochurs)	\$640
Vallas publicitarias (mupis)	10	\$244	\$2440
Afiches	750	\$0.50	\$750
Formato de control de clientes	200	\$0.02	\$4
Viajes de familiarización	2	\$415	\$830
TOTAL			\$4,664.00

Fuente: Elaboración Propia

Depreciación de equipo y mobiliario para la oficina turística

Tabla 187: costo de comercialización, depreciación de equipo y mobiliario para la oficina turística

RECURSOS	Cantidad	Costo por unidad	Costo total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
LAPTOP	1	\$750	\$750	5	0	\$150
IMPRESORAS	1	\$150	\$150	5	0	\$30
MESA	1	\$20	\$20	5	0	\$4
SILLAS	2	\$16	\$32	5	0	\$6
ENGRAPADORA	1	\$8	\$8	5	0	\$2
CANOPY	1	\$98.74	\$98.74	5	0	\$20
CELULAR	1	\$30	\$30	5	0	\$6
					TOTAL	\$217.75

Fuente: Elaboración Propia

Depreciación de la señalización

Tabla 188: costo de comercialización, depreciación de señalización

TIPO DE SEÑALIZACION	cantidad	Costo por unidad	Costo total	Vida útil	Valor de recuperación	Depreciación anual
SEÑALIZACION PUNTOS INFORMATIVOS	2	\$500	\$1000	5	0	\$200
SEÑALIZACION ESPECIFICA	6	\$40	\$240	2	0	\$120
SEÑALIZACION TIPO POSTE	12	\$34	\$408	3	0	\$136
LETREROS ADOSADOS A LA PARED	159	\$5	\$795	3	0	\$265
TOTAL						\$721

Fuente: Elaboración Propia

COSTOS TOTALES DE COMERCIALIZACION

Tabla 189: resumen de costos de comercialización

Materiales de Publicidad y promoción	\$4,664.00
Depreciación de equipo y mobiliario para la oficina turística	\$217.75
Depreciación de señalización	\$721
TOTAL	\$5,602.75

Fuente: Elaboración Propia

12.4.3.4 Costos financieros

Sector Turismo

El sector turístico tiene un alto potencial de desarrollo en El Salvador. Sus recursos naturales y las cortas distancias para disfrutarlos, ofrecen ventajas inigualables frente a otros países de la región. Sin embargo, en este momento está muy por debajo de su capacidad.

De acuerdo a MITUR en 2010 llegaron a El Salvador 1,149,561 turistas, de los cuales el 64% (739,843) fueron centroamericanos que en su gran mayoría (689 mil) arribaron por vía terrestre. Por vía aérea arribaron 199 mil salvadoreños en el exterior y 227 mil extranjeros no residentes, de los cuales 176 mil fueron no centroamericanos. Aunque los salvadoreños en el exterior representaron el 17% de los turistas aportaron el 37% (\$191 millones) de los ingresos económicos totales del turismo que de acuerdo al MITUR alcanzaron en \$518 millones en 2010.

Los salvadoreños residentes en el exterior son los que más días y gasto generan en sus viajes en comparación con otros visitantes del exterior. En 2010 se quedaron un promedio de 10.9 días y gastaron 88 dólares por día, a diferencia del turista extranjero que se queda en el país un promedio de 4.6 días y gasta 73 dólares por día. Si a esto añadimos el turismo interno, que representa en torno a 5 millones de personas al año moviéndose dentro de El Salvador, según información proporcionada por el MITUR, el potencial de expansión del turismo es muy grande. En 2010 se generaron 41,200 empleos directos relacionados con turismo y esto puede incrementarse sustancialmente.

Buena parte del desarrollo turístico se ha concentrado en determinadas áreas del litoral en actividades de sol y playa.

El Puerto de la Libertad se atienden unos 2.5 millones de turistas al año, según el MITUR, entre nacionales y extranjeros. En menor escala otros territorios también llevan a cabo actividades turísticas a lo largo de toda la franja costera. En estas áreas se han creado fuentes de empleo en torno a restaurantes, bares, alojamientos y diversos servicios de recreación. Así por ejemplo, en el Departamento de La Libertad existe un tejido empresarial formal de 43 alojamientos con una capacidad de 430 habitaciones para albergar a 753 personas.

En el ámbito de la gastronomía hay una oferta de 56 bares y restaurantes con 2,316 mesas. Estos datos ponen en evidencia también el fuerte subregistro de la informalidad existente en el área. De hecho, este fuerte nivel de informalidad y precariedad limita las posibilidades de desarrollo económico y satisfacción de una demanda potencial ampliada para determinados sectores de población turística (especialmente salvadoreños en el exterior y visitantes extranjeros con cierto poder adquisitivo que se alojan en estas áreas costeras, por ejemplo vinculados a las actividades de surf).

A su vez, la concentración de actividad turística en determinadas áreas está aumentando las condiciones de degradación ambiental (residuos sólidos, aguas negras, asolvamiento) y la vulnerabilidad y riesgo de sus pobladores frente a fenómenos naturales y cambio climático. Dada esta situación, es imprescindible actuar para revertir la degradación ambiental y evitar que el desarrollo turístico resulte en un mayor deterioro de la franja costera, que podría verse aparejada de un mayor empobrecimiento e inseguridad. Por lo tanto, bajo FOMILENIO II debería intervenir en estas áreas de desarrollo turístico ya existentes para ordenar, consolidar y potenciar su desarrollo buscando una oferta distinta, variada y de mayor calidad. Para ello serán necesarias acciones de saneamiento, ordenamiento, creación de infraestructuras y mejora de su conectividad con otros territorios e inversión en servicios sociales.

FOMILENIO II

Esta estrategia impulsará la creación y consolidación de espacios de acceso público con una mayor calidad de servicio partiendo del tejido empresarial existente (tal y como se hizo, por ejemplo, en el Puerto San Juan en Suchitoto) e incorporando de forma articulada los centros recreativos del ISTU y los centros obreros del Ministerio del Trabajo. También se hace necesario fortalecer el sector empresarial existente, contribuyendo a una mayor formalidad y capacidad asociativa. Igualmente se promoverá la diversificación económica, potenciando la elaboración de productos de calidad, actividades económicas alternativas y la comercialización de alimentos producidos en proximidad, especialmente los procedentes de la pesca artesanal y la agricultura local para su venta en estas áreas turísticas.

En cada una de estas áreas se debería impulsar una oferta de actividades turísticas complementaria cercana territorialmente, basada en aprovechar el alto potencial turístico de los recursos naturales y la biodiversidad de estas zonas (visitas a reservas naturales, avistamientos de ballenas, delfines, corales, aves, reptiles, pesca recreativa, buceo, etc.), a través de diversas modalidades turísticas (turismo comunitario, ecoturismo, actividades de aventura), así como la oferta local de gastronomía, cultura y artesanías, de modo que se amplíen las posibilidades de oferta y dinamización económica de la franja costera y territorios próximos.

En cada uno de estos polos de desarrollo turístico se emprenderán acciones de información y promoción de la oferta turística complementaria existente. Un incremento de visitantes en recursos turísticos complementarios puede contribuir a aumentar la actividad económica en días de menor afluencia tradicional, especialmente de lunes a jueves. Esta estrategia de desarrollo turístico debe ir acompañada de una promoción particularizada en el segmento de turismo de convenciones, con el fin de ampliar sus posibilidades de actividad.

Se han identificado nueve polos de desarrollo turístico a lo largo de la costa:

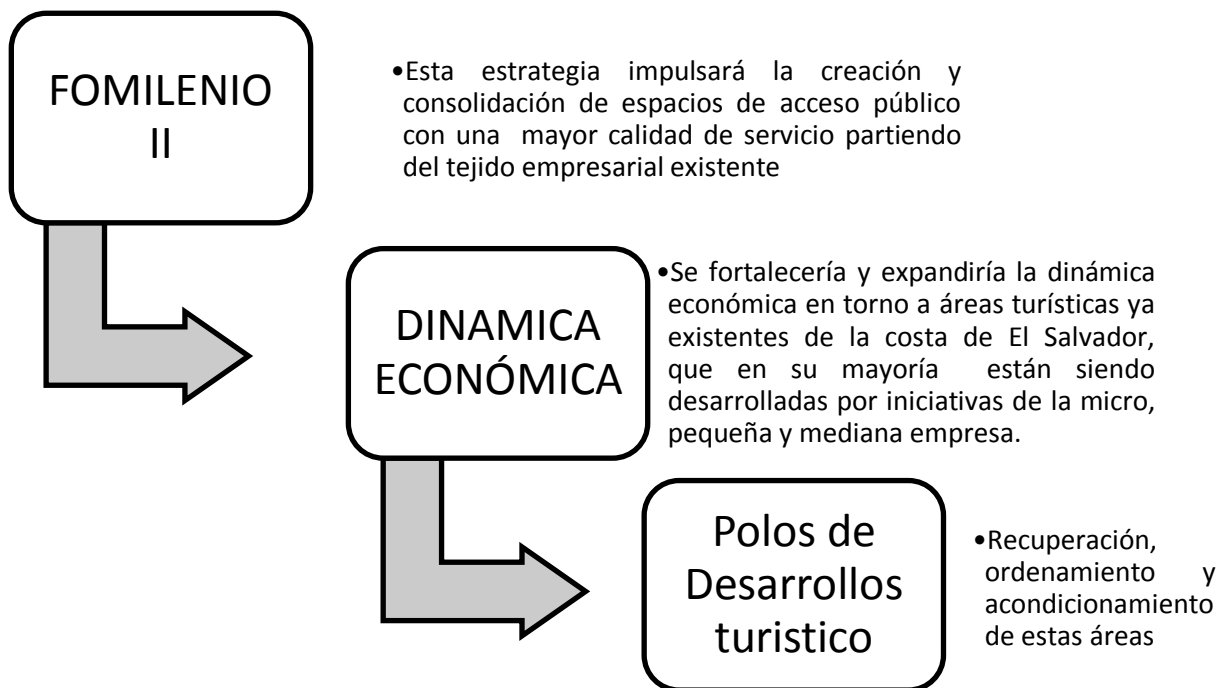
- Garita Palmeta –
- Barra de Santiago;
- Los Cóbanos – Acajulta;
- Mizata, El Tunco, Puerto La Libertad, San Diego;
- Jaltepeque, Costa del Sol;
- Bahía de Jiquilisco, Puerto El Triunfo;
- El Espino;
- El Cuco;
- Icacal, Tamarindo;
- Golfo de Fonseca.

En cada uno de ellos se requerirán planes maestros de desarrollo turístico particularizados.

De impulsarse este tipo de estrategia bajo FOMILENIO II, se fortalecería y expandiría la dinámica económica en torno a áreas turísticas ya existentes de la costa de El Salvador, que en su mayoría están siendo desarrolladas por iniciativas de la micro, pequeña y mediana empresa. Las intervenciones de recuperación, ordenamiento y acondicionamiento de estas áreas tienen como objetivo convertirlas en polos de desarrollo turístico articulados con otros territorios y ofertas turísticas y productivas complementarias. Con alturas significativas y ‘bosques’ de café, ofrecen un clima y paisaje complementario al turismo de costa y mar. Las distancias son cortas e inversiones en mejorar la conectividad permitirían una oferta de turismo de Montaña y Mar.

Como en la costa, la escala de pequeños y medianas hoteles con actividades de bajo impacto tendrían un derrame hacia otras actividades económicas colindantes de provisión de alimentos y servicios y serviría como estímulo del mantenimiento y expansión de los cafetales, evadiendo la conversión a lotificaciones urbanas. Los beneficios serían dobles al ayudar frenar la erosión dañina a los mismos ecosistemas costeros.

ESQUEMA 17: Estrategia del Fomilenio II



Fuente: Elaboración Propia a través de documento FOMILENIO II Evaluación Ambiental Estratégica

12.4.4 Costos totales o de absorción

Estos son llamados costos totales o de absorción. Una vez totalizados los rubros de costos, se calculan los costos totales. Este se obtendrá mediante el costeo tradicional o de absorbente. Para ello se puede hacer uso de la siguiente tabla:

Tabla 190: Resumen de costos.

Rubro	Total anual (\$)
costos del servicio turístico	\$27,601.25
Costos de administración	\$46,734.20
Costos de comercialización	\$5,602.75
Costos financieros	0.0
Total (\$)	\$79,938.20

Fuente: elaboración propia

12.5 COSTOS VARIABLES

Dentro de los costos variables se consideran todos aquellos que varían con la cantidad de servicios que se brindaran, se define a continuación

COSTOS DE ALOJAMIENTO

Los costos por el servicio de alojamiento han sido determinados en base a los precios proporcionados por cada uno de los establecimientos que ofrecen dicho servicio en cada una de las 6 playas y la afluencia turística que se espera en el primer año para cada playa.

Tabla 191: costos variables alojamiento

PLAYA	PRECIO DE HABITACION	TOTAL/AÑO
EL OBISPO	\$47.20	\$100,325.89
SAN BLAS	\$20	\$42,510.97
EL MAJAHUAL	\$15	\$111,591.29
EL SUNZAL	\$25	\$79,708.07
EL PALMARCITO	\$10	\$21,255.48
EL ZONTE	\$20	\$85,021.94
TOTAL		\$440,413.63

Fuente: Elaboración Propia

COSTOS DE ALIMENTACION

Los costos por el servicio de alimentación han sido determinados en base a los precios promedio proporcionados por cada uno de los establecimientos que ofrecen dicho servicio en cada una de las 6 playas y la afluencia turística que se espera en el primer año para cada playa.

Tabla 192: COSTOS DE ALIMENTACION

PLAYA	COSTOS DE ALIMENTACION POR		TOTAL/AÑO
EL OBISPO	DESAYUNO	\$ 3.00	\$ 6,376.65
	ALMUERZO	\$ 5.00	\$ 10,627.74
	CENA	\$ 5.00	\$ 10,627.74
SAN BLAS	DESAYUNO	\$ 3.00	\$ 6,376.65
	ALMUERZO	\$ 5.00	\$ 10,627.74
	CENA	\$ 5.00	\$ 10,627.74
EL MAJAHUAL	DESAYUNO	\$ 3.00	\$ 22,318.26
	ALMUERZO	\$ 5.00	\$ 37,197.10
	CENA	\$ 5.00	\$ 37,197.10
EL SUNZAL	DESAYUNO	\$ 3.00	\$ 9,564.97
	ALMUERZO	\$ 5.00	\$ 15,941.61
	CENA	\$ 5.00	\$ 9,564.97
EL PALMARCITO	DESAYUNO	\$ 3.00	\$ 6,376.65
	ALMUERZO	\$ 5.00	\$ 10,627.74
	CENA	\$ 5.00	\$ 10,627.74
EL ZONTE	DESAYUNO	\$ 3.00	\$ 12,753.29
	ALMUERZO	\$ 5.00	\$ 21,255.48
	CENA	\$ 5.00	\$ 21,255.48
TOTAL			\$269,944.65

Fuente: Elaboración Propia

A continuación se determinan los costos de otros servicios que son necesarios para poder desarrollar las actividades propuestas en los paquetes turísticos.

COSTOS DE SNORKELING

Tabla 193: COSTOS DE SNORKELIN

PLAYA	PRECIO	TOTAL/AÑO
EL OBISPO	\$5	\$10,628
SAN BLAS	\$6	\$12,753
TOTAL		\$23,381

Fuente: Elaboración Propia

COSTO DE OBSERVACION DE LIBERACION Y ANIDAMIENTO DE TORTUGAS

Tabla 194: COSTO OBSERVACION DELIBERACION Y ANIDAMIENTO DE TORTUGAS

PLAYA	COSTO	TOTAL/AÑO
SAN BLAS	\$6	\$12,753
TOTAL		\$12,753

Fuente: Elaboración Propia

COSTO CLASES DE SURF

Tabla 195: COSTOS CLASES DE SURF

PLAYA	COSTO	TOTAL/AÑO
EL SUNZAL	\$10	\$31,883
EL ZONTE	\$10	\$42,511
TOTAL		\$74,394

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 196: COSTO LUNADAS Y PASEO EN KAYAC

DESCRIPCION DE COSTOS	PLAYA	PRECIO	TOTAL/AÑO
COSTO LUNADAS	EL	\$4	\$8,502
COSTOS PASEO EN KAYAC	PALMARCITO	\$5	\$10,628
	TOTAL		\$19,130

Fuente: Elaboración Propia

TABLA RESUMEN DE COSTOS VARIABLES

Tabla 197: RESUMEN DE COSTOS VARIABLES ANUALES

COSTOS VARIABLES	
COSTOS DE ALOJAMIENTO	\$440,413.63
COSTOS DE ALIMENTACION	\$269,944.65
COSTOS DE SNORKELING	\$23,381
COSTO DE OBSERVACION DE LIBERACION Y ANIDAMIENTO DE TORTUGAS	\$12,753
COSTO CLASES DE SURF	\$74,394
COSTO LUNADAS	\$8,502
COSTOS PASEO EN KAYAC	\$8,490
TOTAL	\$837,878.99

Fuente: Elaboración Propia

12.5.1 Costos variables unitarios por paquete turísticos

Para calcular los costos variables unitarios por temporada se tendrán en cuenta el costo variable unitario de la prestación del servicio. A continuación se presentan los paquetes propuestos

Tabla 198: COSTOS PAQUETE TURÍSTICO 1

PAQUETE TURÍSTICO 1	
Desayuno	\$3
Esparcimiento en la playa	--
Almuerzo	\$3
Esparcimiento en la playa	--
Cena	\$5
Noches de fiesta	\$4
TOTAL	\$ 15.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 199: COSTOS PAQUETE TURÍSTICO 2

PAQUETE TURÍSTICO 2	
Desayuno	\$3
Snorkeling Barco Hundido	\$6
Almuerzo	\$5
Demostración de elaboración de artesanías	\$0.50
Recorrido	\$0.50
Esparcimiento en la playa	\$0
Observación de anidamiento y liberación de tortugas	\$7
Cena	\$5
Alojamiento	\$25
Desayuno	\$3
Esparcimiento en la playa	\$0
Almuerzo	\$5
Snorkeling en los corales	\$5
Cena	\$5
TOTAL	\$ 70.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 200: COSTOS PAQUETE TURÍSTICO 3

PAQUETE TURÍSTICO 3	
Clases de Surf	\$10
Esparcimiento en la playa	\$0.0
Cena	\$5
Alojamiento	\$20
Desayuno	\$5
Clases o Practica de Surf	\$10
Almuerzo	\$5
Esparcimiento en la playa	\$0
TOTAL	\$ 55.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 201: COSTOS PAQUETE TURÍSTICO 4

PAQUETE TURÍSTICO 4	
Esparcimiento en la playa	\$0
Cena	\$5
Lunada	\$4
Alojamiento	\$10
Desayuno	\$3
Paseo en Kayac	\$5
Almuerzo	\$5
TOTAL	\$32

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 202: resumen de Costos variables unitarios por paquete turísticos

PAQUETE	COSTO
PAQUETE TURÍSTICO 1	\$15
PAQUETE TURÍSTICO 2	\$70.00
PAQUETE TURÍSTICO 3	\$60
PAQUETE TURÍSTICO 4	\$32

Fuente: Elaboración Propia

COSTO TOTAL UNITARIO POR PAQUETE

Para calcular el costo total unitario para cada uno de los paquetes, se debe mencionar que según el método por costeo directo solo se consideraran los costos variables obtenidos por paquete que se muestran en la tabla anterior, ya que los costos fijos permanecen constantes en un periodo determinado y por lo tanto no son considerados, es decir que los costos totales unitarios serán iguales a los costos variables unitarios.

Estos costos han sido establecidos por cada paquete

Tabla 203: COSTO TOTAL UNITARIO POR PAQUETE

PAQUETES	PORCENTAJE	COSTOS DEL SERVICIO TURÍSTICO	COSTOS ADMINISTRACION	COSTOS DE COMERCIALIZACION	TOTAL
PAQUETE TURÍSTICO 1	30%	\$8,280.38	\$14,020.26	\$1,680.83	\$23,981.46
PAQUETE TURÍSTICO 2	25%	\$6,900.31	\$11,683.55	\$1,400.69	\$19,984.55
PAQUETE TURÍSTICO 3	20%	\$5,520.25	\$9,346.84	\$1,120.55	\$15,987.64
PAQUETE TURÍSTICO 4	25%	\$6,900.31	\$11,683.55	\$1,400.69	\$19,984.55
TOTAL					\$79,938.20

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Tomando en cuenta la tabla anterior y la tabla de los costos variables unitarios:

Tabla 204: COSTO VARIABLE UNITARIO POR PAQUETE

PAQUETE	COSTO
PAQUETE TURÍSTICO 1	\$17.82
PAQUETE TURÍSTICO 2	\$76.27
PAQUETE TURÍSTICO 3	\$62.15
PAQUETE TURÍSTICO 4	\$41.40

FUENTE: ELABORACION PROPIA

12.6 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

12.6.1 Precio de venta

Para determinar el precio de venta de los diferentes paquetes turísticos se vuelve estratégica la fijación del margen de utilidad que se deberá establecer en la actividad económica. En este análisis es de utilidad la opinión de los clientes recolectada en la etapa de diagnóstico, donde se consideran aspectos tales como el gasto turístico que el mercado consumidor final indicó tener y lo que estarían dispuestos a pagar por la prestación de ciertos servicios turísticos. De igual manera es importante considerar el número de actividades que posee cada paquete y el mercado al que va dirigido.

12.6.2 Margen de utilidad

La única forma en que se puede estar seguro de obtener ganancias es estableciendo un porcentaje exacto del margen de utilidad.

Determinar el margen de utilidad que se debe aplicar puede ser difícil, ya que muchas de las cifras que se usan van a cambiar. Sin embargo, calcular un porcentaje de margen de utilidad es la única forma en que se puede estar seguro de poder cubrir los gastos y obtener ganancias en el trabajo que realiza.

El Margen de utilidad se obtiene, de restar del Precio de Venta (pv) de producto o servicio el Costo Variable Unitario (c.v.u), en este caso sobre cada uno de los servicios a ofrecer en las playas en estudio:

$$\text{Margen de utilidad} = \text{c.v.u.} - p$$

Para establecer los precios de los paquetes se ha considerado un precio fijo, teniendo en cuenta la clasificación a la que corresponde cada paquete, con alojamiento o sin alojamiento.

Tabla 205: Margen de utilidad y precio de venta por paquete

Paquete	Costo por persona	Costo total unitario	Margen de utilidad	Precio de venta
Paquete turístico 1	\$15.00	\$17.82	25%	\$ 24
Paquete turístico 2	\$70.00	\$76.27	17%	\$ 92
Paquete turístico 3	\$60.00	\$62.15	8%	\$ 67
Paquete turístico 4	\$32.00	\$41.40	29%	\$ 58

FUENTE: ELABORACION PROPIA

12.6.3 Punto de equilibrio

Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto. Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (IT = CT). Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Sean IT los ingresos totales, CT los costos totales, PV el precio por unidad, Q la cantidad de unidades producidas y vendidas, CF los costos fijos y CV los costos variables, entonces:

Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas

El Punto de Equilibrio en Unidades se obtiene del Total de Costos Fijos entre el Margen de utilidad. Al obtener el punto de equilibrio en dólares, se considera la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{COSTOS\ FIJOS\ TOTALES}{1 - \frac{COSTOS\ VARIABLES\ UNITARIO}{PRECIO\ DE\ VENTA}}$$

$$PE = \frac{COSTOS\ FIJOS\ TOTALES}{COEFICIENTE\ DEL\ MARGEN\ DE\ CONTRIBUCION}$$

Donde el coeficiente de margen de contribución se refiere a la utilidad que se obtiene por cada dólar de venta obtenido, considerando únicamente los costos variables a continuación se muestra el punto de equilibrio en unidades monetarias.

Tabla 206: PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS

Paquete	Costos fijos totales	Coeficiente margen de contribución	PE en unidades monetarias
Paquete turístico 1	\$23,981.46	25%	\$96,182.84
Paquete turístico 2	\$19,984.55	17%	\$115,402.00
Paquete turístico 3	\$15,987.64	8%	\$210,508.00
Paquete turístico 4	\$19,984.55	29%	\$68,811.00

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Con el punto de equilibrio en unidades monetarias obtenemos resultados que nos indican el monto de las ventas necesarias requeridas en el proyecto, para poder operar sin pérdidas ni ganancias. Si las ventas proyectadas están por debajo de dichas cantidades, estaría perdiendo; y si las ventas se encuentran por arriba las cifras monetarias para cada paquete están generando ganancias.

Tabla 207: resumen del punto de equilibrio en unidades monetarias por paquete

Paquete	Ventas proyectadas	PE ⁵	CFT ⁶	PV ⁷	CVU ⁸	MC ⁹
Paquete turístico 1	\$170,044	\$96,182.84	\$23,981.46	\$24	\$17.82	\$5.92
Paquete turístico 2	\$271,007	\$115,402.00	\$19,984.55	\$92	\$76.27	\$15.97
Paquete turístico 3	\$483,562	\$210,508.00	\$15,987.64	\$67	\$62.15	\$5.11
Paquete turístico 4	\$95,650	\$68,811.00	\$19,984.55	\$58	\$41.40	\$16.95

FUENTE: ELABORACION PROPIA

De acuerdo al cuadro anterior las ventas proyectadas para el primer año superan el punto de equilibrio en unidades monetarias, lo que significa que el proyecto logra cubrir los costos fijos por medio de la venta de paquetes turísticos esperados.

El margen de contribución (MC) nos servirá para realizar el análisis desde el punto de equilibrio en unidades, para conocer la cantidad de paquetes turísticos que deben ser vendidos para no incurrir en pérdidas y poder cubrir los costos. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS TOTALES}{MARGEN DE CONTRIBUCION}$$

A continuación se muestra el punto de equilibrio en unidades por paquete

⁵ Punto de equilibrio

⁶ Costos fijos totales

⁷ Precio de venta

⁸ Costo variable unitario

⁹ Margen de contribucion

Tabla 208: punto de equilibrio en unidades por paquetes

Paquete	Costos fijos totales	Margen de contribución	PE en unidades
Paquete turístico 1	\$23,981.46	\$5.92	4796
Paquete turístico 2	\$19,984.55	\$15.97	1342
Paquete turístico 3	\$15,987.64	\$5.11	3198
Paquete turístico 4	\$19,984.55	\$16.95	1537

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Tabla 209: resumen del punto de equilibrio en unidades por paquete

Paquete	Ventas proyectadas	PE en unidades	CFT	PV	CVU	MC
Paquete turístico 1	8502	4796	\$23,981.46	\$24	\$17.82	\$5.92
Paquete turístico 2	3188	1342	\$19,984.55	\$92	\$76.27	\$15.97
Paquete turístico 3	7439	3198	\$15,987.64	\$67	\$62.15	\$5.11
Paquete turístico 4	2126	1537	\$19,984.55	\$58	\$41.40	\$16.95

FUENTE: ELABORACION PROPIA

De acuerdo al cuadro anterior la cantidad de paquetes turísticos vendidos para el primer año superan el punto de equilibrio en unidades, lo que significa que el proyecto logra cubrir los costos fijos por medio de la venta de paquetes turísticos esperados.

12.6.4 Grafica del punto de equilibrio

Esta forma de representar la relación costo-volumen-utilidad, permite evaluar la repercusión que sobre las utilidades tiene cualquier movimiento o cambio de costos, volumen de ventas y precios.

El punto de equilibrio muestra cómo los cambios operados en los ingresos o costos por diferentes niveles de venta repercuten en la empresa, generando utilidades o pérdidas. El eje horizontal representa las ventas en unidades, y el vertical, la variable en dólares; los ingresos se muestran calculando diferentes niveles de venta. Uniendo dichos puntos se obtendrá la recta que representa los ingresos; lo mismo sucede con los costos variables en diferentes niveles. Los costos fijos están representados por una recta horizontal dentro de un segmento relevante. Sumando la recta de los costos variables con la de los costos fijos se obtiene la de los costos totales, y el punto donde esta última se interseca con la recta de los ingresos representa el punto de equilibrio. A partir de dicho punto de equilibrio se puede medir la utilidad o pérdida que genere, ya sea como aumento o como disminución del volumen de ventas; el área hacia el lado izquierdo del punto de equilibrio es pérdida, y del lado derecho es utilidad.

A continuación se muestran las gráficas del punto de equilibrio de los siete paquetes, teniendo en cuenta el punto de equilibrio tanto en unidades por la cantidad de paquetes como unidades monetarias según las ventas estimadas

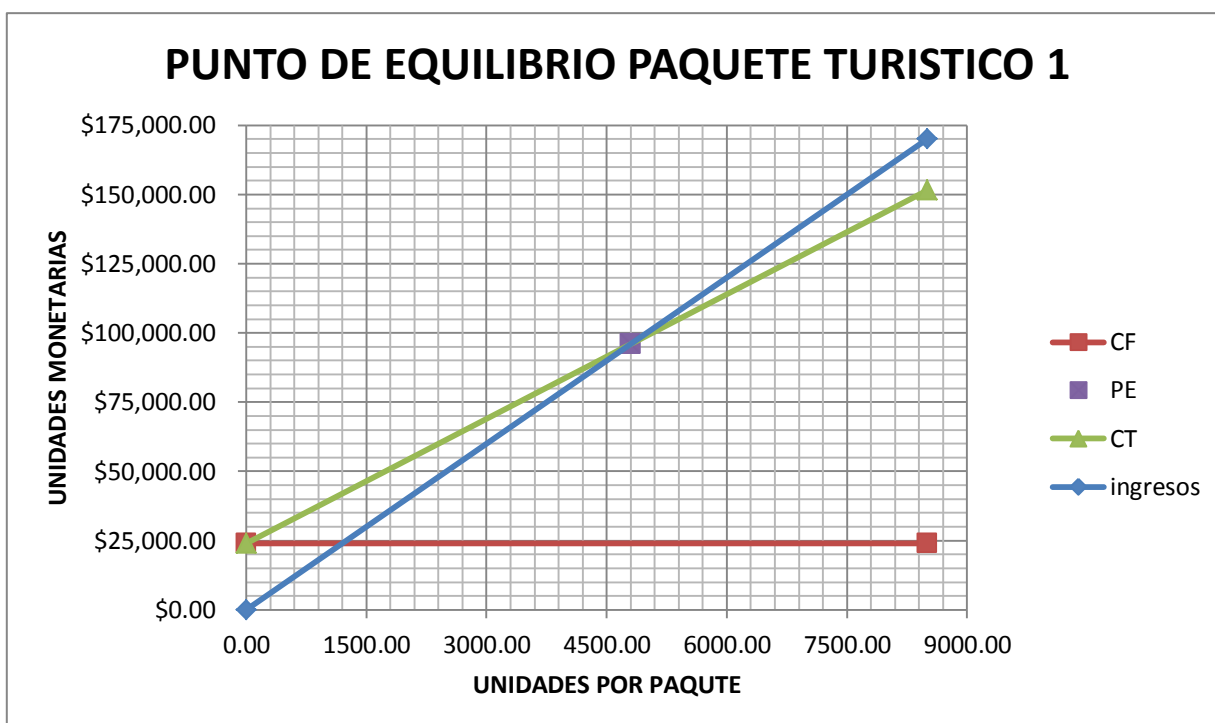
12.6.4.1 Grafica punto de equilibrio paquete turístico 1

Tabla 210: punto de equilibrio paquete turístico 1

PAQUETE TURÍSTICO 1				
	INICIO		FIN	
	UNIDADES	DINERO	UNIDADES	DINERO
INGRESOS	0	\$0.00	8502	\$170,043.87
CF	0	\$23,981.46	8502	\$23,981.46
CT	0	\$23,981.46	8502	\$151,514.37
PE	4796	\$ 96,182.84	4796	\$ 96,182.84

FUENTE: Elaboración propia

GRAFICA 14: Punto de equilibrio paquete turístico 1



FUENTE: Elaboración propia

La grafica muestra que para el paquete 1, el punto de equilibrio se encuentra en las 4796 unidades los cuales deben ser vendidos en el primer año con un monto de \$96,182.84: en este punto no se reportaran perdidas ni ganancias. Arriba de este valor se tendrán utilidades y bajo el mismo se reportaran perdidas. Para la cantidad de paquetes pronosticada para el año 1 de operación (8502), el ingreso será de \$170,043.87 y los costos totales tendrán un monto de \$151,514.37

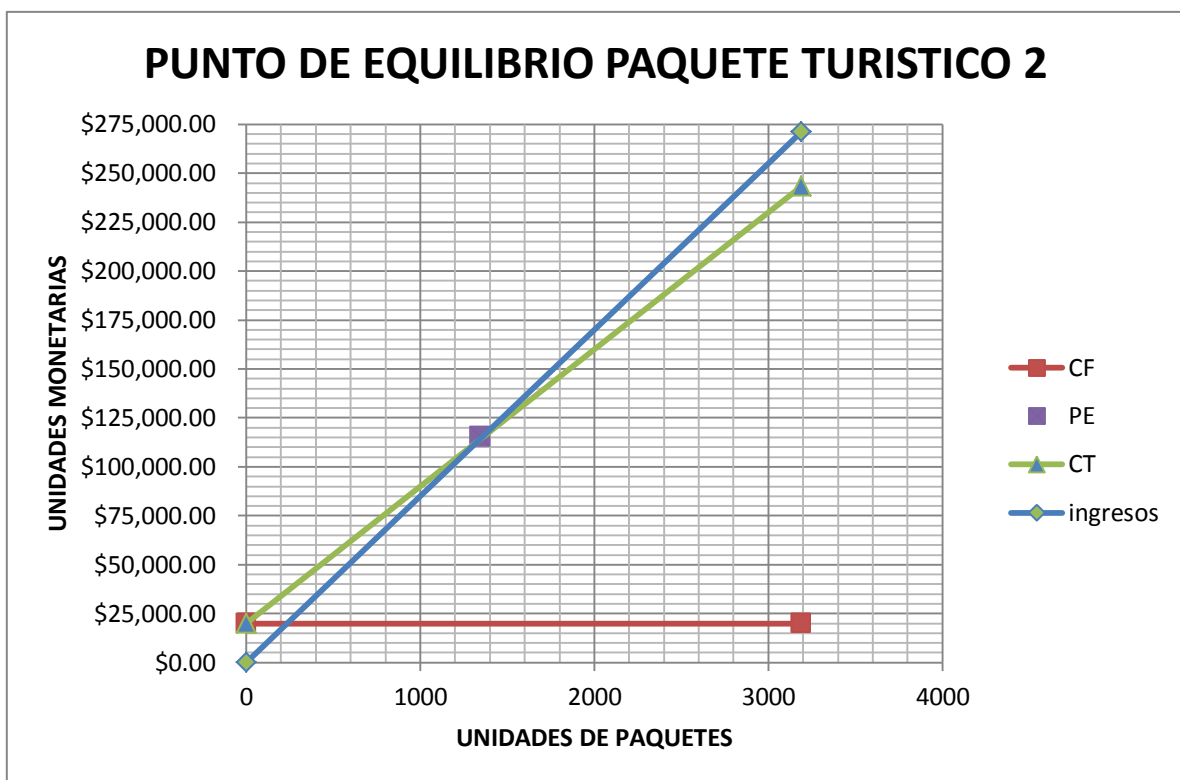
12.6.4.2 Grafica punto de equilibrio paquete turístico 2

Tabla 211: punto de equilibrio paquete turístico 2

PAQUETE TURÍSTICO 2				
	INICIO		FIN	
	UNIDADES	DINERO	UNIDADES	DINERO
INGRESOS	0	\$0.00	3188	\$271,007
CF	0	\$19,984.55	3188	\$19,985
CT	0	\$19,984.55	3188	\$243,167.13
PE	1342	\$115,402.00	1342	\$115,402.00

FUENTE: Elaboración propia

GRAFICA 15: Punto de equilibrio paquete turístico 2



FUENTE: Elaboración propia

La grafica muestra que para el paquete 1, el punto de equilibrio se encuentra en las 1342 unidades los cuales deben ser vendidos en el primer año con un monto de \$115,402.00: en este punto no se reportaran perdidas ni ganancias. Arriba de este valor se tendrán utilidades y bajo el mismo se reportaran perdidas. Para la cantidad de paquetes pronosticada para el año 1 de operación (3188), el ingreso será de \$271,007 y los costos totales tendrán un monto de \$243,167.13

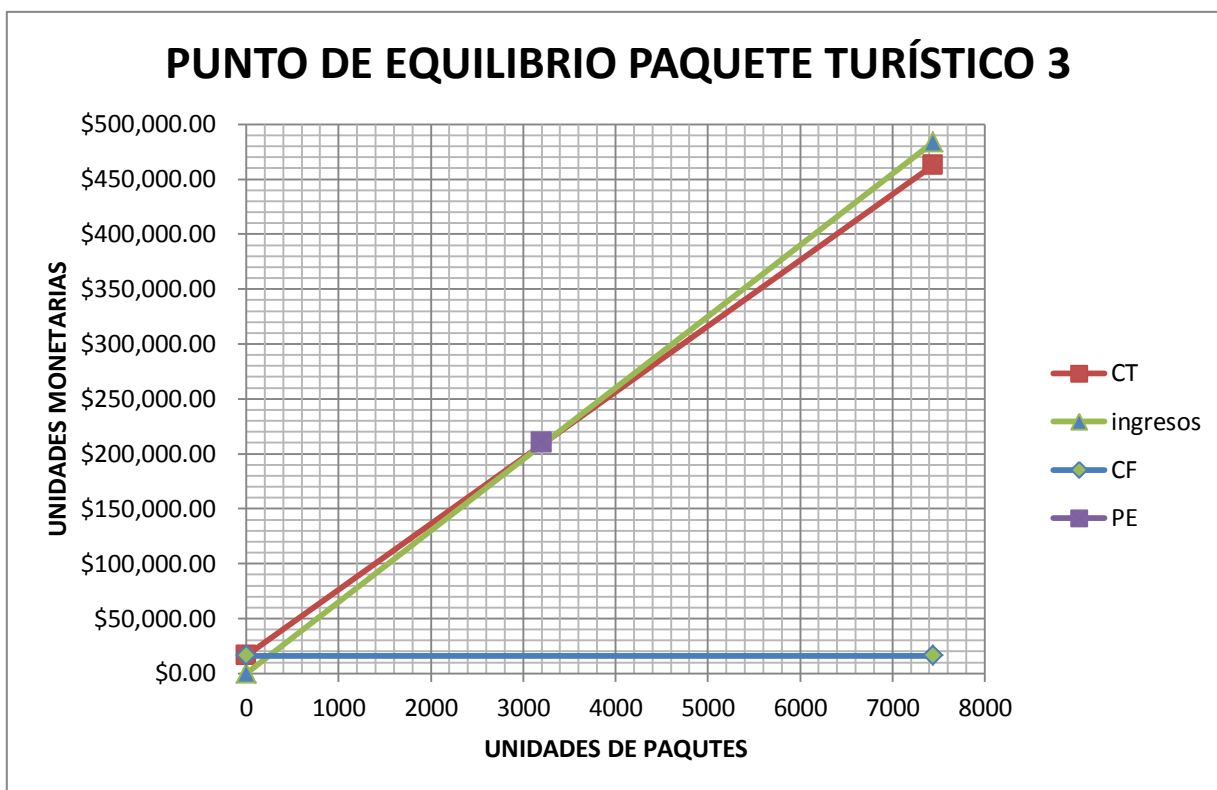
12.6.4.3 Grafica punto de equilibrio paquete turístico 3

Tabla 212: punto de equilibrio paquete turístico 3

PAQUETE TURÍSTICO 3				
	INICIO		FIN	
	UNIDADES	DINERO	UNIDADES	DINERO
INGRESOS	0	\$0.00	7439	\$483,562
CF	0	\$ 15,987.64	7439	\$15,988
CT	0	\$ 15,987.64	7439	\$462,352.81
PE	3198	\$ 210,508.00	3198	\$ 210,508.00

FUENTE: Elaboración propia

GRAFICA 16: Punto de equilibrio paquete turístico 3



FUENTE: Elaboración propia

La grafica muestra que para el paquete 1, el punto de equilibrio se encuentra en las 3198 unidades los cuales deben ser vendidos en el primer año con un monto de \$210,508.00: en este punto no se reportaran perdidas ni ganancias. Arriba de este valor se tendrán utilidades y bajo el mismo se reportaran perdidas. Para la cantidad de paquetes pronosticada para el año 1 de operación (7439), el ingreso será de \$483,56 y los costos totales tendrán un monto de \$462,352.81

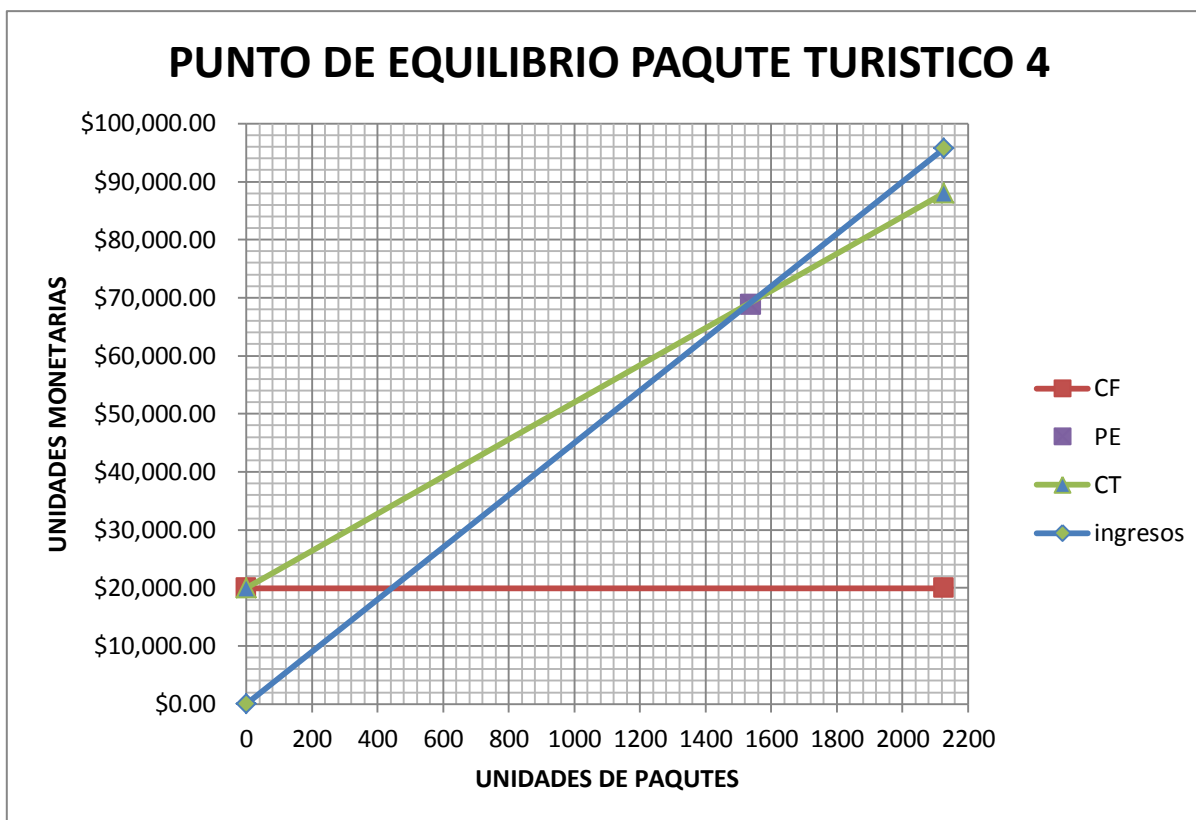
12.6.4.4 Grafica punto de equilibrio paquete turístico 4

Tabla 213: punto de equilibrio paquete turístico 4

PAQUETE TURÍSTICO 4				
	INICIO		FIN	
	UNIDADES	DINERO	UNIDADES	DINERO
INGRESOS	0	\$0.00	2126	\$95,650
CF	0	\$19,984.55	2126	\$19,985
CT	0	\$19,984.55	2126	\$88,002.10
PE	1537	\$68,811.00	1537	\$68,811.00

FUENTE: Elaboración propia

GRAFICA 17: Punto de equilibrio paquete turístico 4



FUENTE: Elaboración propia

La grafica muestra que para el paquete 1, el punto de equilibrio se encuentra en las 1537 unidades los cuales deben ser vendidos en el primer año con un monto de \$68,811.00: en este punto no se reportaran perdidas ni ganancias. Arriba de este valor se tendrán utilidades y bajo el mismo se reportaran perdidas. Para la cantidad de paquetes pronosticada para el año 1 de operación (2126), el ingreso será de \$95,650 y los costos totales tendrán un monto de \$88,002.10

Tabla 214: resumen de punto de equilibrio por paquete

PAQUETE	UNIDADES MONETARIAS	UNIDADES DE PAQUETES
PAQUETE TURÍSTICO 1	\$ 96,182.84	4796.292
PAQUETE TURÍSTICO 2	\$ 115,402.00	1342
PAQUETE TURÍSTICO 3	\$ 210,508.00	3197.528
PAQUETE TURÍSTICO 4	\$ 68,811.00	1537
TOTAL	\$ 490,903.84	10872.82

FUENTE: Elaboración propia

12.6.5 Presupuesto de ingresos y gasto

Para poder realizar el presupuesto de ingresos y gastos es necesario conocer el pronóstico de ventas de cada uno de los paquetes para los próximos 5 años. A continuación se presenta dicha demanda.

PRONOSTICO DE VENTAS DE LOS PAQUETES

De acuerdo al cálculo del crecimiento de la demanda que se realizó en la etapa de diagnóstico en el análisis del mercado consumidor, la cantidad de esa demanda que se pretende abarcar y las preferencias del mercado de acuerdo a los paquetes que se ofertan se realizó el pronóstico de ventas de cada paquete.

PAQUETE 1						
MES	% DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERO	10%	850	901	954	1011	1071
FEBRERO	4%	340	360	382	404	428
MARZO	13%	1105	1171	1240	1314	1392
ABRIL	14%	1190	1261	1336	1415	1499
MAYO	4%	340	360	382	404	428
JUNIO	3%	255	270	286	303	321
JULIO	4%	340	360	382	404	428
AGOSTO	19%	1615	1711	1813	1920	2034
SEPTIEMBRE	4%	340	360	382	404	428
OCTUBRE	3%	255	270	286	303	321
NOVIEMBRE	8%	680	721	763	808	856
DICIEMBRE	14%	1190	1261	1336	1415	1499
TOTAL		8502	9006	9540	10106	10705

PAQUETE 2						
MES	% DE VENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERO	10%	319	338	358	379	401
FEBRERO	4%	128	135	143	152	161
MARZO	13%	414	439	465	493	522
ABRIL	14%	446	473	501	531	562
MAYO	4%	128	135	143	152	161
JUNIO	3%	96	101	107	114	120
JULIO	4%	128	135	143	152	161
AGOSTO	19%	606	642	680	720	763
SEPTIEMBRE	4%	128	135	143	152	161
OCTUBRE	3%	96	101	107	114	120
NOVIEMBRE	8%	255	270	286	303	321
DICIEMBRE	14%	446	473	501	531	562
TOTAL		3188	3377	3578	3790	4015

PAQUETE 3						
MES	% DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERO	10%	744	788	835	884	937
FEBRERO	4%	298	315	334	354	375
MARZO	13%	967	1024	1085	1150	1218
ABRIL	14%	1042	1103	1169	1238	1311
MAYO	4%	298	315	334	354	375
JUNIO	3%	223	236	250	265	281
JULIO	4%	298	315	334	354	375
AGOSTO	19%	1413	1497	1586	1680	1780
SEPTIEMBRE	4%	298	315	334	354	375
OCTUBRE	3%	223	236	250	265	281
NOVIEMBRE	8%	595	630	668	707	749
DICIEMBRE	14%	1042	1103	1169	1238	1311
TOTAL		7439	7881	8348	8843	9367

PAQUETE 4						
MES	% DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERO	10%	213	225	239	253	268
FEBRERO	4%	85	90	95	101	107
MARZO	13%	276	293	310	328	348
ABRIL	14%	298	315	334	354	375
MAYO	4%	85	90	95	101	107
JUNIO	3%	64	68	72	76	80
JULIO	4%	85	90	95	101	107
AGOSTO	19%	404	428	453	480	509
SEPTIEMBRE	4%	85	90	95	101	107
OCTUBRE	3%	64	68	72	76	80
NOVIEMBRE	8%	170	180	191	202	214
DICIEMBRE	14%	298	315	334	354	375
TOTAL		2126	2252	2385	2527	2676

A continuación se muestra la tabla resumen de la demanda anual correspondiente a cada paquete para los 5 años de estudio

Tabla 215: Pronostico de ventas para 5 años de los paquetes turísticos

PAQUETE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETE TURÍSTICO 1	8502	9006	9540	10106	10705
PAQUETE TURÍSTICO 2	3188	3377	3578	3790	4015
PAQUETE TURÍSTICO 3	7439	7881	8348	8843	9367
PAQUETE TURÍSTICO 4	2126	2252	2385	2527	2676
TOTAL	21255	22516	23851	25266	26764

FUENTE: Elaboración propia

12.6.5.1 Estimación de ingresos futuros

Para la estimación de ingresos futuros se toma en cuenta la cantidad de paquetes pronosticada a vender por año que se muestran en la tabla anterior así como el precio de venta de cada uno de ellos que se estableció en la tabla Margen de utilidad y precio de venta por paquete

A continuación se muestran los datos obtenidos de la proyección de ingresos por venta de paquetes. Las proyecciones se realizan para los cinco años considerados en estudio

Tabla 216: Ingresos totales proyectados para 5 años

INGRESOS FUTUROS												
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		TOTAL	
P1	8502	\$170,044	9006	\$180,127.48	9540	\$190,809.03	10106	\$202,124.01	10705	\$214,109.96	47861	\$957,214.36
P2	3188	\$271,007	3377	\$287,078.16	3578	\$304,101.90	3790	\$322,135.14	4015	\$341,237.76	17948	\$1525,560.38
P3	7439	\$483,562	7881	\$512,237.51	8348	\$542,613.19	8843	\$574,790.15	9367	\$608,875.21	41878	\$2722,078.33
P4	2126	\$95,650	2252	\$101,321.70	2385	\$107,330.08	2527	\$113,694.76	2676	\$120,436.85	11965	\$538,433.08
TOTAL	21255	\$ 1020,263.24	22516	\$ 1080,764.85	23851	\$ 1144,854.21	25266	\$1212,744.06	26764	\$1284,659.78	119652	\$5743,286.15

Fuente: Elaboración Propia

12.6.5.2 Estimación de egresos futuros

Para realizar la estimación de los egresos futuros se toman en cuenta los costos fijos y los costos variables de cada uno de los paquetes. Los costos variables de cada paquete aumentarán a la misma tasa de crecimiento de la demanda. Las proyecciones se han realizado para los cinco años considerados en estudio.

EGRESOS POR VENTAS DE PAQUETES PARA EL AÑO 1

AÑO 1					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	TOTAL
costos de servicio turisticos	\$8,280.38	\$6,900.31	\$ 5,520.25	\$6,900.31	\$ 27,601.25
costos administracion	\$14,020.26	\$11,683.55	\$ 9,346.84	\$11,683.55	\$ 46,734.20
costos de comercializacion	\$1,680.83	\$1,400.69	\$ 1,120.55	\$1,400.69	\$ 5,602.75
costos financieros	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
costos fijos totales	\$23,981.46	\$19,984.55	\$15,987.64	\$19,984.55	\$ 79,938.20
costos variables totales	\$127,532.91	\$223,182.58	\$446,365.17	\$ 68,017.55	\$ 865,098.21
costos totales	\$151,514.37	\$243,167.13	\$462,352.81	\$88,002.10	\$ 945,036.41

EGRESOS POR VENTAS DE PAQUETES PARA EL AÑO 2

AÑO 2					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	TOTAL
costos de servicio turisticos	\$8,280.38	\$6,900.31	\$5,520.25	\$6,900.31	\$ 27,601.25
costos administracion	\$14,020.26	\$11,683.55	\$9,346.84	\$11,683.55	\$ 46,734.20
costos de comercializacion	\$1,680.83	\$1,400.69	\$1,120.55	\$1,400.69	\$ 5,602.75
costos financieros	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
costos fijos totales	\$23,981.46	\$19,984.55	\$15,987.64	\$19,984.55	\$ 79,938.20
costos variables totales	\$135,095.61	\$236,417.31	\$472,834.62	\$ 72,050.99	\$ 916,398.53
costos totales	\$159,077.07	\$256,401.86	\$488,822.26	\$92,035.54	\$ 996,336.73

EGRESOS POR VENTAS DE PAQUETES PARA EL AÑO 3

AÑO 3					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	TOTAL
costos de servicio turisticos	\$8,280.38	\$6,900.31	\$5,520.25	\$6,900.31	\$ 27,601.25
costos administracion	\$14,020.26	\$11,683.55	\$9,346.84	\$11,683.55	\$ 46,734.20
costos de comercializacion	\$1,680.83	\$1,400.69	\$1,120.55	\$1,400.69	\$ 5,602.75
costos financieros	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$ -
costos fijos totales	\$23,981.46	\$19,984.55	\$15,987.64	\$19,984.55	\$ 79,938.20
costos variables totales	\$143,106.78	\$250,436.86	\$500,873.72	\$ 76,323.61	\$ 970,740.96
costos totales	\$167,088.24	\$270,421.41	\$516,861.36	\$96,308.16	\$1050,679.16

EGRESOS POR VENTAS DE PAQUETES PARA EL AÑO 4

AÑO 4					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	TOTAL
costos de servicio turisticos	\$8,280.38	\$6,900.31	\$5,520.25	\$6,900.31	\$ 27,601.25
costos administracion	\$14,020.26	\$11,683.55	\$9,346.84	\$11,683.55	\$ 46,734.20
costos de comercializacion	\$1,680.83	\$1,400.69	\$1,120.55	\$1,400.69	\$ 5,602.75
costos financieros	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
costos fijos totales	\$23,981.46	\$19,984.55	\$15,987.64	\$19,984.55	\$ 79,938.20
costos variables totales	\$151,593.01	\$265,287.76	\$530,575.53	\$ 80,849.60	\$1028,305.90
costos totales	\$175,574.47	\$285,272.31	\$546,563.17	\$100,834.15	\$1108,244.10

EGRESOS POR VENTAS DE PAQUETES PARA EL AÑO 5

AÑO 5					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	TOTAL
costos de servicio turisticos	\$8,280.38	\$6,900.31	\$5,520.25	\$6,900.31	\$ 27,601.25
costos administracion	\$14,020.26	\$11,683.55	\$9,346.84	\$11,683.55	\$ 46,734.20
costos de comercializacion	\$1,680.83	\$1,400.69	\$1,120.55	\$1,400.69	\$ 5,602.75
costos financieros	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
costos fijos totales	\$23,981.46	\$19,984.55	\$15,987.64	\$19,984.55	\$ 79,938.20
costos variables totales	\$160,582.47	\$281,019.33	\$562,038.66	\$85,643.99	\$1089,284.44
costos totales	\$184,563.93	\$301,003.88	\$578,026.30	\$105,628.54	\$1169,222.64

EGRESOS TOTALES PROYECTADOS PARA LOS 5 AÑO

Tabla 217: RESUMEN EGRESOS TOTALES

EGRESOS TOTALES PROYECTADOS PARA LOS 5 AÑOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
costos de servicio turisticos	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25
costos administracion	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20
costos de comercializacion	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75
costos financieros	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
costos fijos totales	\$ 79,938.20	\$ 79,938.20	\$ 79,938.20	\$ 79,938.20	\$ 79,938.20
costos variables totales	\$ 865,098.21	\$916,398.53	\$ 970,740.96	\$1028,305.90	\$1089,284.44
costos totales	\$ 945,036.41	\$996,336.73	\$1050,679.16	\$1108,244.10	\$1169,222.64

Fuente: Elaboración Propia

12.7 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

En contabilidad el Estado de resultados, Estado de rendimiento económico o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

Los estados de resultados se calcularon para cada uno de los 4 paquetes que se ofrecerán además se presenta el estado de resultados consolidado de la prestación de servicios turísticos
A continuación se presentan los estados de resultados proforma para cada uno de los paquetes

12.7.1 Estados de resultado proforma

ESTADO DE RESULTADOS: PAQUETE TURÍSTICO 1					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 170,043.87	\$ 180,127.48	\$ 190,809.03	\$ 202,124.01	\$ 214,109.96
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 127,532.91	\$ 135,095.61	\$ 143,106.78	\$ 151,593.01	\$ 160,582.47
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 42,510.97	\$ 45,031.87	\$ 47,702.26	\$ 50,531.00	\$ 53,527.49
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 8,280.38	\$ 8,280.38	\$ 8,280.38	\$ 8,280.38	\$ 8,280.38
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 14,020.26	\$ 14,020.26	\$ 14,020.26	\$ 14,020.26	\$ 14,020.26
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 1,680.83	\$ 1,680.83	\$ 1,680.83	\$ 1,680.83	\$ 1,680.83
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 18,529.51	\$ 21,050.41	\$ 23,720.80	\$ 26,549.54	\$ 29,546.03
MENOS:					
IMPUESTOS DE RENTA (30)	\$ 5,558.85	\$ 6,315.12	\$ 7,116.24	\$ 7,964.86	\$ 8,863.81
(=) UTIIDAD NETA DE PERIODO	\$ 12,970.66	\$ 14,735.29	\$ 16,604.56	\$ 18,584.68	\$ 20,682.22
MAS:					
DEPRECIACION	\$ 537.69	\$ 537.69	\$ 537.69	\$ 537.69	\$ 537.69
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 13,508.34	\$ 15,272.97	\$ 17,142.25	\$ 19,122.37	\$ 21,219.91

ESTADO DE RESULTADOS: PAQUETE TURÍSTICO 2					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 271,007.42	\$ 287,078.16	\$ 304,101.90	\$ 322,135.14	\$ 341,237.76
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 223,182.58	\$ 236,417.31	\$ 250,436.86	\$ 265,287.76	\$ 281,019.33
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 47,824.84	\$ 50,660.85	\$ 53,665.04	\$ 56,847.38	\$ 60,218.43
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 6,900.31	\$ 6,900.31	\$ 6,900.31	\$ 6,900.31	\$ 6,900.31
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 11,683.55	\$ 11,683.55	\$ 11,683.55	\$ 11,683.55	\$ 11,683.55
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 1,400.69	\$ 1,400.69	\$ 1,400.69	\$ 1,400.69	\$ 1,400.69
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 27,840.29	\$ 30,676.30	\$ 33,680.49	\$ 36,862.83	\$ 40,233.88
MENOS:					
IMPUESTOS DE RENTA (30)	\$ 8,352.09	\$ 9,202.89	\$ 10,104.15	\$ 11,058.85	\$ 12,070.16
(=) UTIIDAD NETA DE PERIODO	\$ 19,488.20	\$ 21,473.41	\$ 23,576.34	\$ 25,803.98	\$ 28,163.71
MAS:					
DEPRECIACION	\$ 434.69	\$ 434.69	\$ 434.69	\$ 434.69	\$ 434.69
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 19,922.89	\$ 21,908.10	\$ 24,011.03	\$ 26,238.67	\$ 28,598.40

ESTADO DE RESULTADOS: PAQUETE TURÍSTICO 3					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 483,562.27	\$ 512,237.51	\$ 542,613.19	\$ 574,790.15	\$ 608,875.21
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 446,365.17	\$ 472,834.62	\$ 500,873.72	\$ 530,575.53	\$ 562,038.66
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 37,197.10	\$ 39,402.89	\$ 41,739.48	\$ 44,214.63	\$ 46,836.55
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 5,520.25	\$ 5,520.25	\$ 5,520.25	\$ 5,520.25	\$ 5,520.25
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 9,346.84	\$ 9,346.84	\$ 9,346.84	\$ 9,346.84	\$ 9,346.84
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 1,120.55	\$ 1,120.55	\$ 1,120.55	\$ 1,120.55	\$ 1,120.55
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 21,209.46	\$ 23,415.25	\$ 25,751.84	\$ 28,226.99	\$ 30,848.91
MENOS:					
IMPUESTOS DE RENTA (30)	\$ 6,362.84	\$ 7,024.57	\$ 7,725.55	\$ 8,468.10	\$ 9,254.67
(=) UTILIDAD NETA DE PERIODO	\$ 14,846.62	\$ 16,390.67	\$ 18,026.29	\$ 19,758.89	\$ 21,594.24
MAS:					
DEPRECIACION	\$ 984.69	\$ 984.69	\$ 984.69	\$ 984.69	\$ 984.69
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 15,831.31	\$ 17,375.36	\$ 19,010.97	\$ 20,743.58	\$ 22,578.93

ESTADO DE RESULTADOS: PAQUETE TURÍSTICO 4					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$ 95,649.68	\$ 101,321.70	\$ 107,330.08	\$ 113,694.76	\$ 120,436.85
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 68,017.55	\$ 72,050.99	\$ 76,323.61	\$ 80,849.60	\$ 85,643.99
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 27,632.13	\$ 29,270.71	\$ 31,006.47	\$ 32,845.15	\$ 34,792.87
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 6,900.31	\$ 6,900.31	\$ 6,900.31	\$ 6,900.31	\$ 6,900.31
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 11,683.55	\$ 11,683.55	\$ 11,683.55	\$ 11,683.55	\$ 11,683.55
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 1,400.69	\$ 1,400.69	\$ 1,400.69	\$ 1,400.69	\$ 1,400.69
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 7,647.58	\$ 9,286.16	\$ 11,021.92	\$ 12,860.60	\$ 14,808.32
MENOS:					
IMPUESTOS DE RENTA (30)	\$ 2,294.27	\$ 2,785.85	\$ 3,306.58	\$ 3,858.18	\$ 4,442.50
(=) UTILIDAD NETA DE PERIODO	\$ 5,353.31	\$ 6,500.32	\$ 7,715.34	\$ 9,002.42	\$ 10,365.82
MAS:					
DEPRECIACION	\$ 600.69	\$ 600.69	\$ 600.69	\$ 600.69	\$ 600.69
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 5,953.99	\$ 7,101.00	\$ 8,316.03	\$ 9,603.11	\$ 10,966.51

A continuación se presenta el estado de resultados consolidado para los 5 años en estudio donde se han incorporado los datos de cada uno de los paquetes:

ESTADO DE RESULTADOS: CONSOLIDADO PARA 5 AÑOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS TOTALES	\$1020,263.24	\$1080,764.85	\$1144,854.21	\$1212,744.06	\$1284,659.78
MENOS:					
COSTO DE PRESTACION DEL SERVICIO	\$ 865,098.21	\$ 916,398.53	\$ 970,740.96	\$ 1028,305.90	\$ 1089,284.44
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 155,165.03	\$ 164,366.32	\$ 174,113.24	\$ 184,438.16	\$ 195,375.34
MENOS:					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75
(=) UTILIDAD NETA EN OPERACIÓN	\$ 75,226.83	\$ 84,428.12	\$ 94,175.04	\$ 104,499.96	\$ 115,437.14
MENOS:					
IMPUESTOS DE RENTA (30)	\$ 22,568.05	\$ 25,328.44	\$ 28,252.51	\$ 31,349.99	\$ 34,631.14
(=) UTIIDAD NETA DE PERIODO	\$ 52,658.78	\$ 59,099.68	\$ 65,922.53	\$ 73,149.97	\$ 80,806.00
MAS:					
DEPRECIACION	\$ 2,557.75	\$ 2,557.75	\$ 2,557.75	\$ 2,557.75	\$ 2,557.75
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 55,216.53	\$ 61,657.43	\$ 68,480.28	\$ 75,707.72	\$ 83,363.75

12.7.2 Flujo neto de efectivo

En contabilidad el estado de flujo de efectivo (EFE) es un estado contable básico que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidas en tres categorías:



La información acerca de los flujos de efectivo es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como sus necesidades de liquidez. Para tomar decisiones económicas, los usuarios deben evaluar la capacidad que la empresa tiene para generar efectivo y equivalentes al efectivo.

La administración del efectivo es de principal importancia en cualquier negocio, porque es el medio para obtener mercancías y servicios. Se requiere una cuidadosa contabilización de las operaciones con efectivo debido a que este rubro puede ser rápidamente invertido.

El efectivo y los valores negociables constituyen los activos más líquidos de la empresa. Una empresa puede invertir su efectivo en inversiones de corto plazo de alta liquidez, como certificados de emisión monetaria, letras del tesoro y reportos, entre otros, dichas inversiones reciben el nombre de equivalentes de efectivo, entonces. En vez de reportar "caja o efectivo" como activo circulante en su balance, la empresa reporta "efectivo y equivalentes de efectivo"

A continuación se obtuvieron los flujos de efectivo para cada uno de los años considerados.

ESTADO DE FLUJO NETO DE EFECTIVO CONSOLIDADO PARA 5 AÑOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL	\$ 38,485.15	\$ 93,701.68	\$ 155,359.12	\$ 223,839.40	\$ 299,547.12
ENTRADAS DE EFECTIVO					
OPERACIÓN					
INGRESOS POR VENTAS	\$ 1020,263.24	\$ 1080,764.85	\$1144,854.21	\$ 1212,744.06	\$ 1284,659.78
DEPRECIACION	\$ 2,557.75	\$ 2,557.75	\$ 2,557.75	\$ 2,557.75	\$ 2,557.75
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	\$ 1061,306.14	\$ 1177,024.29	\$1302,771.08	\$ 1439,141.21	\$ 1586,764.66
salidas de efectivo					
OPERACIÓN					
COSTOS DE SERVICIO TURÍSTICO	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25	\$ 27,601.25
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20	\$ 46,734.20
COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75	\$ 5,602.75
IMPUESTOS DE RENTA	\$ 22,568.05	\$ 25,328.44	\$ 28,252.51	\$ 31,349.99	\$ 34,631.14
COSTOS VARIABLES	\$ 865,098.21	\$ 916,398.53	\$ 970,740.96	\$ 1028,305.90	\$ 1089,284.44
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	\$ 967,604.46	\$ 1021,665.17	\$1078,931.68	\$ 1139,594.09	\$ 1203,853.79
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 93,701.68	\$ 155,359.12	\$ 223,839.40	\$ 299,547.12	\$ 382,910.87

12.8 BALANCE GENERAL PROFORMA

Estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

En todo lo demás es idéntico a un balance general. Para el cálculo del balance general pro forma, permite ver la situación financiera de la empresa al final el primer periodo de operación.

Los estados pro-forma son útiles no solamente en el proceso interno de planeación financiera, sino que normalmente lo requieren las partes interesadas, como los prestamistas actuales y terceros. A continuación se presenta el balance general pro forma para el primer año de operaciones.

Se tiene a continuación el balance de inicio, con el que contara la organización; y el balance final que será para los 5 años proyectados:

BALANCE INICIAL GENERAL

BALANCE INICIAL DEL PRIMER AÑO DE OPERACIONES			
BALANCE INICIAL AL 1º DEL MES DEL AÑO 1			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES		PASIVOS CIRCULANTES	
CAJA	\$ 38,485.15	CUENTAS POR PAGAR	\$0.00
FONDO CONTRA DESASTRES	\$0.00	IMPUESTOS POR PAGAR	\$0.00
<u>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 38,485.15	<u>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</u>	\$0.00
ACTIVOS FIJOS		PASIVO FIJO	
Terreno y Obra Civil	\$ 50,000.00		
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 25,909.54		
DEPRECIACION (-)	\$ 2,557.75		
SEÑALIZACION	\$ 2,443.00		
INTANGIBLES	\$ 8,451.00		
<u>TOTAL ACTIVO FIJO</u>	\$ 86,803.54	<u>TOTAL PASIVO FIJO</u>	
		CAPITAL SOCIAL	
		CAPITAL SOCIAL	\$ 125,288.69
		UTILIDAD RETENIDA	\$0.00
		TOTAL CAPITAL	\$ 125,288.69
TOTAL ACTIVOS	\$125,288.69	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 125,288.69

BALANCE FINAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 1			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES		PASIVOS CIRCULANTES	
CAJA	\$ 93,701.68	CUENTAS POR PAGAR	\$0.00
FONDO CONTRA DESASTRES	\$0.00	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 22,568.05
<u>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 93,701.68	<u>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</u>	\$ 22,568.05
ACTIVOS FIJOS		PASIVO FIJO	
Terreno y Obra Civil	\$ 50,000.00		
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 25,909.54		
DEPRECIACION (-)	\$ 2,557.75		
SEÑALIZACION	\$ 2,443.00		
INTANGIBLES	\$ 8,451.00		
<u>TOTAL ACTIVO FIJO</u>	\$ 86,803.54	<u>TOTAL PASIVO FIJO</u>	
		CAPITAL SOCIAL	
		CAPITAL SOCIAL	\$125,288.69
		UTILIDAD RETENIDA	\$32,648.48
		TOTAL CAPITAL	\$ 157,937.17
TOTAL ACTIVOS	\$180,505.22	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 180,505.22

BALANCE FINAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES		PASIVOS CIRCULANTES	
CAJA	\$155,359.12	CUENTAS POR PAGAR	\$0.00
FONDO CONTRA DESASTRES	\$0.00	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 25,328.44
<u>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$155,359.12	<u>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</u>	\$ 25,328.44
ACTIVOS FIJOS		PASIVO FIJO	
Terreno y Obra Civil	\$ 50,000.00		
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 25,909.54		
DEPRECIACION (-)	\$ 2,557.75		
SEÑALIZACION	\$ 2,443.00		
INTANGIBLES	\$ 5,121.05		
<u>TOTAL ACTIVO FIJO</u>	\$ 80,915.84	<u>TOTAL PASIVO FIJO</u>	
		CAPITAL SOCIAL	
		CAPITAL SOCIAL	\$ 196,171.60
		UTILIDAD RETENIDA	\$ 14,774.92
		<u>TOTAL CAPITAL</u>	\$ 210,946.52
TOTAL ACTIVOS	\$236,274.96	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 236,274.96

BALANCE FINAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 3			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES		PASIVOS CIRCULANTES	
CAJA	\$203,862.41	CUENTAS POR PAGAR	\$0.00
FONDO CONTRA DESASTRES	\$0.00	IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 28,252.51
<u>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$203,862.41	<u>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</u>	\$ 28,252.51
ACTIVOS FIJOS		PASIVO FIJO	
Terreno y Obra Civil	\$ 50,000.00		
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 25,909.54		
DEPRECIACION (-)	\$ 2,557.75		
SEÑALIZACION	\$ 2,443.00		
INTANGIBLES	\$ 2,541.65		
<u>TOTAL ACTIVO FIJO</u>	\$ 78,336.44	<u>TOTAL PASIVO FIJO</u>	
		CAPITAL SOCIAL	
		CAPITAL SOCIAL	\$ 227,450.09
		UTILIDAD RETENIDA	\$ 16,480.63
		<u>TOTAL CAPITAL</u>	\$ 243,930.72
TOTAL ACTIVOS	\$272,183.24	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 272,183.24

BALANCE FINAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 4			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES		PASIVOS CIRCULANTES	
CAJA	\$205,117.38	CUENTAS POR PAGAR	\$0.00
FONDO CONTRA DESASTRES	\$0.00	IMPPUESTOS POR PAGAR	\$ 29,155.95
<u>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$205,117.38	<u>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</u>	\$ 29,155.95
ACTIVOS FIJOS		PASIVO FIJO	
Terreno y Obra Civil	\$ 50,000.00		
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 25,909.54		
DEPRECIACION (-)	\$ 2,557.75		
SEÑALIZACION	\$ 2,443.00		
INTANGIBLES	\$ 541.65		
<u>TOTAL ACTIVO FIJO</u>	\$ 76,336.44	<u>TOTAL PASIVO FIJO</u>	
		CAPITAL SOCIAL	
		CAPITAL SOCIAL	\$ 234,010.38
		UTILIDAD RETENIDA	\$ 18,287.49
		<u>TOTAL CAPITAL</u>	\$ 252,297.87
TOTAL ACTIVOS	\$281,453.82	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 281,453.82

BALANCE FINAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 5			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES		PASIVOS CIRCULANTES	
CAJA	\$237,001.00	CUENTAS POR PAGAR	\$0.00
FONDO CONTRA DESASTRES	\$0.00	IMPPUESTOS POR PAGAR	\$ 38,725.25
<u>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$237,001.00	<u>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</u>	\$ 38,725.25
ACTIVOS FIJOS		PASIVO FIJO	
Terreno y Obra Civil	\$ 50,000.00		
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 25,909.54		
DEPRECIACION (-)	\$ 2,557.75		
SEÑALIZACION	\$ 2,443.00		
INTANGIBLES	\$ 541.65		
<u>TOTAL ACTIVO FIJO</u>	\$ 76,336.44	<u>TOTAL PASIVO FIJO</u>	
		CAPITAL SOCIAL	
		CAPITAL SOCIAL	\$ 250,304.51
		UTILIDAD RETENIDA	\$ 24,241.80
		<u>TOTAL CAPITAL</u>	\$ 274,546.31
TOTAL ACTIVOS	\$313,337.44	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 313,271.56

12.9 EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO

La evaluación económica tiene como objetivo analizar el rendimiento y rentabilidad de toda la inversión independiente de la fuente de financiamiento. Entre los aspectos a evaluar se encuentra

- La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)
- El Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Tiempo de Recuperación de la Inversión
- La Relación Beneficio-Costo.

12.9.1 Tasa mínima atractiva de rendimiento (tmr)

La tasa mínima atractiva de rendimiento, cumple la función de brindar una referencia en función de análisis por realizar de los que el inversionista esperaría de las oportunidades de inversión.

- Para poder invertir en la adopción del proyecto que se propone, se hace necesario establecer parámetros de aceptación antes las posibilidades de éxito o fracaso de invertir en el proyecto, lo cual se plasma a través de la aplicación de la Tasa Mínima Aceptable del proyecto (TMAR), que representa el costo de oportunidad que tiene el capital a invertir en esta iniciativa.
- Por su parte, la TMAR para inversionistas está dada por la suma de un porcentaje de inflación considerado una tasa de inflación promedio de los 5 años anteriores más otro porcentaje como premio al riesgo.
- La TMAR para el financista está compuesta por los mismos elementos antes mencionados, y su diferencia radica en la determinación del premio al riesgo

Para calcular TMAR se hace uso de la siguiente fórmula:

$$I + R + (I \times R) = TMAR$$

Donde

- I: Tasa de inflación
- R: Premio al riesgo

Para la evaluación del proyecto se han utilizado datos de inflación obtenidos la página web del Banco Central de Reserva, para determinar la tasa mínima atractiva de rendimiento se proyectó la inflación para los 5 años de operación del proyecto y se ha considerado un tasa de inflación promedio de los 5 años proyectados dando un promedio de cuyo cálculo se presenta a continuación:

Tabla 218: Historial de Tasa de inflación

AÑO	INFLACION
2005	4.3 %
2006	4.9 %
2007	4.9 %
2008	5.5 %

2009	-0.2 %
2010	2.13 %
2011	5.1 %
2012	0.8 %
2013	0.4%

Fuente: Elaboración propia basado página web BCR

Proyección de tasa de inflación

Para realizar la proyección de la inflación para los próximos años se utilizará la técnica de proyección de Promedios Móviles, ya que los datos estadísticos de la inflación en los últimos 12 años sugiere que existe una tendencia de los datos, y es por ello que la proyección de promedios móviles nos será útil para determinar la proyección.

Tabla 219: Proyección de la Tasa de inflación

Año	Tasa de Inflación
2014	2.10%
2015	2.56%
2016	2.64%
2017	2.15%
2018	2.42%
2019	2.38%
2020	2.43%

Fuente: Elaboración Propia

La tasa promedio de inflación calculada es de 2.42% la cual será utilizada para calcular la TMAR. Para determinar este valor, se utilizarán las tasas de interés de cada uno de los bancos dentro del país, que la garantizan un premio al riesgo que dan por ahorrar con ellos. Es por ello que se determinará un promedio de las tasas y este será el premio al riesgo del inversionista. Las tasas son las siguientes:

Tabla 220: Tasas de interés de cuentas de ahorro

Tasas de interés de cuentas de ahorro	
Banco	Interés
Banco Agrícola	1.50%
Banco CitiBank	1.50%
Davienda	1.50%
Banco G&T Continental	1.75%
Scotiabank	0.50%
Banco Promerica	1.75%
Banco de Fomento Agropecuario	2.00 %
Banco de América Central	1.75%
Banco de Procredit	2.25 %
Banco Azteca	3.25 %

Fuente: Elaboración propia basado página web BCR

Se procede a calcular la TMAR de la siguiente manera:

$$TMAR = I + R + (IxR)$$

$$TMAR = 2.42\% + 3.25\% + (2.42\% \times 3.25\%) = 5.67$$

La tasa mínima aceptable de rendimiento es 5.95 %, y se tomará de referencia para efectos de comparación de la conveniencia o no del proyecto económicamente hablando, con esta tasa se espera cubrir o ganar un rendimiento por lo menos igual al índice inflacionario, sin embargo como inversionistas no solo se espera mantener el poder adquisitivo de la inversión (al cubrir la inflación) sino que se espera tener un rendimiento que haga crecer el monto invertido además de haber compensado la inflación.

12.9.2 Valor actual neto (van)

El valor actual neto (VAN) de un proyecto se define como el valor obtenido en el presente proyecto y se elabora actualizando para cada año por separado las entrada y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del mismo a una tasa de interés fija determinada. Esta también incluye las inversiones las cuales deben ser tomadas de flujo neto de ingresos y egresos.

La tasa de actualización o descuento es igual a la Tasa Mínima de Rendimiento, TMAR. El análisis del valor actual neto o valor presente es una cantidad que expresa cuanto valor se lograra de efectuar una inversión en un proyecto específico. Esto se hace ajustando o descontando todos los fondos de un cierto plazo hasta el momento cero o inicial de la inversión.

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se utilizara la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i}$$

Dónde:

- I_0 : Inversión inicial
- F_i : Flujo neto de efectivo obtenido del Estado de resultado proforma
- t = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR), o tasa de descuento o actualización.
- n = años en el análisis del proyecto

para el cálculo de la VAN se utilizó el resultado del rendimiento de cada año, el cual es mayor que el del estado de resultado ya que el valor rendimiento se va aumentado debido al incremento de la salidas no reales de efectivo

A continuación se presenta el cálculo de la VAN para el proyecto:

$$VAN = -142,567.81 + \frac{\$ 55,216.53}{(1 + 0.0567)^1} + \frac{\$ 61,657.43}{(1 + 0.0567)^2} + \frac{\$ 68,480.28}{(1 + 0.0567)^3} + \frac{\$ 75,707.72}{(1 + 0.0567)^4} + \frac{\$ 83,363.75}{(1 + 0.0567)^5}$$

$$VAN = \$146,935.10$$

En la aplicación de la fórmula anterior se pueden presentar tres situaciones:

Si el VAN es negativo, la rentabilidad está por debajo de la tasa de rechazo y el proyecto debe de rechazarse. $VAN < 0$.

Si el VAN es cero, la rentabilidad será igual a la tasa de rechazo. Por lo tanto un proyecto con un VAN positivo o igual a cero, puede considerarse aceptable, $VAN = 0$.

Si el VAN es positivo, la utilidad de la inversión está sobre la tasa de inversión actualizada o de rechazo ($VAN > 0$) entonces, el proyecto se acepta.

La VAN del proyecto es lo que significa que el proyecto puede aceptarse ya que de acuerdo al cuadro anterior la VAN es mayor que cero, esto significa que al inversión que se realice producir ganancia por encima de la rentabilidad exigida

12.9.3 TIR (tasa interna de retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, esta definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero, es decir la que reinvierte en el proyecto todos los beneficios. La TIR muestra a los inversionistas la tasa de interés máxima a la que debe contraer préstamos, sin que incurra en futuros fracasos financieros. Para lograr esto se busca aquella tasa que aplicada al Flujo neto de Efectivo hace que el VAN sea igual a cero.

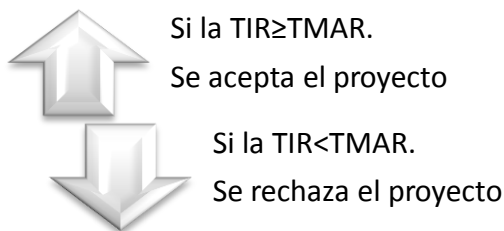
El procedimiento para determinar la TIR es igual al utilizado para el cálculo del VAN: para posteriormente aplicar el método mediante aproximaciones sucesiva hasta acercarnos a un $VAN=0$. Para el cálculo se aplica la siguiente formula del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i} = 0$$

Dónde:

- I_0 = Inversión inicial
- F_i : Flujo neto de efectivo, obtenido del Estado Resultado proforma
- T =Tasa Interna de Retorno que se busca
- N =año en el análisis del proyecto

Los criterios para decidir en base a la TIR son:



A continuación se presenta el cálculo:

$$0 = -142,567.81 + \frac{\$ 55,216.53}{(1+i)^1} + \frac{\$ 61,657.43}{(1+i)^2} + \frac{\$ 68,480.28}{(1+i)^3} + \frac{\$ 75,707.72}{(1+i)^4} + \frac{\$ 83,363.75}{(1+i)^5}$$

TIR= 36%

La Tasa Interna de Retorno obtenida de la formula anterior es 36% , haciendo uso de los criterios presentados anteriormente se tiene que

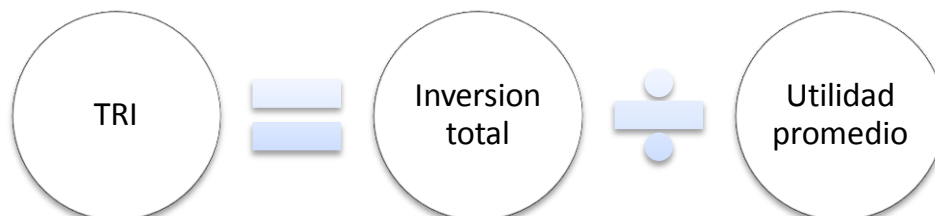
36% > 5.95%

Por lo tanto se demuestra la rentabilidad del proyecto ya que la Tasa Interna e retorno (TIR) es mayor que la tasa mínima aceptable que es del 5.95%, esto significa que el proyecto es aceptable y puede llevarse a cabo

12.9.4 TRI

Mediante este método de evaluación se determina el plazo necesario (tiempo) para recuperar la inversión que se realizó, en el proyecto con una tasa de interés de cero.

Para el cálculo de dicho tiempo de recuperación se utilizará la siguiente fórmula:



La utilidad promedio se determinado actualizando los ingresos y egresos en el periodo de análisis y dividiéndolos entre los 5 años de análisis, como se muestra a continuación

$$Utilidad = \frac{\sum Utilidad de todos los periodo}{Numero de periodos de analisis}$$

$$Utilidad = \frac{\$344,425.72}{5} = \$68,885.14$$

$$TRI = \frac{\$142,567.81}{\$68,885.14} = 2.07$$

Se estima que la inversión inicial del proyecto se recuperará en un plazo de 2.07 años, el equivalente a 2 años 1 mes.

12.9.5 Relación beneficio/costo

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

Teniendo en consideración, los valores presentes calculados para el establecimiento del VAN y la inversión inicial.

El cálculo de la Relación Beneficio –Costo, se hace de la siguiente manera:

$$\frac{B}{C} = \frac{VAN}{INVERSION\ INICIAL}$$

La interpretación es que por cada unidad monetaria invertida (dólar), se recibe el exceso de 1, si da mayor que la unidad o si se percibe la fracción del dólar, si el resultado es menor que uno.

Criterio de decisión:

- ✿ Si la Relación B/C > 1 **Se Acepta**
- ✿ Si la Relación B/C < 1 **Se Rechaza**

Aplicando fórmula

$$\frac{B}{C} = \frac{\$146,935.10}{\$142,567.81} = 1.03$$

Como se puede observar el B/C es mayor a 1 por lo cual según los criterios de decisión anteriormente señalados se acepta

12.10 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

Existen técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que propiamente no están relacionadas en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera del proyecto

La Evaluación Financiera nos muestra el desempeño financiero del proyecto es de especial interés para las fuentes de financiamiento, se basa en los Estados Financieros Pro forma y comprende las siguientes partes:

- Razones Financieras
- Análisis de Sensibilidad

12.10.1 Razones financieras

Las razones financieras son esenciales en el análisis financiero. Éstas resultan de establecer una relación numérica entre dos cantidades: las cantidades relacionadas corresponden a diferentes cuentas de los estados financieros de una empresa.

El análisis por razones o indicadores permite observar puntos fuertes o débiles de una empresa, indicando también probabilidades y tendencias, pudiendo así determinar qué cuentas de los estados financieros requiere de mayor atención en el análisis. El adecuado análisis de estos indicadores permite encontrar información que no se encuentra en las cifras de los estados financieros.

Las razones financieras por sí mismas no tienen mucho significado, por lo que deben ser comparadas con algo para poder determinar si indican situaciones favorables o desfavorables. Las razones Financieras que se evaluaron para el proyecto propuesto se compararon únicamente con la evolución que cada una experimenta en el transcurso de los primeros 5 años de operación del proyecto.

Para el caso en estudio no se aplicaron las razones de liquidez y de endeudamiento, ya que para los años analizados no se cuenta con cuentas de pasivos, puesto que el financiamiento se hace a través de donación por lo que no se consideran cuentas deudoras.

Las razones financieras a utilizar se muestran a continuación

12.10.1.1 Razones de Rentabilidad

Miden la capacidad de la institución para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles.

Margen de utilidad en operaciones.

Este es uno de los indicadores de mayor relevancia, porque permite medir si el proyecto está generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento:

$$MUO = \frac{\text{Utilidad Antes de impuesto}}{\text{Venta Netas}} * 100\%$$

Tabla 221: Margen de Utilidad en operaciones

	VENTAS NETAS	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	MUO
AÑO 1	\$1020,263.24	\$ 75,226.83	7%
AÑO 2	\$1080,764.85	\$ 84,428.12	8%
AÑO 3	\$1144,854.21	\$ 94,175.04	8%
AÑO 4	\$1212,744.06	\$ 104,499.96	9%
AÑO 5	\$1284,659.78	\$ 115,437.14	9%
TOTAL	\$ 5743,286.15	\$ 473,767.10	8%

Fuente: Elaboración Propia

Indica el nivel (alto o bajo) de los gastos de la compañía.

El resultado quiere decir que por cada dólar generado por las ventas se tiene \$0.07, \$0.08, \$0.08, \$0.09 Y \$0.09 dólares de ingresos de operación para cada año correspondiente. Es decir que por cada dólar vendido se ha obtenido como utilidad el “7%, 8%, 8%, 9%, 9%” correspondiente a cada año.

Rendimiento sobre Activos (ROA)

Indica la eficiencia relativa con que una empresa utiliza sus activos totales para generar ventas

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

Tabla 222: RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS

	Activos Totales	Utilidad Neta	ROA
AÑO 1	\$ 180,505.22	\$ 55,216.53	0.31
AÑO 2	\$ 236,274.96	\$ 61,657.43	0.26
AÑO 3	\$ 272,183.24	\$ 68,480.28	0.25
AÑO 4	\$ 281,453.82	\$ 75,707.72	0.27
AÑO 5	\$ 313,337.44	\$ 83,363.75	0.27

FUENTE: ELABORACION PRIPIA

Los resultados obtenidos muestran qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto se está generando de ventas por cada Unidad Monetaria invertida.

El dato obtenido para el primer año muestra que el proyecto por un dólar de inversión en activos genera \$0.31 de utilidad neta anual, los siguientes años generan \$0.26, \$0.25, \$0.27 y \$0.27 respectivamente, siendo el tercer año el que presenta una disminución de \$0.06 pero para los siguientes años se refleja un aumento.

Margen Utilidad Neta

Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada Unidad Monetaria de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100\%$$

Tabla 223: MARGEN DE UTILIDAD NETA

	VENTAS NETAS	UTILIDADES NETAS	MARGEN DE UTILIDAD NETA
AÑO 1	\$1020,263.24	\$ 52,658.78	5%
AÑO 2	\$1080,764.85	\$ 59,099.68	5%
AÑO 3	\$1144,854.21	\$ 65,922.53	6%
AÑO 4	\$1212,744.06	\$ 73,149.97	6%
AÑO 5	\$1284,659.78	\$ 80,806.00	6%
TOTAL	\$ 5743,286.15	\$ 331,636.97	6%

FUENTE: ELABORACION PRIPIA

Los resultados obtenidos en el muestran el porcentaje de utilidad anual que el proyecto obtuvo por cada Unidad Monetaria (\$) que vendió.

Este ratio permite evaluar si el esfuerzo hecho en la operación durante el período de análisis, está produciendo una adecuada retribución para los socios.

El resultado quiere decir que se tiene \$0.05 para los dos primero años, \$0.06 para el tercer y quinto año, y \$0.02 para el cuarto año de cada dólar de ventas que constituyen las utilidades después de impuesto de los primeros 5 años de operaciones, esto es beneficioso al considerar que es un proyecto social.

12.10.2 Análisis de sensibilidad

Al hacer cualquier análisis económico proyectado al futuro, siempre hay un elemento de incertidumbre asociado a las alternativas que se estudian y es precisamente esa falta de certeza lo que hace que la toma de decisiones sea bastante difícil. Con el objeto de facilitar la toma de decisiones dentro del proyecto puede efectuarse un análisis de sensibilidad, el cual indicará las variables que más afectan el resultado económico de un proyecto y cuáles son las variables que tienen poca incidencia en el resultado final.

En un proyecto individual, la sensibilidad debe hacerse con respecto al/o parámetro más incierto; por ejemplo, si se tiene una incertidumbre con respecto al precio de venta del artículo que se proyecta fabricar, es importante determinar qué tan sensible es la Tasa Interna de Retorno (TIR) o el Valor Presente Neto (VPN) con respecto al precio de venta. Si se tienen dos o más alternativas, es importante determinar las condiciones en que una alternativa es mejor que otra.

La base para aplicar este método es identificar los posibles escenarios del proyecto de inversión, los cuales se clasifican en los siguientes:

- ❑ **Pesimista:** Es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto.
- ❑ **Probable:** Éste sería el resultado más probable que supondríamos en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información posible.
- ❑ **Optimista:** Siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, el escenario optimista normalmente es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo.

Así podremos darnos cuenta que en dos inversiones donde estaríamos dispuestos a invertir una misma cantidad, el grado de riesgo y las utilidades se pueden comportar de manera muy diferente, por lo que debemos analizarlas por su nivel de incertidumbre, pero también por la posible ganancia que representan.

La importancia del análisis de sensibilidad se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados. La evaluación del proyecto será sensible a las variaciones de uno o más parámetros si, al incluir estas variaciones en el criterio de evaluación empleado, la decisión inicial cambia. El análisis de sensibilidad, a través de los diferentes modelos, revela el efecto que tienen las variaciones sobre la rentabilidad en los pronósticos de las variables relevantes.

Para este caso en particular se analizará el escenario pesimista considerando tres posibles situaciones:

- Escenario N° 1: disminución de 15% de la afluencia turística
- Escenario N° 2: desinterés de dos playas en formar parte de la cooperativa propuesta.
- Escenario N° 3: desinterés de una playa en formar parte de la cooperativa propuesta

ESCENARIO No.1: Disminución en el 15% de afluencia turística.

En este escenario se simula la disminución del porcentaje de afluencia turística esta puede presentarse por diversos factores como por ejemplo: los altos índices de inseguridad, por la aparición y diversificación de competencia directa en la zona , o debido a un fenómeno natural que afecte a la microrregión y se dificulte brindar de manera óptima el servicio o en el peor de los casos no proporcionarlo, con el fin de conocer cuál es el porcentaje mínimo con el cual el proyecto aun sería rentable.

Este análisis se presenta a continuación:

INVERSIÓN INICIAL	FEN año1	FEN año2	FEN año 3	FEN año 4	FEN año 5
\$142,567.81	\$46,934.05	\$52,408.82	\$58,208.24	\$64,351.56	\$70,859.19

VAN	TIR	B/C
\$103,509.66	27%	\$0.73

Explicación: al considerar una reducción del 15% en la influencia turística los valores económicos calculados en la evaluación son desfavorables para el proyecto debido a que se muestra una reducción en el beneficio costo debido a que es menor a uno lo que nos indica que de cada dólar invertido solo se está recuperando \$0.73 de dicho dólar, mediante la aplicación de las estrategias pertinentes se espera que esto se minimice o se suprima y que afecte en menor grado al Plan de Desarrollo Turístico

Estrategias:

- **Descuentos de Temporada Baja.** Descuentos atractivos en productos durante temporadas bajas pueden obligar a los visitantes a comprar en tu tienda y mantener un formidable nivel de ventas de temporada. Entrega cupones de descuento que sean solamente válidos durante las temporadas bajas para hacer que los compradores de temporada compren antes/después de la verdadera temporada de compras.

- ✿ **Motivar los Upgrades.** Una vez el cliente ha reservado, se le puede ofrecer, antes de su llegada o cuando llega a la playa, habitaciones de una categoría superior para mejorar su experiencia y conseguir ingresos extra.
- ✿ **Ofrecer mejoras de precios para presupuestos ajustados.** Negociar con el cliente y ser flexible cuando dispone de un presupuesto ajustado es también clave para conseguir diferenciarnos de la competencia y conseguir más reservas.
- ✿ **Promover los paquetes turísticos a precio de costo en temporada baja,** buscando así aumentar las ventas a fin de cubrir los costos fijos.
- ✿ **Formación y Capacitación de Recursos Humano:** se tiene que dejar a un lado el empirismo e improvisación y cambiarlo por la capacitación en el trabajo y para el trabajo, mediante la actualización de los planes de estudio y una mayor vinculación Escuela – Empresa
- ✿ **Turismo Carretero de Internación y Nacional:** el municipio y el país requiere ofrecer mayor seguridad, mejorar la señalización turística, contar con más Información Turística: Mapas-Folletos. Cabe recordad que el 45% del turismo mundial se desplaza por este medio.
- ✿ **Mostrar la ciudad en viajes de familiarización en fiestas:** uno de los objetivos de las fiestas es el de promocionar la ciudad se deberían utilizar como recintos festivos los puntos de la ciudad más icónicos, aunque esto no será siempre posible.
- ✿ Una parte importante de la identidad de una ciudad son sus ciudadanos. Por ello, un factor clave, tanto para mostrar la ciudad como para que el visitante se sienta integrado, es la participación local.
- ✿ Reforzar las alianzas con la POLITUR, para tener acompañamiento de agentes en los recorridos, de los circuitos turísticos del proyecto
- ✿ Crear campañas de concientización de los pobladores de las comunidades cercanas para fomentar el buen trato a los visitantes y la importancia de mantener limpia la zona.
- ✿ Hacer alianzas con tour operadores a nivel nacional, para publicitar la zona como destino turístico a nivel nacional

ESCENARIO No.1: desinterés de dos playas en formar parte de la cooperativa propuesta

Este escenario simula el comportamiento que tendría el proyecto si dos de las playas en estudio decidieran por diversos motivos no formar parte de la cooperativa, lo que conllevaría a realizar el análisis sin considerar uno de los paquetes propuestos en la integración turística (paquete N° 3). Este análisis se presenta a continuación:

INVERSIÓN INICIAL	FEN año1	FEN año2	FEN año 3	FEN año 4	FEN año 5
\$142,567.81	\$34,870.33	\$39,767.18	\$44,954.41	\$50,449.25	\$56,269.93

VAN	TIR	B/C
\$47,315.73	16%	\$0.33

Explicación: al considerar la ausencia de dos playas en la integración turística los valores económicos calculados en la evaluación son altamente desfavorables para el proyecto, como muestran los cálculos del B/C se ve reflejado una pérdida considerable por cada dólar invertido debido a que solo estaríamos recuperando \$0.33 centavos por cada dólar invertido, al igual que una disminución en la TIR.

De darse este escenario se replantea totalmente el punto de equilibrio para los paquetes turísticos 1, 2 y 4, donde se observa el incremento en ventas que se debe realizar para no entrar en pérdidas.

PAQUETES	PUNTO DE EQUILIBRIO PARA ESCENARIO PESIMISTA N°1	
	UNIDADES MONETARIAS	UNIDADES DE PAQUETES
PAQUETE TURÍSTICO 1	\$ 105,182.84	5266
PAQUETE TURÍSTICO 2	\$ 129,402.00	1516
PAQUETE TURÍSTICO 4	\$ 78,811.00	1749
TOTAL	\$ 313,395.84	8531

Al comparar el punto de equilibrio para este escenario con el punto de equilibrio en condiciones ideales, se puede observar que es necesario un incremento considerable en cada uno de los paquetes para no incurrir en pérdidas.

PAQUETES	PUNTO DE EQUILIBRIO PARA ESCENARIO PESIMISTA N°1		PUNTO DE EQUILIBRIO EN CONDICIONES IDEALES		INCREMENTO EN EL PE EN PORCENTAJE	
	UNIDADES MONETARIAS	UNIDADES DE PAQUETES	UNIDADES MONETARIAS	UNIDADES DE PAQUETES	UNIDADES MONETARIAS	UNIDADES DE PAQUETES
PAQUETE TURÍSTICO 1	\$ 105,182.84	5266	\$ 96,182.84	4796	9%	10%
PAQUETE TURÍSTICO 2	\$ 129,402.00	1516	\$ 115,402.00	1342	12%	13%
PAQUETE TURÍSTICO 4	\$ 78,811.00	1749	\$ 68,811.00	1537	15%	14%
TOTAL	\$ 313,395.84	8531	\$ 280,395.84	7675	12%	11%

ESCENARIO No.1: desinterés de una playa en formar parte de la cooperativa propuesta

Este escenario simula el comportamiento que tendría el proyecto si una de las playas en estudio decidiera por diversos motivos no formar parte de la cooperativa, lo que conllevaría a realizar el análisis sin considerar uno de los paquetes propuestos en la integración turística (paquete N° 4).

Este análisis se presenta a continuación:

INVERSIÓN INICIAL	FEN año1	FEN año2	FEN año 3	FEN año 4	FEN año 5
\$142,567.81	\$39,541.25	\$44,835.14	\$50,442.96	\$56,383.32	\$62,675.95

VAN	TIR	B/C
\$70,547.79	21%	0.49

Explicación: al considerar la ausencia de una de las playas en la integración turística los valores económicos calculados en la evaluación son de igual menara desfavorables para el proyecto, como muestran los cálculos del B/C que a pesar de ser mayor del \$0.33 que se observó al faltar dos playas en la integración turística, se ve reflejado una pérdida considerable por cada dólar invertido debido a que solo estaríamos recuperando \$0.49 centavos por cada dólar invertido, al igual que una disminución en la TIR.

De darse este escenario se replantea totalmente el punto de equilibrio para los paquetes turísticos 1, 2 y 3, donde se observa el incremento en ventas que se debe realizar para no entrar en pérdidas.

PAQUETE	PUNTO DE EQUILIBRIO PARA ESCENARIO PESIMISTA N°2	
	UNIDADES MONETARIAS	UNIDADES DE PAQUETES
PAQUETE TURÍSTICO 1	\$ 115,182.84	5727
PAQUETE TURÍSTICO 2	\$ 140,802.00	1660
PAQUETE TURÍSTICO 3	\$ 275,508.00	4233
TOTAL	\$ 531,492.84	11620

Al comparar el punto de equilibrio para este escenario con el punto de equilibrio en condiciones ideales, se puede observar que es necesario un incremento mucho mayor que el que es necesario en el escenario pesimista N° 1 en cada uno de los paquetes para no incurrir en pérdidas.

PAQUETE	PUNTO DE EQUILIBRIO PARA ESCENARIO PESIMISTA N°2		PUNTO DE EQUILIBRIO EN CONDICIONES IDEALES		INCREMENTO EN EL PE EN PORCENTAJE	
	UNIDADES MONETARIAS	UNIDADES DE PAQUETES	UNIDADES MONETARIAS	UNIDADES DE PAQUETES	UNIDADES MONETARIAS	UNIDADES DE PAQUETES
PAQUETE TURÍSTICO 1	\$ 115,182.84	5727	\$ 96,182.84	4796	20%	19%
PAQUETE TURÍSTICO 2	\$ 140,802.00	1660	\$ 115,402.00	1342	22%	24%
PAQUETE TURÍSTICO 3	\$ 275,508.00	4233	\$ 210,508.00	3198	31%	32%
TOTAL	\$ 531,492.84	11620	\$ 422,092.84	9336	26%	24%

A pesar que el B/C en el escenario pesimista N° 2 es mayor que el obtenido en el escenario pesimista N° 1, el incremento en el punto de equilibrio que este muestra para no entrar en pérdidas es el doble del que es necesario en el escenario pesimista N° 1.

12.11 EVALUACION SOCIO-ECONOMICA DEL PROYECTO

Con la evaluación socio-económica se busca identificar el impacto de la inversión tanto negativa como positiva con respecto a la realización del proyecto en el ámbito social, es decir para las diferentes entidades, o actividades personales que pueden verse afectadas.

Además será necesario evaluar otros escenarios referentes siempre al impacto económico social que puede traer la creación de este proyecto, a los municipios de la Libertad, Tamanique y Chiltiupán y a la Microrregión “Cumbres del Mar”

La comunidad de la Microrregión donde cada miembro de la asociación y ADESCO que reside y en general toda la localidad, posee muchas necesidades y muchas actividades que pueden potenciarse para saldar algunas de ellas, el turismo es una opción muy buena que en este proyecto se está ofertando a la zona ya que puede aportarse ciertas opciones de mejora en las siguientes aspectos que son importantes.

Potenciar recursos que existen

Luego de la exploración de la zona, en la etapa de diagnóstico se conoció la cantidad de recursos hermosos que posee cada uno de los municipios con sus playas y zonas para la realización de diferentes actividades y poder dar a conocer a personas externas al lugar los diferentes atractivos que generara ingresos a sus habitantes

Oportunidades de desarrollo

Con las oportunidades económicas y con nuevas actividades que se pueden iniciar en la zona se generara la oportunidad de educación, mejores accesos a la zona, ya que al ser un lugar muy

visitado, será un punto clave para que la municipalidad mejore las condiciones de acceso, así también con mayores oportunidades de superación habrá mejores niveles de conocimiento y el que las personas posean mayores conocimientos pueden crear nuevas iniciativas de desarrollo tanto en el ámbito turístico como en otras áreas como lo es la agricultura, la agroindustria, comercio etc., así como también el promover la participación y organización social de las comunidad y comunidades aledañas, elevando la calidad de vida comunitaria, y creando mayores proyecto para su progreso.

Oportunidades que difundirán valores locales y promoverán las tradiciones

En su destino es importante el disfrute de la cultura, costumbres, gastronomía y tradiciones de las poblaciones locales, además de que los turistas conocerán costumbres y tradiciones locales, las personas de la zona se arraigaran a su cultura y existirá mayor respeto por esta, dicho respeto que deberá comenzar localmente para poder ser respetado y difundido por los visitantes.

12.11.1 Generación de empleo

La generación de los empleos traerá consigo un ingreso estable para las familias que se beneficien con el puesto de trabajo, puesto que recibirán sus salarios cada quince días, así como prestaciones de la ley, contribuyendo a la reducción de la pobreza, tasa de desempleo e incremento de la calidad de vida, contribuyendo en la formación de las personas.

El proyecto genera dos tipos de empleos, unos directos para los operarios y personal administrativo que se encontraran al servicio de las personas que visiten en el lugar, y otros como sería el caso de las personas de la comunidad que pueden fomentarse para que las compra de insumo en un futuro pueda ser cultivada por ellos mismo,, pero en un principio el proyecto será una fuente de ingreso para Vendedores de insumos en los mercados seleccionados como proveedores.

12.11.1.1 Empleo Directos

Comité Turístico (Asociación Cumbres del Mar)

Según los datos obtenidos en la etapa de Diseño, para que el comité pueda administrar de forma eficiente los nuevos servicios turísticos diseñados, es necesaria la contratación de 7 personas, las cuales se encargaran de las labores administrativas. Para brindar el servicio turístico, se ha determinado que es necesaria la contratación de las siguientes personas de acuerdo a la actividad a realizar:

Tabla 224: Empleos Directos Generados por el proyecto

Actividad	Empleos directos e indirectos
Personal Administrativo	7
Clases de Surf	2
Kayac	1
Buceo Libre	2
Eventos Deportivos	2
Oficina Turística	1
Facilitador y colaboradores(Capacitaciones)	2

Tramitador de Área Natural y aspectos legales	1
Administración del proyecto	3
Total	21

Fuente: Elaboración Propia

12.11.1.2 Empleos Indirectos

El ministerio de turismo plantea que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan tres empleos indirectos. Esto significa que si al año el proyecto genera veintiún empleos directos, se estarán generando a su vez sesenta y tres empleos indirectos, entre los cuales podrían estar los comerciantes de diferentes productos con los que se abastecen de insumos, las personas del transporte público de la zona, etc. Y si por medio de las iniciativas turísticas con servicio de Hospedaje/Restaurante y otras iniciativas.

12.11.1.3 Beneficiarios

Si consideramos que por cada empleo indirecto generado, se beneficia a una familia conformada por cuatro personas, tenemos que los beneficiarios por la puesta en marcha de este proyecto asciende doscientos cincuenta y dos personas de la microrregión "Cumbres del mar"

A demás se favorece a todas aquellos empleados de restaurantes, alojamientos y otros servicios actualmente, que serán beneficiados con capacitaciones en cuento a turismo y servicios turísticos, en donde el número de personas a capacitar son 118 personas.

Agregar a todos aquellos establecimientos involucrados en el desarrollo de la microrregión y miembros de las asociaciones y ADESCO, empleados y propietarios.

Tabla 225: Cantidad aproximada de persona beneficiados por establecimiento

Inventario Turístico	Categoría	Tipo	Cantidad aproximada de persona beneficiados por establecimiento
Alimentación	Restaurantes	103	309
	Comedor	5	15
Alojamiento	Hoteles	11	33
	Hostales	9	27
Esparcimiento		4	16
Otros		2	4
		Total	404

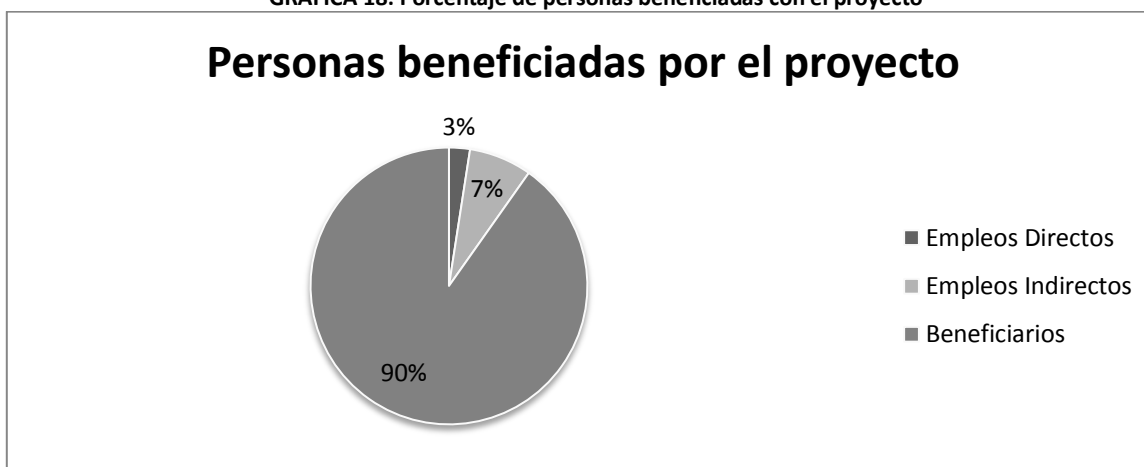
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 226: Resumen de Empleos generados y beneficiaros con el proyecto

Evaluación Social	Cantidad
Empleos Directos	21
Empleo Indirecto	63
Beneficiarios	774

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICA 18: Porcentaje de personas beneficiadas con el proyecto



Fuente: Elaboración Propia

Con este proyecto se pretende incrementar el porcentaje de empleos para los servicios turísticos y otros rubros. Además de Mejorar los índices de pobreza a través de la generación de empleos permanentes que permitan estabilizar la situación económica es uno de los principales objetivos de este proyecto. El ministerio de turismo plantea que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan tres empleos indirectos.

Sector	Descripción
Turismo	Con el fortalecimiento del turismo sostenible con la implementación de mejoras de infraestructura y servicio turísticos y la promoción , de los paquetes se aumentara el ingresos de turistas en la zona
Educación	Con la implantación del proyecto se dan empleo a un total de 21 personas y se capacitará a 118 personas, las cuales tendrán acceso a la educación por medio de capacitaciones, sean estas en áreas de preparación de alimentos, atención al cliente o higiene y seguridad, entre otras. Indirectamente se favorece a este aspecto al contribuir en la generación de ingresos a los empleos indirectos.
Salud	Se espera mejorar las condiciones de salud de la personas habitantes de la zona ya que la vista de los turistas los motivara a mantener limpio y libre de basura los caminos, además la alcaldía ofrecerá el servicio de basura hasta el lugar y los pobladores podrán también hacer uso de este servicio
Conservación del patrimonio cultural y naturales	El enfoque del turismo que se tiene, considera el respeto por los patrimonios que se poseen, tanto culturales como naturales. El mejoramiento de la iniciativa es parte de esta línea de trabajo, así como parte importante y primordial el respeto a la naturaleza y los recursos existente en la zona promoviendo el patrimonio cultural del os municipios
Contribución A la economía Nacional	La implementación de este proyecto representará una contribución para la economía del país, ya que además de generar empleos y calidad de vida, por ser una entidad turística privada deberá dar contribuciones tributarias e impuestas del área de comercios, así como la contribución especial para la promoción del turismo establecida por la Ley de Turismo, cuya recaudación está destinada a la Corporación Salvadoreña de Turismo

Así como también con el turismo se pretende llamar la atención no solo de visitantes locales, sino además de turistas extranjeros con lo cual se esperaría un crecimiento pequeño pero significativo para el país. Fomentación de la cultura del país al ser TRC conociendo un poco más sobre las actividades que se llevan a cabo en los alrededores de la zona, ya que puede observarse a los miembros de la comunidad en sus actividades diarias.

12.12 EVALUACION AMBIENTAL DEL PROYECTO



La Evaluación Ambiental conforme al artículo 18 de la Ley del Medio Ambiente salvadoreña puede definirse como “Un conjunto de acciones y procedimientos que aseguran que las actividades, obras o proyectos que tengan un impacto ambiental negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de pre inversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor

garantice la protección del medio ambiente.”

La evaluación del impacto ambiental tiene como propósito asegurar que el proyecto sea aceptable y viable ambientalmente, mediante una identificación y valoración de los efectos que contraen las operaciones del mismo al medio físico-biológico, social, económico y cultural: mediante la aplicación de medidas ambientales asegurándose que sus costos no sean que los beneficios esperados.

En primer lugar, durante el desarrollo de la evaluación, se identifican los potenciales impactos ambientales significativos con el fin de evitarlos, mitigarlos o compensarlos, y se aprovechan las oportunidades para mantener o mejorar las condiciones ambientales del medio.

12.12.1 *Objetivos de la Evaluación Ambiental del proyecto*

- Determinar si el proyecto cumple con las Leyes Medios Ambientales de El Salvador.
- Conocer el impacto positivo y negativo que la implementación provocaría en el municipio de Santo Domingo de Guzmán
- Buscar la viabilidad del proyecto desde el punto de vista Medio Ambiental
- Identificar acciones o mecanismos del proyecto que permita la mitigación, prevención o reducción de impactos negativos que pudiese generar durante su implementación y funcionamiento ambientales.

METODOLOGÍA PARA EVALUAR LA SITUACIÓN ACTUAL

Se realiza mediante la descripción de los impactos identificados en las listas de chequeo e inspecciones visuales hechas en los diagnósticos del proyecto.

METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO

El proceso de evaluación ambiental se ha enmarcado dentro de una metodología de identificación y evaluación de impactos

12.12.2 Metodología de Evaluación

Etapa 1: Desegregación del Proyecto: Consiste en dividir el proyecto en todas las obras o actividades que se requieren para su construcción en proceso.

Etapa 2: Identificación de los Impactos: En ésta etapa se procede a identificar los impactos que se pueden generar en cada uno de los procesos. Para ello se utiliza un método de valoración de impactos por medio del cual se determina la magnitud de la relación proyecto ambiente. Este método de valoración de impactos está compuesto por los siguientes elementos básicos:

- **Acción:** Es el conjunto de actividades necesarias para la ejecución del proyecto.
- **Efecto:** Es el proceso físico, social económico o cultural que puede ser activado, suspendido o modificado por una determinada acción del proyecto
- **Impacto:** Es el cambio que se produce en alguno de los elementos ambientales por una determinada acción del proyecto.

Etapa 3: Evaluación de los impactos

Se evalúa cada impacto individualmente. Los atributos ambientales o criterios utilizados para la calificación son: Clase, Presencia o Probabilidad, Duración, Evaluación y Magnitud.

Para la calificación ambiental, se utilizó igualmente el método de calificación ambiental que es la expresión de la interacción o acción conjugada de los criterios o factores que caracterizan los impactos ambientales y está definida por la siguiente ecuación:

$$Ca = C(P(aEM + lbD))$$

Ca: Calificación ambiental (varía entre 0.1 y 10)

Dónde:

- C: Clase expresado por el signo + o – de acuerdo al tipo de impacto
- P: Presencia (varía entre 0.0 y 1.0)
- E: Evolución (Varia entre 0.0 y 1.0)
- M: Magnitud (Varia entre 0.0 y 1.0)
- D: Duración (Varia entre 0.0 y 1.0)
- a y b. Constantes de ponderación cuya suma deber ser igual a 10

El índice denominada Calificación ambiental (Ca), se obtiene a partir de cinco criterios o factores característicos de cada impacto, los cuales se explican de la siguiente manera:

- **Clase (C):** Define el sentido del cambio ambiental producido por una determinada acción del proyecto. Puede ser positivo o negativo
- **Presencia (P).** Como no se tiene certeza absoluta de que todos los impactos se presenten, la presencia califica la probabilidad de que el impacto pueda darse, se expresa entonces como un porcentaje de la probabilidad de ocurrencia
- **Duración (D).** Evalúa el periodo de existencia activa del impacto y sus consecuencias, se expresa en función del tiempo que permanece el impacto (muy larga, larga, corta, etc)
- **Evolución (E)** Evalúa la velocidad de desarrollo del impacto, desde que aparece hasta que se hace presente plenamente con todas sus consecuencias, se expresa en unidades relacionadas con la velocidad con la que se presenta el impacto.
- **Magnitud (M).** Califica la dimensión o tamaño del cambio ambiental producido por la actividad o procesos constructivo y operativo. Los valores de magnitud absoluta, cuantificados o referidos se transforman en términos de magnitud relativa, que es una expresión mucho más real del nivel de afectación del impacto.

12.12.3 Criterios para la evaluación de impactos ambientales

Tabla 227: Criterios de evaluación de la metodología

CALIFICACION	ESCALA	SIGNIFICADO
CLASE DE IMPACTO		
Positiva	+	El efecto mejora el estado actual del recurso afectado
Negativa	-	El efecto deteriora el estado actual del recurso afectado
PRESENCIA		
Cierto	1	Existe absoluta certeza de que el impacto se presente
Probable	0.8	Es probable hasta en un 50 % que impacto se dé
Incierto	0.4	Es poco probable que el impacto se presente
Imposible	0.1	Es casi imposible que se dé pero podría presentarse
MAGNITUD		
Muy Severo	1	Daño permanente al ambiente
Severo	0.8	Daños serios pero temporales al ambiente
Medianamente Severo	0.5	Daños menores pero permanentes al ambiente
Ligeramente Severo	0.3	Daños menores al ambiente
Nada Severo	0.1	Ningún daño al ambiente
DURACIÓN		
Muy Larga	1	Más de un año
Larga	0.8	De seis meses a un año
Moderada	0.6	De un mes a seis meses
Corta	0.4	De un día a un mes
Muy Corta	0.2	Menos de un día
EVOLUCIÓN		
Muy Rápido	1	Menos de un día
Rápido	0.8	De un día a un mes
Medio	0.6	De un mes a seis meses.
Lento	0.4	De seis meses a un año
Muy Lento	0.2	Más de un año

FUENTE: ELABORACION PRIPIA

De acuerdo con las calificaciones asignadas individualmente a cada criterio, el valor absoluto Ca será mayor que cero y menor o igual que diez. Este valor numérico se convierte luego en una expresión que indica la importancia del impacto (**muy alta, alta, media, baja y muy baja**) asignándole unos rangos. En la siguiente tabla se observan los rangos establecidos para la calificación ambiental de cada impacto.

Tabla 228: Calificación ambiental de la metodología

Criterio	Rango	Valor
CALIFICACION AMBIENTAL	Muy alta	8.0-10
	Alta	6.0-8.0
	Media	4.0-6.0
	baja	2.0-4.0
	Muy baja	0.0-1.0

FUENTE: ELABORACION PRIPIA

12.12.4 Evaluación ambiental del proyecto
12.12.4.1 Desegregación del proyecto en componentes

Tabla 229. Desagregación del proyecto en compontes

ETAPAS	ACTIVIDADES
CONSTRUCCIÓN	Excavaciones necesarias para colocación de tuberías adecuadas y fosas sépticas para el tratamiento de aguas negras
	Colocación de señales temporales de construcción y conservación vial y de zonas turísticas.
	Almacenamiento de materiales y equipos a utilizar en la construcción
	Localización de zonas para trabajadores y personal durante la elaboración del proyecto
	Carga y transporte de escombros, equipo, etc.
	Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria
PROTECCION DE AREAS NATURALES	Protección de los arrecifes de coral en la Playa el Obispo y la Playa San Blas, además de la protección del manglar el Palmarcito
OPERACIÓN	Servicio de alimentación
	Servicio de alojamiento
	Torneos deportivos
	Visitas guiadas
	Torneos de surf
	Actividades ecológicas

FUENTE: ELABORACION PROPIA

12.12.4.1.1 Etapa 2. Identificación de impactos

Luego de identificar las principales actividades que podrían ocasionar deterioro al medio ambiente se realizó la identificación de impactos que estas causarían, los cuales se muestran en el cuadro que se muestra a continuación.

Tabla 230. Identificación de impactos en la etapa de construcción y operación.

ETAPAS	ACCIÓN	EFFECTOS	IMPACTOS
CONSTRUCCIÓN	Excavaciones necesarias para colocación de tuberías adecuadas y fosas sépticas para el tratamiento de aguas negras	Modificaciones de algunas áreas de la zona	Modificación de algunas áreas naturales.
	Colocación de señales temporales de construcción y conservación vial y de zonas turísticas.	Colocación de materiales con efectos en el ambiente natural como la pintura y otros elementos que modifican el área natural.	Deterioro por efectos químicos y contaminación.
	Almacenamiento de materiales y equipos a utilizar en la construcción	Utilización de espacios de la zona para almacenamiento	Contaminación de suelo y aire

	Localización de zonas para trabajadores y personal durante la elaboración del proyecto	Generación de residuos Sólidos y generación n de aguas residuales domésticas.	Contaminación, cambios temporales de la privacidad del hábitat
	Carga y transporte de escombros, equipo, etc.	Incremento de residuos, ruido y molestias de trafico de maquinaria y materiales en la zona.	Contaminación y Molestias a los habitantes ubicados en el área.
	Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria	Reducción de la vegetación de la zona.	Perdida de zonas verdes.
PROTECCION DE AREAS NATURALES	Protección de los arrecifes de coral en la playa el obispo, San Blas, además del manglar el Palmarcito	Mayor protección del áreas de coral y manglares	Mayor reproducción de coral y manglares
OPERACIÓN	Servicio de alimentación	Incremento de desperdicios sólidos y gases	Contaminación
	Servicio de alojamiento	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales y contaminación	Ruidos. Uso de agua potable. Alteraciones del hábitat natural
	Torneos deportivos	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales	Alteraciones en el hábitat, y contaminación
	Visitas guiadas	Incremento de personas que visitan la zona.	Contaminación con gases. Contaminación con hidrocarburos líquidos y sólidos. Modificación de estatus de la reserva natural
	Torneo de surf	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales	Alteraciones en el hábitat, y contaminación
	Actividades eco turísticas	Incremento de tránsito de personas en la zona	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación • Ruido. Y • Alteración de la hábitat(Deterioro del paisaje)

FUENTE: ELABORACION PROPIA

12.12.4.1.2 Etapa 3. Evaluación de impactos

Tabla 231. Evaluación de impacto ambiental del proyecto

IMPACTO	C	P	M	D	E	CA	IA.
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN							
EXCAVACIONES NECESARIAS PARA COLOCACIÓN DE TUBERÍAS ADECUADAS Y FOSAS SÉPTICAS PARA EL TRATAMIENTO DE AGUAS NEGRAS							
Modificación de algunas áreas naturales.	+	0.5	0.3	0.8	0.6	+ 1.83	Muy baja
COLOCACIÓN DE SEÑALES TEMPORALES DE CONSTRUCCIÓN Y CONSERVACIÓN VIAL Y DE ZONAS TURÍSTICAS.							
Deterioro por efectos químicos y contaminación.	+	0.1	0.1	1	0.1	+0.307	Muy baja
ALMACENAMIENTO DE MATERIALES Y EQUIPOS A UTILIZAR EN LA CONSTRUCCIÓN							
Contaminación de suelo y aire	-	0.5	0.3	0.8	0.5	-1.725	Muy baja
LOCALIZACIÓN DE ZONAS PARA TRABAJADORES Y PERSONAL DURANTE LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO							
Contaminación	-	0.5	0.3	0.5	0.5	-1.275	Muy baja
Cambios temporales de la privacidad del hábitat.	-	1	0.1	0.5	1	-2.200	Baja
CARGA Y TRANSPORTE DE ESCOMBROS, EQUIPO, ETC.							
Contaminación	-	0.8	0.8	0.5	0.5	-3.444	Baja
Molestias a los habitantes ubicados en el área.	-	0.1	0.3	0.8	0.3	-0.303	Muy baja
REMOCIÓN DE COBERTURA VEGETAL QUE SEA NECESARIA							
Perdida de zonas verdes.	-	0.5	0.3	0.8	0.1	-1.305	Muy baja
PROTECCION DE AREAS NATURALES							
Protección de Areas naturales	+	0.5	0.3	0.8	0.6	+ 1.83	Muy baja
ETAPA DE OPERACIÓN							
SERVICIO DE ALIMENTACIÓN							
Contaminación	-	1	0.5	0.1	0.3	-1.35	Muy bajo
SERVICIO DE ALOJAMIENTO							
Ruidos	-	1	0.5	0.1	1	-3.8	Medio
Uso de agua potable	-	1	0.3	0.3	0.8	-2.58	Bajo
Alteraciones del hábitat natural	-	0.8	0.5	0.8	0.8	-4.16	Medio
TORNEOS DEPORTIVOS							
Alteraciones en el hábitat	-	0.5	0.3	0.1	0.1	-0.255	Muy bajo
Contaminación	-	0.5	0.3	0.3	0.1	-0.555	Muy bajo
VISITAS GUIADAS							
Contaminación con gases.	-	1	0.8	0.3	0.5	-3.7	Bajo
Contaminación con hidrocarburos líquidos y sólidos.	-	0.8	0.5	0.5	0.8	-3.44	Bajo
Modificación de estatus de la reserva natural	-	0.5	0.3	0.1	0.5	-0.675	Muy bajo
TORNEOS DE SURF							
Alteraciones en el hábitat	-	0.5	0.1	0.1	0.1	-0.185	Muy bajo

Contaminación	-	0.1	0.3	0.3	0.1	-0.111	Muy bajo
ACTIVIDADES ECOTURISTICAS							
Protección y reproducción de Tortugas Marinas	+	0.5	0.3	0.8	0.6	+ 1.83	Muy Bajo

FUENTE: ELABORACION PROPIA

12.12.4.2 *Análisis de resultados*

Los resultados obtenidos muestran:

- Para la etapa de construcción se provee que exista un Muy bajo impacto negativo en el medio ambiente proveniente de las actividades del mismo, esto se debe a que las obras de construcción no son muy grandes y son las necesarias para brindar un buen servicio teniendo en cuenta los costos.
- Para mitigar este impacto se deberá tomar en cuenta diferentes aspectos de control y mitigación en estas actividades para que la evaluación realizada mantenga estos resultados.
- En la etapa de operación se muestra que existen ciertos factores que pueden perjudicar de forma media y baja la parte ambiental de la zona como lo es el ruido la afluencia de personas al lugar y la contaminación que pueda crearse a efecto de la llegada de visitantes en la zona y su estadía, ya sea por la basura que las personas puedan dejar, actividades que puedan generar contaminación en el aire y la alteración del hábitat de animales y vegetación por la presencia humana en mayores cantidades y frecuencias, para lo cual también se buscar mecanismos de mitigación, ya que el objetivo del proyecto es ser sostenible tanto social económica como ambientalmente.
- Cabe mencionar que la evaluación fue satisfactoria ya que no se detectaron actividades que puedan tener impactos negativos significativos en el medio ambiente, también la cooperativa realiza actividades para disminuir estos impactos.

12.12.4.3 *Prevención o mitigación de los impactos negativos*

Mitigación

Etapa de construcción

- Procurar el uso de materiales amigables con el medio ambiente aprovechando el reciclaje y materiales renovables, de manera que se disminuyan los residuos sólidos en el lugar y sin aguas servidas en grandes cantidades en la parte de construcción.
- Deberá ser supervisada la generación de residuos y escombros, los cuales deberán ser extraídos para su correcto tratamiento o trasladados a lugares destinados para su depósito.
- Mientras se realicen los trabajos de la construcción de la obra civil deberán ser colocados basureros con libre acceso para los trabajadores, de modo que se mantenga limpio el lugar.
- Si para la construcción se deben retirar árboles de alguna de las zonas de construcción, estos deberán ser retirados adecuadamente para su posterior trasplante a otra zona adecuada para su supervivencia además si no se puede trasplantar se deberá sembrar árboles en zonas aledañas para compensar la tala.

ETAPA OPERATIVA

- Por ignorancia al cuidado de la zona el turista puede dañar el habitat por lo que las visitas deben ser planificadas adecuadamente.
- Hay que mantener rotulaciones informativas hacia el turista de todos los hábitos de higiene y de protección ambiental en general que debe de considerar y recomendaciones que debe acatar para no dañar el ambiente de la zona.
- Es importante incentivar a los turistas a realizar actividades de mayor contacto con la naturaleza creando conciencia de no contaminar el área y la manera en la que se puede convivir con la vegetación y fauna sin necesidad de perjudicarla. Durante cada visita se debe practicar la técnica de aprender haciendo, lo que favorece los cambios necesarios de actitud y aptitud en las personas que visiten el área
- Los lugareños se integraran dejando de lado viejos conceptos y siendo los primeros en los que se debe de inculcar e informar sobre la protección y preservación medioambiental.
- Incentivar a los turistas a practicar el reciclaje, de modo que se inculque una actitud de preservación y protección por el medio natural.
- Se debe de contactar con el ministerio del medio ambiente para que brinde algún tipo de apoyo y un programa medio ambiental para llevar a cabo en la zona.

12.12.5 Sostenibilidad Ambiental

● Educación ambiental

- La educación ambiental es por sobre todas las cosas una educación para la acción ambiental en beneficio de la misma, facilitando así un mejor conocimiento de los procesos ecológicos, económicos, sociales y culturales.
- La educación ambiental debe fomentar el cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y habilidades para asumir una responsabilidad ambiental y el turismo puede contribuir en esto a través de sus iniciativas de concientización e información sobre el cuidado del ambiente y todos los recursos naturales tanto a la población local como a los turistas que visitan el lugar.
- El objetivo final de la educación ambiental es lograr que un grupo social, o un individuo partiendo del conocimiento de su realidad inmediata, logre cambios de conciencia, de actitud y de conducta, y, fomente su propia responsabilidad y participación en la solución de los problemas ambientales en cooperación con el resto de la población.
- El turista es un individuo capaz de transformar su comportamiento durante el viaje, al desarrollar diferentes respuestas ante las situaciones y ambientes por donde se mueve y a los que percibe de forma diferente a lo habitual. Muchos de estos aspectos en su vida cotidiana pasarían por alto.
- El turismo puede convertirse en un disparador de situaciones que se pueden materializar en "buenas prácticas" (no arrojar basuras, cuidar los árboles, etc.)
- Por lo tanto la realización de actividades en un turismo con enfoque rural, donde la sostenibilidad ambiental es un eje muy enmarcado en el desarrollo del mismo, se van a propiciar ciertos elementos que harán que la sostenibilidad se refleje cada día para mantener y mejorar el área natural que se posee.



● **Actividades encaminadas a la sostenibilidad ambiental**

El aprendizaje que los turistas se llevan a casa es un aspecto importante en un tour, ya que muchos comparten la información aprendida al regresar a su lugar de origen. Comunicar datos interesantes es darle un valor agregado al producto turístico pues enriquece la experiencia del visitante. El turismo puede ser una forma muy efectiva de incrementar la conciencia ambiental. Con la guía adecuada, los turistas pueden aprender a ser viajeros responsables y a disfrutar sin causar daños en el ambiente.

Una empresa turística debe impartir conceptos de educación ambiental empleando estrategias que permitan captar y mantener la atención de los turistas, ya que visitan el lugar con el fin de descansar y disfrutar.

Dentro de las actividades que fomentaran y mantendrán unos sostenibilidad ambiental en la zona de práctica turística se tienen las siguientes:

- Capacitación de personal en materia ambiental, para que tanto el personal como la localidad en general conozca que además de generar ingresos económicos y mejores oportunidades de vida, también se busca fomentar la protección medioambiental.
- El medio ambiente entrará formando parte, de algún modo, de los productos y servicios concretos. Como utilización de energía alternativa, restaurantes con productos ecológicos, transportes no contaminantes, etc. lo cual se irá incorporando poco a poco en las actividades.
- Por otra parte con las actividades de mejoramiento y protección se buscara una sensibilización pública a través de campañas, comunicación, formación, así como el asesoramiento de organismos e instituciones internacionales y colaboración de las ONG's. para que los visitantes turísticos y la localidad sepa la importancia del cuidado al medio ambiente.
- Cuando se tenga que deshacer de un residuo, hacerlo de la manera más limpia que se le facilita en su lugar de destino, es decir en los basureros más cercanos, si en un momento preciso no se encuentra cerca de uno, guardar la basura momentáneamente y depositarla en el basurero o lugar indicado para lo.(esta información dada a conocer al turista y a todas las personas)
- Se trabajara bajo ciertos lemas tales como: En un espacio natural procurar que la única huella que se deje atrás sea la de su calzado.
- Se realizara actividades de siembra de árboles y todo tipo de plantas que puedan ser cultivadas en la zona a fin de fomentar la forestación y que el turista participe de estas
- No consumo de tabaco ni cualquier elemento perjudicial para la salud y emisión de contaminantes del aire
- Colocación rótulos en las instalaciones para pedirles a los turistas y al personal que apaguen las luces, y otros aparatos eléctricos cuando no los necesiten(esto para el caso de instalaciones de oficina y restaurante y algunos casos alojamientos)
- Realizar arreglos en la arquitectura de las instalaciones de las cabañas y restaurantes así como instalaciones de oficinas, de manera que haya buena ventilación, superficies que reflejen el calor e iluminación natural.



- Se promoverán actividades turísticas que no empleen automóviles en la propia zona donde se practica turismo, dentro de las actividades que se realizarán para proteger el medio ambiente están: caminatas en senderos, rutas a caballo, recorridos en bicicleta, entre otros.
- Se les facilitará a los turistas fotografías, folletos u otro tipo de material impreso o audiovisual relacionados con los ecosistemas naturales de la región que están visitando, para que este tenga conciencia de la importancia de protegerlos.
- Se colocarán materiales gráficos u otros medios de difusión con medidas que sirvan para que los turistas sean viajeros más responsables con el ambiente que visitan. y todos los materiales a utilizar tanto para la promoción turística como ambiental de la zona se usará material reciclado para fabricar estos medios en su mayoría.
- Organización de campañas ambientales periódicamente en la comunidad;(esto será responsabilidad directa del encargado de comercialización y promoción) pueden ser de siembra de árboles, recolección de desechos, mantenimiento de los rótulos de los senderos y otros. Instando a los turistas a participar, explicándoles a los participantes los beneficios de esas actividades e invitándolos a dar e ideas para próximas campañas.
- Se tratará de facilitar la capacitación continua del personal en temas como historia natural de organismos silvestres representativos de la región, técnicas de guiado e interpretación ambiental, estrategias para lograr un turismo sostenible, mitos y leyendas de la zona, servicio al cliente y primeros auxilios, entre otros.
- Se le enseñará al personal a brindar un buen servicio al cliente y a velar por la seguridad, la comodidad y la salud de los turistas, así como mostrar respeto por los recursos naturales y la cultura de la comunidad visitada.

Beneficios ambientales

- Promueven el uso de recurso biótico en forma alternativa y el aprender a ahorrar recursos.
- Favorecen la cultura ecológica.
- Representan una opción de financiamiento para la conservación de los recursos naturales.
- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica



12.13 EVALUACION DE GÉNERO

- La equidad de género es la capacidad de ser equitativo, justo y correcto en el trato de mujeres y hombres según sus necesidades respectivas.
- La equidad de género representa el respeto a nuestros derechos como seres humanos y la tolerancia de nuestras diferencias como mujeres y hombres, representa la igualdad de oportunidades en todos los sectores importantes y en cualquier ámbito, sea este social, cultural o político. En el terreno económico, es vital importancia lograr la equidad de género, ya que si a la mujer se le restringe el acceso al campo productivo, al campo laboral o al campo comercial, se genera pobreza.
- La equidad de género se abordara a través de la participación de la mujer en diferentes actividades sin discriminación, ya que todos los trabajos que se realizaran en el sector en la zona podrán ser desempeñados tanto por hombres como por mujeres, dependiendo todos de sus capacidades en cada uno de ellos.
- Así como dándole la oportunidad de expresión a todos por igual.



Actualmente la desigualdad de géneros es una problemática que los gobiernos y organismos nacionales e internacionales tratan de erradicar, pero si bien es cierto que se han tenido grandes avances en el tema, también es cierto que cada día surgen nuevos sectores donde la desigualdad de género, de etnia y de clase social obstaculizan el crecimiento económico y el desarrollo social y Lograr la equidad de géneros es un reto para todas las sociedades y sus gobiernos, tan es así que dentro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, un Proyecto de desarrollo de las Naciones Unidas (órgano asesor independiente que elaboró un plan de acción concreto para que el mundo revertiera la pobreza absoluta, el hambre y la enfermedad que afectan a miles de millones de personas), se encuentra el objetivo de promover la Equidad de Género y la Autonomía de la Mujer.

La participación de la mujer en el mercado laboral salvadoreño ha crecido significativamente en los últimos diez años, constituyéndose en una fuente importante de ingreso en los hogares e incidiendo significativamente en la distribución del ingreso total y la reducción de la pobreza. En el año 1997, de cada 100 mujeres en edad de trabajar, 35 trabajaban o buscaban activamente trabajo, para el 2001 la cifra subió a 40. Sin embargo, esta cifra aún es baja comparada con la de los hombres, la cual asciende a 69 de cada 100

Durante la última década se observan avances importantes en cuanto a equidad de género y educación. Sin embargo, de acuerdo a datos registrados por la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, en el grupo poblacional de 10 años y más a nivel nacional, las mujeres son las que presentan el mayor porcentaje de analfabetismo, 18.8 % respecto al de los hombres que fue de 13.9%.

En el área urbana la tasa de analfabetismo en las mujeres es de 12.5% y la de los hombres es menor 7.0%. En el área rural las mujeres tienen una tasa del 29.2% mucho mayor que la de los hombres que llega al 23.75%.

En síntesis, para lograr avanzar hacia un desarrollo más humano y sostenible es necesario promover la plena incorporación de las mujeres a la vida activa del país.

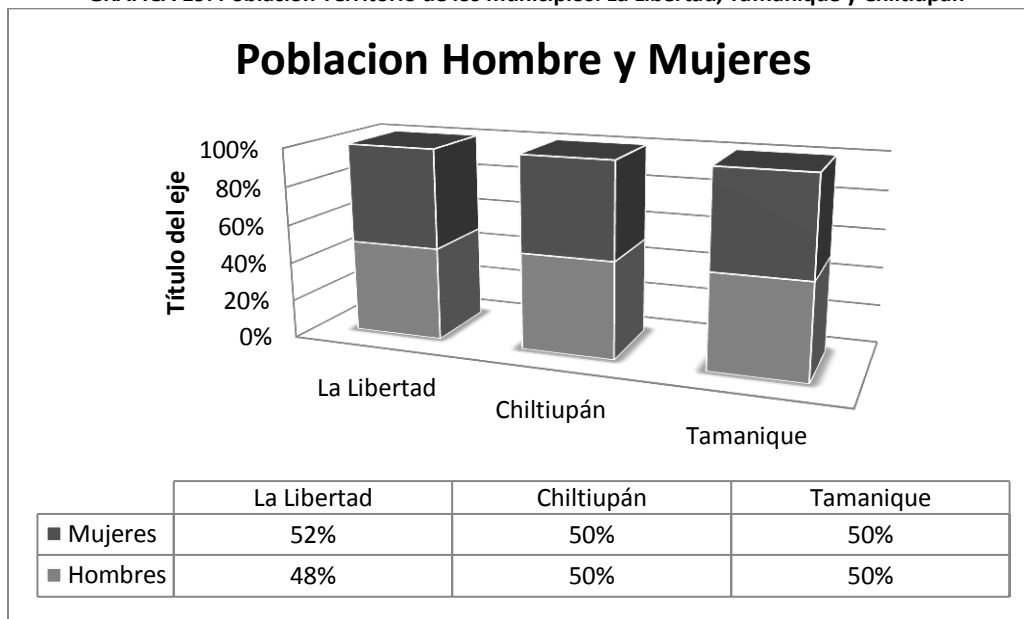
En los municipios de la microrregión se pueden observar las siguientes estadísticas:

Tabla 232: Población Territorio de los municipios: La Libertad, Tamanique y Chiltiupán

Municipio	Total	Hombres	Mujeres
La Libertad	35,997	17,399	18,598
Chiltiupán	10,897	5,484	5,413
Tamanique	13,544	6,725	6,819
Total	60,438	29,608	30,830

Fuente: elaboración propia en base a “Almanaque 262, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador”, PNUD, 2009.

GRAFICA 19: Población Territorio de los municipios: La Libertad, Tamanique y Chiltiupán



Fuente: Elaboración propia

Tabla 233: Indicadores educativos de la región

Indicadores		Total	Urbano	Rural	Masculino	Femenino
La Libertad	Escolaridad promedio (años)	4.8	5.2	4.0	5.0	4.6
	Tasa alfabetismo adulto (mayores 15 años)	78.6	81.1	73.8	83.2	74.6
	Tasa bruta escolaridad parvularia	41.8	43.5	39.0	43.1	40.4
	Tasa bruta escolaridad primaria	86.9	90.1	81.8	87.6	86.2
	Tasa bruta escolaridad media	30.4	34.5	23.7	31.5	29.3
Chiltiupán	Escolaridad promedio (años)	3.9	4.5	3.8	4.0	3.7
	Tasa alfabetismo adulto (mayores 15 años)	74.0	82.7	73.3	78.0	70.2
	Tasa bruta escolaridad parvularia	53.8	62.1	53.2	56.2	51.1
	Tasa bruta escolaridad primaria	90.2	103.4	89.2	91.9	88.4
	Tasa bruta escolaridad media	24.5	35.0	29.9	23.5	25.6
Tamanique	Escolaridad promedio (años)	4.0	4.5	3.7	4.1	3.9
	Tasa alfabetismo adulto (mayores 15 años)	73.0	78.6	70.7	76.2	70.1
	Tasa bruta escolaridad parvularia	43.5	51.6	40.5	43.3	43.7
	Tasa bruta escolaridad primaria	86.6	90.2	85.2	88.8	84.4
	Tasa bruta escolaridad media	23.1	27.6	21.4	21.0	25.5

Fuente: elaboración propia en base a “Almanaque 262, Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador”, PNUD, 2009.

De la información anterior se puede observar que del total de la población para el municipio de la Libertad el 52% mujeres y el 48% Hombres, en los municipios de la de la población son mujeres, y que la tasa de alfabetismo es mayor en el género masculino.

Así como también se da el fenómeno que, siendo las mujeres la población más grande, son las que menos acceso a educación tienen, por lo que sus niveles de escolaridad son, en los tres municipios, menores a los de los hombres.

El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible aplicado a la microrregión “Cumbres del Mar” pretende dar oportunidad tanto a mujeres y hombres de trabajar por el desarrollo de la comunidad, también no hace discriminación alguna en cuanto al alfabetismo ya que cuenta con las asociaciones, cooperativas, ADESCO cuenta con miembros que muchas veces no tienen título de bachillerato

Condiciones equitativas a desarrollar

- Aumentar las oportunidades formativas a las mujeres de la zona y a las mujeres que trabajaran directamente en el proyecto turístico.
- Mejorar las condiciones de empleo de las mujeres, dándole las oportunidades de incorporarse en estas labores.
- Que todas las personas participantes en el proyecto turístico y las mismas personas que se encuentran involucradas indirectamente en este pueden tener oportunidad de dar sus opiniones y sugerencias en relación a la forma de desempeñar el trabajo turístico.
- Involucrando a todos sin discriminación por capacidades o aportaciones, si no brindándoles a estos el apoyo necesario para ser capaces y puedan tener una oportunidad de progresar formativa como económicamente.
- Creando buzones de sugerencias y quejas para poder tener un acercamiento con las inconformidades existentes de parte de todos sin discriminación alguna.
- Trato igual para todos, lo cual debe ser fomentado sin discriminación por desempeño jerárquico en el proyecto.

Al contar con una equidad de géneros la asociación puede optar por muchos beneficios que pueden ser de mucha ayuda para la asociación.

De acuerdo a las consideraciones hechas anteriormente se puede concluir que con el proyecto se pretende contribuir a:

- Generar fuentes de empleo a mujeres
- Elevar su autoestima
- Que la mujer tenga acceso a los puestos laborales más importantes, es decir que ellas tendrán poder de decisión dentro de la empresa y podrán también tener acceso y control de los recursos.
- Crear un ambiente de igualdad entre los géneros, con compañerismo, respeto y sin discriminaciones entre todos los miembros de la asociación
- Impulsar el desarrollo de las capacidades de la



mujer

- Facilitar el acceso de la mujer a oportunidades económicas, políticas, sociales y culturales.
- Garantizar su seguridad.

Y como último criterio tomando en cuenta que las ocupaciones a desarrollarse por el proyecto dan como beneficio lo siguiente:

- Cargos desempeñados con habilidades reconocidas en cualquier género.
- Cercanía del lugar de vivienda.
- Actividades realizadas consciente del cuidado de la zona

Establecimiento de políticas de géneros

“A partir del concepto de equidad de género se justifica la realización de acciones afirmativas...” y a su vez el establecimiento de condiciones... “que favorezcan específicamente a las mujeres, con el objetivo de compensar la brecha existente entre hombres y mujeres en relación al acceso a oportunidades de desarrollo, participación e igual disfrute de los beneficios”. Como parte de las estrategias para la puesta en marcha en las Propuestas de Turístico-Educativas se propone la incorporación del enfoque de Género a través del establecimiento de Políticas que vayan encaminadas en este sentido:

- Debe existir un liderazgo representativo de mujeres dentro las iniciativas (no menor al 50%).
- Considerar dentro de actividades como cooperativas, la inserción de mujeres en no menos de un 50%.

13 ADMINISTRACION DE PROYECTOS

OBJETIVO

Describir la situación interna y turística de los municipios de la microrregión en estudio, de manera que se pueda identificar cuáles son las líneas generales del desarrollo turístico real y potencial de la zona, para que en fases posteriores se pueda diseñar soluciones para mejorar el desarrollo turístico de la zona

13.1 PLANIFICACION DE LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO

13.1.1 Metodología

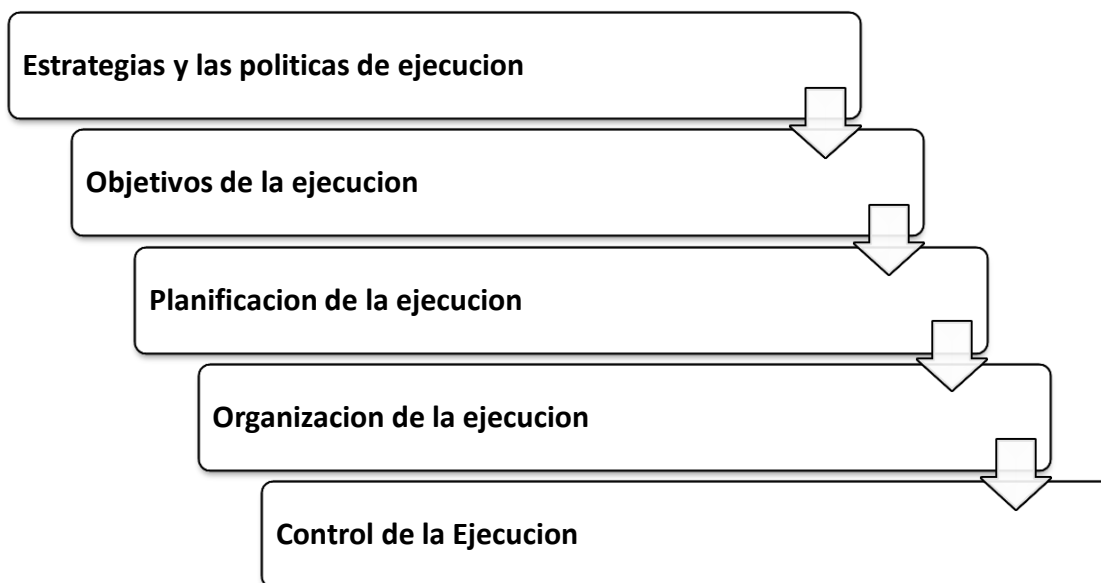
La administración de proyectos es la aplicación de conocimientos habilidades herramientas y técnicas a las actividades del proyecto para cumplir con los requisitos del mismo

El objetivo es establecer las diferentes actividades que son necesarias para llevar a cabo para la óptima administración del proyecto y establecer los responsables de estas actividades por medio de la selección de la estructura organizativa adecuada para el tipo de proyecto que está realizando.

Un buen plan de implementación se elabora recorriendo de arriba hacia abajo en la cadena de resultados del proyecto. Los objetivos inmediatos marcan la pauta sobre el ritmo al que se tienen que obtener los productos. Estos a su vez definen el orden y los tiempos en que se tendrán que realizar las actividades. De esta manera son los objetivos inmediatos (lo que se quiere lograr) los que guían la implementación de actividades y productos (lo que se hace) y no al revés.

Para llevar a cabo la ejecución del proyecto se realizan una serie de actividades cuya responsabilidad es de las personas encargadas de administrar dicho proyecto, para desempeñar estas funciones se toma en cuenta a las personas involucradas en promover y desarrollar el turismo en la Microrregión “Cumbres del Mar”.

Metodología de la ADP



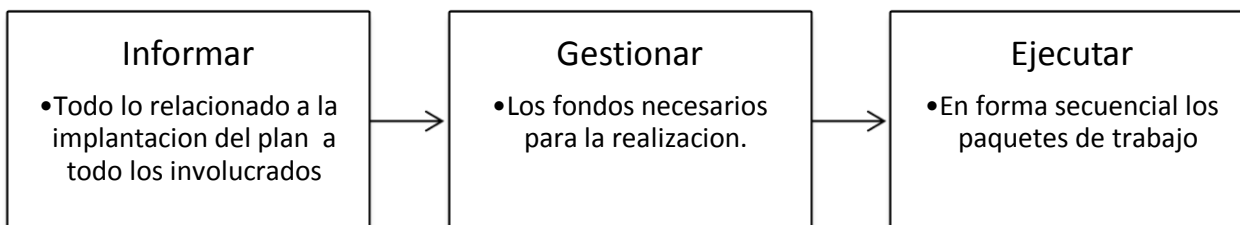
13.1.2 Estrategias y políticas de ejecución

Las metas nada más se lograrán si establecen políticas y estrategias específicas de operación y procedencia, con el fin de garantizar el fin último la realización del proyecto en conjunto con los intereses financieros.

Es por ello que se enlistan una serie de políticas y estrategias que garantizan de forma individual o colectiva el cumplimiento de metas parciales, que a la vez contribuyen al alcance de la meta final

13.1.3 Estrategias

Estrategia general de la ADP



- Integrar a personas, Comerciantes, comunidades, Alcaldía Municipales y demás interesados en el desarrollo del turismo, para llevar a cabo el proyecto.
- Asociar y Contratar personal habitante de la microrregión “Cumbres del Mar” y principalmente de los municipios de La Libertad, Tamanique y Chiltiupán al fin de brindar un servicio familiarizado y propio de la zona, integrando a la comunidad del municipio
- Toda salida de dinero deber ser autorizada por el gerente del proyecto, con la previa aprobación del comité Turístico de la microrregión. Dichos desembolsos deberán ser solicitados bajo formatos preestablecidos.
- Durante la operación inicial se deberá realizar un análisis exhaustivos que identifique fortalezas y debilidades de todas las actividades que van a realizarse, atractivos con los que se cuenta, así como los servicios prestados.
- Al finalizar el proyecto, el equipo encargado de la administración deberá realizar una reunión con la asociación donde se exponga los resultados obtenidos del proyecto
- Incorporación y gestionar capacitaciones a los miembros del comité turístico y empleados de los establecimientos con el fin de mejorar la calidad de los servicio.
- Realizar reuniones periódicas previamente programadas, en la cuales participe los miembros del comité y el equipo de implantación con el fin de monitorear el progreso de cada actividad asignada

13.1.4 Políticas

- Todo desembolso realizado para la ejecución del proyecto debe estar claramente justificado y a través de un formato, describir de forma precisa la razón, propósito, tiempo, cantidad y responsable del desembolso. El documento contendrá como sello de entrega la firma del responsable, quien deberá llevar un registro del mismo por cualquier inconveniente.
- El gerente del proyecto es el encargado de autorizar todo los desembolsos, los cuales eran solicitados mediante la utilización del formato.
- Todo mobiliario, equipo y herramientas obtenidos son pertenecientes a bienes de la empresa, lo que requiere llevar un inventario de tales elementos.
- Todo documento de transacción o trámite de ejecución deberá poseer original y mínimo 2 copias para su disposición al representate legal de la asociación y demás para conocimiento de los demás integrantes.
- Se programaran con antelación al inicio de las actividades periodos de reunión entre representantes de la cooperativa y encargados del desarrollo de cada rubro de ejecución del proyecto, cada 2 semanas con el fin de controlar el avance y evitar atrasos, al mismo tiempo de controlar el presupuesto de ejecución restante.

- Las capacitaciones de personal, deberán contener material activo y dinámico para una mejor representatividad del desarrollo de los servicios.
- Priorizar la participación o responsabilidad de desarrollo de actividades posibles por habitantes involucrados del municipio, con el fin de buscar como asociación cooperativa el beneficio comunal como privilegio.
- Para contrataciones de personal se toma como prioridad a los miembros del comité y a los habitantes de la microrregión.
- Para el cierre del proyecto se debe realizar una evaluación que defina los logros alcanzados durante la administración, así como también las deficiencias que servirán como retroalimentación para proyectos futuros.

13.2 Objetivos de la ejecución

13.2.1.1 *Objetivo General de la Ejecución*

- ✓ El objetivo general de ejecución abarca toda la implantación del plan y se planteará en términos de tiempo, dinero, alcance o meta y lugar.
- ✓ El desarrollo de la implantación se realizara en microrregión cumbres del mar en las playas: El Obispo, San Blas, El Zonte, El Sunzal, El Majahual y El Palmarcito.
- ✓ La ejecución del proyecto depende en gran medida del apoyo técnico logístico y económico de Los involucrados como las alcaldías, ADESCOS y asociaciones existentes en las zonas; en el sentido de apoyar y promocionar el turismo sostenible en las diferentes playas de Cumbres del Mar. Para tal efecto se define el siguiente objetivo de ejecución.
- ✓

Instalación y puesta en marcha de un plan de desarrollo turístico sostenible aplicado en la microrregión cumbres del mar en las playas: El Obispo, San Blas, El Zonte, El Sunzal, El Majahual y El Palmarcito en un período de **5 meses** a un monto de **\$103,073.00.**

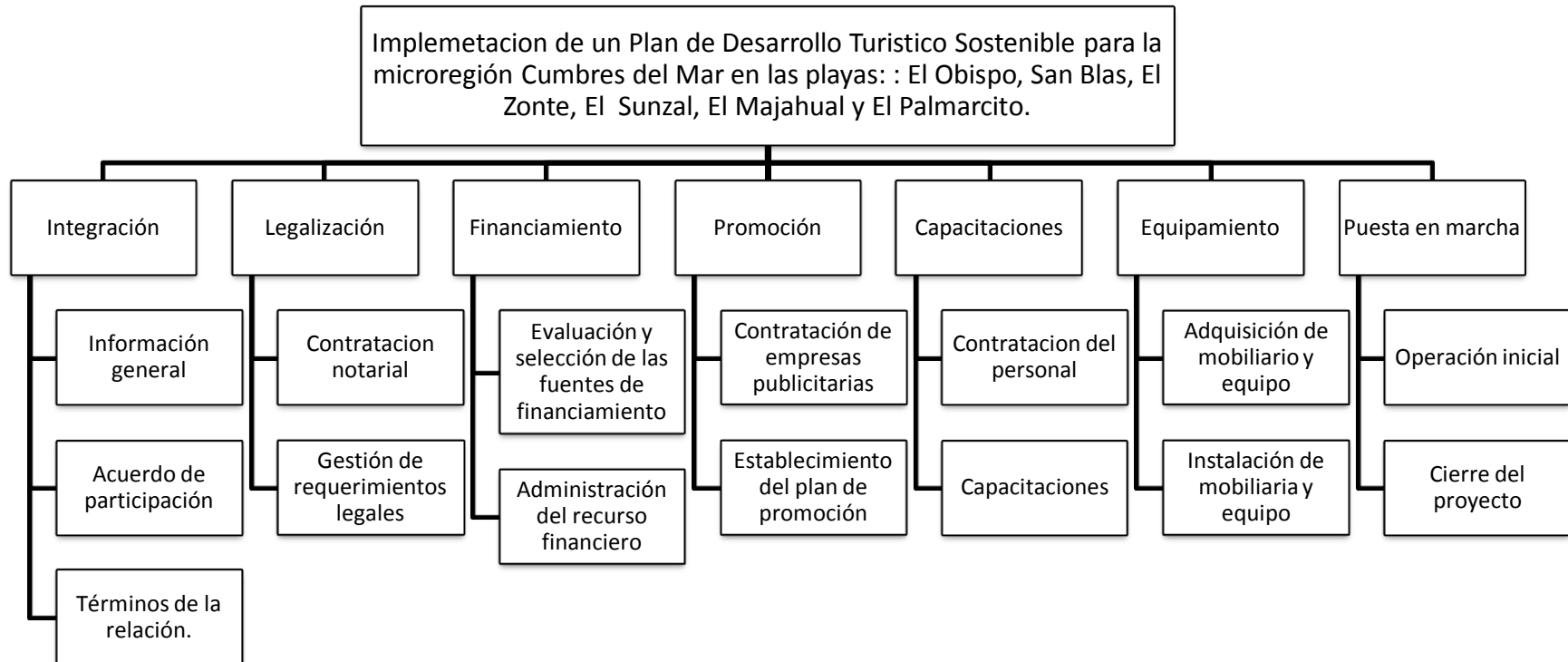
13.2.1.2 *Objetivos Específicos*

1. Establecimiento de Subsistemas y Paquetes de trabajo a partir de los cuales se desarrollará el Plan de Implantación.
2. Determinar las Estrategias a seguir para la Ejecución del Plan.
3. Establecimiento de actividades a realizar en el desarrollo del Plan de Implantación
4. Establecer la estructura Organizativa responsable de llevar a cabo la implantación.
5. Definir las responsabilidades y funciones de la estructura Organizativa que estará a cargo del desarrollo de los objetivos de la implantación del Plan.
6. Establecer la programación de los diferentes recursos que intervendrán en la implantación del plan de turismo sostenible.

13.2.2 *Desglose analítico del proyecto*

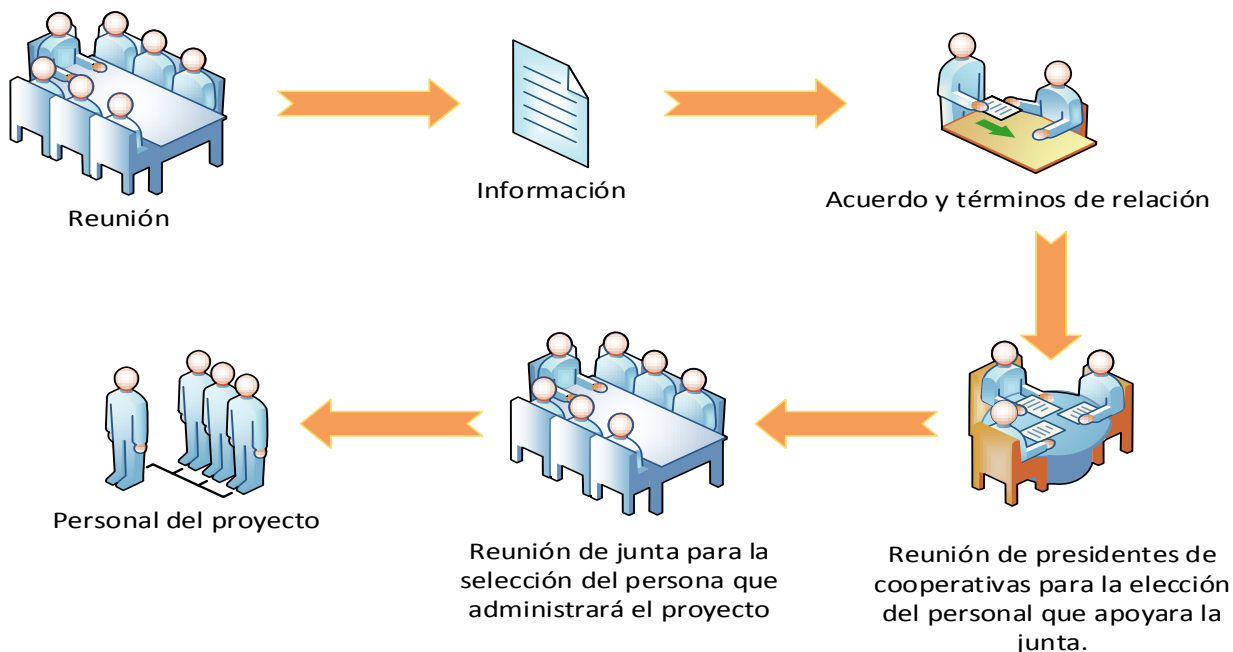
Con el desglose analítico se logra que el Objetivo General del Proyecto vaya siendo desglosado en resultados menores, más parciales, más concretos de menor plazo y más fáciles de controlar. Es decir se presentan los Sub objetivos y actividades necesarias a desarrollar y que integrados conforman el Objetivo General.

A continuación se presenta las actividades principales de las cuales estará compuesto el proyecto.



ESQUEMA 18: Procedimiento previo a la administración del proyecto

PROCEDIMIENTO PREVIO A LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO



FUENTE: ELABORACION PROPIA

13.2.3 Descripción de los entregables

13.2.3.1 Integración

Acá se establecerá los aspectos que se desarrollaran para dar a conocer a los integrantes de las cooperativas, ADESCO y asociaciones el desarrollo del proyecto y los beneficios que este traerá a la localidad, así como también la forma de integración y los aspectos legales de la formación de una sola empresa que involucra a las todas las zonas de microrregión.

PAQUETE DE TRABAJO

🌟 **Información general**

En esta actividad se desarrollara una reunión con todos los socios de las cooperativas de la microrregión, en la que se les explicara en qué consiste el proyecto paso a paso y como se pretende integrar las cooperativas, ADESCO y Asociaciones para formar una empresa que brinde un servicio turístico en la zona, así también se les explicara los beneficios económicos y los que podrá adquirir la zona a través de esta actividad, y como cada uno puede participar de ello.

🌟 **Acuerdo de participación**

Luego de haberles brindado toda la información sobre el proyecto se procederá a escuchar la opinión de los socios y responder las dudas que estos tengan acerca del tema, así también se determinara quienes están dispuestos a participar y apoyar esta iniciativa para luego listarlos dentro de las actividades que se van a desarrollar y los cargos que son necesarios cubrir.

🌟 **Términos de la relación de integración**

Todos los miembros podrán incorporarse a la empresa turística a los cuales se les brindara apoyo en cada una de las actividades turísticas que puedan desarrollar alojamiento, alimentación u otros, así también los socios recibirán un porcentaje de ganancias de las partes colectivas que serán utilizadas para turismo, también no solo los socios si no las mujeres y los jóvenes de las familia de los socios podrán desempeñarse laboralmente en esta iniciativa, lo importante será el involucrarse y participar ya que de forma individual o colectiva recibirán ganancias de lo que sea percibido con el proyecto y muchos más beneficios sociales que será un empuje al desarrollo y progreso de la zona.

13.2.3.1.1 Descripción de actividades

A. Información general

- ✿ A1. Designar encargado para el desarrollo de la reunión, (presidentes de cada cooperativa con apoyo de instituciones que formaran parte de la junta directiva como miembro del MITUR, y miembro de ADESCOS, asociaciones, etc.)
- ✿ A2. Programación de reunión con cada cooperativa
- ✿ A3. Elaboración de presentación de proyecto.
- ✿ A4. Determinación de lugar de reunión
- ✿ A5. Desarrollo de reunión
- ✿ A6. Análisis de situación –respuesta por parte de asociados

B. Acuerdo de Participación

- ✿ B1. Determinación de los socios que están de acuerdo.
- ✿ B2. Determinación de socios a participar

C Términos de la relación de integración

- ✿ C4. Explicación de términos.
- ✿ C5. Contestar preguntas de los socios.

La duración de estas actividades será de dos semanas, servirán para programar las reuniones y obtener la respuesta de aceptación tanto de la participación en el proyecto como de su integración. Luego de haber obtenido la respuesta de participación y de acuerdo hacia el proyecto de parte de cooperativistas asociados, se procederá a llevar a cabo las actividades que se tenían programadas para la implementación del proyecto, las cuales se presentan a continuación.

13.2.3.2 Legalización

13.2.3.2.1 Descripción de paquetes de trabajo

Se llevarán a cabo todos los requerimientos legales que permitirán el funcionamiento del servicio turístico, dentro del marco legal del país. Y todos aquellos procedimientos que son necesarios llevar a cabo para ser una empresa formal y poder realizar cualquier tramitación necesaria en su ejecución y operación.

✿ **Contratación notarial.**

Se deberá contratar un notario que elabore la escritura de constitución de la sociedad que se formara, y donde se describe todas las clausulas con las cuales se regirá la sociedad.

✿ **Gestión de requerimientos legales.**

La firma notarial contratada llevará a cabo todos los aspectos requeridos dentro del marco legal que son necesarios para el funcionamiento del comité turístico y comercialización de todas sus actividades turísticas además se necesitara realizar los trámites legales en diferentes

instituciones entre lo cual estará a cargo de los encargados de la administración. Del proyecto y Comité turístico, además se debe de reunir con los cooperativistas para dar a conocer los trámites que se hacen y orientar a la comunidad de lo que se está desarrollando.

13.2.3.2.2 Paquete de trabajo

D. Contratación notarial.

- ✿ D1. Buscar y contratar firma notarial
- ✿ D2. Elaboración de escritura de constitución
- ✿ D3. Firma notarial y de involucrados en escritura de constitución.

E. Gestión de requerimientos legales.

- ✿ E1. Presentación de la escritura al registro de comercio
- ✿ E2. Inscripción de Escritura de Sociedad en Registro de Comercio
- ✿ E3. Tramite de número de registro patronal ISSS
- ✿ E4. Tramite de número de registro patronal AFP
- ✿ E5. Obtener solvencia DIGESTYC
- ✿ E6. Obtención de permiso de la alcaldía municipal de La libertad
- ✿ E7. Inscribir empresa en ministerio de trabajo
- ✿ E8. Licencia de funcionamiento o activación de la empresa turística en unidad de salud.
- ✿ E9. Archivar documentación legalizada.

13.2.3.3 Financiamiento

Se establece todo lo concerniente a la gestión, administración, seguimiento y control del recurso financiero para la óptima utilización del mismo durante la ejecución del proyecto.

13.2.3.3.1 Descripción de paquetes de trabajo

✿ **Evaluación y selección de las fuentes de financiamiento**

Se procederá a realizar un análisis del presupuesto y la inversión que se necesita lo cual ha sido obtenido en el documento del proyecto y se buscara financiamiento a través de diferentes instituciones de apoyo y otros medios, para lo cual se analizara primero el capital propio que se maneja, listando las propiedades de las cooperativas y conociendo los aportes de estas y su valor en dinero, luego se revisara y obtendrá el listado de instituciones de apoyo, se buscara mecanismos para obtener financiamiento del FOMILENIO II, tomando en cuenta los requerimientos que cada cooperativa necesita solventar para ello, todo estos trámites serán realizados por los encargados del área financiera junto con el gerente del proyecto, así como con la participación de la junta directiva.

✿ **Administración de los recursos financieros**

Se desarrolla la planificación de los desembolsos e ingresos que se obtengan según la secuencia de actividades que se vayan desarrollando, es decir acá se definirá como se llevara el registro de los mismos y el manejo de la información.

El encargado de la administración llevara un registro de todo lo que se ha planificado desembolsar para la implementación del proyecto y por lo tanto un registro de cada desembolso e ingreso de recursos o dinero que se realice, el registro podrá ser elaborado de forma manuscrita o de manera electrónica.

El registro para el caso de los desembolsos debe incluir principalmente la descripción de cada unidad a comprar, la cantidad, el precio por unidad y total, los proveedores de cada

elemento, encargado de compra, numero de factura o comprobante y otros aspectos que se crean necesarios en su momento. Para el caso de ingresos se debe describir el tipo de ingreso, de donde provienen y el fin último de este. Todo esto deberá ser dado a conocer como informe general al presidente y a los representantes de cada playa de manera que se pueda asegurar la transparencia en el manejo de fondos incrementando la confianza entre sus participantes.

Establecer los parámetros por medio de los cuales se hará el control de gastos de los desembolsos asignados. Dichos parámetros de control de fondos se llevaran a cabo a través de los registros, facturas y a través de formatos de control en los cuales se tendrá las actividades y los gastos de cada actividad así como el avance del cumplimiento de dichos gastos que se irán chequeando en el mismo.

13.2.3.3.2 Descripción de actividades

F. Evaluación y selección de las fuentes de financiamiento

- ✿ F1. Determinación de la inversión total y de los fondos de capital propios
- ✿ F2. Identificar requerimiento de desembolsos del FOMILENIO
- ✿ F3. Obtención de respuesta del MINEC y envío de requerimientos si fuese solicitado
- ✿ F4. Recibimiento de apoyo financiero
- ✿ F5. Gestión de crédito bancario y apertura de cuenta bancaria para fondos obtenidos por los medios solicitados.
- ✿ F6. Presentación de informe a junta directiva.

G. Administración de los recursos financieros

- ✿ G1. Desarrollo del plan de desembolsos
- ✿ G2. Elaboración de medio de registro
- ✿ G3. Divulgación del plan de desembolsos
- ✿ G4. Ajuste del plan de desembolsos en caso necesario
- ✿ G5. Establecimiento de parámetros de control
- ✿ G6. Divulgación de avance según el control que se lleva a cabo

13.2.3.4 Promoción

Por medio de este sub sistema se pretende realizar todas aquellas actividades para dar a conocer el producto turístico a través del desarrollo de publicidad que pueda ser observada por el turista desde el momento de la implementación del proyecto turístico en la zona y a lo largo de su operación.

13.2.3.4.1 Descripción de paquetes de trabajo

✿ **Contratación de la empresa publicitaria**

Se llevará a cabo la identificación, evaluación, selección y contratación de la empresa encargada de la publicidad del producto turístico

✿ **Establecimiento del plan promocional**

Se establecerá el plan promocional del producto en coordinación con la empresa publicitaria; en donde se definirán la imagen, contenido, diseño y campaña publicitaria más adecuados.

13.2.3.4.2 Descripción de actividades

H. Contratación de la empresa publicitaria

- ✿ H1. Identificar los recursos publicitarios necesarios para la señalización.
- ✿ H2. Evaluar de acuerdo a requerimientos de MITUR para señalización turística.
- ✿ H3. Selección elementos y medios publicitarios turísticos para el municipio.
- ✿ H4. Contratación de personal residente en la zona para elaboración de algunas señales y otros

I. Establecimiento del plan promocional

- ✿ I1. Asignar encargado de señalización.
- ✿ I2. Envío de especificaciones de señalización que se requiere
- ✿ I3. Recibir todas las propuestas y cotizaciones de diseño.
- ✿ I4. Análisis de propuestas de diseño de señalización de acceso recibida y cotizaciones
- ✿ I5. Análisis de propuestas de señalización dentro de la zona turística y cotizaciones.
- ✿ I6. Selección de propuestas de diseño.
- ✿ I7. Envío de propuesta elegida con observaciones o requerimientos especiales.
- ✿ I8. Recibimiento de elementos de señalización.
- ✿ I9. Proceso de señalización.
- ✿ I10. Control de actividades de señalización.
- ✿ I11. Determinar todo el tipo de promoción que se realizará.

13.2.3.5 Capacitaciones (Recurso humano)

Se establece todo lo concerniente a la selección, preparación y evaluación del recurso humano a ser contratado para la operación del proyecto y de los asociados de las cooperativas que participaran.

13.2.3.5.1 Descripción de paquetes de trabajo

✿ Evaluación y Selección del Personal

Conocer y evaluar a los aspirantes previamente seleccionados, para medir si sus habilidades cumplen con las expectativas que requiere el puesto ofrecido. Para el caso, la selección del personal se prioriza para los miembros de la cooperativa, se llamara a los miembros de las cooperativas que puedan aspirar a cargos y si están de acuerdo a someterse tendrán la oportunidad de estar en uno de estos cargos y los que no puedan ser desempeñados por ellos se contrataran externamente, cabe mencionar que recibieran el conocimiento necesario para ello a través de capacitaciones.

✿ Capacitación del personal

Se determina la capacitación del personal en relación a administración, calidad y todo lo relacionado a brindar el mejor servicio turístico en la zona a través de diferentes instituciones que brindan este tipo de capacitaciones como CENTROMYPE, FEPADE etc. a las cuales se les enviara la solicitud de los requerimientos de capacitación.

13.2.3.5.2 Paquete de trabajo

J Evaluación y Selección del Personal

- ✿ J1 Envío de solicitud para representante de alcaldía
- ✿ J2 Envío de solicitud para representante de ministerio de turismo.

- ✿ J3 Entrevista con cooperativistas (él envió de solicitud y entrevista de cooperativistas pasa selección comité turístico estará a cargo de los presidentes de las cooperativas, asociaciones y ADESCO).
- ✿ J4 Evaluación y selección de junta directiva
- ✿ J5 Junta directiva entrevistara y evaluara personal operativo del turismo
- ✿ J6 Selección de aspirantes cooperativistas
- ✿ J7 Selección de los aspirantes externos
- ✿ J8 Contratación

K Capacitación del personal

- ✿ K1 Elaboración de requerimientos de capacitación
- ✿ K2 Envío de solicitud de capacitación a las diferentes instituciones identificadas para ello.
- ✿ K3 Recibir información sobre las capacitaciones y servicios ofrecidos por instituciones de capacitación
- ✿ K.4 Envío de aceptación del servicio a institución de capacitación.
- ✿ K5 Preparación del personal a capacitar (dividirlos en grupos, definir el tipo de capacitación y los horarios accesibles para ellos)
- ✿ K6 Desarrollo de las capacitaciones

13.2.3.6 Equipamiento

Este subsistema se encarga de la adquisición e instalación de equipo y mobiliario necesarios para el funcionamiento de la empresa turística.

13.2.3.6.1 Descripción de paquetes de trabajo

✿ **Adquisición de equipo y mobiliario**

Identificar, cotizar y evaluar a los proveedores de equipo y mobiliario de oficina para atención y recepción de turistas y el equipo requerido para la realización de las diferentes actividades que lo requieren en cada iniciativa.

✿ **Instalación de Equipo y mobiliario**

Se procederá a la instalación del mobiliario y equipo de oficina adquirido, así como también al adiestramiento del personal para su adecuada utilización.

13.2.3.6.2 Descripción de actividades

L. Adquisición de equipo y mobiliario

- ✿ L1. Identificar proveedores nacionales y/o extranjeros
- ✿ L2. Cotización de mobiliario y equipo
- ✿ L3. Evaluar y seleccionar mejor alternativa
- ✿ L4. Tramitar el aval de la solicitud o autorización de compra
- ✿ L5. Realizar compra de mobiliario y equipo
- ✿ L6. Recibir mobiliario y equipo

M. instalar mobiliario y equipo

- ✿ M1. Instalación de equipo es los lugares asignados.
- ✿ M2. Comparar lo presupuestado para equipo y mobiliario con lo comprado realmente.
- ✿ M3. Reportar informe a encargado de financiamiento.

13.2.3.7 Puesta en marcha

Se realizan las revisiones y preparación de todo lo necesario para llevar a cabo de una forma óptima el servicio turístico

13.2.3.7.1 Descripción de paquetes de trabajo

🌟 Operación inicial

Se determinan las acciones iniciales para poner en marcha el Plan de Desarrollo turístico según las propuestas, y revisar que todo marche bien.

🌟 Cierre del proyecto

Se determinan todo lo relacionado al cierre del proyecto, desde la terminación y cancelación de cuentas y otros documentos, hasta la elaboración del informe de terminación del proyecto. Se procede a la realización de los informes correspondientes al cierre del proyecto, esto lo realiza por los encargados del proyecto.

13.2.3.7.2 Descripción de actividades

N. Operación inicial

- 🌟 N1. Planificación de las visitas piloto
- 🌟 N2. Programar las primeras visitas
- 🌟 N3. Reunión con todos los empleados para ultimar detalles

O. Cierre del proyecto

- 🌟 O1. Terminación de todos los contratos y aspectos legales
- 🌟 O2. Cancelación de cuentas
- 🌟 O3. Comunicación del cierre del proyecto a la encargados.
- 🌟 O4. Desarrollo de informes contable y financiero
- 🌟 O5. Elaboración del informe de terminación del proyecto
- 🌟 O6. Entrega del informe de terminación del proyecto.

Para la determinación de la duración de proyecto se hará uso de LA TÉCNICA DE REVISIÓN Y EVALUACIÓN DE PROGRAMAS comúnmente abreviada como PERT, es un modelo para la administración y gestión de proyectos, PERT es básicamente un método para analizar las tareas involucradas en completar un proyecto dado, especialmente el tiempo para completar cada tarea, e identificar el tiempo mínimo necesario para completar el proyecto total.

Metodología

La metodología aceptada para dibujar una malla PERT, es llamada “Actividad en el Nodo”, siendo ésta la más utilizada en la actualidad.

Cada nodo contiene la siguiente información sobre la actividad:

- 🌟 Nombre de la actividad.
- 🌟 Duración esperada de la actividad (t)
- 🌟 Tiempo de inicio más temprano (ES)
- 🌟 Tiempo de término más temprano (EF)
- 🌟 Tiempo de inicio más tardío (LS)
- 🌟 Tiempo de término más tardío (LF)
- 🌟 Holgura de la Actividad (H)

Cálculo de los tiempos de inicio y término más tempranos

El tiempo de inicio más temprano y de término más temprano para cada actividad del proyecto, se calculan desde el nodo de inicio hacia el nodo de término del proyecto según la siguiente relación:

$$EF = ES + T$$

Donde (t) es el tiempo esperado de duración de la actividad y donde ES queda definida según la siguiente regla:

Regla del tiempo de inicio más temprano:

El tiempo de inicio más temprano, ES, de una actividad específica, es igual al mayor de los tiempos EF de todas las actividades que la preceden directamente.

El tiempo de inicio más temprano de las actividades que comienzan en el nodo de inicio del proyecto es cero (0).

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:

$$LS = LF - T$$

Donde (t) es el tiempo esperado de duración de la actividad y donde LF queda definida según la siguiente regla:

Regla del tiempo de término más tardío:

El tiempo de término más tardío, LF, de una actividad específica, es igual al menor de los tiempos LS de todas las actividades que comienzan exactamente después de ella.

El tiempo de término más tardío de las actividades que terminan en el nodo de término del proyecto es igual a la duración esperada del proyecto (T).

Holguras, actividades críticas y rutas críticas

La Holgura de una actividad, es el tiempo que tiene ésta disponible para, ya sea, atrasarse en su fecha de inicio, o bien alargarse en su tiempo esperado de ejecución, sin que ello provoque retraso alguno en la fecha de término del proyecto.

La holgura de una actividad se calcula de la siguiente forma:

$$H = LF - EF$$

o bien

$$H = LS - ES$$

Actividades críticas

Se denomina actividades críticas a aquellas actividades cuya holgura es nula y que por lo tanto, si se retrasan en su fecha de inicio o se alargan en su ejecución más allá de su duración esperada, provocarán un retraso exactamente igual en tiempo en la fecha de término del proyecto.

Rutas críticas

Se denomina rutas críticas a los caminos continuos entre el nodo de inicio y el nodo de término del proyecto, cuyos arcos componentes son todas las actividades críticas.

Las rutas críticas se nombran por la secuencia de actividades críticas que la componen o bien por la secuencia de nodos por los que atraviesa.

A continuación se presenta los resultados de la utilización de las formulas anteriores:

13.2.4 Lista de actividades, duración y precedencia

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.

En la tabla que se muestra a continuación se muestra los paquetes desglosados en sus actividades y la duración aproximada de las mismas, así como la precedencia de las actividades para conocer cuáles deben estar terminadas para comenzar otra actividad y cuales pueden realizarse de forma paralela.

Tabla 234: Lista de actividades de la administración del proyecto

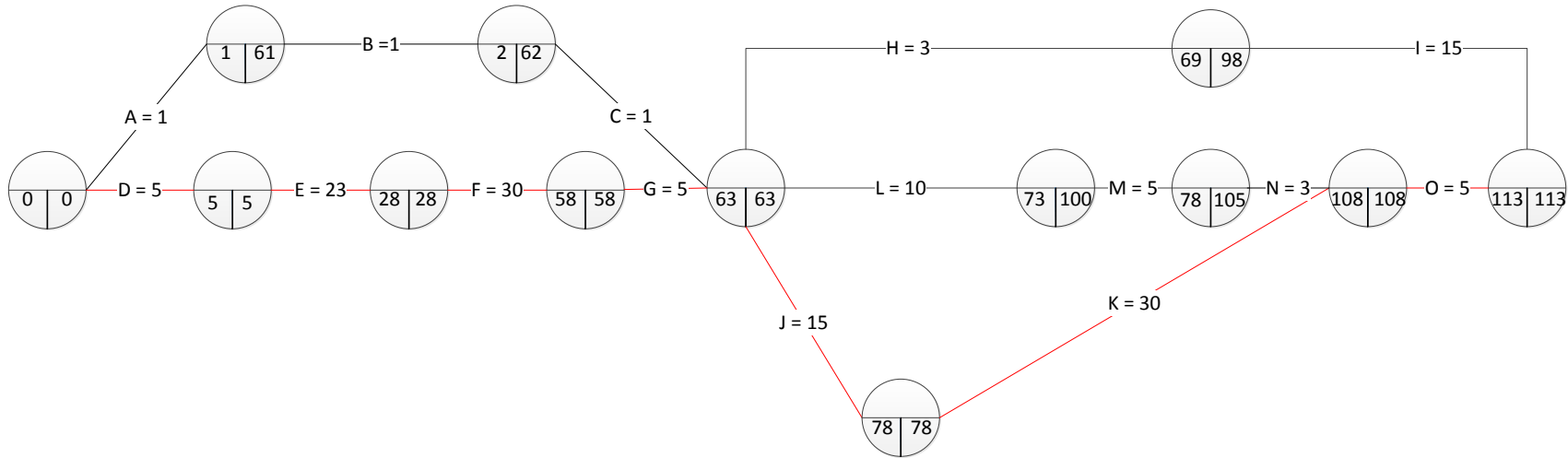
ID	ACTIVIDAD	SUBSISTEMA	DURACIÓN	PRECEDENCIA
A	Información general	Integración	1	-
B	Acuerdo de participación	Integración	1	A
C	Términos de la relación de integración	Integración	1	B
D	Contratación notarial	Legalización	5	-
E	Gestión de requerimientos legales	Legalización	23	D
F	Evaluación y selección de las fuentes de financiamiento	Financiamiento	30	-
G	Administración de los recursos financieros	Financiamiento	5	E,F

H	Contratación de la empresa publicitaria	Promoción	3	C, G
I	Establecimiento del plan promocional	Promoción	15	H
J	J Evaluación y Selección del Personal	Recursos Humano	15	C
K	K Capacitación del personal	Recursos Humano	30	J
L	Adquisición de equipo y mobiliario	Equipamiento	10	C, G
M	Instalación de equipo y mobiliario	Equipamiento	5	L
N	Operación inicial	Puesta en marcha	3	K,M
O	Cierre del proyecto	Puesta en marcha	5	N

Fuente: Elaboración Propia

13.2.5 Desarrollo de la red PERT CPM

A continuación demuestra la red donde se ha calculado la duración y secuencia de cada paquete de trabajo así como el tiempo más tardío y más temprano de inicio y finalización, dicho calculo con el fin de determinar la duración total del proyecto y las rutas critica que son los paquete de trabajo que deben de determinarse en el tiempo definido para que el proyecto no se atrase e su desarrollo.



13.2.6 Ruta crítica definida

En la red mostrada anteriormente se pueden ver las actividades a desarrollar para la implementación del proyecto y la precedencia de actividades así como la ruta crítica (la cual está señalada con líneas rojas) que muestra las actividades que atrasarían el proyecto total si estas sufrieran un atraso, por lo cual son las actividades que deben de enfocarse con mayor cuidado. Luego de desarrollar la técnica Pert se determinó la duración óptima del proyecto lo cual muestra que la duración del proyecto será de 113 días, considerando que se trabajara con una política de lunes a sábado lo cual requerirá de 5 meses comenzando el 2 de marzo del 2015

No.	ID	Tiempo de la actividad	Ruta critica
1	A	1	NO
2	B	1	NO
3	C	1	NO
4	D	5	SI
5	E	23	SI
6	F	30	SI
7	G	5	SI
8	H	3	NO
9	I	15	NO
10	J	15	SI
11	K	30	SI
12	L	10	NO
13	M	5	NO
14	N	3	NO
15	O	5	SI

13.2.7 Plan de trabajo

ID	ACTIVIDAD	DURACION	INICIO	FINAL
A	Información general	1	Lun 02/03/15	Lun 02/03/15
B	Acuerdo de participación	1	Mar 03/03/15	Mar 03/03/15
C	Términos de la relación de integración	1	Mie 04/03/15	Mie 04/03/15
D	Contratación notarial	5	Lun 02/03/15	Vie 06/03/15
E	Gestión de requerimientos legales	23	Lun 09/03/15	Mier 08/04/15
F	Evaluación y selección de las fuentes de financiamiento	30	Jue 09/04/15	Mier 20/05/15
G	Administración de los recursos financieros	5	Jue 21/05/15	Mier 27/05/15
H	Contratación de la empresa publicitaria	3	Jue 28/05/15	Lun 01/06/15
I	Establecimiento del plan promocional	15	Mar 02/06/15	Lun 22/06/15
J	Evaluación y Selección del Personal	15	Jue 28/06/15	Mier 17/06/15
K	Capacitación del personal	30	Jue 18/06/15	Mier 29/07/15
L	Adquisición de equipo y mobiliario	10	Jue 28/06/15	Mie 10/06/15
M	Instalación de equipo y mobiliario	5	Jue 11/06/15	Mie 17/06/15
N	Operación inicial	3	Jue 30/07/15	Lun 03/08/15
O	Cierre del proyecto	5	Mar 04/08/15	Lun 10/08/15

13.2.8 Diagrama de GANTT

El siguiente diagrama muestra gráficamente el tiempo que se tardara cada actividad para que se lleve un control del cumplimiento Estimado del mismo.

Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	01-mar-15	08-mar-15	15-mar-15	22-mar-15	29-mar-15	05-abr-15	12-abr-15	19-abr-15	26-abr-15	03-may-15	10-may-15	17-may-15	24-may-15	31-may-15	07-jun-15	14-jun-15	21-jun-15	28-jun-15	05-jul-15	12-jul-15	19-jul-15	26-jul-15	02-ago-15	09-ago-15	16-ago-15	
				Information general	1 día	lun 02/03/15	lun 02/03/15	▼																					
Acuerdo de participación	1 día	mar 03/03/15	mar 03/03/15	▼																									
Términos de la relación de integración	1 día	mié 04/03/15	mié 04/03/15	▼																									
Contratación notarial	5 días	lun 02/03/15	vie 06/03/15	▼																									
Gestión de requerimientos legales	23 días	lun 09/03/15	mié 08/04/15		▼																								
Evaluación y selección de las fuentes de financiamiento	30 días	jue 09/04/15	mié 20/05/15						▼																				
Administración de los recursos financieros	5 días	jue 21/05/15	mié 27/05/15												▼														
Contratación de la empresa publicitaria	3 días	jue 28/05/15	lun 01/06/15														▼												
Establecimiento del plan promocional	15 días	mar 02/06/15	lun 22/06/15															▼											
Evaluación y Selección del Personal	15 días	jue 28/05/15	mié 17/06/15																▼										
Capacitación del personal	30 días	jue 18/06/15	mié 29/07/15																		▼								
Adquisición de equipo y mobiliario	10 días	jue 28/05/15	mié 10/06/15																			▼							
Instalación de equipo y mobiliario	5 días	jue 11/06/15	mié 17/06/15																										
Operación inicial	3 días	jue 30/07/15	lun 03/08/15																										
Cierre del proyecto	5 días	mar 04/08/15	lun 10/08/15																										

13.3 Organización de la ejecución

La organización del proyecto se realiza para hacer la asignación de los recursos necesarios en cada una de las actividades para poder llevar a cabo la ejecución del proyecto. La estructura organizativa que se presenta a continuación será útil únicamente mientras se desarrolla el proyecto, es decir, esta finaliza al momento que el proyecto está listo para iniciar operaciones.

Tipo de organización

- ✿ **Funcional:** La organización por funciones reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se denominan funciones. Es el tipo de estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea.
- ✿ **Matricial:** Este tipo de organización ya existen en la empresa con las funciones básicas que desarrolla, se nombre un encargado del proyecto quien obedecen en aspectos técnicos, la organización administra los recursos.
- ✿ **Exclusiva:** se desarrolla en un proyecto nuevo, de alta inversión y de tipo corto. Existe gerente de proyecto quien tiene toda la autoridad, es un organización descentralizada de la unidad dueñas del proyecto.

13.3.1 Estructura Organizativa

Debido a las características que presenta el proyecto, se adoptará una estructura organizativa EXCLUSIVA en la cual habrá un encargado cuya responsabilidad será de ejecutar cada uno de los subsistemas para alcanzar los objetivos preestablecidos.

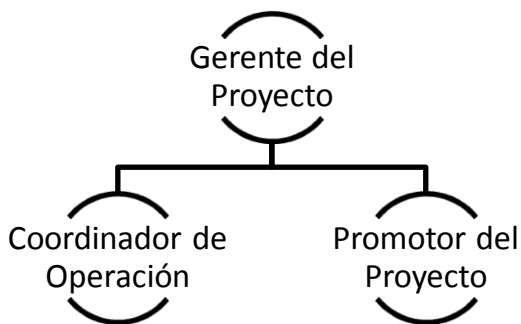
13.3.1.1 Organización Exclusiva

Se desarrolla en un proyecto nuevo, de alta inversión y de tipo corto. Existe un gerente de proyecto quien tiene toda la autoridad, es una organización descentralizada de la unidad dueña del proyecto. Es independiente.

Por lo tanto, para lograr un funcionamiento óptimo y eficaz, con tal de mantener las formalidades pertinentes en los aspectos administrativos, se determina que se contará con dos niveles de jerárquicos de organización.

El organigrama siguiente muestra el tipo de organización exclusiva que será adoptada por el proyecto, la cual estará vigente hasta que la empresa inicie sus operaciones; y los dos niveles de jerárquicos de organización.

ESQUEMA 19: Estructura Organizativa de la Administración del proyecto



Fuente: Elaboración propia

13.3.1.1.1 Descripción de Funciones

Con el fin de lograr los objetivos propuestos para la construcción, instalación y puesta en marcha del plan de desarrollo turístico-sostenible, se debe establecer una estructura organizativa en la cual existan encargados de ejecutar y desarrollar cada una de las actividades de los subsistemas que componen el desglose analítico

13.3.1.1.1.1 Funciones Claves

Gerente del Proyecto

Constituye la máxima autoridad del proyecto, se encuentra en el nivel directivo. Tiene la obligación de planificar, coordinar, evaluar y dar seguimiento a los paquetes de trabajo predefinidos, y verificar que se cumplan los objetivos establecidos para estos. Asume la responsabilidad de dirigir y evaluar a los jefes del nivel operativo, verificando que todas las actividades se desarrollen de acuerdo a las políticas, estrategias y objetivos definidos para cada uno de los subsistemas.

Promotor del proyecto

Su responsabilidad radica en llevar a cabo todas las funciones del proceso administrativo: planificación, supervisión, coordinación, control de las actividades que están relacionadas con la administración de recursos humanos, financieros, y legales; es decir aquellas actividades administrativas. Además de lograr una óptima combinación de todos los recursos, de manera que sean aprovechados en su totalidad y se cumpla con el objetivo general del proyecto.

Coordinador de Operaciones

Tiene como función principal planear, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar aquellas actividades relacionadas con aspectos técnicos, logrando optimizar los recursos que intervienen en estas, y sobre todo que se cumplan los objetivos concernientes que dirigen al logro del objetivo del proyecto. Es el responsable de supervisar la subcontratación y entrega de la obra civil, las actividades que comprende el equipamiento, así como también la instalación y puesta en marcha. Debe verificar todo lo relacionado con la prueba piloto.

13.4 CONTROL DE LA EJECUCIÓN

Dado que la ejecución del proyecto es la etapa que requiere mayor cantidad de recursos, es preciso establecer una estrecha coordinación entre las necesidades de flujo de dinero disponible y la programación de las diferentes actividades definidas en la agenda. Los compromisos establecidos con los proveedores de capital e inversionistas derivado de las negociaciones y consignados en los diversos contratos de participación, obliga a la gerencia del proyecto y su grupo, a definir con suficiente claridad los procedimientos para garantizar el flujo oportuno así como el control y supervisión de cada actividad que se realice en por el ello que debe determinarse la forma en que estas actividades y elementos básicos de disposición para la ejecución del mismo deben ser manejados por lo que se realizaran diferentes controles a través de indicadores y una serie de recomendaciones a tomar en cuenta para la supervisión de estas, comparando el desempeño de las actividades reales contra las programadas. Este seguimiento se hace más efectivo para aquellas actividades que son más difíciles de llevar a cabo por la limitación de recursos, muchas veces estas limitaciones son especialmente de tiempo.

El control se realizara a través de la verificación del cumplimiento de actividades según lo programado principalmente, en donde hay factores que deben dárseles seguimiento tales como

los costos, calidad, plazos y metas. Como parte del proceso de control se encuentran las siguientes actividades:

- ✿ Supervisión
- ✿ Control de cambios: Se deberá evaluar y documentar ajustes y sus impactos sobre la programación previa.
- ✿ Control del cronograma.
- ✿ Control de costos.: La gerencia debe asegurarse de que el proyecto se ejecute dentro del presupuesto.
- ✿ Control de calidad: verificar cumplimiento de acuerdos con empresas constructoras en cuanto diseño y tiempo.

Tabla 235: Indicadores de la Administración del Proyecto

NOMBRE DEL INDICADOR	DESCRIPCION	FORMULA
CUMPLIMIENTO DE PRESUPUESTO	Se mide por el presupuesto ejecutado en el momento del control, como proporción del presupuesto inicial	$ICC = (\text{Presupuesto ejecutado} / \text{Presupuesto inicial}) * 100$
CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES	Mide el avance de las actividades especificadas a realizar en toda la implementación	$ICA = (\text{actividades terminadas} / \text{actividades totales a realizar}) * 100$
AVANCE DE INFRAESTRUCTURA	Implica el control de la cantidad de obra realizada.	$IAF = (\text{Obra ejecutada} / \text{Obra total}) * 100$
ASIGNACION DE RECURSOS	Determina la cantidad de recursos que han sido utilizados en comparación a su asignación	$AR = (\text{recursos asignados} / \text{recursos requeridos}) * 100$
CUMPLIMIENTO DE DURACION DE CADA ACTIVIDAD	Mide el cumplimiento que se ha tenido en terminar cada actividad del proyecto según lo programado.	$CDA = (\text{duración programada de la actividad} / \text{duración real}) * 100$

Fuente: Elaboración propia

La supervisión y el control son la actividades base para la gerencia en el sitio y tienen que ser hechas con eficiencia y eficacia. Existen tres componentes esenciales:

- ✿ Reunir la información acerca de los logros actuales del proyecto.
- ✿ Procesar la información en reportes simples para comparar lo planeado y el progreso actual de una manera que pueda ser rápidamente entendida
- ✿ Tomar la acción necesaria de control y re planear si es necesario.

13.4.1 Seguimiento y control de Indicadores

Este se llevara a cabo en base a la información proporcionada por el sistema de indicadores presentado en el apartado anterior con el fin de determinar el nivel de cumplimiento de cada uno de los objetivos trazados respecto al tiempo especificado.

Tabla 236: Niveles de cumplimiento de las actividades

INDICADOR (Nombre)	RANGO				ORIGEN	FECHA DE VERIFICACION	OBSERVACIONES
	Naranja (>100%)	Verde (95%-100%)	Amarillo (94,5-85%)	Rojo (<85%)			
CUMPLIMIENTO DE PRESUPUESTO							
CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES							
AVANCE DE INFRAESTRUCTURA							
ASIGNACION DE RECURSOS							
CUMPLIMIENTO DE DURACION DE CADA ACTIVIDAD							

Fuente: Elaboración Propia

13.4.2 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 logran 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 por falta de dinero el cual fue excedido en otras actividades, por lo tanto el encargado de la parte financiera y el gerente general deben procurar :
 - Evitar que las actividades consuman más recursos de los previstos
 - Garantizar que los desembolsos se encuentren disponibles oportunamente.
- 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.

13.4.3 Matriz de responsabilidades

La matriz de responsabilidades se utiliza para definir papeles y atribuir responsabilidades para cada una de las actividades relacionadas con los recursos, de tal modo que se asegure cada uno de los componentes del alcance este asignado a un individuo o a un equipo.

Su objetivo es analizar y definir las funciones y responsabilidades de los diversos actores y participantes en el proyecto

Consta de una tabla que tiene doble entrada, en la cual el nombre de las unidades organizacionales responsables del proyecto se cruza con el listado de tareas por hacer Para el desarrollo de esta matriz se definen a continuación las funciones principales a llevar a cabo por los responsables del proyecto.

- ✿ **Planeación (P):** Son todas las tareas o actividades orientadas hacia el cumplimiento de objetivos y metas. Esto incluye la previsión, comprobación y regulación del tiempo que se ha invertido en las operaciones que componen el proyecto.
- ✿ **Organización (O):** La Organización es la distribución de los Recursos para el desarrollo de las diferentes actividades que se ejecutaran dentro de la implantación del Plan del Desarrollo Turístico
- ✿ **Dirección (D):** La Dirección consiste en indicar el camino a seguir, la metodología o procedimiento para el desarrollo de las diferentes actividades que se ejecutaran dentro de la implantación del proyecto.
- ✿ **Ejecución (E):** La Ejecución se lleva a cabo a partir de una previa Planificación, Organización y Asignación de Recursos. La ejecución consiste en la realización de las actividades según la asignación de recursos.
- ✿ **Controlar (C):** Son las actividades involucradas en el monitoreo, supervisión y evaluación de tareas planificadas.

Tabla 237: Matriz de Responsabilidades de la Administración del Proyecto

ID	Descripción de actividades	Gerente del proyecto	Jefe operativo	Jefe administrativo
A	Información general	P, O, D, C		E
B	Acuerdo de participación	P, O, D, C, E		
C	Términos de la relación de integración	P, O, D	E,	D, E
D	Contratación notarial	P, O, D, C		C
E	Gestión de requerimientos legales	P, O, D, C		E
F	Evaluación y selección de las fuentes de financiamiento	P, O, D, C	E	E, C
G	Administración de los recursos financieros	P, O	-----	E, C
H	Contratación de la empresa publicitaria	P, O, D, C	E	E, C
I	Establecimiento del plan promocional	P, O	D, C, E	-----
J	J Evaluación y Selección del Personal	E	C	O, D
K	K Capacitación del personal	P	O, D, E	C
L	Adquisición de equipo y mobiliario	E	C	O, D
M	Instalación de equipo y mobiliario	P	O, D, E	C
N	Operación inicial	P, O	C	E
O	Cierre del proyecto	O	E	D, C

Fuente: Elaboración Propia

MANUAL DE PUESTOS

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE APLICADO EN LA MICROREGION CUMBRES DEL MAR EN LAS PLAYAS: EL OBISPO, SAN BLAS, EL ZONTE, EL SUNZAL, EL MAHAUAL Y EL PALMARCITO

ELABORO:

VICTORIA ESTELA ALVARADO PORTILLO

NORMA ILIANA DIAZ ALVARADO

PATRICIA GUADALUPE MARROQUIN SALEH

DANIEL ARMANDO PEREZ FLORES

PAGINA: ¼

FECHA: 15/11/2014

REVISION:

MANUAL DE PUESTOS

PUESTO: GERENTE DEL PROYECTO	CODIGO: GTPRO	Página: 2/4
------------------------------	---------------	-------------

UNIDADES BAJO MANDO: TODAS	Fecha revisión:	Fecha elaboración: 15/11/2014
----------------------------	-----------------	-------------------------------

DESCRIPCION: El gerente de proyecto debe de garantizar que se cumplan los objetivos del proyecto y que el cliente este satisfecho por el alcance del trabajo se ha completado con calidad, dentro del presupuesto y a tiempo.

El gerente de proyecto es un ingrediente clave en el éxito de un proyecto y debe de poseer un conjunto de habilidades que ayuden al equipo de proyecto a tener éxito, el gerente de proyecto logra resultados a través del equipo del proyecto.

ABILIDADES:

- liderazgo
- capaz de comunicarse efectivamente
- Capaz para entender el funcionamiento interno de una organización
- Asertividad
- Tolerancia a la ambigüedad
- Empoderamiento
- Capaz de resolver problemas. Percibir la urgencia real de determinadas tareas y actuar de manera consecuente para alcanzar su realización en plazos muy breves de tiempo.

RESPONSABILIDADES:

- Planificar, organizar y administrar todas las actividades
- Delegar responsabilidades para la implementación de los diferentes entregables
- Contactar y realizar acuerdo con las organizaciones pertinentes para la realización de las capacitaciones.
- Elaborar la programación
- Llevar el control financiero.
- Destinar los recursos a los diferentes paquetes de trabajo.
- Toma de decisiones y responsabilidad en cuanto a cambios que puedan surgir en la implementación del sistema
- Proporcionar informes sobre el avance de la implantación
- Comprobar el cumplimiento de metas.
- Verificar las políticas de la ejecución del proyecto.

PERFIL:

- Graduado o egresado de ingeniería industrial
- Alto conocimiento en administración de proyectos
- Posgrado en salud ocupacional
- Acostumbrado a trabajar bajo presión

MANUAL DE PUESTOS

PUESTO: PROMOTOR DEL PROYECTO	CODIGO: PDP	Página: 3/4
-------------------------------	-------------	-------------

UNIDADES BAJO MANDO: NINGUNA	Fecha revisión:	Fecha elaboración: 15/11/2014
------------------------------	-----------------	-------------------------------

Descripción: Ser el responsable del cumplimiento de las partes operativas que conformaran el proyecto, así como de la infraestructura y del equipo idóneo para el proyecto.

ABILIDADES:

- Orientación a resultados
- Capacidad para definir directrices
- Debe relacionarse con firmeza y amabilidad
- capaz de integrar y conformar equipos
- Capacidad para convocar
- Pensamiento Lógico
- Dinámico
- Líder
- responsable

FUNCIONES:

- Gestionar y cotizar los equipos óptimos para el proyecto.
- Capacitar el personal idóneo para realizar correctamente sus tareas.
- Elaborar Informes de gastos.
- Establecer las fuentes abastecedoras de materia prima y suministros.
- Controlar inventario de equipo y personas.
- Elaborar informes mensuales al gerente del proyecto para constatar el avance del proyecto.
- Gestionar permisos para la construcción de la planta.
- Elaborar el perfil y las necesidades para el personal de la prueba piloto

PERFIL:

- Graduado o egresado de ingeniería industrial
- Experiencia en administración de proyectos
- Acostumbrado a trabajar bajo presión

MANUAL DE PUESTOS

PUESTO: COORDINADOR DEL OPERACION

CODIGO: CDP

Página: 4/4

UNIDADES BAJO MANDO: NINGUNA

Fecha revisión:

Fecha elaboración: 15/11/2014

Descripción: Responsable en apoyar las tareas operativas, administrativas y financieras..

ABILIDADES:

- capaz de comunicarse efectivamente
- Orientación a resultados
- Capacidad para definir directrices
- Capacidad para convocar
- Debe relacionarse con firmeza y amabilidad
- capaz de integrar y conformar equipos

FUNCIONES:

- Llevar un estricto control de las operaciones cotidianas de transacciones económicas realizadas en el proyecto.
- Llevar un control de documentos tales como facturas, créditos fiscales, recibos, pagarés u otros, para respaldar todas las transacciones registradas en los libros contables.
- Realizar un estudio de los puestos de trabajo a utilizar
- Utilizar los medios necesarios para publicar anuncios donde se suscriban las necesidades de personal para la realización de la prueba piloto.
- Apoyar en la parte de supervisión de la prueba piloto.

PERFIL:

- Graduado o egresado de ingeniería industrial
- Experiencia en administración de proyectos
- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- con conocimiento de trámites legales

14 CONCLUSIONES

- El desarrollo turístico de una zona se verá acompañado por un desarrollo económico y social, el cual puede ser aprovechado para la venta del proyecto a los cooperantes internacionales, por ello se definieron los impactos que el desarrollo de ciertos programas dentro del plan de desarrollo turístico tendrá y vender estos programas como paquetes a distintos cooperantes.
- El involucramiento y participación de la Población es el factor clave dentro del plan de desarrollo turístico, siendo el elemento impulsor de desarrollo de programas o actividades, y motivado por herramientas como talleres y charlas.
- El desarrollo del turismo es un esfuerzo de nación, por los beneficios que conlleva, por ello es necesario que se coordinen los esfuerzos en publicidad y promoción por medio del MITUR, así mismo se deben dirigir estos esfuerzos por los medios más adecuados para que el mensaje sea claro y percibido por los visitantes potenciales. Por ello se debe vender la experiencia turística basada en el trato con la gente, y el valor agregado que representa la sostenibilidad ambiental de la práctica del turismo en la zona en estudio, preferiblemente por televisión, internet, y periódicos.
- El plan de desarrollo y publicidad debe dar a conocer aquellas playas que tengan un desarrollo en su sistema turístico tal que le permita sostener la visita de los turistas. Por ello es necesario que se desarrolle el plan de estandarización antes de echar a andar la promoción de los municipios, también es necesario hacer un esfuerzo extra por aquellos municipios que no sean tan reconocidos en la actualidad, como Chiltiupán.
- Es necesario que se implementen normas de calidad en el proceso del servicio, para ello es imperante que la microrregión “Cumbres del Mar” y sus playas se base en normas salvadoreñas, y en normas internacionales para su correcta aplicación.
- Con la implementación de un Programa de turismo sostenible se busca la coordinación de recursos así como la generación de procedimientos y políticas que garanticen la durabilidad de los recursos utilizados en el Turismo Sostenible. Sin embargo para lograr alcanzar los objetivos planteados para la gestión sostenible de los recursos depende del nivel de involucramiento de la población local y empresarios por conservar y cuidar de los mismos
- La calidad en la prestación de servicio turístico es la clave del éxito para proyectos de esta naturaleza, es importante tanto en el ámbito de atención al turista, alimentación, desarrollo de procesos, turísticos y administrativos, los cuales en conjunto deben brindar confort y satisfacción en el cliente con el fin de que este se convierta en el mejor instrumento de difusión.

15 RECOMENDACIONES

- ✿ Se ha definido todo en función del tamaño, capacidad instalada y carta de servicios propuesto, por lo tanto se le recomienda a la microrregión seguir estos lineamientos y protocolos de servicio, para un adecuado desempeño, considerando controles de calidad y siguiendo las buenas prácticas, definidas en este documento.
- ✿ Se le recomienda a la microrregión realizar buenas prácticas ambientales, ya que la comunidad cuenta con atractivos naturales, por esto es de vital importancia conservar la área de futuras contaminaciones y promover mayormente el turismo Sol y Playa
- ✿ Se recomienda a la contraparte buscar instituciones que le provean servicio de capacitaciones con respecto al servicio alimentación y alojamiento, entre otros, para poder brindar servicio con una mayor calidad, y en consecuencia atraer más turistas
- ✿ Fomentar el intercambio de información entre las microrregiones aledañas con el fin de dinamizar la resolución de problemas que puedan ser similares en cada caso.
- ✿ Capacitar constantemente al personal de los establecimientos de la microrregión “Cumbres del Mar” con el fin de estar siempre actualizado en temas de su interés.
- ✿ Establecer alianzas permanentes con organizaciones sociales internacionales tanto para promover los programas sociales así como también las iniciativas a implementar.
- ✿ Se recomienda realizar estudios de generación de cadenas de valor para los productos turísticos que se pueden ofrecer a los visitantes, ya que con ello generaría un mayor atractivo para aumentar la demanda de visitantes y por ende seguir ayudando al desarrollo socio-económico de las familias.

16 BIBLIOGRAFIA

✓ Fuentes

- ☞ Tesis de grado UES" Plan de desarrollo turístico para la zona sureste de Ahuachapán y oeste de Sonsonate"
- ☞ Tesis de grado UES " PLAN DE DESARROLLO ECO AGRO TURISMO SOSTENIBLE APLICADO A LA MICRO REGION LOS NONUALCOS"
- ☞ Tesis de grado UES,"GESTIÓN INTEGRAL TURÍSTICA RURAL SOSTENIBLE: APLICADA AL MUNICIPIO DE TAMANIQUE, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD"
- ☞ Almanaque de el salvador 262
- ☞ Planeación nacional del turismo 2014 en El Salvador
- ☞ "Evaluación de proyectos", Quinta Edición Gabriel Baca Urbina

✓ Página web

- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2013)// "Informe Nacional del Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales" // (En Línea) // Consultado 14/05/2013. Disponible en: <http://www.marn.gob.sv/>
- Ministerio de Turismo. // (2011) // "Informe Anual de Labores Junio 2011-Junio 2012" // (En Línea) // Consultado 15/06/2013. Disponible en: http://www.marn.gob.sv/phocadownload/InformeLabores_2011_2012.pdf
- Ministerio de Turismo. (2011) // "Buenas Practicas en Turismo"// (En línea) // Consultado 05/07/2013. Disponible en: <http://www.slideshare.net/MRAUSTIN/manual-de-buenas-practicas-en-turismo>.
- Corporación Salvadoreña de Turismo. (2012) // "Buenas Practicas en Turismo Sostenible"// (En línea) // Consultado 05/07/2013. Disponible en: <http://www.corsatur.gob.sv/>
- Ministerio de Turismo-Corporación salvadoreña de Turismo. (2012) // "Difusión y Socialización de Normas de Calidad Turística"// (En línea) // Consultado 07/07/2013. Disponible en: http://www.rainforestalliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.
- Salvadorean Tour. (2013)//"Listado de Tour Operadores"// (En línea) // Consultado 13/06/2013. Disponible en: <http://salvadorean-tours.com/el-salvador-tours-el-salvador>.
- El Salvador Impresionante.(2013)//"Listado de Tour Operadores"// (En línea) // Consultado15/06/2013. Disponible en: <http://www.elsalvador.travel/category/servicios/tour-operadores>.
- El Salvador Impresionante.(2013)//"Turismo de Aventura"// (En línea) // Consultado17/06/2013. Disponible en: <http://www.elsalvador.travel/ruta-al-parque-nacional-el-boqueron>
- Asociación Salvadoreña de Operadores Turísticos (ASOTUR).(2013)//"Listado de Tour Operadores"// (En línea) // Consultado15/06/2013. Disponible en: <http://www.asotur.org>.
- Directorio de El Salvador. (2013). //"Listado de Tour Operadores"// (En línea) // Consultado 21/06/2013. Disponible en: http://www.listasal.info/directorio/62/Operadoras_de_Turismo.

- Dirección General de Estadística y Censos. (2012)/// " Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2012". " // (En línea) // Consultado 10/07/2013. Disponible en: <http://www.digestyc.gob.sv/EHPM2012/digestyc/resultado.pdf>
- Ministerio de Economía- Dirección General de Estadística y Censos. (2007). /// " VI censo de población y V de vivienda 2007. // (En línea) // Consultado 11/07/2013. Disponible en: <http://www.censos.gob.sv/util/datos/Resultados%20VI%20Censo%20de%20Poblaci%C3%B3n%20V%20de%20Vivienda%202007.pdf>
- www.ri.ues.edu.sv.
- <http://www2.unwto.org/es>
- <http://www.pnud.org.sv>
- <http://www.digestyc.gob.sv>
- <http://www.corsatur.gob.sv>
- <http://mitur.gob.sv>
- <http://www.fundar.org.sv/>
- <http://www.prima.org.sv>
- <http://www.visitcentroamerica.com/>
- <http://www.defensoria.gob.sv>

18 GLOSARIO TECNICO

Actividad turística: Es aquella actividad económica que se realiza con el fin de generar ingresos, a partir de la venta a los turistas de algún tipo de bien o servicio.

Atractivo turístico: Cualquier punto o elemento del patrimonio natural y cultural de un sitio que sea capaz de motivar la visita por parte de los turistas. Punto o elemento atractivo para el turista.

Áreas Protegidas: Cualquier categoría de terreno que está oficialmente protegida por un gobierno nacional o internacional, estado, organización o agencia. Por definición, un área protegida debería estar segura del uso irrestricto de sus recursos.

Circuito turístico: Además de tener perfectamente definido el itinerario, incluye el alojamiento y la alimentación durante todo el recorrido, todo ello a un precio estipulado que sirve para comprar el conjunto de los servicios.

Comercialización Turística: es el conjunto de técnicas utilizables para vender un servicio de la forma más rentable posible.

Competitividad: Es el eje en torno al cual gravitan las transformaciones en la organización industrial, como la base de los nuevos enfoques de la empresa y de los nuevos modelos de comercio internacional.

Comunidades Locales: Las comunidades que están cerca o adyacentes a las áreas silvestres.

Demanda turística: Cantidad y calidad de bienes y servicios turísticos que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)

Desarrollo Económico: Transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado, el cual se logra a través de un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo, con el consiguiente aumento de los factores productivos disponibles y orientados a su mejor utilización; teniendo como resultado un crecimiento equitativo entre los sectores de la producción. El desarrollo implica mejores niveles de vida para la población y no sólo un crecimiento del producto, por lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos.

Desarrollo Local: Es un complejo proceso de concertación entre los agentes, sectores y fuerzas que interactúan dentro de los límites de un territorio determinado con el propósito de impulsar un proyecto común que combine la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial con el fin de elevar la calidad de vida y el bienestar de cada familia y ciudadano que viven en ese territorio o localidad.

Desarrollo sostenible: Proceso que conduce al desarrollo económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus necesidades.

Destino Turístico: Zona o área geográfica que es visitada por el turista. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

Empleo: El turismo genera empleos directos e indirectos. Entre los primeros se encuentran los relacionados con la hotelería, el alojamiento, los restaurantes, las ventas al detalle (tiendas orientadas al turista), transportes (aéreos, marítimos, autos de alquiler) y gobierno (planificación y administración del turismo, aduanas, licencias, investigación, capacitación, etc.). Los empleos indirectos, por su parte, se refieren a aquellos empleos vinculados a la construcción, la agricultura, la pesca y la producción manufacturera, entre otros.

Estudio de Mercado o Investigación de Mercado: Se entiende la obtención, el registro y el análisis de todos los hechos referentes a problemas relacionados con la comercialización de un bien o servicio.

Índice de desarrollo humano: Índice compuesto que mide el promedio de los avances en las tres dimensiones básicas que componen el desarrollo humano: vida larga y saludable, medida en función de la esperanza de vida al nacer; conocimientos, medidos en función de una combinación de la tasa de alfabetización de adultos; y la tasa bruta de matriculación combinada primaria, secundaria y terciaria; y nivel de vida digno, medido por el PIB per cápita (PPA en dólares).

Inversión: Se define como el empleo de capital en algún tipo de negocio con la finalidad de obtener mayores ganancias

Guía Turístico: Es el servicio en el cual una o más personas con conocimientos profesionales del área turística y de dos o más idiomas, realizan funciones de asesoría y apoyo al turista durante su viaje. Estos servicios generalmente son contratados para excursiones, circuitos, visitas, etc., ya sean grupales o individuales.

Inventario turístico: Debe entenderse como una descripción ordenada y calificada de aquellos elementos que constituyen las principales atracciones y objetos de interés para los turistas.

Mercado Potencial: Es el segmento de la demanda total que estaría dispuesto a adquirir el paquete turístico.

Mercado turístico: Lugar donde existe capacidad de gasto, donde se intercambia el producto turístico entre compradores (turistas, empresas) y vendedores (empresas).

Oferta turística: es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado.

Operador Turístico: Operador Turístico Llamado también Tour Operador. Empresa que crea y/o comercializa viajes todos incluido y/o presta servicios turísticos. Integra y opera sus propios servicios turísticos para venderlos a través de otras agencias, además de hacerlo directamente al público.

Producto Interno Bruto: El PIB es un indicador económico que expresa la “producción total para uso final de bienes y servicios de una economía, realizada tanto por residentes como por no

residentes, y considerada independientemente de la nacionalidad de los propietarios de los factores”.

Producto turístico: Es lo esencial de la actividad turística. Surge de la integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.

Promoción Turística: Dentro del contexto de la comunicación integrada, por promoción turística se entiende al conjunto de las acciones, públicas o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, región o una determinada comarca turística.

Publicidad: Es un conjunto de medios de divulgación para extender una noticia.

Recursos y atractivos turísticos: Análisis del inventario de Atractivos Turísticos de un destino. Los términos atractivo y recurso se diferencian de manera que el término “atractivos” de refiere a un atractivo natural o cultural que ha sido inventariado y puesto en valor, mientras que el término “recurso” hace referencia a los elementos sin registro valorado. Para efectos de optimizar el análisis se ha optado por acuñar el término de “sitio” como una categoría espacial que contiene uno o más “atractivos”, lo que permite facilitar el abordaje teórico desde la planificación y es más afín con el concepto “destino” que tiene una relación más acorde con los criterios del mercado turístico.

Sistema: Conjunto de dos o más elementos interrelacionados entre sí que trabajan para lograr un objetivo común.

Senderos: Son caminos que están integrados en paisajes naturales y pueden ser recorridos en bicicleta, caminando o a caballo y pueden ser señalizados o vías verdes.

Segmento de Mercado: Conjunto de consumidores o grupo de personas que poseen características comunes que los diferencian de otros grupos.

Tour Operadores: Son aquellas instituciones que desarrollan y promueven El Salvador como destino Turístico con estándares de calidad, responsabilidad social y compromiso con el medio Ambiente de forma sostenible.

Turismo: Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Turismo emisor: Forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país. Turismo internacional: turismo que proviene del exterior de un país.

Turismo interno: Viajes realizados, con fines turísticos, por los residentes de un país, sean nacionales o extranjeros, dentro del territorio nacional.

Turismo regional: Es aquel turismo que se práctica dentro de la misma región (Ej. Países de Centro América).

Turismo sostenible: Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

Turista: Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.

19 ANEXOS :

19.1 ANEXO 1: ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS COOPERATIVAS

Entrevista dirigida a las cooperativas

1. ¿Cuál es el nombre de la cooperativa?
2. ¿Cuál es la Información de contacto o presidente de la cooperativa?
 - a. Nombre:
 - b. Teléfono:
 - c. Correo Electrónico:
 - d. ¿Cómo nace la cooperativa (historia)?
3. ¿Cuanto tiempo tiene de existir la cooperativa?
4. ¿Están establecidos legalmente?
 - a. ¿Desde cuándo?
 - b. ¿Cuál es el nombre del Representante legal?
5. ¿Posee la cooperativa página Web o fan page?
6. ¿La cooperativa posee una oficina o área física que se propiedad de esta?
7. ¿Posee la cooperativa una estructura organizacional (organigrama)?
8. ¿Posee la cooperativa misión, visión y valores?
9. ¿Cuántos son los miembros o establecimientos que integran la cooperativa?
 - a. ¿Cuántos están activos?
 - b. ¿Cuántos están inactivos?
10. ¿Cuáles son los compromisos con la cooperativa de cada uno de sus miembros?
11. ¿Cuál es el compromiso de la cooperativa con sus miembros?
12. ¿Cuáles son los servicios que ofrecen la cooperativa
 - a. ¿Qué es lo que incluye cada servicio?
 - b. ¿Cuál es el costo de cada servicio
 - c. ¿Posee producto que marque una diferencia con la competencia?
13. ¿Cuál es el servicio es el que posee mayor demanda por los turistas?
14. ¿Cuáles son los servicios básicos de la zona?
15. ¿Cómo es El manejo de las aguas residuales
16. ¿Cuáles son los objetivos a corto y largo plazo de la cooperativa?
17. ¿Poseen proyectos a futuros?
18. ¿Poseen fuentes de financiamiento o de apoyo?
19. ¿La cooperativa tiene el apoyo de la alcaldía municipal?
20. ¿Cuáles son las fechas con mayor afluencia de turísticas?
21. ¿Cantidad turísticas que atienden?
 - a. Temporada alta
 - b. Temporada baja
22. ¿Qué clase de turista que visita la playa?
23. ¿Cuántos empleos genera la cooperativa?
24. ¿Qué es lo que consideran que tiene potencial?

19.2 ANEXO 2: FICHA TECNICA DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS..

Tabla 238: Descripción del Atractivo Turístico Playa el Obispo

Nombre del Sitio y/o Recurso:	Playa El Obispo	Tipo de atractivo con el que se cuenta:	Natural
Dirección y/o Ubicación del recurso:	Barrio la Cruz, Casco Urbano municipio de La Libertad	Distancia en Km desde San Salvador hasta el Municipio:	34 Km.
Distancia en Km. y tiempo desde el Centro Histórico del Municipio hacia el Sitio y/o Recurso	1.07 km., 5 minutos	Tiempo desde San Salvador hasta el Municipio:	30 minutos
Nombre de la carretera principal al Municipio:	Carretera del Litoral	Condición de la Carretera principal al Municipio:	Excelentes condiciones
Nombre del camino de acceso directo al sitio:	Pasaje el Obispo	Condición del camino de acceso directo al sitio y/o recurso:	Excelentes condiciones
Nombre de las vías alternas y condición de las mismas al sitio y/o recurso	Carretera de Comalapa, Excelentes condiciones	Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de vehículo
		Flora observable	Árboles frutales y tropicales.
Rutas de transporte público que convergen al lugar (Buses y Microbuses):	102	Fauna existente	Diversidad de especies marinas y aves.
Condición de aseo y ornato del sitio y/o recurso:	Limpio y Decorado	Especifique tipo de señalización turística existente:	Rótulos en Carretera Del Litoral
Estado de conservación del sitio y/o recurso:	No Alterado	Estado de conservación del entorno del sitio y/o recurso:	Alterado
Se cuenta con servicio de guías:	No	Servicio de vigilancia:	Si
Vigilancia	Publica	Facilidades turísticas:	Si
Época propicia de visita:	Todo el año	Horario de visita:	De:8:00 a.m. a 6:00 p.m.
Infraestructura y Servicios básicos:	Energía Eléctrica	Agua Potable	Alcantarillado
Observaciones: 1) Existe un arrecife de coral frente a las costas de playa El Obispo.2) Zona muy potencializada comercialmente en cuanto a la gastronomía y alojamiento popular. 3) Cuenta con el centro comercial El Faro			
Fuente: Elaboración propia			

Tabla 239: Descripción del Atractivo Turístico Playa San Blas

Nombre del Sitio y/o Recurso:	Playa San Blas	Tipo de atractivo con el que se cuenta:		Natural	
Dirección y/o Ubicación del recurso:	Km 39 ½, Carretera del Litoral, desvío a San Blas	Distancia en Km desde San Salvador hasta el Municipio:		34 Km.	
Distancia en Km. y tiempo desde el Centro Histórico del Municipio hacia el Sitio y/o Recurso	5.2 Km, 15 minutos	Tiempo desde San Salvador hasta el Municipio:		30 minutos	
Nombre de la carretera principal al Municipio:	Carretera Del Litoral	Condición de la Carretera principal al Municipio:		Excelentes condicione	
Nombre del camino de acceso directo al sitio:	Desvío hacia San Blas	Condición del camino de acceso directo al sitio y/o recurso:		Buenas Condiciones	
Nombre de las vías alternas y condición de las mismas al sitio y/o recurso	Carretera de Comalapa, excelentes condiciones.	Tipo de vehículo recomendado:		Todo tipo de vehículo	
		Flora observable		Árboles frutales y tropicales.	
Rutas de transporte público que convergen al lugar (Buses y Microbuses):	80A y B, 102 y 112LL.	Fauna existente		Diversidad de especies marinas y aves.	
Condición de aseo y ornato del sitio y/o recurso:	Limpia.	Especifique tipo de señalización turística existente:		Rótulos en Carretera Del Litoral	
Estado de conservación del sitio y/o recurso:	Alterado	Estado de conservación del entorno del sitio y/o recurso:		Alterado	
Se cuenta con servicio de guías:	No	Servicio de vigilancia:	Si	Facilidades turísticas:	
Vigilancia	Privada		Tipo de facilidades turísticas:		Alojamiento
					Alimentación
		Esparcimiento			
Época propicia de visita:	Todo el año	Horario de visita:	De8:00 a.m. a 8:00 p.m.	Infraestructura y Servicios básicos:	Energía Eléctrica
					Servicios Sanitarios
Observaciones: 1) La playa San Blas cuenta con un histórico barco hundido frente a sus costas, el hundimiento data desde 134 años. Actualmente se encuentra un proceso de registro para proteger el barco de los diarios zaqueos que sufre. 2) Se cuenta con un arrecife de coral. 3) Esta playa cuenta con estero.4) El río Comasagua desemboca en el estero.5) Cuenta con el Museo El Coral en el cual se exponen los vestigios del barco, así como el arrecife de coral.6) La playa San Blas cuenta con un vivero de tortugas administrado por la asociación ACOTOMSAB. Fuente: Elaboración propia					

Tabla 240: Descripción del Atractivo Turístico Playa El Majahual

Nombre del Sitio y/o Recurso:	Playa El Majahual		Tipo de atractivo con el que se cuenta:	Natural		
Dirección y/o Ubicación del recurso:	Km 40 ½ Carretera Litoral , Cantón Playa EL Majahual, Municipio de La Libertá		Distancia en Km desde San Salvador hasta el Municipio:	34 Km.		
Distancia en Km. y tiempo desde el Centro Histórico del Municipio hacia el Sitio y/o Recurso	5.6 km., 17 minutos		Tiempo desde San Salvador hasta el Municipio:	30 minutos		
Nombre de la carretera principal al Municipio:	Carretera Del Litoral		Condición de la Carretera principal al Municipio:	Excelentes condiciones		
Nombre del camino de acceso directo al sitio:	Calle principal		Condición del camino de acceso directo al sitio y/o recurso:	Buenas condiciones		
Nombre de las vías alternas y condición de las mismas al sitio y/o recurso	Carretera de Comalapa, excelentes condiciones.		Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de vehículo		
			Flora observable	Árboles frutales y tropicales.		
Rutas de transporte público que convergen al lugar (Buses y Microbuses):	Ruta 80		Fauna existente	Diversidad de especies marinas y aves.		
Condición de aseo y ornato del sitio y/o recurso:	Generalmente limpio		Especifique tipo de señalización turística existente:	Rótulos en Carretera Del Litoral		
Estado de conservación del sitio y/o recurso:	Alterado		Estado de conservación del entorno del sitio y/o recurso:	Alterado		
Se cuenta con servicio de guías:	No		Servicio de vigilancia:	Si		Facilidades turísticas:
Vigilancia	Publica		Tipo de facilidades turísticas:	Alojamiento		Alimentación
				Esparcimiento		
Época propicia de visita:	Todo el año		Horario de visita:	De:6:00 a.m. a 6:00 p.m.		Infraestructura y Servicios básicos:
						Agua Potable
Observaciones: 1) La playa El Majahual cuenta con un vivero de tortugas, que es administrado por la Alcaldía Municipal de La Libertad. 2) Cuenta con un estero que desemboca con el río Majahual. 3) Posee un pequeño manglar. 4) Es una zona de comercio popular. 5) Existen vestigios arqueológicos.						
Fuente: Elaboración propia						

Tabla 241: Descripción del Atractivo Turístico Playa El Sunzal

Nombre del Sitio y/o Recurso:	Playa El Sunzal		Tipo de atractivo con el que se cuenta	Natural	
Dirección y/o Ubicación del recurso:	Ubicada en el kilómetro 42 y 43 de la carretera del Litoral, en el cantón El Sunzal.		Distancia en Km desde San Salvador hasta el Municipio:	36.1 km	
Distancia en Km. y tiempo desde el Centro Histórico del Municipio hacia el Sitio y/o Recurso	15 km, 20 min		Tiempo desde San Salvador hasta el Municipio:	44 minutos	
Nombre de la carretera principal al Municipio:	Carretera Del Litoral		Condición de la Carretera principal al Municipio:	Excelentes condiciones	
Nombre del camino de acceso directo al sitio:	Calle principal		Condición del camino de acceso directo al sitio y/o recurso:	Buenas condiciones	
Nombre de las vías alternas y condición de las mismas al sitio y/o recurso	Carretera de Comalapa, excelentes condiciones.		Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de vehículo	
			Flora observable	Bosques húmedos subtropicales calientes, bosques muy húmedos subtropicales.	
Rutas de transporte público que convergen al lugar (Buses y Microbuses):	102-A, 80 y la 107.		Fauna existente	Mamíferos, reptiles, aves, crustáceos, etc.	
Condición de aseo y ornato del sitio y/o recurso:	Generalmente limpio		Especifique tipo de señalización turística existente:	Rótulos en Carretera Del Litoral	
Estado de conservación del sitio y/o recurso:	Alterado		Estado de conservación del entorno del sitio y/o recurso:	Alterado	
Se cuenta con servicio de guías:	No	Servicio de vigilancia:	No	Facilidades turísticas:	Si
Vigilancia			Tipo de facilidades turísticas:	Alojamiento	Alimentación
				Esparcimiento	
Época propicia de visita:	Todo el año	Horario de visita:	De:8:00 a.m. a 5:00 p.m.	Infraestructura y Servicios básicos:	Energía Eléctrica
<p>Observaciones: 1) La playa El Sunzal cuenta con una longitud de 636.00 metros lineales.,2) Cuenta con un estero que desemboca con el río El Sunzal 3) Es una zona famosa para el surf.4) la playa el Sunzal se dividen en dos secciones, el área publica y el área de hoteles privados.5) En su lecho marino, que es rocoso, se puede observar el hábitat de ostras, langostas, corales con toda claridad en especial en los meses de verano (noviembre a abril).</p> <p>Fuente: Elaboración propia</p>					

Tabla 242: Descripción del Atractivo Turístico Playa El Palmarcito

Nombre del Sitio y/o Recurso:	Playa El palmarcito		Tipo de atractivo con el que se cuenta:	Natural	
Dirección y/o Ubicación del recurso:	Ubicada en el kilómetro 50 de la carretera del Litoral, en el cantón El Palmar.		Distancia en Km desde San Salvador hasta el Municipio:	36.1 km	
Distancia en Km. y tiempo desde el Centro Histórico del Municipio hacia el Sitio y/o Recurso	20 km, 30 min		Tiempo desde San Salvador hasta el Municipio:	44 minutos	
Nombre de la carretera principal al Municipio:	Carretera Del Litoral		Condición de la Carretera principal al Municipio:	Excelentes condiciones	
Nombre del camino de acceso directo al sitio:	Calle principal		Condición del camino de acceso directo al sitio y/o recurso:	Regulares condiciones	
Nombre de las vías alternas y condición de las mismas al sitio y/o recurso	Carretera de Comalapa, excelentes condiciones.		Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de vehículo	
			Flora observable	Bosques húmedos subtropicales calientes, bosques muy húmedos subtropicales.	
Rutas de transporte público que convergen al lugar (Buses y Microbuses):	192, 107		Fauna existente	Mamíferos, reptiles, aves, crustáceos, etc.	
Condición de aseo y ornato del sitio y/o recurso:	Generalmente limpio		Especifique tipo de señalización turística existente:	Rótulos en Carretera Del Litoral	
Estado de conservación del sitio y/o recurso:	Alterado		Estado de conservación del entorno del sitio y/o recurso:	Alterado	
Se cuenta con servicio de guías:	No		Servicio de vigilancia:	No	
Vigilancia	Publica		Tipo de facilidades turísticas:	Alojamiento	
				Alimentación	
Época propicia de visita:	Todo el año		Horario de visita:	De:6:00 a.m. a 6:00 p.m.	
			Infraestructura y Servicios básicos:	Energía Eléctrica	
<p>Observaciones: 1) La playa El Palmarcito cuenta con de una longitud de 330.00 metros lineales 2) Cuenta con un estero que desemboca con el río el Palmarcito. 3) Posee un pequeño manglar. 4) Es una zona famosa para el surf</p> <p>Fuente: Elaboración propia</p>					

Tabla 243: Descripción del Atractivo Turístico Playa El Zonte

Nombre del Sitio y/o Recurso:	Playa El Zonte		Tipo de atractivo con el que se cuenta:	Natural	
Dirección y/o Ubicación del recurso:	Km 53 , Carretera del Litoral , Cantón EL Zonte Municipio de La Libertad		Distancia en Km desde San Salvador hasta el Municipio:	41.4Km.	
Distancia en Km. y tiempo desde el Centro Histórico del Municipio hacia el Sitio y/o Recurso	25 km., 35minutos		Tiempo desde San Salvador hasta el Municipio:	47 minutos	
Nombre de la carretera principal al Municipio:	Carretera Del Litoral		Condición de la Carretera principal al Municipio:	Excelentes condiciones	
Nombre del camino de acceso directo al sitio:	Calle principal		Condición del camino de acceso directo al sitio y/o recurso:	Excelentes condiciones	
Nombre de las vías alternas y condición de las mismas al sitio y/o recurso	Carretera de Comalapa, excelentes condiciones.		Tipo de vehículo recomendado:	Todo tipo de vehículo	
			Flora observable	Árboles frutales y tropicales.	
Rutas de transporte público que convergen al lugar (Buses y Microbuses):	Ruta 192		Fauna existente	Diversidad de especies marinas y aves.	
Condición de aseo y ornato del sitio y/o recurso:	Generalmente limpio		Especifique tipo de señalización turística existente:	Rótulos en Carretera Del Litoral	
Estado de conservación del sitio y/o recurso:	Alterado		Estado de conservación del entorno del sitio y/o recurso:	Alterado	
Se cuenta con servicio de guías:	No		Servicio de vigilancia:	Si	
Vigilancia	Publica		Tipo de facilidades turísticas:	Alojamiento	
				Alimentación	
Época propicia de visita:	Todo el año		Horario de visita:	De:6:00 a.m. a 6:00 p.m.	
				Infraestructura y Servicios básicos:	
			Energía Eléctrica		Agua Potable
			Servicios Sanitarios		
Observaciones: 1) Cuenta con un estero que desemboca con el río el Zonte 2) Es una zona famosa para el surf. 3) la playa el Zonte se dividen en dos secciones, el área pública y con establecimiento modestos y el área de hoteles privados.					

Fuente: Elaboración propia

19.3 ANEXO 3: FICHA PARA RECOLECTAR INFORMACION EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

PLAYA:		PROPIETARIO	
NOMBRE DEL LOCAL:		TELEFONO:	CORREO/FACE:
TIPO DE INGRESO			
LIBRE	RESERVACION	CLUB	OTROS
INFRAESTRUCTURA			
LUZ	AGUA	TELEFONO	SEÑALIZACION
OTROS	DESAGUE	ALCANTARILLADO	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO			
ALOJAMIENTO	HOTEL		NUMERO DE HABITACIONES
	SOLO RENTA DE HABITACIONES		
	NO TIENE		
	HOSTAL		
	OTROS		
ALIMENTACION	COMIDA A LA VISTA		NUMERO DE SILLAS
	VENTA DE COMIDA RAPIDA		NUMERO DE MESAS
	A LA CARTA		HORARIOS DE ATENCION
	BEBIDAS		
OTROS	RENTA DE HAMACAS		DUCHAS
	RENTA DE MESAS		ALQUILAR DE CUARTOS
	BAÑOS		PARQUEO N°
	VENTAS DE TRAJE DE BAÑOS		VENTAS DE FLOTADORES
	PISCINAS ADULTOS		PISCINAS NIÑOS
	TOBOGANES		JUEGOS PARA NIÑOS
	OTROS		
	FORMAS DE PAGO	EFFECTIVO	
TARJETA DE CREDITO		CHEQUE	
OTROS			
RECURSO HUMANO	FORMACION TECNICA		NUMERO DE EMPLEADOS FIJOS
	PROFESIONAL		NUMERO DE EMPLEADOS EVENTUALES
	FORMACION BASICA		

19.4 ANEXO 4: FICHA PARA RECOLECTAR INFORMACION EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACION

PLAYA:		PROPIETARIO			
NOMBRE DEL HOTEL:		TELEFONO:		CORREO/FACE:	
TIPO DE INGRESO					
LIBRE		RESERVACION		CLUB	
OTROS		OTROS			
INFRAESTRUCTURA					
LUZ		AGUA		TELEFONO	
OTROS		DESAGUE		ALCANTARILLADO	
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO					
ALOJAMIENTO		HOTEL		NUMERO DE HABITACIONES	
		HOSTAL			
		OTROS		SENCILLAS	
EQUIPAMIENTO DE HABITACIONES		AIRE ACONDICIONADO		TELEVISION	
		VENTILADOR		TELEFONO	
		OTROS (ESPECIFIQUE)		BAÑOS	
ALIMENTACION		RESTAURANTE		BAR	
		CAFETERIA		BUFET	
		VENTA DE COMIDA RAPIDA		NUMERO DE SILLAS	
OTROS		DISCOTECAS		PARQUEO	
		SALA DE CONVENCIONES		CASINO	
		AQUILER DE BOTES		VENTAS DE ARTESANÍAS	
ALQUILER DE CABALLOS		SALA DE RECEPCION		SERVICIOS DE TAXIS	
INTERNET					
FORMAS DE PAGO		EFFECTIVO		TARJETA DE DEBITO	
		TARJETA DE CREDITO		CHEQUE	
RECURSO HUMANO		PROFESIONAL		NUMERO DE EMPLEADOS EVENTUALES	
		FORMACION BASICA		NUMERO DE EMPLEADOS FIJOS	
		FORMACION TECNICA			
SEGURIDAD		SALIDAS DE EMERGENCIA		EXTINGUIDORES	
		ALARMAS DE EMERGENCIA		ROTULOS DE EMERGENCIA	
		SALVAVIDAS		OTROS	

19.5 ANEXO 5: FICHA DE INVENTARIO DE RECURSO O ATRACTIVO TURISTICO

										Fecha: / /											
Nombre del Municipio										Departamento											
Nombre del Recurso y/o Atractivo:																					
Ubicación:																					
SITUACION DEL RECURSO Y/O ATRACTIVO																					
Operando				No operando				Reconocido				Observaciones:									
ACCESO AL RECURSO Y/O ATRACTIVO																					
RED VIAL Y SEÑALIZACION																					
Pavimentada				Adoquín				Piedra				Balastro				Cemento				Otro	
Condiciones del acceso.																					
Accesibilidad al Recursos:																					
Transporte privado:																					
Transporte privado y público:																					
Señalización que oriente al turista:																					
ADECUACION EXISTENTE																					
Presencia de alojamiento con agua potable y energía eléctrica:																					
Presencia de alimentación con agua potable y energía eléctrica:																					
Solo agua potable y energía eléctrica:																					
SANEAMIENTO																					
Ausencia de basura en acceso y en el sitio:																					
NO OPERANDO																					
Contaminación Ambiental										SI		NO									
Contaminación Visual										SI		NO									
Otras Causas. Especifique										SI		NO									
OBSERVACIONES																					

19.6 ANEXO 6: CLASIFICACION DE RESTAURANTE

TIPOS DE RESTAURANTES

Existen principalmente cuatro tipos de restaurantes que se relacionan incondicional por tres factores: costumbres sociales, hábitos y requerimientos personales y presencia de corriente turística nacional y extranjera.

Restaurantes gourmet: ofrecer platillos que atraen a personas aficionadas a comer marjales delicados. El servicio y los precios están de acuerdo con la calidad de la comida, por lo que estos restaurantes son los más caros.

Restaurantes de especialidades: ofrece una variedad limitada o estilo de cocina. Estos establecimientos muestran en su carta una extensa variedad de su especialidad, ya sean mariscos, aves, carnes o pastas, entre otros posibles. Existe otro tipo de restaurante, que es fácil de confundir con el de especialidades como es el restaurante étnico, mismo que ofrece lo más sobresaliente o representativo de la cultura gastronómica de algún país, es decir, pueden ser mexicanos, chinos, italianos, franceses, etc.

Restaurante familiar: sirve alimentos sencillos a precios moderados, accesibles a la familia. Su característica radica en la confiabilidad que ofrece a sus clientes, en términos de precios y servicio estándar. Por lo General, estos establecimientos pertenecen a cadenas, o bien, son operados bajo una franquicia consistente en arrendar el nombre y sistema de una organización.

Restaurante conveniente: se caracteriza por su servicio rápido; el precio de los alimentos suele ser económico y la limpieza del establecimiento intachable, por lo que goza de confiabilidad y preferencia.

CLASIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Clasificación por el tipo de comida encontramos los siguientes:

- ☞ Vegetarianos y macrobióticos.
- ☞ De pescados y mariscos.
- ☞ De carnes rojas.
- ☞ De aves

CLASIFICACIÓN POR LA VARIEDAD DE SERVICIOS:

Se clasifican en:

- ☞ **Restaurantes de autoservicio:** establecimientos que se localizan en centros comerciales, aeropuertos, ferias, etc., Donde el cliente encuentre una variedad de platillos que combina a su gusto. Los precios son bajos por el poco personal y además no se deja propina.
- ☞ **Restaurantes de menú y a la carta:** Los restaurantes a la carta tienen mayor variedad platillos individuales, de modo que los clientes pueden elegir de acuerdo con sus apetitos y presupuesto. Los de menú ofrecen determinados platillos a precio moderado.

Ambos pueden dividirse, a su vez, en:

- ☞ **De lujo:** como comida internacional, servicio francés y carta de vinos.
- ☞ **De primera y tipo medio:** ofrecen comida internacional o nacional especializada, sin servicio francés ni carta de vinos, pero con servicio americano.
- ☞ **De tipo económico:** ofrecen comida de preparación sencilla con servicios mínimos, también al estilo americano.

CLASIFICACIÓN POR CATEGORÍAS:

Los restaurantes se han clasificado en diferentes formas; la clasificación por categorías sugiere cinco grupos: de Lujo, de primera clase, comercial, de rango medio y económico o limitado.

RESTAURANTE DE LUJO (5 TENEDORES)

Los restaurantes de lujo deben reunir varias características, en especial en el servicio; Éste se efectuará personalizado y con innumerables detalles que halagarán al comensal. Este tipo de establecimiento o deberá contar con una entrada independiente para clientes y otra exclusiva para el personal; diferentes servicios que brindan comodidad al comensal como responsable o valet parking, sala de espera o área de bar donde la persona puede esperar su mesa del comedor, un comedor con decoración, ambiente y equipo confortable para brindar un servicio adecuado, teléfono celular disponible para el uso del cliente, aire acondicionado y calefacción en sus respectivos casos, sanitarios o amplios e independientes, cocina funcional, losada, en la que, cristalería y blancos de acuerdo con la decoración y concepto del restaurante. El servicio se efectuará directamente en las mesas con platillos que saldrán de la cocina, cubrefuentes o bien, que se preparan a la vista del comensal, según sea el caso.

La cocina deberá tener almacén, cámaras frigoríficas y todo el equipo, así como la maquinaria necesaria para su funcionamiento. Todo el personal, tanto de contacto como de apoyo, tendrá a su disposición armarios independientes y servicios sanitarios completos para el aseo personal de cada uno de ellos. La carta del restaurante será la principal herramienta de venta, por la variedad de platillos divididos en sus tiempos correspondientes entradas, sopas, pastas, ensaladas, especialidades o sugerencias, carnes, aves, postres, etc., para el servicio que este tipo de establecimiento debe ofrecer.

Deberá mostrar una carta de bebidas alcohólicas, tanto de vinos y cervezas, como de aguardientes. Destacan este tipo de establecimiento el personal perfectamente presentado y uniformado, el cual deberá estar acorde con el lugar de lujo, con amplia capacitación y conocimiento de los productos que se venden en el mismo.

RESTAURANTE DE PRIMERA CLASE (4 TENEDORES)

Este tipo de restaurante, conocido como full service, los tendrá un toque completo de servicios de acuerdo con la categoría del establecimiento. La diferencia con el anterior se encuentra en su herramienta de ventas: la carta o menú; estaba presentará de 5 a 7 diferentes tiempos de servicio, así como una variedad limitada de bebidas alcohólicas. Su personal, tanto de apoyo como de contacto, deberá contar con la capacitación y conocimiento adecuado de los productos que prepara y vende. Aquellos platillos que lo requieran deberán salir de la cocina con cubrefuentes y otros podrán ser preparados a la vista del comensal.

RESTAURANTE DE SEGUNDA CLASE (3 TENEDORES)

Este tipo de restaurante es también conocido como turístico. Pueden tener acceso independiente para comensales, que en su defecto, será utilizada por el personal de servicio exclusivamente en las horas que no haya atención a los clientes. Con esta misma será el abastecimiento de los diferentes proveedores. Su capacidad será más restringida en espacio y su carta contará con no más de seis tiempos a ofrecer, como ejemplos se describe:

1. Entremeses.
2. Sopas y cremas.
3. Verduras, huevos o pasta.
4. Especialidades de pescado.
5. Especialidades de carnes.
6. Postres, dulces o helados y fruta.

El personal de contacto como de apoyo deberá estar presentable y uniformado.

RESTAURANTE DE TERCERA CLASE (2 TENEDORES)

El acceso será utilizado tanto por comensales como por el personal del mismo; su mobiliario será apropiado: loza irrompible, plaque inoxidable, cristalería sencilla y en buen estado, servilletas y mantelería presentables. Deberá tener servicios sanitarios independientes para dama y caballero.

La cocina dispondrá lo necesario para la conservación de productos alimenticios, con una buena ventilación o en su caso, con un extractor de humos. El personal portará un informe sencillo bien aseado y atenderá a los clientes adecuadamente. Su carta o menú presentará tres o cuatro tiempos de servicio.

PRESTARÁN DEBE PARTE CLASE (1 TENEDOR)

Este establecimiento tendrá el comedor independiente la cocina, plaque inoxidable, loza irrompible, cristalería sencilla en buen estado de conservación, servilleta de tela o papel, servicios sanitarios decorosos y personal perfectamente aseado. Su carta o menú, aunque sencillo, ofrecerá platillos de no más de tres diferentes tiempos:

1. Sopas.
2. Guisados-especialidades.
3. Postres de la casa o frutas.

Todos los restaurantes tienen la obligación de cuidar la calidad, presentación, sansón y limpieza de sus platillos, conservar el estilo, decoración y ambiente de su propio concepto de establecimiento. Cada restaurante debe preocuparse por conservar adecuadamente sus recetas y métodos de preparación, la presentación de cada platillo, el trato amable y cortés para cada uno de sus comensales. Es muy importante cuidar la limpieza general de todo el establecimiento, el adecuado funcionamiento de los servicios sanitarios, la correcta presentación del personal de contacto como de apoyo, y contar con los permisos y acreditaciones legales para ofrecer el servicio de alimentos.

ANEXO9: CLASIFICACION DE LOS HOTELES

La Organización Mundial de Turismo es la encargada de determinar y unificar los criterios en cuando a la clasificación hotelera, pero como este trabajo está en proceso, actualmente cada país decide las bases y requisitos que deben cumplir los hoteles y hospedajes para alcanzar las estrellas que se pueden ver en casi todas las entradas de los hoteles.

La calificación clásica y más conocida para saber qué servicios tiene cada hotel está determinada por la cantidad de estrellas que tenga. Las estrellas pueden ir de una a cinco, aunque generalmente los sitios de una y dos estrellas no muestran su calificación, pero se sabe que son los más económicos y los que menos comodidades tienen.

El tipo de hotel que cada viajero elige depende exclusivamente de las necesidades y gustos que tenga, pero siempre es bueno estar informado sobre lo que te puedes encontrar en un hotel dependiendo de sus estrellas. Con pequeñas variaciones según la región y país en que realices tu viaje, la clasificación de los hoteles es la siguiente:

Hoteles de una estrella ★



Estos hoteles siempre son los más económicos y los que menos servicios tienen. Tendrás una habitación privada, algunas veces con baño privado y otras con baño compartido. Son estrictamente funcionales –sólo para dormir y seguir viaje– y no cuentan con servicio de limpieza. Los muebles suelen ser una cama y una silla, y a veces puedes llegar a encontrar un ropero y una mesa de luz.

Los hoteles de una estrella son generalmente espacios pequeños y sin vistas espectaculares, pero donde podrás asegurarte un descanso. Los servicios como TV y teléfono se pueden compartir en el hall central del edificio. Gran

parte de los hoteles de esta categoría están situados en residencias o pequeños edificios y no tienen una gran estructura para el ocio. Finalmente, suelen estar ubicados en zonas distantes del centro o casco urbano de la ciudad, pero el costo por estar allí justifica la distancia muchas veces.

Hoteles de dos estrellas ★★



Estos hoteles de mediana categoría ofrecen baño privado y un espacio habitacional más amplio con algún mobiliario extra, como ropero o mesa y sillas. Generalmente cuentan con servicio de alimentos y bebidas, aunque en horarios cortados y con menús básicos.

Están ubicados casi siempre en la zona céntrica de la ciudad, aunque el paisaje que ofrecen no es de lo más atractivo.

Siguen siendo hoteles funcionales, para viajeros de paso o que llegan hasta el hotel solo para descansar y disfrutar su viaje fuera del hotel. Estos hoteles incluyen en su servicio un teléfono privado y el desayuno. También suelen ofrecer una de caja de seguridad para que guardes tus pertenencias y datos e información turística de la región en la que te halles.

Hoteles de tres estrellas ★★★

Estos hoteles tienen un costo medio. Cuentan con amplios espacios en cada habitación y un mobiliario completo con sillas, mesas, armarios, televisor, teléfono privado y baños confortables. Algunos incluso poseen una pequeña heladera que ya viene con bebidas que se pagan al final de la estadía en caso de que las consumas. Siempre están bien ubicados, sea porque están en el casco céntrico de la ciudad o por encontrarse en lugares turísticos cerca de grandes atracciones.



Generalmente cuentan con servicio de comidas al estilo de bares, en los horarios de mañana, tarde y noche, además de una amplia oferta turística para los viajeros mediante excursiones. La mayoría incluye el servicio de botones, servicio de cuarto 24 horas, conserjes y servicio bilingüe en el espacio designado a la recepción de los huéspedes. Son hospedajes donde puedes quedarte a disfrutar de un descanso extra gracias a sus comodidades.

Hoteles de cuatro estrellas ★★★★

Estos hoteles están considerados de primera clase: son lujosos, con comodidades amplias como habitaciones grandes y lujosamente decoradas, que incluyen accesorios tales como secador de pelos, gel de baño y TV por Cable. También ofrecen una serie de facilidades como: tienda del estilo duty free, servicio de lavandería, centro de reuniones de negocios y empresariales y centros de ocio, como mesas de billar o cartas.



Cuentan con personal altamente capacitado que incluye chefs, botones y parqueadores plurilingües y hasta guías que ofrecen recorridos y visitas por la región. Siempre poseen servicio de bar y comidas que se pueden recibir directamente en la habitación, e incluso algunos tienen su parte de restaurante abierta al público. Suelen tener salas de conferencias para eventos empresariales o de cualquier otro tipo, además de una excelente ubicación, con suites de lujo, jacuzzi y buenas vistas panorámicas. Ideal para disfrutar tanto fuera como dentro del hotel para el viajero que busca descansar, pero también realizar actividades de todo tipo mientras se encuentra allí.

Hoteles de cinco estrellas ★★★★★



Estos hoteles de lujo se caracterizan por ofrecerte la mejor atención y la más amplia gama de servicios, que van desde espacio para piscinas, salones de gimnasia con profesores y animadores infantiles incluidos, hasta un servicio de guardería para niños, shows y eventos casi todas las noches. Tienen un espacio para las comidas y veladas con música en vivo, además de una carta desarrollada por varios chefs especializados en la gastronomía de la región.

Las habitaciones son las más cómodas de todas las que puedas encontrar, con espacios muy amplios y todas las comodidades que van desde TV por cable hasta servicio de limpieza y atención personalizada las 24 horas, además de ofrecerte ubicaciones inmejorables con vistas increíbles. Suelen incluir un servicio de cóctel gratuito y entradas con descuentos especiales para los eventos de la región. En estos hoteles suelen organizarse congresos y reuniones especiales dada su amplia capacidad y la cantidad de servicios que ofrece.

Las habitaciones

Casi todos los hoteles tienen más de una clase de cuarto. Normalmente están denominados como:

- **Estándar:** la categoría más sencilla.
- **Superior:** con más prestaciones y comodidades.
- **Deluxe:** posee todas las comodidades que puedas imaginar.

La diferencia entre los tipos de habitaciones está determinada básicamente por el espacio que ocupan, la decoración, los equipamientos y comodidades con las que cuenta y los paisajes que se pueden ver por sus ventanas.

OTRAS CLASIFICACIONES

Pero a la hora de buscar un lugar donde descansar, los hoteles no son los únicos en ofrecer un descanso al viajero. Además de las tan mentadas “estrellas”, existen otro tipo de establecimientos que alojan y dan servicios a los viajeros. Dependiendo de la zona y la economía de cada región, podrás encontrar algunos de los que listamos a continuación:

Bed and Breakfast



Estos hospedajes, conocidos como "B&B" son alojamientos que ofrecen “cama y desayuno” por una tarifa muy conveniente. Básicamente se trata de un alojamiento sencillo en cuanto a su tamaño y comodidades, que se halla en un edificio o casa grande y antigua que ha sido restaurada y acondicionada para transformarse en un hospedaje

Generalmente cuentan con un ambiente familiar y cálido, ya que los dueños mismos se encargan de atender a los huéspedes y ofrecer lo mejor del lugar. Por eso son tan buscados: son atendidos con cordialidad. Además, como los dueños suelen vivir en el mismo lugar, casi siempre son impecables. Los Bed and Breakfast son frecuentados mayoritariamente por viajeros que desean viajar de manera sencilla y permanecer unos pocos días en el lugar, pero al mismo tiempo buscan conocer más viajeros con los que compartir sus experiencias. Dado que son económicos, suelen estar llenos y hay que pensar siempre en hacer una reserva previa.

Hostales o Hostels



Generalmente son alojamientos donde encontrarás a viajeros o mochileros, particularmente alentando las actividades al aire libre y el intercambio cultural entre jóvenes de todas partes del mundo. El servicio que ofrece un hostel es el de renta de una cama en un dormitorio donde compartes baño, cocina y salón con el resto de los huéspedes. En la gran mayoría de los casos las personas que se alojan tienen entre 18 y 26 años de edad, por lo que el clima siempre es jovial y alegre. Los hostales proporcionan la oportunidad de un aprendizaje multicultural, y es por esto que se han vuelto tan populares entre los jóvenes viajeros.

Sin embargo hay algunas desventajas estando en un hostel: los robos pueden ser un problema, ya que se encuentran en espacios comunes o compartidos. Claro que esto se puede prevenir dejando bajo llave las pertenencias personales. La mayoría de los hostales te ofrecen una caja de seguridad para almacenar sin problemas las pertenencias valiosas que puedas llevar contigo. Otra desventaja en un hostel es la dificultad para dormir a causa de ruidos, como ronquidos o pasos de alguien que

llega a la habitación a altas horas de la noche. Todo dependerá de cuánto estás dispuesto a tolerar a cambio de una compañía alegre y entretenida.

19.7 ANEXO 7: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DEL TURISMO SOL Y PLAYA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

ENCUESTA DE INVESTIGACION DE MERCADO

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE APLICADO EN LA MICROREGION “CUMBRES DEL MAR” EN LAS PLAYAS: EL OBISPO, SAN BLAS, EL ZONTE, EL SUNZAL, EL MAJAHUAL Y EL PALMARCITO”

ACCION: Identificación del encuestador.

OBJETIVO: Crear la confiabilidad en el encuestado del documento que está siendo llenado, además de describirle la temática de la herramienta.

INTRODUCCION: Buen día, somos estudiantes de Universidad de El Salvador, nos puede brindar unos minutos de su tiempo para contestar el siguiente cuestionario. Le agradecemos de antemano por la información que nos brindara.

DATOS DE CLASIFICACION

ACCION: Identificación del encuestado.

OBJETIVO: Crear el perfil del consumidor, sus condiciones sociales y capacidad adquisitiva.

SEXO:	<input type="checkbox"/> FEMENINO	<input type="checkbox"/> MASCULINO
EDAD:	<input type="checkbox"/> 18-25 AÑOS	<input type="checkbox"/> 36-45 AÑOS
	<input type="checkbox"/> 26-35 AÑOS	<input type="checkbox"/> MAYOR DE 45 AÑOS
TIPO DE TURISMO:	<input type="checkbox"/> NACIONAL	<input type="checkbox"/> EXTRANJERO
OCUPACION:	<input type="checkbox"/> EMPLEADO SECTOR FORMAL	<input type="checkbox"/> NEGOCIANTE
	<input type="checkbox"/> EMPLEADO SECTOR INFORMAL	<input type="checkbox"/> DESEMPLEADO
	<input type="checkbox"/> ESTUDIANTE	<input type="checkbox"/> JUBILADO

LUGAR DE PROCEDENCIA: _____

INDICACIONES

Marque con una "X" la casilla que corresponda a su respuesta.

CUESTIONARIO

OBJETIVO: Conocer de las practicas que realiza el encuestado y determinar la practicidad de la actividad.

1. Siendo "Turismo" aquella actividad que se realiza por ocio o trabajo en lugares de esparcimiento diferentes a los cotidianos. ¿Ha practicado alguna vez turismo en el país?

Si (pase a la siguiente pregunta)

No. ¿Por qué? _____ (Gracias por su tiempo)

OBJETIVO: Identificar según grupo de realización del turismo, el ambiente y necesidades a esperar por parte de la misma para cumplir con las expectativas.

2. ¿Con quienes acostumbra practicar actividades turísticas? (Puede marcar más de una opción).

Solo

Familia

Otros. Especifique: _____

Pareja

Amigos

OBJETIVO: Saber la frecuencia con que se realiza el turismo, para pronosticar un promedio de práctica del mismo.

3. ¿Cada cuánto tiempo practica actividades turísticas? (Puede marcar más de una opción).

Semanal

Anual

Quincenal

Otros. Especifique:

Mensual

OBJETIVO: Promediar rangos de gasto, para potenciar servicios a la disponibilidad del presupuesto identificado.

4. ¿Cuánto es el presupuesto promedio por persona que estima para una salida turística?

Menos de \$25.00

\$101.00 - \$150.00

\$26.00 - \$50.00

\$151.00 - \$200.00

\$51.00 - \$100.00

Más de \$200.00

OBJETIVO: Establecer la potencialidad que se posee en el rubro de turismo sol y playa y cual tipo de turismo es de mayor preferencia, con el fin de identificar los factores de atracción a este para su posible uso en el estudio.

5. ¿Qué tipo de turismo ha realizado? (Puede marcar más de una opción).

Sol y playa

Comunitario

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Aventura | <input type="checkbox"/> Urbano |
| <input type="checkbox"/> Ecológico | <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |
| <input type="checkbox"/> Agroindustrial | |

OBJETIVO: Determinar el uso de las playas en el país y su conocimiento para su posible determinación potencial.

6. ¿Ha visitado alguna vez las playas del país?
- Si (pase a la siguiente pregunta)
- No. ¿Por qué? _____ (Gracias por su tiempo)

OBJETIVO: Identificar los factores más importantes para que se desarrolle el turismo de sol y playa.

7. ¿Qué factores ha tomado en cuenta para visitar las playas? (Puede marcar más de una opción).
- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Seguridad | <input type="checkbox"/> Comodidad |
| <input type="checkbox"/> Placer | <input type="checkbox"/> Servicios turísticos |
| <input type="checkbox"/> Precio | <input type="checkbox"/> Negocio |
| <input type="checkbox"/> Cercanía | <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |

OBJETIVO: Enlistar los servicios que el practicante del turismo de sol y playa espera disfrutar en su instancia en el mismo.

8. ¿Qué servicios son importantes para una visita a las playas? (Puede marcar más de una opción).
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Restaurantes | <input type="checkbox"/> Playas abiertas (publicas) |
| <input type="checkbox"/> Hoteles | <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |
| <input type="checkbox"/> Ranchos privados | |

OBJETIVO: Determinar el ambiente que buscan los consumidores finales a través de sus grupos de compañía, para identificar el tipo de servicio y producto turístico a ofrecer.

9. ¿Con quién habitualmente realiza las visitas a la playa?
- | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Solo | <input type="checkbox"/> Familia | <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |
| <input type="checkbox"/> Pareja | <input type="checkbox"/> Amigos | |

OBJETIVO: Conocer el tiempo de instancia que los consumidores utilizan para recrearse.

10. ¿Cuál es el tipo de visita que se realiza a la playa?
-
- Viaje del día (no se queda a dormir en el lugar). (Pase a la pregunta No. 13)
- Quedarse a dormir en el lugar (pase a la siguiente pregunta).
- Otros. Especifique: _____ (pase a la pregunta No. 13)

OBJETIVO: Identificar el tipo de alojamiento que el turista desea o frecuenta utilizar para establecer las necesidades a desarrollar en el tipo de servicio encuestado.

11. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere quedarse pasar la noche?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Hotel | <input type="checkbox"/> Casa de campo |
| <input type="checkbox"/> Hostal | <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |
| <input type="checkbox"/> Rancho privado | |

OBJETIVO: Cuantificar la frecuencia de practicar el turismo en la playa con el fin de pronosticar promedios de uso del mismo

12. ¿Cuántas veces al año visita las playas?

- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Semanal | <input type="checkbox"/> Semestral |
| <input type="checkbox"/> Quincenal | <input type="checkbox"/> Anual |
| <input type="checkbox"/> Mensual | <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |

OBJETIVO: Distinguir de los periodos de preferencia al turismo sol y playa para saber de los atractivos de la temporada.

13. ¿En qué meses visitas las playas? (Puede marcar más de una opción).

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Enero | <input type="checkbox"/> Julio |
| <input type="checkbox"/> Febrero | <input type="checkbox"/> Agosto |
| <input type="checkbox"/> Marzo | <input type="checkbox"/> Septiembre |
| <input type="checkbox"/> Abril | <input type="checkbox"/> Octubre |
| <input type="checkbox"/> Mayo | <input type="checkbox"/> Noviembre |
| <input type="checkbox"/> Junio | <input type="checkbox"/> Diciembre |

OBJETIVO: Disponer de la información necesaria que asegure las actividades atractivas a ejercer por los turistas para proponer propuestas con mayor orientación.

14. ¿Qué tipo de actividades le gustaría encontrar en la zona costera? (Puede marcar más de una opción).

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Torneos de juegos varios | <input type="checkbox"/> Lunadas |
| <input type="checkbox"/> Conciertos | <input type="checkbox"/> Descubrimientos |
| <input type="checkbox"/> Discotecas | <input type="checkbox"/> Conservación de especies |
| <input type="checkbox"/> Campeonatos | <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |

OBJETIVO: Fijar el enfoque de la herramienta al objetivo del estudio de la micro región, a la vez de establecer el nivel de conocimiento de las mismas.

15. ¿Ha visitado alguna vez las playas de La Libertad?

- Si (pase a la siguiente pregunta)
- No. ¿Por qué? _____ (Gracias por su tiempo)

OBJETIVO: Definir las playas con mayor atracción, que ayuden a determinar los factores más importantes de satisfacción al usuario.

16. ¿Qué playas de La Libertad ha visitado usted? (Puede marcar más de una opción).

- | | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Punta Roca | <input type="checkbox"/> La Paz | <input type="checkbox"/> El Sunzal |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | | |

- | | | |
|--------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> San Diego | <input type="checkbox"/> El Tunco | <input type="checkbox"/> El Zonte |
| <input type="checkbox"/> San Blas | <input type="checkbox"/> El Obispo | <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |
| <input type="checkbox"/> El Majahual | <input type="checkbox"/> El Palmarcito | |

OBJETIVO: Identificar el grado de desarrollo y satisfacción que generan los factores con los que se cuentan.

17. ¿Qué opina sobre la infraestructura de las playas visitadas? (Evalué del 1 al 10 siendo 1 el menor valor y 10 la mejor calificación)

- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| Vestidores _____ | Limpieza y salubridad _____ |
| Servicios sanitarios _____ | Estacionamiento _____ |
| Vías de acceso _____ | Servicio de alimentación _____ |

OBJETIVO: Conocer el grado de publicidad que poseen las playas de La Libertad para orientar a nuevos enfoques publicitarios y su grado de persuasión.

18. ¿Ha observado o escuchado anuncios de los distintos atractivos turísticos de las playas de La Libertad?

- Sí (pase a la siguiente pregunta)
- No. ¿Por qué? _____ (pase a la pregunta No. 19)

OBJETIVO: Identificar los medios de mayor uso para la publicidad de las playas para encaminar los esfuerzos a los mismos y los pendientes.

19. ¿A través de qué medios de comunicación tuvo conocimiento de los diferentes atractivos turísticos que poseen las playas de La Libertad? (Puede marcar más de una opción).

- | | | |
|-------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> Televisión | <input type="checkbox"/> Radio | <input type="checkbox"/> Brochures |
| <input type="checkbox"/> Periódico | <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Recomendación |
| <input type="checkbox"/> Web | <input type="checkbox"/> Vallas publicitarias | <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |

OBJETIVO: Determinar la importancia que implica el uso de señales y su aportación al uso de los lugares.

20. ¿Considera útil la señalización turística?

Sí No

OBJETIVO: Identificar el desarrollo y el nivel de cumplimiento del fin último de los mismos.

21. ¿Cuál es el estado percibido de la señalización turística de la zona costera en el país?

- | | | |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Muy buena | <input type="checkbox"/> Regular | <input type="checkbox"/> Muy mala |
| <input type="checkbox"/> Buena | <input type="checkbox"/> Mala | |

OBJETIVO: Definir el nivel de importancia y necesaria de tener en existencia puntos de información y en qué manera el desarrollo de los mismos influye en el incremento de usuarios a las playas.

22. ¿Considera necesaria la existencia de puntos de información a lo largo de la zona costera del país?

- Sí No

OBJETIVO: Fijar el grado de utilidad e interés que genera el despliegue de acciones de seguridad en la zona para una mayor confiabilidad de la misma.

23. ¿Durante su viaje observo algún tipo de seguridad?

Si (pase a la siguiente pregunta)

No (pase a la pregunta No. 24)

OBJETIVO: Identificar el tipo de apoyo de seguridad con el que se cuenta en la zona para observar la conveniencia de los mismos

24. ¿Dónde observo seguridad?

TIPO DE SEGURIDAD	CARRETERA	PLAYA	ESTABLECIMIENTO
PRIVADA			
PUBLICA			

OBJETIVO: Conocer la conveniencia de contar con la seguridad en los lugares y la satisfacción del servicio mismo, al igual que su aporte a la atracción de turistas.

1. ¿Está satisfecho con la seguridad brindada en la zona costera del país?

Sí

No

OBJETIVO: Tener un promedio de gastos presupuestados dando como resultado el cuantificar de los servicios a ofrecer y acorde a suplementar las necesidades del usuario.

26. ¿Cuánto gasta en promedio por persona diariamente cuando visita las playas?

SERVICIO	MENOS DE \$10.00	DE \$11.00 A \$30.00	MAS DE \$30.00
ALIMENTACION			
HOSPEDAJE			
TRANSPORTE			
OTROS. ESPECIFIQUE: _____			

OBJETIVO: Identificar las acciones que den una mayor inclinación del turista al servicio de las playas.

27. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir en los establecimientos que visita?

SERVICIO	DESCUENTOS	ADICIONALES	OTROS. ESPECIFIQUE: _____
ALIMENTACION			
HOSPEDAJE			
TRANSPORTE			
OTROS. ESPECIFIQUE: _____			

FIN DE LA ENCUESTA
GRACIAS POR SU COLABORACION

19.8 ANEXO 8: CUESTIONARIO PARA ESTABLECIMIENTO (MERCADO PROVEEDOR)

CUESTIONARIO PARA NEGOCIOS ACTIVOS PROYECTO DENOMINADO: PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE APLICADO EN LA MICROREGION "CUMBRES DEL MAR" EN LAS PLAYAS: EL OBISPO, SAN BLAS, EL ZONTE, EL SUNZAL, EL MAJAHUAL Y EL PALMARCITO

Objetivo: Investigar la situación actual de los establecimientos en estudio, así como de iniciativas de organizaciones internas y externas que apoyan el desarrollo del turismo en la zona.

Dirigido a: Encargados de los establecimientos autorizados por el dueño.

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ENCARGADO: _____

DEPARTAMENTO: _____ MUNICIPIO: _____

UBICACIÓN: _____

NOMBRE DEL NEGOCIO: _____

FECHA: _____

1. ¿Cuál es el tipo de servicio que brindan? _

ALOJAMIENTO: ___ RESTAURANTE: ___ RECREACION: ___

NOTA: Si marco ALOJAMIENTO seguir en la pregunta No. 2, si marco RESTAURANTE seguir en la pregunta No. 15, si marco RECREACION seguir en la pregunta No. 28. Si marco mas de una opción diríjase a los ítems de cada servicio.

2. ¿Cuál es el tipo de alojamiento que poseen? _____

3. ¿Cuál es el tipo de paquetes que ofrecen? _____

4. ¿Cuántos empleados designan por área? _____

5. ¿Cuáles son los horarios de atención? _____

6. ¿Cuáles son las actividades de higiene que practican? _____

7. ¿Cuál es el proceso ha realizar para hacer uso de las instalaciones? _____

8. ¿Cuánto es el tiempo que poseen en funcionamiento? _____

9. ¿Cuenta con algún servicio complementario? SI NO Cuántos: _____

¿Cuáles? _____

10. ¿Cuál es la capacidad del lugar? _____

11. ¿Cuentan con algún Plan de Seguridad? _____

12. ¿Cuáles son los periodos de temporada alta? _____

13. ¿Cuál es el numero promedio de visitantes en temporada alta? _____

14. ¿Cuál es el numero promedio de visitantes en temporada baja? _____

15. ¿Cuál es el tipo de alimentación que ofrecen? _____

16. Poseen MENU: SI NO

17. ¿Cuántos empleados designan por área? _____

18. ¿Cuáles son los horarios de atención? _____
19. ¿Cuáles son las actividades de higiene que practican? _____
20. ¿Cuál es el proceso ha realizar para hacer uso de las instalaciones? _____
21. ¿Cuánto es el tiempo que poseen en funcionamiento? _____
22. ¿Cuenta con algún servicio complementario? SI NO Cuántos: _____
¿Cuáles? _____
23. ¿Cuál es la capacidad del lugar? _____
24. ¿Cuentan con algún Plan de Seguridad? _____
25. ¿Cuáles son los periodos de temporada alta? _____
26. ¿Cuál es el numero promedio de visitantes en temporada alta? _____
27. ¿Cuál es el numero promedio de visitantes en temporada baja? _____

28. ¿Cuál es el tipo de actividad que ofrecen? _____
29. ¿Cuál es el tipo de paquetes que ofrecen? _____
30. ¿Cuántos empleados designan por área? _____
31. ¿Cuáles son los horarios de atención? _____
32. ¿Cuáles son las acciones de seguridad que realizan? _____
33. ¿Cuál es el proceso ha realizar para hacer uso de las instalaciones? _____
34. ¿Cuánto es el tiempo que poseen en funcionamiento? _____
35. ¿Cuenta con algún servicio complementario? SI NO Cuántos: _____
¿Cuáles? _____
36. ¿Cuál es la capacidad del lugar? _____
37. ¿Cuentan con algún Plan de Seguridad? _____
38. ¿Cuáles son los periodos de temporada alta? _____
39. ¿Cuál es el numero promedio de visitantes en temporada alta? _____
40. ¿Cuál es el numero promedio de visitantes en temporada baja? _____

19.9 ANEXO 9 EVALUACION SERVICIOS

EVALUACION SERVICIOS

FECHA: ___/___/___ ENCARGADO: _____

ACTIVIDADES QUE REALIZO:

RESTAURACION
AQUARIAMENTO
RECREACION: _____

MUNICIPIOS DE LA SIERRA

	MAYAGÜEZ	SANTO DOMINGO	SAN JUAN	SAN PEDRO	SANTO PABLO	SANTO SPIRITO
SEGURIDAD	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000
REGIME	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000
ACCESIBILIDAD	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000
TRANSPARENCIA	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000
AUTENTIDAD	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000	00000000

INDICADORES DE CALIDAD

INDICADORES DE CALIDAD

INDICADORES DE CALIDAD

INDICADORES DE CALIDAD

INDICADORES DE CALIDAD

INDICADORES DE CALIDAD

INDICADORES DE CALIDAD

INDICADORES DE CALIDAD

19.10 ANEXO 10 SUGERENCIAS Y QUEJAS

SUGERENCIAS Y QUEJAS

FECHA: __/__/__ ENCARGADO: _____

ACTIVIDADES QUE REALIZO:

RESTAURACION
 ALOJAMIENTO
 RECREACION: _____

DESCRIPCION

USUARIO: _____ MOVIL: _____

19.11 ANEXO 11 ANALISIS CALIFICACION DE FACTORES

ANALISIS CALIFICACION DE FACTORES

FECHA: __/__/__ PERIODO DE ANALISIS: _____

ENCARGADO: _____

NUMERO DE FORMATOS: _____

NUMERO DE VISITANTES: _____

FACTORES	NUMERO DE INCIDENCIA				
	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Factor 1					
Factor 2					
Factor 3					
Factor 4					
Factor 5					
Factor 6					
Factor 7					
Factor 8					
Factor 9					

19.14 ANEXO 14 EVALUACION INTERNA-RESPONSABLES

EVALUACION INTERNA-RESPONSABLES

FECHA: __/__/__ PERIODO DE ANALISIS: _____
 RESPONSABLE: _____

APTITUDES	CALIFICACION				
	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
RAPIDEZ DE RESPUESTA A IMPREVISTOS					
ADAPTABILIDAD A NUEVAS DISPOSICIONES					
FLEXIBILIDAD DE TIEMPO					
ESPONTANEIDAD DE ACCIONES					
CAPACIDAD DE AFRONTAR SITUACIONES ADVERSAS					
CAPACIDAD DE INICIATIVA LABORAL					
GRADO DE DISCIPLINA EN SU ACCIONAR					
CAPACIDAD DE OBSERVACION Y ANALISIS					
CAPACIDAD DE TRANSFERIR LA INFORMACION					
FACILIDAD DE RELACIONES PERSONALES					

LLEGADAS TARDIAS: ___ HORAS EXTRAS: ___

ACCIONES DE PERSONAL: ___

NUMERO DE CAPACITACIONES IMPARTIDAS: ___ NUMERO DE CAPACITACIONES ASISTIDAS: ___

NOTA PROMEDIO CAPACITACIONES: ___

OBSERVACIONES:

19.15 ANEXO 15 EVALUCION INTERNA-CTC

EVALUACION INTERNA-CTC

FECHA: ___/___/___ PERIODO DE ANALISIS: _____
 INTEGRANTE: _____

FACTORES	CALIFICACION				
	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
INICIATIVA					
RESPONSABILIDAD					
EMPRENDEDURISMO					
ALTRUISTA					
PROFESIONALISMO					
TECNICISMO					
CAPACIDAD DE PLANEACION, DISEÑO Y ESTRATEGIA					
CAPACIDAD DE MANDO					
ORGANIZACIÓN					
LIDERAZGO					

LLEGADAS TARDIAS: ___ HORAS EXTRAS: ___

ACCIONES DE PERSONAL: _____

NUMERO DE CAPACITACIONES IMPARTIDAS: ___ NUMERO DE CAPACITACIONES ASISTIDAS: ___
 NOTA PROMEDIO CAPACITACIONES: ___

OBSERVACIONES: _____

19.16 ANEXO 16 REQUERIMIENTOS

REQUERIMIENTOS

Fecha: / / Playa: _____

INSUMO	CANTIDAD

 ENCARGADO

 RECOLECTOR

19.17 ANEXO 17 INVENTARIO

INVENTARIO

Fecha: / /

INSUMO	EXISTENCIA	PERECEDEROS	FALTANTES	ENTRANTES	
				CANT	FECHA

ENCARGADO

COMITE

19.18 ANEXO 18 USO DE ACTIVIDADES TURISTICAS

USO DE ACTIVIDADES TURISTICAS

ACTIVIDAD	PLAYA	USO	FECHA	ENCARGADO

RECOLECTOR

COMITE

19.19 ANEXO 19 LISTADO DE COMPRAS

LISTADO DE COMPRAS

INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL

MONTO= \$ _____

_____ _____
ENCARGADO COMITE

19.20 ANEXO 20 COBRANZA

COBRANZA

FECHA: / / PLAYA: _____

MONTO= \$ _____

RECIBI DE: _____

LA CANTIDAD DE: _____ DOLARES, EN CONCEPTO DE: _____.

OBSERVACIONES: _____

_____ _____
ENTREGADO POR COLECTADO POR

19.23 ANEXO 23 EVALUACION AMBIENTAL-AGUA

EVALUACION AMBIENTAL

FECHA: __/__/__ PERIODO DE ANALISIS: _____
 REALIZADO POR: _____

ÁREA/ ACTIVIDAD	CANTIDAD DE AGUA		CONSUMO DE AGUA	NUMERO DE VISITANTES POR AREA	NUMERO DE EQUIPO DE AHORRO DE AGUA	NUMERO DE LETREROS DE CONCIERTIZACION AMBIENTAL	NUMERO DE CAPACITACIONES AL PERSONAL
	GRISES	DESECHO SANITARIO					

19.24 ANEXO 24 EVALUACION AMBIENTAL-TRANSPORTE

EVALUACION AMBIENTAL-TRANSPORTE

FECHA: __/__/__ PERIODO DE ANALISIS: _____
 REALIZADO POR: _____

ÁREA/ ACTIVIDAD	NUMERO DE VISITANTES EN TRANSPORTE	USO DE TRANSPORTE TURISTICO	ÁREA VERDE	NUMERO DE LETREROS DE CONCIERTIZACION AMBIENTAL	NUMERO DE CAPACITACIONES AL PERSONAL

19.25 ANEXO 25 EVALUACION AMBIENTAL ENERGIA

EVALUACION AMBIENTAL-ENERGIA

FECHA: __/__/__ PERIODO DE ANALISIS: _____

REALIZADO POR: _____

NUMERO DE VISITANTES: _____

AREA	NUMERO DE EQUIPO ELECTRICO	CONSUMO DE ENERGIA	NUMERO DE VISTANTES POR AREA	NUMERO DE PROGRAMAS DE AHORRO	NUMERO DE LETREROS DE CONCIERTIZACION AMBIENTAL	NUMERO DE CAPACITACIONES AL PERSONAL

19.26 ANEXO 26 EVALUACION AMBIENTAL-CONSTRUCCION

EVALUACION AMBIENTAL-CONSTRUCCION

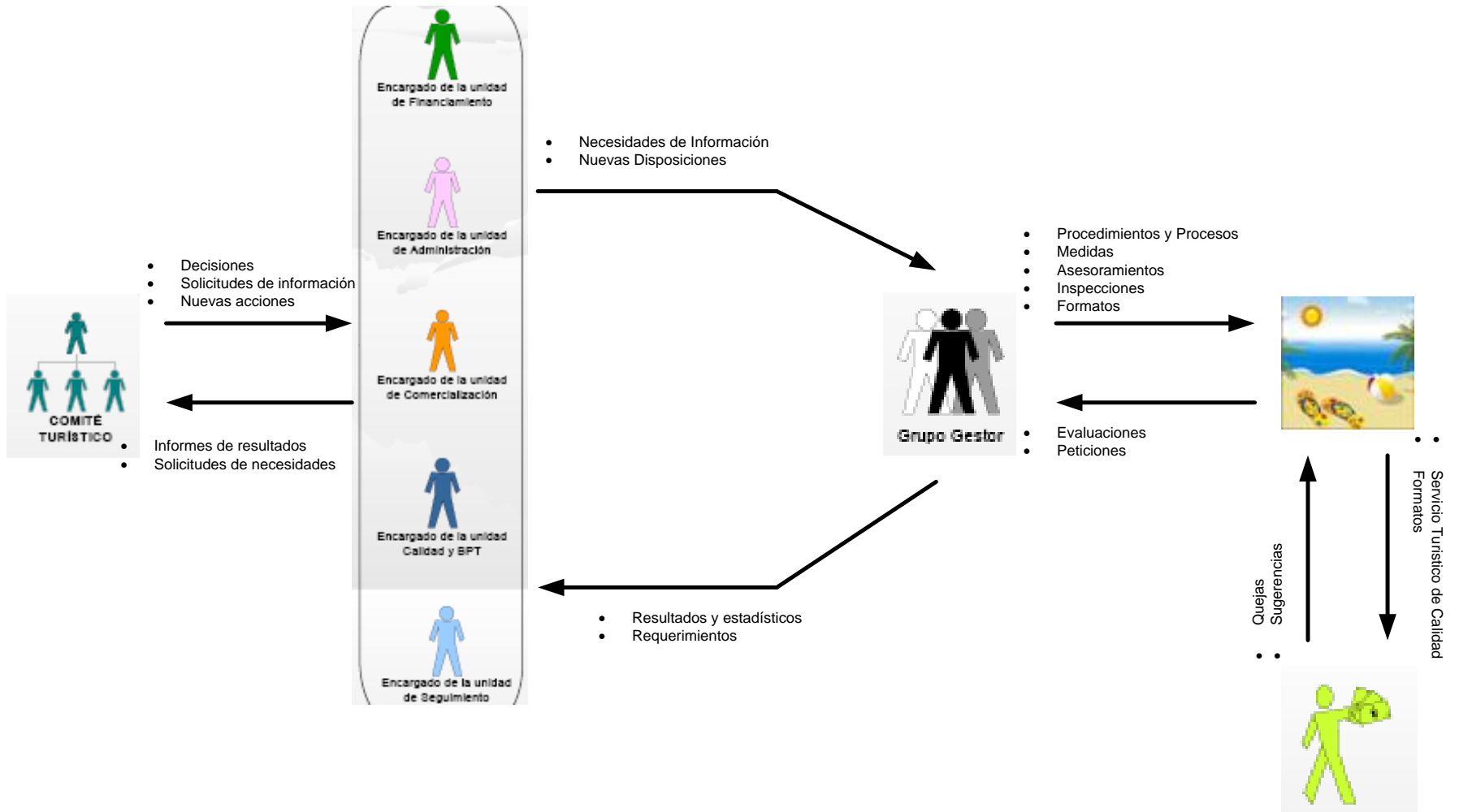
FECHA: __/__/__ PERIODO DE ANALISIS: _____

REALIZADO POR: _____

NUMERO DE VISITANTES: _____

AREA	ÁREA DE CONSTRUCCION	ÁREA VERDE	NUMERO DE LETREROS DE CONCIERTIZACION AMBIENTAL	NUMERO DE CAPACITACIONES AL PERSONAL

19.29 ANEXO 29 SISTEMA COMITÉ TURISTICO Y GRUPO GESTOR



19.30 ANEXO 30 CATOLOGO DE CUENTAS

CATALOGO DE CUENTAS	
10. A C T I V O	20.2.01.01 Proveedores largo plazo
10.1. DISPONIBLE	20.2.01.02 Préstamos bancarios largo plazo
10.1.01. CAJA Y BANCOS	20.2.01.03 Acreedores diversos a largo plazo
10.1.01.01 Caja	
10.1.01.02 Caja Chica	20.3 OTROS PASIVOS
10.1.01.03 Bancos	20 .3.01 PROVISION PARA PRESTACIONES
10.1.02. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	LABORALES
10.1.02.01 Clientes	
10.1.02.02 Documentos por Cobrar	30 C A P I T A L
10.1.02.03 Cuentas Incobrables	
10.1.02.04 Deudores Varios	
10.1.03. CREDITO FISCAL	
10.1.03.01 I. V. A.	30.1 CAPITAL CONTABLE
	30.1. 01 CAPITAL
10.2 FIJO	30.1. 02 RESERVA LEGAL Y LABORAL
10.2.01.MOBILIARIO Y EQUIPO	30.1. 03 UTILIDADES ACUMULADAS
10.2.01.01.Mobiliario y Equipo de oficina	30.1. 03.01 Utilidad carga inicial
10.2.01.02. Mobiliario y equipo para la prestación del servicio turístico	30.1. 03 02 Utilidad período anterior
10.2.02 EQUIPO DE TRANSPORTE	30. 1.04 UTILIDAD O PÉRDIDA DEL PERÍODO
10.2.03.BIENES INMUEBLES	
10.2.03.01.Terrenos	40. CUENTAS DE RESULTADO DEUDORAS
10.2.03.02.Edificios	
10.2.03.03 Instalaciones	
10.2.04.DEPRECIACIONES ACUMULADAS	40. 1 COSTOS Y GASTOS
10.2.04.01 Mobiliario y Equipo de oficina	40.1. 01.COSTOS DEL SEVICIO
10.2.04.02 Mobiliario y Equipo para la prestación del servicio turístico	40.1. 01.01 ACTIVIDAD DE TURISMO
10.2.04.03 Edificios	40.1.01.01.01 Sueldos y Salarios
10.2.04.04 Instalaciones	40.1.01.01.02 Transporte
10.2.04.05 Equipo de Transporte	40.1.01.01.03 Señalización
10.2.05.AMORTIZACIONES ACUMULADAS	40.1.01.01.04 Utensilios se limpieza.
10.2.05.01 Mobiliario y Equipo de oficina	40.1.01.01.05 Obra civil
10.2.05.02 Mobiliario y Equipo para la prestación del servicio turístico	40.1.01.01.06 Mobiliario
10.2.05.03 Edificios	40.1.01.01.07 Promoción y Publicidad
10.2.05.04 Instalaciones	40.1. 01.02 ACTIVIDAD DE ALOJAMIENTO
10.2.05.05 Equipo de Transporte	40.1.01.02.01 Sueldos y Salarios
	40.1.01.02.02 Transporte
10.3. OTROS ACTIVOS	40.1.01.02.03 Señalización
10.3.01 GASTOS DE CONSTITUCION, ORGANIZACIÓN E INSTALACION	40.1.01.02.04 Mobiliario
10.3.02 PAPELERIA Y UTILES	40.1.01.02.05 Promoción y Publicidad
10.3.03 OTROS GASTOS ANTICIPADOS	40.1. 01.03 ACTIVIDAD DE RESTAURANTES
10.3.04 ASUNTOS PENDIENTES	40.1.01.03.01 Sueldos y Salarios
	40.1.01.03.02 Transporte
20 P A S I V O	40.1.01.03.03 Señalización
	40.1.01.03.04 Mobiliario
	40.1.01.03.05 Promoción y Publicidad
	40.1. 02.GASTOS DEL SEVICIO

<p>20 .1 CIRCULANTE 20.1.01 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR 20.1.01.01 Proveedores 20.1.01.02 Documentos por pagar 20.1.01.03 Préstamos bancarios a corto plazo 20.1.01.04 Acreedores varios 20.1.01.05 Intereses por pagar 20.1.01.06 Impuestos por pagar 20.1.01.06.01 Municipales 20.1.01.06.02 Renta 20.1.01.06.03 Patrimonio 20.1.01.07 Retenciones Diversas 20.1.01.07.01 I. S. S. Empleados 20.1.01.07.02 I. S. S. Patronal 20.1.01.07.03 A. F. P. Empleados 20.1.01.07.04 A. F. P. Patronal 20.1.01.07.05 Renta por pagar 20.1. 02 DEBITO FISCAL 20.1. 02.01 I. V. A.</p> <p>20.2 FIJO 20.2.01 OBLIGACIONES A LARGO PLAZO</p>	<p>40.1.03.GASTOS DE ADMINISTRACIÓN 40.1.04 GASTOS DE NO OPERACIÓN</p> <p>50. CUENTAS DE RESULTADO ACREEDORAS</p> <p>50. 1 VENTAS 50.1.01 VENTAS 50.1.01.01 Contado 50.1.02 REBAJAS Y DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS 50.1.02. 01Rebajas 50.1.02.02 Devoluciones</p> <p>60. CUENTAS LIQUIDADORAS</p> <p>60.1. 01 COSTO DE VENTAS 60.1. 02 PERDIDAS Y GANANCIAS</p>
---	--

19.31 ANEXO 31 MANUAL DE APLICACIONES: CONTABILIDAD

MANUAL DE APLICACIONES

10 - CUENTAS DE ACTIVO

10 - 1 *DISPONIBLE Y REALIZABLE*

10 - 1 - 01 CAJA Y BANCOS

- **Se carga:** Con todos los ingresos que la empresa obtenga en sus operaciones normales y corrientes.
- **Se abona:** Con todos los egresos en que incurre la empresa en sus operaciones.
- **Su saldo:** Siempre será deudor

10 - 1 - 01 - 01 CAJA

- **Se carga:** Con los ingresos provenientes de las ventas al contado, abono de clientes, comisiones o cualquier otra operación.
- **Se abona:** Con las remesas que se envían al banco o por pagos hechos en efectivos.
- **Su saldo:** Siempre será deudor

10 - 1 - 01 - 02 CAJA CHICA

- **Se carga:** Con el valor inicial que se le asigna a dicho fondo o cuando se acuerde aumentar su saldo.
- **Se abona:** Cuando se disminuye o se liquida.
- **Su saldo:** Siempre será deudor

10 - 1 - 01 - 03 BANCOS

- **Se carga:** Con el valor de las remesas, notas de abono o cualquier ajuste.
- **Se abona:** Con el valor de los cheques emitidos, notas de cargo del banco o cualquier ajuste que sea necesario.
- **Su saldo:** Siempre será deudor

10 - 1 - 02 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR

- **Se carga:** Con el valor de los importes que la empresa tenga que cobrar posteriormente de haber efectuado la operación.
- **Se abona:** Con las cancelaciones o pagos parciales de dicho importe.
- **Su saldo:** Siempre será deudor

10 - 1 - 02 - 01 CLIENTES

- **Se carga:** Con el importe de las ventas al crédito.
- **Se abona:** Con las cancelaciones totales o parciales, con devoluciones, rebajas y los saldos que consideran incobrables.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 1 - 02 - 02 DOCUMENTOS POR COBRAR

- **Se carga:** Con el valor nominal del documento que recibe la empresa proveniente de cualquier operación.
- **Se abona:** Con la cancelación, abonos o descuentos a instituciones bancarias o personas en general.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 1 - 02 - 03 DEUDORES VARIOS

- **Se carga:** Con las cantidades que le adeuden a la empresa en concepto diferente a las operaciones normales.
- **Se abona:** Con las cancelaciones o abonos que se reciben de dichas deudas.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 1 - 03 CREDITO FISCAL

- **Se carga:** Con el valor del 13% del I.V.A., que nos extiendan en los comprobantes de crédito fiscal al comprar mercaderías o servicios.
- **Se abona:** Al final del ejercicio con la cuenta Débito Fiscal.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 2 - 01 MOBILIARIO Y EQUIPO

- **Se carga:** Con el valor de adquisición de los bienes para uso de la empresa.
- **Se abona:** Cuando se venden, porque están completamente despreciados, obsoletos o por destrucción.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 2 FIJO

10 - 2 - 01 - 01 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA.

- **Se carga:** Con el valor de adquisición del mobiliario y equipo relacionado exclusivamente con el departamento administrativo.
- **Se abona:** Cuando se venden o se dan de baja por su estado inservible.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 2 - 01 - 02 MOBILIARIO Y EQUIPO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- **Se carga:** Con el valor de adquisición del mobiliario y equipo relacionado exclusivamente con el desarrollo de actividades turísticas.
- **Se abona:** Cuando se venden o se dan de baja por su estado inservible.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 2 - 02 EQUIPO DE TRANSPORTE

- **Se carga:** Con el valor de adquisición de los vehículos que la empresa adquiere para su uso.
- **Se abona:** Cuando se venden o se dan de baja por su estado inservible.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 2 - 03 BIENES INMUEBLES

- **Se carga:** Con el valor de las compras de los inmuebles, representan la inversión en terrenos, edificios e instalaciones
- **Se abona:** Cuando se venden o se demuelen los edificios, si estos aún tienen valor residual.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 2 - 03 - 01 TERRENOS

- **Se carga:** Con el precio de los terrenos según escrituras notariales de compra-venta más el importe de gastos incurridos en relación a la adquisición según comprobantes debidamente justificados.
- **Se abona:** Con el costo de adquisición, de los terrenos vendidos.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 2 - 03 - 02 EDIFICIOS

- **Se carga:** Con el valor de adquisición, con el traspaso de la cuenta de construcciones en proceso cuando estas hayan sido totalmente terminadas.
- **Se abona:** Con el costo de los edificios que se venden o demuelen por su estado inservible.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 2 - 03 - 03 INSTALACIONES

- **Se carga:** Con todos los pagos que se efectúen en el acondicionamiento del local, instalaciones eléctricas, etc.
- **Se abona:** Cuando se venden o se demuelen por su estado inservible.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 2 - 04 – R DEPRECIACIONES ACUMULADAS

- **Se carga:** Cuando se liquida un activo depreciable que se vende o su estado es inservible.
- **Se abona:** Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta conceda a todo bien.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

10 - 2 - 04 - 01(-) MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA.

- **Se carga:** Cuando se liquida el activo depreciable por venta, destrucción o su estado es inservible.
- **Se abona:** Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta concede a todo bien.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

10 - 2 - 04 - 02(-) MOBILIARIO Y EQUIPO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- **Se carga:** Cuando se liquida el activo depreciable por venta, o por su estado inservible.
- **Se abona:** Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta conceda a todo bien.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

10 - 2 - 04 - 03(-) EDIFICIOS

- **Se carga:** Cuando se venden o se demuelen.
- **Se abona:** Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta concede.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

10 - 2 - 04 - 04(-) INSTALACIONES

- **Se carga:** Cuando se venden o se dan de baja por inservibles.
- **Se abona:** Con el valor de los porcentajes de depreciación que la ley de impuesto sobre la renta, concede a estos bienes.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

10 - 2 - 04 - 05(-) EQUIPO DE TRANSPORTE

- **Se carga:** Cuando se liquida el activo depreciable por venta o por su estado inservible.
- **Se abona:** Con el valor de los porcentajes de depreciación de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta concede a todo bien
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

10 - 3 OTROS ACTIVOS

- **Se carga:** Con el valor de los pagos efectuados, que desde el punto de vista contable no se consideran aplicables a las cuentas anteriormente descritas.
- **Se abona:** A medidas que estas aplicaciones se liquiden a sus cuentas respectivas.
- **Su saldo:** Siempre será deudor.

10 - 3 - 01 GASTOS DE CONSTITUCION, ORGANIZACIÓN E INSTALACION

- **Se carga:** Con las erogaciones que se hagan para la constitución, organización e instalación de la empresa.
- **Se abona:** Con el porcentaje que nos permita la ley del impuesto sobre la renta para su

amortización.

- Su saldo: Siempre será deudor.

10 - 3 - 02 PAPELERIA Y UTILES

- Se carga: Con las compras de papelería y útiles de oficina.
- Se abona: Con las requisiciones de papelería y útiles.
- Su saldo: Siempre será deudor.

10 - 3 - 03 OTROS GASTOS ANTICIPADOS

- Se carga: Con el valor pagado, que no puede clasificarse en los rubros anteriores.
- Se abona: Al momento de liquidar con la cuenta correspondiente.
- Su saldo: Siempre será deudor.

10 - 3 - 04 ASUNTOS PENDIENTES

- Se carga: Con los pagos que no tengan explicación o documento justificativo.
- Se abona: Cuando se obtiene la información o documentos necesarios para su aplicación a la cuenta respectiva.
- Su saldo: Siempre será deudor.

20 - P A S I V O

20 - 1 CIRCULANTE

20 - 1 - 01 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR

- Se carga: Con los abonos o cancelaciones que se efectúen.
- Se abona: Con el valor de los compromisos que la empresa adquiera en sus operaciones normales menores de un año.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 1 - 01 - 01 PROVEEDORES

- Se carga: Con los abonos o cancelaciones, con las devoluciones y rebajas sobre compras o cualquier otra operación en la cual disminuya el compromiso con nuestros proveedores.
- Se abona: Con el valor de las compras al crédito.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 1 - 01 - 02 DOCUMENTOS POR PAGAR

- Se carga: Con los pagos parciales o totales, cancelaciones por renovación o cualquier otra causa.
- Se abona: Con el importe nominal de los documentos que la empresa firma en sus operaciones.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 1 - 01 - 03 PRESTAMOS BANCARIOS A CORTO PLAZO

- Se carga: Con los pagos parciales o totales del financiamiento adquirido para el proyecto.
- Se abona: Con el valor de nuevos préstamos adquiridos.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 1 - 01 - 04 ACREEDORES VARIOS

- Se carga: Con los pagos parciales o totales de dichos compromisos
- Se abona: Con el valor de las compras o servicios que no son corrientes en el negocio.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 1 - 01 - 05 INTERESES POR PAGAR

- **Se carga:** Con los pagos que se hagan por los intereses sobre préstamos.
- **Se abona:** Con las provisiones de intereses efectuados por préstamos.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

20 - 1 - 01 - 06 IMPUESTOS POR PAGAR

- **Se carga:** Con los pagos que se hagan por los distintos impuestos.
- **Se abona:** Con las provisiones de impuestos efectuados tales como impuestos sobre la renta, patrimonio, municipales
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

20 - 1 - 01 - 07 RETENCIONES DIVERSAS

- **Se carga:** Con los pagos que se hagan por las distintas retenciones al personal o empresa.
- **Se abona:** Con las provisiones de retenciones efectuadas tales como: I.S.S.S., A.F.P., Renta.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

20 - 1 - 02 DEBITO FISCAL

- **Se carga:** Al final de cada ejercicio con la cuenta Crédito Fiscal.
- **Se abona:** Con el valor del 13% sobre las ventas que corresponden al I.V.A.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

20 - 2 FIJO

- **Se carga:** Con los pagos y abonos que haga la empresa sobre esta clase de deudas.
- **Se abona:** Con el valor de los documentos de préstamos de cualquier institución o persona con plazo mayor de un año.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

20 - 2 - 01 OBLIGACIONES A LARGO PLAZO

- **Se carga:** Con los pagos y abonos que haga la empresa sobre esta clase de deudas.
- **Se abona:** Con el valor de los documentos de préstamos de cualquier institución o persona con plazo mayor de un año.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

20 - 3 OTROS PASIVOS

- **Se carga:** Con el valor que la empresa pague a los empleados en concepto laborales a que tenga derecho por su tiempo de trabajo.
- **Se abona:** Cuando se constituya esta previsión de acuerdo a las necesidades de la empresa y de acuerdo a la cantidad establecida por el Código de Trabajo.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

20 - 3 - 01 PROVISION PARA PRESTACIONES LABORALES

- **Se carga:** Con el valor que la empresa pague a los empleados en concepto laborales a que tenga derecho por su tiempo de trabajo.
- **Se abona:** Cuando se constituya esta previsión de acuerdo a las necesidades de la empresa y de acuerdo a la cantidad establecida por el Código de Trabajo.
- **Su saldo:** Siempre será acreedor.

30 - CAPITAL

30 - 1 CAPITAL CONTABLE

30 - 1 - 01 CAPITAL

- **Se carga:** Con los retiros que el comité haga, así como con las pérdidas del ejercicio.
- **Se abona:** Con el aporte inicial del comité, así como por aumento a capital por las utilidades del ejercicio.

- **Su saldo: Siempre será acreedor.**

30 - 1 - 02 RESERVA LEGAL Y LABORAL

- **Se carga: Se abonará cada fin de ejercicio con las aportaciones del comité turístico o de las comisiones.**
- **Se abona: Se cargará cuando las reservas acumuladas sean utilizadas para el pago de cualquier trámite legal del comité turístico o cubrir costos de operación.**
- **Su saldo: Su saldo es de naturaleza acreedor.**

30 - 1 - 03 UTILIDADES ACUMULADAS

- **Se carga: Se abonará cada fin de ejercicio con las utilidades netas.**
- **Se abona: Se cargará cuando las utilidades sean distribuidas, capitalizadas, etc.**
- **Su saldo: Su saldo es de naturaleza acreedor.**

30 - 1 - 04 UTILIDAD O PERDIDA DEL PERIODO

- **Se carga: Se abonará cada fin de ejercicio con la diferencia positiva entre las utilidades netas y los desembolsos netos.**
- **Se abona: Se cargará cada fin de ejercicio con la diferencia negativa entre las utilidades netas y los desembolsos netos.**
- **Su saldo: Puede ser : *deudor y acreedor***
Deudor: Cuando refleja pérdida en el ejercicio y se abona contra Capital.
Acreedor: Cuando nos refleja utilidad en el ejercicio y se carga contra Capital.

40 - CUENTAS DE RESULTADO DEUDORAS

40 - 1 - 01 COSTO DEL SERVICIO

- **Se carga: Con el importe de las actividades realizadas en el servicio turístico.**
- **Se abona: Con el costo de venta.**
- **Su saldo: Siempre será deudor.**

40 - 1 - 02 GASTOS DE SERVICIO

- **Se carga: Con todos los pagos, provisiones y ajustes que se efectúan para el departamento de ventas según la clasificación del catálogo.**
- **Se abona: Al final del ejercicio con la cuenta de pérdidas y ganancias.**
- **Su saldo: Siempre será deudor.**

40 - 1 - 03 GASTOS DE ADMINISTRACION

- **Se carga: Con todos los pagos, provisiones y ajustes incurridos en la administración del negocio.**
- **Se abona: Al final del ejercicio con la cuenta de pérdidas y ganancias.**
- **Su saldo: Siempre será deudor.**

40 - 1 - 04 GASTOS FINANCIEROS

- **Se carga: Con los pagos, provisiones y ajustes que la empresa haga en concepto de intereses, comisiones bancarias, etc.**
- **Se abona: Al final del ejercicio con la cuenta de pérdidas y ganancias.**
- **Su saldo: Siempre será deudor.**

50 - CUENTAS DE RESULTADO ACREEDORAS

50 - 1 - 01 VENTAS

- **Se carga: Al final del ejercicio con el traspaso a la cuenta de pérdidas y ganancias.**
- **Se abona: Con el valor de las ventas al contado y crédito.**
- **Su saldo: Siempre será acreedor.**

50 - 1 - 02 REBAJAS Y DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS

- Se carga: Al final del ejercicio liquidándose con la cuenta de compras para establecer las compras netas.
- Se abona: Con el valor de las rebajas y devoluciones que hagamos a nuestros proveedores.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

60 - CUENTAS LIQUIDADORAS

60 -1 - 01 COSTO DE VENTAS

- Se carga: Con el inventario inicial de productos terminados y con el costo de producción del año.
- Se abona: Al final del ejercicio con el inventario final de productos terminados y el saldo con pérdidas y ganancias.
- Su saldo: No tiene, por ser una cuenta transitoria

60 - 1 - 02 PERDIDAS Y GANACIAS

- Se carga: Con el costo de ventas, gastos de venta, gastos de administración, gastos financieros y cualquier otra cuenta de resultado deudor.
- Se abona: Con las ventas netas, otros productos y cualquier otra cuenta de resultado acreedora.
- Su saldo: Puede ser : *deudor y acreedor*
 Deudor: Cuando refleja pérdida en el ejercicio y se abona contra Capital.
 Acreedor: Cuando nos refleja utilidad en el ejercicio y se carga contra Capital.

19.32 ANEXO 32 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO LIBRO DIARIO

FECHA	DETALLE	DEBE	HABER
	TOTALES	IGUALES	IGUALES

19.33 ANEXO 33 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO LIBRO MAYOR

CUENTA	SUMAS		SALDOS	
	DEBE	HABER	DEUDOR	ACREEDOR
TOTALES				

19.34 ANEXO 34 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO BALANCE INICIAL

BALANCE INICIAL 01 DE _____ DE 2011			
ACTIVO	Cantidad (\$)	PASIVO	Cantidad (\$)
<u>Activo Circulante</u>		<u>Pasivo Circulante</u>	
Caja y bancos		Cuentas por pagar	
Clientes		Total pasivo circulante -----	
Inventarios		<u>Pasivo Fijo</u>	
Total activo circulante -----		-----	
<u>Activo Fijo</u>		Total pasivo Fijo -----	
Terreno		TOTAL PASIVOS	
Vehículo		PATRIMONIO	
Total activo Fijo -----		Aportes sociales	
TOTAL ACTIVOS		Total patrimonio -----	
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	

19.35 ANEXO 35 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL DEL _____ AL _____ DE 2009			
ACTIVO	Cantidad	PASIVO	Cantidad
<u>Activo Circulante</u>		<u>Pasivo Circulante</u>	
Caja y bancos	\$ _____	Cuentas por pagar	\$ _____
Clientes	\$ _____	_____	\$ _____
Inventarios	\$ _____	_____	\$ _____
_____	\$ _____	Total pasivo circulante -----	\$ _____
_____	\$ _____	<u>Pasivo Fijo</u>	
Total activo circulante -----	\$ _____	_____	\$ _____
<u>Activo Fijo</u>		Total pasivo fijo -----	\$ _____
_____	\$ _____	Otros Pasivos	
_____	\$ _____	_____	\$ _____
Total activo fijo -----	\$ _____	Total de otros pasivos -----	\$ _____
Otros Activos	\$ _____	TOTAL PASIVOS	\$ _____
_____	\$ _____	PATRIMONIO	
Total de otros activos -----	\$ _____	Utilidades retenidas	\$ _____
TOTAL ACTIVOS		Utilidades del periodo anterior	\$ _____
		Total patrimonio -----	\$ _____
		TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	
_____ Firma del Contador		_____ Firma del Propietario del Taller	

19.36 ANEXO 36 FORMATOS DE CONTABILIDAD, FORMATO ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS	
Comprende el periodo del _____ al _____	
VENTAS	
(-) Devoluciones y descuentos	
(=) INGRESOS OPERACIONALES	
(-) Costo de ventas	
(=) UTILIDAD BRUTA	
(-) Gastos operacionales de ventas	
(-) Gastos operacionales de administración	
UTILIDAD OPERACIONAL	
(+) Ingresos no operacionales	
(-) Gastos no operacionales	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	
(-) Impuesto de renta y complementarios	
UTILIDAD DEL EJERCICIO O NETA	