UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

PRESENTADO POR:

JOSÉ DAVID CASTILLO MANCIA

CARMEN ALICIA GALINDO MARAVILLA

WILLIAM EMERSON LÓPEZ POCASANGRE

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

INGENIERO (A) INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, MARZO 2026

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL:

LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO:

ING. LUIS SALVADOR BARRERA MANCÍA

SECRETARIO:

ARQ. RAÚL ALEXANDER FABIÁN ORELLANA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTORA INTERINA:

MSC. JEANNETTE ELIZABETH SÁNCHEZ DE POCASANGRE

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

Título:

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

Presentado por:

JOSÉ DAVID CASTILLO MANCIA

CARMEN ALICIA GALINDO MARAVILLA

WILLIAM EMERSON LÓPEZ POCASANGRE

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, MARZO 2026

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi agradecimiento a mi alma mater, la Universidad de El Salvador, por brindarme la oportunidad de formar parte de su comunidad universitaria y permitirme enriquecer mis conocimientos para formarme como ingeniero industrial, con el compromiso de retribuir a la sociedad lo aprendido durante este proceso académico.

A mi equipo de tesis, Alicia Galindo y William López, agradezco el esfuerzo, la dedicación y el trabajo realizado durante el desarrollo de esta investigación. Gracias por cada reunión, por la coordinación de tiempos para cumplir con las entregas y por la paciencia demostrada a lo largo de este proceso académico.

A mi padre, Víctor Castillo, expreso mi más sincero agradecimiento por cada consejo brindado desde mi infancia, por inculcarme el amor por el estudio y el valor del esfuerzo constante. Sus enseñanzas han sido una guía permanente en mi vida académica y personal. A mis hermanos Alex Castillo, por ser un ejemplo a seguir y una motivación permanente para superarme, demostrando con su esfuerzo y compromiso que la constancia es clave para alcanzar las metas. A Evelyn Castillo, por ser mi compañera en cada etapa de la vida desde que nací, con quien he compartido cada experiencia, aprendizaje y desafío, construyendo juntos un lazo inquebrantable. De manera muy especial, expreso mi agradecimiento a mi hermana mayor, Sary Castillo, cuyo esfuerzo, dedicación y acompañamiento han sido fundamentales en mi formación personal y académica. Su apoyo ha representado el mismo amor, cuidado y compromiso que mi madre me habría brindado al estar presente en esta etapa de mi vida, y ha sido clave para que hoy pueda culminar este logro.

Finalmente, deseo agradecer a Dios por permitirme culminar mis estudios universitarios, aun cuando el proceso académico se vio interrumpido por pruebas de salud que obligaron a frenar temporalmente mi avance académico. Su fortaleza y guía me permitieron recuperarme y continuar este camino hasta alcanzar esta meta.

David castillo

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a Dios, por iluminarme y guiarme a lo largo de este camino, su luz fue el impulso que me permitió mantener la fe y superar los obstáculos en cada etapa de este proceso.

Agradezco de manera muy especial a quienes que hoy viven en mi corazón y me acompañan desde el cielo. A mi padre Francisco Galindo, mi mayor ejemplo de esfuerzo, superación y amor incondicional, a quien dedico este logro con todo mi corazón, aunque su ausencia ha sido una de las pruebas más difíciles de mi vida, sé que siempre me acompañó y celebró mis avances, y hoy me mira con el orgullo de siempre; a mi tía Elsa Maravilla, quien fue mi guía para estudiar esta ingeniería, su apoyo fue clave para tomar las decisiones que me han traído hasta aquí, sin ella este logro no habría sido posible.

A mi madre Alicia Maravilla, mi pilar fundamental, le agradezco infinitamente su amor, apoyo y sacrificio, desde el inicio de este camino estuvo acompañándome en mis desvelos y en cada uno de mis retos, brindándome su cuidado y confianza incluso cuando sentía que no podía más. Agradezco también a mi familia, a mi hermana Rosa Galindo, mi compañía y escucha a lo largo de la vida; a mi abuela Margarita Galindo y a mi hermano Josué Galindo, quienes han sido parte esencial de mis logros. El amor y respaldo de mi familia me dieron la fuerza para seguir adelante, y sin ellos nada de esto sería posible.

Agradezco a mis compañeros de tesis y grandes amigos, David Castillo y William López, parece que fue ayer cuando decidimos unirnos en este camino; durante estos años, proyecto tras proyecto, aprendimos a apoyarnos y a trabajar con una gran conexión y compromiso, gracias por la paciencia y el trabajo en equipo. Agradezco también a Gabriela García, Humberto Bolaños y a todos mis amigos que me acompañaron desde una clase, un parcial o una conversación, hasta celebrar este logro, son lo más valioso que me deja esta etapa, y espero seguir compartiendo muchos éxitos junto a ustedes.

Alicia Galindo

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis padres, Camilo López y Fita Orellana, así como al resto de mi familia, quienes han sido un apoyo fundamental a lo largo de mi formación académica. Gracias por su paciencia, comprensión y por creer en mí incluso en los momentos de mayor dificultad. Su acompañamiento y esfuerzo han sido una motivación constante para seguir adelante.

De igual manera, agradezco a mis amigos Humberto Bolaños, Benjamín Rivas, Marcela Martínez, Gabriela García y mis demás amigos, por su apoyo, palabras de aliento y por estar presentes durante este proceso, comprendiendo mis ausencias y celebrando cada avance como si fuera propio. Agradezco también a mis mascotas, quienes, con su compañía silenciosa e incondicional, hicieron más llevaderas las largas jornadas de estudio y trabajo, brindándome calma y ánimo en los momentos de cansancio.

Asimismo, expreso mi agradecimiento a los docentes que formaron parte de mi proceso académico, por los conocimientos compartidos, la orientación brindada y el compromiso con mi formación profesional, los cuales fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Finalmente, quiero agradecer a mis compañeros de tesis y amigos, Alicia Galindo y David Castillo, por el trabajo en equipo, el compromiso y el intercambio de ideas que hicieron posible la realización de este proyecto, gracias a ellos la culminación de esta etapa ha sido mejor de lo que hubiese esperado.

Este trabajo representa no solo la culminación de una etapa académica, sino también el reflejo del esfuerzo, apoyo y aprendizaje compartido a lo largo de este camino, los cuales han sido fundamentales para mi crecimiento personal y profesional.

William López

índice

Introducción i
Objetivos iii
Alcances v
Limitaciones vi
Importancia vii
Justificación ix
CAPITULO I: GENERALIDADES DEL ESTUDIO 1
I. Metodología de la investigación 2
A. Tipo de investigación 2
B. Fuentes de datos a utilizar 5
II. Marco Teórico Conceptual 5
A. Definiciones Generales. 5
B. Marco legal 25
II. Marco contextual 36
A. Antecedentes 36
1. Antecedentes del turismo mundial 36
2. Antecedentes históricos del turismo en el salvador 37
B. Variables económicas. 40
1. PIB en el salvador: aportaciones por sector 40
2. PIB del turismo en el salvador. 41
3. Llegadas de turistas por país de residencia y nacionalidad. 43
4. Principales motivos de llegada del turista 44
5. Ocupación Hotelera 45
6. Generación de empleo por actividades características del turismo 45
C. Oferta turística de el salvador 46
CAPITULO II: SITUACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO DE PANCHIMALCO 52
I. Caracterización general del territorio de Panchimalco 53
A. Reseña histórica 53
B. Ubicación geográfica del territorio 55
C. División político-administrativa 55
D. Características demográficas de Panchimalco 58
1. Población general en Panchimalco. 58
2. Población indígena. 59
E. Características económicas 61

1. Detalle de sectores productivos 62
2. Infraestructura básica en Panchimalco. 62
F. Oferta turística de Panchimalco 68
1. Recopilación de información primaria de la oferta turística preliminar. 68
2. Recopilación de información complementaria 78
a. Sitios Naturales 78
b. Manifestaciones culturales 80
c. Festividades 82
CAPITULO III: INVENTARIO TURÍSTICO 84
A. Metodología del inventario turístico 85
B. Identificación del inventario turístico 85
C. Descripción de los atractivos 91
D. Criterios de priorización de los atractivos 128
E. Evaluación de los atractivos 136
F. Inventario de planta turística 138
CAPITULO IV: INVESTIGACIÓN DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS 165
I. Mercado consumidor 166
A. Metodología del mercado consumidor 166
B. Segmentación de mercado y mercado meta 167
C. Perfil preliminar del consumidor 168
D. Tendencias de consumo 169
E. Diseño muestral 172
1. Universo de estudio 172
2. Determinación de proporcionalidad p y q 179
3. Cálculo de la muestra 180
4. Distribución de la muestra 182
a. Diseño de las herramientas de recolección de información 182
b. Tabulación y análisis de información de investigación de campo 185
1. Tabulación de encuestas nacionales 186
2. Tabulación de encuestas extranjeras 210
a. Proyección de la demanda turística 233
II. Mercado competidor 240
A. Metodología del mercado competidor 240
B. Diseño de la herramienta de recolección de información. 241
C. Identificación de la competencia. 242

D. Criterios de clasificación de la competencia 248
E. Perfil turístico del territorio de Panchimalco 249
F. Establecimiento de la competencia 251
1. Tipos de competencia 251
a. Perfil de competidor directo. 253
b. Perfil de competencia indirecta. 263
c. Sustitutos. 274
III. Mercado distribuidor 278
A. Metodología del mercado distribuidor 279
B. Antecedentes del mercado distribuidor 280
C. Identificación del distribuidor 282
D. Perfil preliminar del distribuidor 285
E. Identificación de distribuidores potenciales 285
F. Diseño de las herramientas de recolección de datos 292
G. Obtención de datos de la investigación de campo 293
H. Tabulación y análisis de información 296
I. Determinación del perfil de distribuidor final 324
IV. Mercado proveedor 325
A. Metodología del mercado proveedor 326
B. Identificación de fuentes de información 326
C. Técnicas de recolección de información 327
D. Identificación de las instituciones de apoyo 328
E. Análisis de las instituciones de apoyo 345
F. Perfil final de las instituciones de apoyo 348
CAPITULO V: RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO 349
A. Organización del turismo en el territorio de Panchimalco 350
B. Oferta turística 352
C. Demanda turística 355
D. Análisis del inventario turístico 357
E. Mercado de consumo turístico 361
F. Mercado competidor 363
G. Análisis Mercado Distribuidor 366
H. Análisis de mercado proveedor 370
I. Análisis del marco lógico 374
J. Árbol de problemas 381

K. Árbol de objetivos 382
L. Descripción de las causas del problema 383
M. Síntesis y validación de la problemática 386
CAPITULO VI: CONCEPTUALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN 388
I. Generalidades de la propuesta 389
II. Selección de la estrategia turística a desarrollar 390
A. Identificación de las áreas estratégicas 394
B. Identificación de los programas por área estratégica 396
C. Selección de programas a diseñar 397
D. Matriz de consistencia 401
III. Esquematización de la conceptualización del diseño 403
CAPITULO VII: DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DEL PLAN TURISTICO SOSTENIBLE 405
I. Programa "Desarrollo de productos turísticos" 406
A. Proyecto: Diseño de rutas turísticas 407
1. Generalidades de las rutas 408
2. Diseño y análisis de la ruta 1. “Ruta de montaña de Panchimalco” 419
3. Diseño y análisis de la ruta 2. “Ruta colonial de Panchimalco” 431
4. Diseño y análisis de la ruta 3. “Ruta descubre Panchimalco” 441
5. Determinación de la capacidad de carga turística de los atractivos 448
6. Planificación de los recorridos turísticos 479
7. Requerimientos para las rutas turísticas 483
B. Proyecto: Señalización turística para Panchimalco 485
C. Proyecto: Infraestructura Turística 510
II. Programa "Gestión de Información y Prácticas Sostenibles" 539
A. Proyecto: Gestión de la información turística 540
B. Proyecto: Buenas prácticas de turismo sostenible 551
1. Satisfacción y calidad turística 552
2. Plan de emergencia 562
3. Sostenibilidad Ambiental 570
III. Programa "Formación y organización turística" 576
A. Proyecto: Creación del comité de desarrollo turístico 577
B. Proyecto: Formación para emprendedores. 604
C. Proyecto: Capacitación para personal turístico 621
IV. Programa "Marketing" 635

A. Proyecto: Creación de marca Panchimalco 636
B. Proyecto: Promoción turística del territorio de Panchimalco 645
C. Proyecto: Organización y participación de ferias y eventos 649
V. Programa “Cultura y conciencia turística” 661
A. Proyecto: Sensibilización comunitaria 662
B. Proyecto: Conservación y rescate del patrimonio natural y cultural. 673
VI. Programa “Alianzas y Cooperación Estratégica” 678
A. Proyecto: Gestión de alianzas comerciales 678
B. Proyecto: Financiamiento 692
C. Proyecto: Seguridad turística 698
CAPITULO VIII: ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO 704
I. Metodología general 705
II. Inversión de la propuesta 705
A. Inversión Fija 706
1. Inversión Fija Tangible 706
2. Inversión Fija Intangible 715
B. Capital de Trabajo 718
C. Financiamiento del plan de desarrollo turístico 723
1. Necesidad de financiamiento 723
2. Fuentes de financiamiento 723
3. Entidades como fuentes de financiamiento 727
4. Selección de fuente de financiamiento 732
5. Condiciones de financiamiento 733
6. Selección de alternativa de financiamiento 734
III. Costos de la propuesta 735
A. Metodología 735
B. Definición de los tipos de sistemas de costeo 735
C. Selección del sistema de costeo 736
D. Identificación de los costos 739
1. Costos de operación 739
2. Costos de comercialización 757
3. Costos administrativos 765
4. Costos Financieros 774
5. Costos totales por ruta 775
6. Clasificación de costos fijos y variables 778

7. Costo Unitario por ruta 782
8. Determinación del precio de venta 786
IV. Presupuesto de Ingresos y Gastos 791
A. Presupuesto de Ingresos 791
B. Presupuesto de gastos 795
C. Situación de equilibrio 799
V. Estados Financieros Proforma 805
A. Estado de resultados 806
B. Flujo de Efectivo 809
C. Balance General 811
CAPITULO IX: EVALUACIONES 812
A. Evaluación Económica 813
B. Evaluación Financiera 819
C. Evaluación socioeconómica 835
D. Evaluación de genero 853
E. Evaluación Ambiental. 859
CAPITULO X: ADMINISTRACIÓN DEL PLAN 875
A. Metodología General 876
B. Objetivo de la implementación. 877
C. Definición de la Estructura de Desglose de Trabajo (EDT) 877
D. Descripción de los componentes de la EDT 877
E. Definición de actividades 881
F. Red del proyecto 891
F. Matriz de precedencia 897
G. Calendario de trabajo 899
H. Costos de la implementación 901
I. Organización de la administración del plan 906
Conclusiones 947
Recomendaciones 950
Glosario 952
Referencias bibliográficas 955
Anexos 959

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Esquema de clasificación por tipo de turismo 17
Ilustración 2. Información sobre la Ley de turismo 26
Ilustración 3. Información sobre la Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo. 28
Ilustración 4. Información sobre la ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo..... 28
Ilustración 5. Estructura turística organizacional. 30
Ilustración 6. Línea de tiempo de la historia del turismo mundial..... 36
Ilustración 7. Ocupación en servicios turísticos de hospedaje 2023..... 45
Ilustración 8. Promedio mensual de empleo en las actividades características del turismo 45
Ilustración 9 Distribución política del territorio de Panchimalco 55
Ilustración 10. Representación de carretera a Comalapa y RN06 63
Ilustración 11. La puerta del diablo en la actualidad..... 78
Ilustración 12. Parque Balboa 79
Ilustración 13. Parque acuático de Panchimalco..... 79
Ilustración 14. El parque de la familia 79
Ilustración 15. El borbollón..... 80
Ilustración 16. Iglesia Santa Cruz de Roma 81
Ilustración 17. Casa de la Cultura. 81
Ilustración 18. Parque escultórico La puesta del Sol 82
Ilustración 19. Iglesia Santuario de Fátima 82
Ilustración 20. Metodología de inventario turístico 85
Ilustración 21. Mapa de cerros y lomas en Panchimalco..... 87
Ilustración 22. Sitios culturales en el casco urbano en Panchimalco..... 88
Ilustración 23. Afiches de ferias gastronómicas en Panchimalco 89
Ilustración 24. Parques y ecosistemas naturales. 90
Ilustración 25. Entorno de la página web bus sv. 159
Ilustración 26. Código de las rutas en bus.sv..... 160
Ilustración 27. Registro de la página del VMT..... 161
Ilustración 28. Opciones de rutas a conocer. 161
Ilustración 29. Filtro de las rutas 162
Ilustración 30. Resultado del filtro 162
Ilustración 31. Información de ruta 12 163
Ilustración 32. Información de ruta 17-B..... 163
Ilustración 33. Información de ruta 17-A..... 164
Ilustración 34. Información de la ruta 17-A1..... 164
Ilustración 35. Metodología del mercado consumidor 166
Ilustración 36. Perfil preliminar del encuestado nacional..... 168
Ilustración 37. Perfil preliminar del encuestado extranjero. 168
Ilustración 38. Población salvadoreña en los 14 departamentos según EHPM 173
Ilustración 39. Datos estadísticos de la población mayor o igual de 14 años 174
Ilustración 40. Población económicamente activa mayor o igual a 14 años 175
Ilustración 41. Resumen de datos de PEA..... 175
Ilustración 42. Ocupación del segmento según PEA..... 176
Ilustración 43. Datos de turismo receptor..... 178
Ilustración 44. Intereses del turista receptor..... 178
Ilustración 45. Demanda turística en el territorio de Panchimalco año 2024. 237
Ilustración 46. Gráfica de curva ajustada de la visita turística a Panchimalco 238
Ilustración 47. Metodología del mercado competidos..... 240
Ilustración 48. Tipos de turismo. 248

Ilustración 49. Territorio de Panchimalco. 249
Ilustración 50. Perfil de competencia directa. 253
Ilustración 51. Territorio de Juayúa. 254
Ilustración 52. Territorio de Apaneca 255
Ilustración 53. Territorio de Concepción de Ataco 256
Ilustración 54. Territorio de Cinquera 257
Ilustración 55. Territorio de Suchitoto 258
Ilustración 56. Territorio de Berlín 259
Ilustración 57. Territorio de Chinameca 260
Ilustración 58. Territorio de Perquín 261
Ilustración 59. Territorio de La Palma 262
Ilustración 60. Territorio de Santa Ana 264
Ilustración 61. Territorio de Izalco 265
Ilustración 62. Territorio de Santa Tecla 266
Ilustración 63. Territorio de Alegría 267
Ilustración 64. Territorio de Chalatenango 268
Ilustración 65. Territorio de Ilobasco 269
Ilustración 66. Territorio de Meanguera 270
Ilustración 67. Territorio de Conchagua 271
Ilustración 68. Territorio de San Vicente 272
Ilustración 69. Territorio de La Unión 273
Ilustración 70. Territorio de La Libertad 275
Ilustración 71. Territorio de San Salvador 276
Ilustración 72. Territorio de San Miguel 277
Ilustración 73 Metodología mercado distribuidor 279
Ilustración 74. Esquema de los distribuidores turísticos y sus principales cambios. 282
Ilustración 75. Metodología del mercado proveedor 326
Ilustración 76. Metodología de la conceptualización de la solución 389
Ilustración 77. Esquema de la conceptualización del diseño del plan de desarrollo turístico sostenible para el territorio de Panchimalco 403
Ilustración 78. Metodología del proyecto “Diseño de rutas turísticas” 408
Ilustración 79. Service Blueprint de la contratación de ruta 410
Ilustración 80. Acciones de los clientes 412
Ilustración 81. Medios de apoyo 412
Ilustración 82. Líneas de acción 413
Ilustración 83. Fases del proceso 413
Ilustración 84. Evidencias físicas 413
Ilustración 85. Riesgos identificados 414
Ilustración 86. Service Blueprint de las actividades logísticas de reunión e inicio de la ruta 415
Ilustración 87. Acciones del turista. 416
Ilustración 88. Medios de apoyo 417
Ilustración 89. Medios de apoyo 417
Ilustración 90. Fases del proceso 417
Ilustración 91. Evidencias físicas 418
Ilustración 92. Riesgos identificados 418
Ilustración 93. Cerros y lomas de Panchimalco 423
Ilustración 94. Service Blueprint de la “Ruta de Montaña” 428
Ilustración 95. Mapa de atractivos que participan de la ruta colonial de Panchimalco. 435
Ilustración 96. Service Blueprint de la “Ruta colonial de Panchimalco” 438
Ilustración 97. Service Blueprint de la “Ruta descubre Panchimalco” 447

Ilustración 98. Mapa de altitudes del cerro Guayama 452
Ilustración 99. Mapa de altitudes cerro Tunanshilo 455
Ilustración 100. Mapa de altitudes de la Puerta del Diablo 460
Ilustración 101 Metodología del programa “Señalización turística 486
Ilustración 102 Dimensiones de escalones de madera 513
Ilustración 103 Escalones para senderismo 513
Ilustración 104 Representación del sendero en superficies planas. 515
Ilustración 105 Mesas con techo 516
Ilustración 106 Mesas tipo picnic 518
Ilustración 107 Mesas de picnic vista superior 518
Ilustración 108. Propuesta de diseño para mirador 519
Ilustración 109. Dimensiones de mirador. 520
Ilustración 110 Recipientes para basura 522
Ilustración 111. Perímetro mirador de los planes de Renderos 523
Ilustración 112. Mirador de los planes de Renderos 523
Ilustración 113. Ruta animal 524
Ilustración 114.Parte del museo de la Casa taller Encuentro 525
Ilustración 115. Iglesia Santa Cruz de Roma 526
Ilustración 116. Mesa propuesta vista de planta 527
Ilustración 117. Propuesta de mesa para parque Escultórico 527
Ilustración 118. Vestidores para El Borbollón 529
Ilustración 119. Propuesta de construcción en el Tembladero 532
Ilustración 120. Propuesta de construcción en el tembladero 532
Ilustración 121. Plaza El Obelisco 534
Ilustración 122. Propuesta de productos Sanitarios 535
Ilustración 123. Metodología del proyecto gestión de la información turística 541
Ilustración 124. Ubicación en Google earth del punto de control 1 547
Ilustración 125. Ubicación en Google earth del punto de control 2 547
Ilustración 126. Ubicación en Google earth del punto de control 3 548
Ilustración 127. Ubicación en Google earth del punto de control 4. 548
Ilustración 128. Flujo del proceso de la toma de datos para el proyecto de gestión de la información 549
Ilustración 129. Organigrama del comité del plan de emergencia 565
Ilustración 130. Protocolos de actuación durante una emergencia 568
Ilustración 131 Contenedores de basura según clasificación de residuos 573
Ilustración 132 Metodología Creación del Comité de Desarrollo Turístico 578
Ilustración 133. Estructura organizacional del CDT 585
Ilustración 134. Plan de acción para el proyecto de formación de emprendedores 605
Ilustración 135 Ejemplo de afiche para la captación de emprendedores 607
Ilustración 136. Proceso de selección de emprendedores 608
Ilustración 137. Herramientas de apoyo para el proyecto de formación para emprendedores 613
Ilustración 138.Metodología del proyecto de capacitación para el personal turístico. 622
Ilustración 139. Perfil de personal a capacitar. 626
Ilustración 140. Requerimientos para el proyecto 627
Ilustración 141. Metodología del proyecto creación de marca turística 637
Ilustración 142. Logotipo de la marca turística “Panchimalco” 638
Ilustración 143. Perfil de Facebook del distrito de Panchimalco 646
Ilustración 144. Perfil de Instagram del distrito de Panchimalco 647
Ilustración 145. Imágenes ilustrativas del territorio 648
Ilustración 146. Publicidad de oferta de rutas turísticas 648

Ilustración 147. Fotografía ilustrativa del lugar de desarrollo de la festividad 650
Ilustración 148. Recorrido desde el centro de Panchimalco hacia los cultivos de anona 653
Ilustración 149. Cantón de desarrollo del festival 656
Ilustración 150 Metodología programa de sensibilización comunitaria 663
Ilustración 151. Metodología para la Gestión de alianzas comerciales 679
Ilustración 152. Tipos de actividades a realizar 685
Ilustración 153. Proceso de retroalimentación 687
Ilustración 154 Metodología proyecto de financiamiento 693
Ilustración 155. Metodología del proyecto Seguridad turística 699
Ilustración 156. Logo POLITUR 700
Ilustración 157. Recomendaciones de actuación en caso de emergencia sísmica 701
Ilustración 158. Recomendaciones de actuación en caso de emergencia de incendios. 702
Ilustración 159. Equipo de emergencia 702
Ilustración 160. Esquema metodológico del capítulo VIII. Estudio económico financiero-Evaluaciones 705
Ilustración 161. Clasificación de las inversiones de la propuesta 706
Ilustración 162. Fuentes de financiamiento 724
Ilustración 163. Logotipo BANDESAL 727
Ilustración 164. Condiciones adquisición de crédito BANDESAL 728
Ilustración 165. Tarifas de tasas de interés BANDESAL 728
Ilustración 166. Logotipo Banco agrícola 729
Ilustración 167. Logotipo BAC 730
Ilustración 168. Logotipo DOM 731
Ilustración 169. Metodología para la definición de los costos de la propuesta 735
Ilustración 170. Tipos de impacto ambiental 860
Ilustración 171. Metodología General para la administración del plan 876
Ilustración 172. Estructura de desglose de trabajo 877
Ilustración 173. Diagrama de redes 891
Ilustración 174. Matriz de precedencia 897
Ilustración 175 Metodología de la organización de la administración del plan 906
Ilustración 176 Tipos de organización según PMBOOK 907
Ilustración 177. Organigrama de la implementación del plan 911

Índice de gráficos

Gráfico 1. Estructura sectorial del PIB 2018-2022..... 40
Gráfico 2. Llegada de turistas internacionales por principales países de residencia 43
Gráfico 3. Llegada de turistas por residencia 44
Gráfico 4. Motivos de llegada del turista 44
Gráfico 5. Población de Panchimalco por Área de residencia y sexo..... 59
Gráfico 6. Departamento de residencia de los encuestados salvadoreños. 186
Gráfico 7. Género de los encuestados del segmento nacional..... 187
Gráfico 8. Edad de los encuestados del segmento nacional. 188
Gráfico 9. Ocupación de los encuestados del segmento nacional..... 188
Gráfico 10. Frecuencia en que realiza turismo el segmento nacional..... 189
Gráfico 11. Forma de preferencia de realizar turismo por el segmento nacional. 189
Gráfico 12. Destinos turísticos que frecuenta el segmento nacional. 190
Gráfico 13. Compañía de preferencia para realizar turismo del segmento nacional..... 191
Gráfico 14. Cantidad de acompañantes en promedio que prefiere para realizar turismo el segmento nacional..... 191
Gráfico 15. Duración de los paseos turísticos del segmento nacional..... 192
Gráfico 16. Gasto promedio individual diario del segmento nacional. 193
Gráfico 17. Temporada del año preferida para realizar turismo del segmento nacional. 193
Gráfico 18. Tipo de turismo que prefiere realizar el segmento nacional 194
Gráfico 19. Tiempo desde la última visita a un destino turístico del segmento nacional. 195
Gráfico 20. Medio de transporte que utiliza para realizar las actividades turísticas del segmento nacional..... 195
Gráfico 21. Medio de información de los turistas del segmento nacional. 196
Gráfico 22. Factores que impulsan la visita a los destinos turísticos del segmento nacional. 197
Gráfico 23. Recuento de turistas que han visitado Panchimalco del segmento nacional.198
Gráfico 24. Cantidad de visitas de los turistas que han visitado Panchimalco del segmento nacional. 198
Gráfico 25. Destinos turísticos que han visitado en Panchimalco los turistas del segmento nacional. 199
Gráfico 26. Actividades turísticas que han realizado en Panchimalco los turistas del segmento nacional..... 200
Gráfico 27. Conocimiento de actividades turísticas que han realizado en Panchimalco los turistas del segmento nacional..... 201
Gráfico 28. Medios de información por el que los turistas se informan en el segmento nacional. 201
Gráfico 29. Escala de interés en las actividades turísticas de Panchimalco en el segmento nacional. 202
Gráfico 30. Escala de interés en conocer los lugares de Panchimalco por el segmento nacional. 203
Gráfico 31. Calificación de la infraestructura de Panchimalco por el segmento nacional. 203
Gráfico 32. Tipo de instalaciones que prefieren los turistas del segmento nacional. 204
Gráfico 33. Motivos de no visita a Panchimalco del segmento nacional..... 205
Gráfico 34. Interés del turista que no ha visitado Panchimalco en poder realizarlo en el segmento nacional..... 205
Gráfico 35. Actividades del turista que no ha visitado Panchimalco que le gustaría realizar del segmento nacional. 206

Gráfico 36. Factores de motivación para los turistas que no han visitado Panchimalco del segmento nacional..... 206
Gráfico 37. Factores para mejorar de la imagen de Panchimalco según los turistas que no lo han visitado del segmento nacional. 207
Gráfico 38. Nivel de importancia de la sostenibilidad según el segmento nacional. 208
Gráfico 39. Disposición a pagar un recargo por servicios turísticos sostenibles del segmento nacional. 208
Gráfico 40. Acciones de turismo sostenibles recomendadas por el segmento nacional. 209
Gráfico 41. País de residencia de los encuestados del segmento extranjero. 210
Gráfico 42. Género de los encuestados del segmento extranjero. 211
Gráfico 43. Edad de los encuestados del segmento extranjero. 211
Gráfico 44. Ocupación de los encuestados del segmento extranjero. 212
Gráfico 45. Confirmación de la realización de turismo por el segmento extranjero. 212
Gráfico 46. Frecuencia de realización de turismo del segmento extranjero. 213
Gráfico 47. Forma de preferencia para realizar turismo del segmento extranjero. 213
Gráfico 48. Destinos turísticos que frecuentan los turistas del segmento extranjero. 214
Gráfico 49. Compañía de preferencia para realizar turismo del segmento extranjero 215
Gráfico 50. Cantidad de acompañantes en promedio que prefiere para realizar turismo el segmento extranjero. 215
Gráfico 51. Duración de los paseos turísticos del segmento extranjero. 216
Gráfico 52. Gasto promedio individual diario del segmento extranjero 217
Gráfico 53. Temporada del año preferida para realizar turismo del segmento extranjero217
Gráfico 54. Tipo de turismo que prefiere realizar el segmento extranjero 218
Gráfico 55. Tiempo desde la última visita a un destino turístico del segmento extranjero. 219
Gráfico 56. Medio de transporte que utiliza para realizar las actividades turísticas del segmento extranjero 219
Gráfico 57. Medio de información de los turistas del segmento extranjero 220
Gráfico 58. Factores que impulsan la visita a los destinos turísticos del segmento extranjero 220
Gráfico 59. Recuento de turistas que han visitado Panchimalco del extranjero. 221
Gráfico 60. Cantidad de visitas de los turistas que han visitado Panchimalco del segmento extranjero. 222
Gráfico 61. Destinos turísticos que han visitado en Panchimalco los turistas del segmento extranjero. 222
Gráfico 62. Actividades turísticas que han realizado en Panchimalco los turistas del segmento extranjero. 223
Gráfico 63. Conocimiento de actividades turísticas que han realizado en Panchimalco los turistas del segmento extranjero 224
Gráfico 64. Escala de interés en las actividades turísticas de Panchimalco en el segmento extranjero. 225
Gráfico 65. Escala de interés en conocer los lugares de Panchimalco por el segmento extranjero. 225
Gráfico 66. Calificación de la infraestructura de Panchimalco por el segmento extranjero 226
Gráfico 67. Tipo de instalaciones que prefieren los turistas del segmento extranjero 227
Gráfico 68. Tipo de instalaciones que prefiere el segmento extranjero 227
Gráfico 69. Motivos de no visita a Panchimalco del segmento extranjero. 228
Gráfico 70. Interés del turista que no ha visitado Panchimalco en poder realizarlo en el segmento extranjero 228

Gráfico 71. Actividades del turista que no ha visitado Panchimalco que le gustaría realizar del segmento extranjero 229
Gráfico 72. Factores de motivación para los turistas que no han visitado Panchimalco del segmento extranjero. 230
Gráfico 73. Factores a mejorar de la imagen de Panchimalco según los turistas que no lo han visitado del segmento extranjero..... 230
Gráfico 74. Nivel de importancia de la sostenibilidad según el segmento extranjero..... 231
Gráfico 75. Disposición a pagar un recargo por servicios turísticos sostenibles del segmento extranjero..... 232
Gráfico 76. Acciones propuestas del segmento extranjero 232
Gráfico 77. Gráfico de la situación de equilibrio 802
Gráfico 78. Gráfico del punto de equilibrio monetario por ruta turística 803

Índice de tablas

Tabla 1. Normas técnicas sobre turismo en El Salvador 29
Tabla 2. Descripción por área del organigrama del ministerio de turismo. 30
Tabla 3. Descripción de la fundación, misión, visión y funciones de los entes reguladores de turismo. 33
Tabla 4. Datos del PIB sectorial a través del BCR 40
Tabla 5. Ingresos Turísticos Totales 42
Tabla 6. PIB turismo nacional 2020 42
Tabla 7. Resumen de residencia de los turistas internacionales por región 43
Tabla 8. Cantones y caseríos en Panchimalco 56
Tabla 9. Población de Panchimalco por Área de residencia y sexo 58
Tabla 10. Proyecciones de población para Panchimalco año 2024..... 59
Tabla 11. Censo de población indígena a nivel nacional en 2007..... 60
Tabla 12. Censo de población indígena a nivel del municipio de San Salvador en 2007 . 60
Tabla 13. Censo de población indígena a nivel del municipio de San Salvador en 2007 . 62
Tabla 14.Condiciones de las vías entre la zona urbana y la zona rural de Panchimalco.. 64
Tabla 15. Recursos institucionales del territorio de Panchimalco..... 66
Tabla 16. Clasificación de los suelos en el territorio de Panchimalco..... 67
Tabla 17. Ficha técnica de la entrevista para la recolección de la información..... 68
Tabla 18. Desarrollo de la entrevista al cuestionario 1. 69
Tabla 19. Ficha técnica entrevista administradores parque Balboa..... 71
Tabla 20. Desarrollo de la entrevista al parque balboa con el cuestionario 2. 72
Tabla 21. Cofradías en Panchimalco. 83
Tabla 22. Listado de cerros y lomas en el territorio de Panchimalco. 86
Tabla 23. Criterios de priorización de los activos de Panchimalco 129
Tabla 24. Ponderación de los criterios de priorización de los atractivos turísticos..... 132
Tabla 25. Definición de la escala de calificación por cada criterio de priorización. 133
Tabla 26. Jerarquía de la calificación de los atractivos turísticos. 135
Tabla 27. Evaluación de los atractivos turísticos. 136
Tabla 28. Ficha de Hotel Boutique Amatechan perteneciente al inventario de planta turística 139
Tabla 29. Ficha de Cabaña Cielo y Luna perteneciente al inventario de planta turística 139
Tabla 30. Ficha de Albaclara perteneciente al inventario de planta turística 140
Tabla 31. Ficha de Cueva de Monticello perteneciente al inventario de planta turística . 141
Tabla 32. Ficha de Casa Campo las Brisas perteneciente al inventario de planta turística 141
Tabla 33. Ficha de Pedacito de Cielo perteneciente al inventario de planta turística 142
Tabla 34. Ficha del restaurante Masakali perteneciente al inventario de planta turístico. 142
Tabla 35. Ficha del restaurante Jimmy´s Pizza perteneciente al inventario de planta turístico 143
Tabla 36. Ficha del restaurante la puerta del sol perteneciente al inventario de planta turístico..... 144
Tabla 37. Ficha de la panadería y pastelería Amyli perteneciente al inventario de planta turístico..... 144
Tabla 38. Ficha de la pastelería y cafetería Hojaldre perteneciente al inventario de planta turístico..... 145
Tabla 39. Ficha del restaurante curva los quemados pertenecientes al inventario de planta turístico..... 145

Tabla 40. Ficha del restaurante curva los boomwalos perteneciente al inventario de planta turístico 146
Tabla 41. Ficha de la cafetería Polos garden & café perteneciente al inventario de planta turístico 146
Tabla 42. Ficha del ecoparque y restaurante mi finca Guadalupe perteneciente al inventario de planta turístico 147
Tabla 43. Ficha del restaurante y café Santa Cruz perteneciente al inventario de planta turístico 148
Tabla 44. Ficha del restaurante y café mil cumbres café y cocina del campo perteneciente al inventario de planta turístico 148
Tabla 45. Ficha del restaurante Quinta Los Gabos perteneciente al inventario de planta turístico 149
Tabla 46. Ficha de la cafetería Kauani perteneciente al inventario de planta turístico.... 149
Tabla 47. Ficha de la pupusería Lo Nuestro perteneciente al inventario de planta turístico. 150
Tabla 48. Ficha del restaurante La estación “O” perteneciente al inventario de planta turístico. 151
Tabla 49. Ficha del restaurante y cafetería Ikatú Café perteneciente al inventario de planta turístico. 151
Tabla 50. Ficha del restaurante Frida comida mexicana perteneciente al inventario de planta turístico. 152
Tabla 51. Ficha de la pupusería Ivonne perteneciente al inventario de planta turístico. . 152
Tabla 52. Ficha de la pupusería ABBI perteneciente al inventario de planta turístico. ... 153
Tabla 53. Ficha del restaurante y cafetería Ibagari Coffee perteneciente al inventario de planta turístico. 153
Tabla 54. Ficha del restaurante Mary perteneciente al inventario de planta turístico..... 154
Tabla 55. Ficha de Pizzería Franck perteneciente al inventario de planta turístico. 154
Tabla 56. Ficha de pupusería El Ático perteneciente al inventario de planta turístico. ... 155
Tabla 57. Ficha del restaurante Buena vista perteneciente al inventario de planta turístico. 155
Tabla 58. Ficha del restaurante Los Cuates perteneciente al inventario de planta turístico. 156
Tabla 59. Ficha de servicios de alimentación que pertenecen al inventario de planta turística 157
Tabla 60. Segmentación de mercado según variables. 167
Tabla 61. PEA y PEI 177
Tabla 62. Recuento de los resultados obtenidos del sondeo 179
Tabla 63. Distribución de la muestra por departamento en base a la población estimada 182
Tabla 64. Ficha técnica de recolección de información para el segmento de turista nacional 183
Tabla 65. Ficha técnica de recolección de información para el segmento de turista extranjero 184
Tabla 66. Cumplimiento de las encuestas planificadas y realizadas 185
Tabla 67. Recopilación de datos estadísticos de ingresos a parques a partir de los informes del ISTU 234
Tabla 68. Estimación del porcentaje de turistas que visitan el Parque Balboa 235
Tabla 69. Estimación de los datos base de la proyección 235
Tabla 70. Demanda estimada de los atractivos turísticos en 2024. 236
Tabla 71. Curva ajustada de la visita turística a Panchimalco 238
Tabla 72. Estimación de la visita turística para 2026 a 2031 238

Tabla 73. Demanda estimada por atractivo turístico 239
Tabla 74. Ficha técnica de cliente misterioso..... 242
Tabla 75. Lista de pueblos o ciudades de la identificación de la competencia 243
Tabla 76. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Santa Ana. 244
Tabla 77. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Sonsonate 244
Tabla 78. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Ahuachapán 244
Tabla 79. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de La Libertad..... 245
Tabla 80. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Chalatenango 245
Tabla 81. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Cabañas 245
Tabla 82. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de San Salvador. 246
Tabla 83. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Cuscatlán..... 246
Tabla 84. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de San Vicente 246
Tabla 85. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Usulután 247
Tabla 86. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de San Miguel..... 247
Tabla 87. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Morazán..... 247
Tabla 88. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de La Unión 248
Tabla 89. Criterios tipos de turismo..... 252
Tabla 90. Criterio geográfico..... 252
Tabla 91. Criterio de biomas. 253
Tabla 92. Selección de competidores directos, indirectos y sustitutos. 278
Tabla 93. Distribución del turismo en Panchimalco. 284
Tabla 94. Perfil preliminar del distribuidor 285
Tabla 95. Distribuidor “El Salvador Xpedition..... 286
Tabla 96. Distribuidor “Epictours El Salvador”..... 287
Tabla 97. Distribuidor “Cadisi tours”..... 288
Tabla 98. Distribuidor “Eco tours”..... 289
Tabla 99. Distribuidor “Family Tours” 290
Tabla 100. Distribuidor “Inter tours”..... 291
Tabla 101. Distribuidor “Geoturismo” 292
Tabla 102. Ficha técnica de la entrevista al mercado distribuidor 293
Tabla 103. Entrevista a distribuidor inter tours 293
Tabla 104. Información de páginas de Facebook de distribuidores turísticos. 296
Tabla 105. Información de páginas de Instagram de distribuidores turísticos 297
Tabla 106. Cuadro comparativo del cuestionario a distribuidores completado a través de investigación de fuentes secundarias 298
Tabla 107. Distribuidores con mejor caracterización para el desarrollo del plan 324
Tabla 108. Distribuidores potenciales para el desarrollo del plan..... 324
Tabla 109. Descripción del perfil final del distribuidor de servicios turísticos..... 324

Tabla 110. Ficha técnica de la entrevista a personal del ministerio de gobernación para el mercado abastecedor 329
Tabla 111. Entrevista del mercado proveedor al ministerio de gobernación. 329
Tabla 112. Descripción del ministerio de gobernación como proveedor identificado. 332
Tabla 113. Descripción de la corporación salvadoreña de turismo como proveedor identificado. 333
Tabla 114. Descripción del dentro de desarrollo de micro y pequeña empresa como proveedor identificado..... 334
Tabla 115. Descripción del Banco de Desarrollo Salvadoreño como proveedor identificado. 335
Tabla 116. Descripción del fideicomiso FECAMYPE como proveedor identificado. 336
Tabla 117. Descripción del banco hipotecario como proveedor identificado. 338
Tabla 118. Descripción del ministerio de cultura como proveedor identificado. 339
Tabla 119.Descripción de la cámara salvadoreña de turismo como proveedor identificado 340
Tabla 120. Descripción de los centros de atención de turismo como soporte identificado. 341
Tabla 121. Descripción de los centros de las universidades como soporte identificado. 342
Tabla 122. Descripción de la iglesia católica como soporte identificado..... 344
Tabla 123. Tabla resumen de las instituciones de apoyo disponibles para el proyecto. . 345
Tabla 124. Perfil de las instituciones de apoyo. 348
Tabla 125. Resumen del inventario turístico 358
Tabla 126. Fortalezas, Oportunidades y Debilidades de los operadores turísticos del estudio de mercado distribuidor. 367
Tabla 127. Principales instituciones que podrían brindar apoyo al plan de desarrollo turístico sostenible 371
Tabla 128. Cuadro descriptor del rol, recurso e interés de los involucrados..... 375
Tabla 129. Evaluación de los actores en el desarrollo del plan turístico sostenible en el territorio de Panchimalco. 379
Tabla 130. Matriz de importancia e influencia 380
Tabla 131. Generalidades de las estrategias turísticas de Chile, Perú y El Salvador 390
Tabla 132. Puntuación y selección de estrategia de turismo a desarrollar. 392
Tabla 133. Desglose de objetivos y programas por área estratégica. 396
Tabla 134. Resumen de problemáticas identificadas mediante el diagnóstico 397
Tabla 135. Matriz de identificación de los programas estratégicos versus las problemáticas de incidencia..... 399
Tabla 136. Matriz ponderada de los programas estratégicos versus las problemáticas de incidencia..... 400
Tabla 137. Matriz de consistencia – componentes de la solución versus programas a desarrollar..... 401
Tabla 138. Actividades de la logística de contratación de la ruta 408
Tabla 139. Actividades de la logística de reunión e inicio de la ruta..... 411
Tabla 140. Asignación de escala de calificaciones y ponderaciones para el diseño de la “Ruta de montañas de Panchimalco” 422
Tabla 141. Cerros y lomas de Panchimalco..... 423
Tabla 142. Matriz ponderada de evaluación para la selección de atractivos turísticos para la “Ruta de Montaña de Panchimalco” 424
Tabla 143. Generalidades para la realización de la ruta de Montaña de Panchimalco... 426
Tabla 144. Itinerario de la ruta de montaña de Panchimalco..... 426
Tabla 145. Asignación de escala de calificaciones y ponderaciones para el diseño de la “Ruta colonial de Panchimalco” 432

Tabla 146. Matriz ponderada de evaluación para la selección de atractivos turísticos para la “Ruta colonial de Panchimalco” 433
Tabla 147. Generalidades para la realización de la ruta colonial de Panchimalco 435
Tabla 148. Itinerario de la ruta colonial de Panchimalco 436
Tabla 149. Asignación de escala de calificaciones y ponderaciones para el diseño de la “Ruta Descubre Panchimalco” 442
Tabla 150. Matriz ponderada de evaluación para la selección de atractivos turísticos para la “Ruta descubre Panchimalco” 443
Tabla 151. Generalidades para la realización de la ruta descubre Panchimalco 444
Tabla 152. Itinerario de la ruta descubre Panchimalco 445
Tabla 153. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992 452
Tabla 154. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 453
Tabla 155. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992 455
Tabla 156. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 456
Tabla 157. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992 458
Tabla 158. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 459
Tabla 159. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992 461
Tabla 160. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 462
Tabla 161. Capacidad de carga de la ruta de montañas 462
Tabla 162. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992 463
Tabla 163. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 464
Tabla 164. Capacidad de carga de la ruta colonial de Panchimalco 469
Tabla 165 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 471
Tabla 166 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 473
Tabla 167 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 475
Tabla 168 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 476
Tabla 169 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002) 478
Tabla 170 Capacidad de carga de la ruta descubre Panchimalco 478
Tabla 171 Demanda anual y diaria de los atractivos “Puerta del Diablo”, “Parque Balboa”, “Casco Urbano”, “Cerros” 479
Tabla 172 Demanda anual y diaria de los atractivos “Iglesia Santa Cruz de Roma”, “Mirador de los planes de Renderos”, “Parque Escultórico La Puerta del Sol” y “Ruta Animal” 479
Tabla 173 Demanda anual y diaria de los atractivos “Casa de la cultura”, “Casa taller encuentro” y “Telares de cintura” 480
Tabla 174 Demanda anual y diaria de los atractivos “El Borbollón”, “El tembladero”, “Plaza el Obelisco” 480
Tabla 175 Demanda proyectada por ruta turística para 2026 a 2031 481
Tabla 176 Cantidad de rutas planificadas en base a la demanda de la ruta 1 482
Tabla 177 Cantidad de rutas planificadas en base a la demanda de la ruta 2 482
Tabla 178 Cantidad de rutas planificadas en base a la demanda de la ruta 3 483
Tabla 179 Recurso humano requerido según las rutas planificadas 483
Tabla 180 Perfiles operativos de los servicios de ruta turística. 484
Tabla 181 Materias primas e insumos del servicio de rutas turística. 485
Tabla 182 Tabla resumen del uso de colores en la señalización 495
Tabla 183 Tabla resumen de las formas geométricas para señales de seguridad 496
Tabla 184 Propuesta de señalización de seguridad turística para Panchimalco 500
Tabla 185 Propuesta de señalización informativa turística para Panchimalco 502
Tabla 186 Propuesta de señalización reglamentaria turística para Panchimalco 505
Tabla 187 Costos por cada tipo de señal turística a instalar 509
Tabla 188 Costos y cantidad de mano de obra para la señalización 510
Tabla 189 Recorrido del sendero en escalones. 514

Tabla 190 Costos de infraestructura de escaleras 514
Tabla 191 Costos de infraestructura de cabaña..... 517
Tabla 192 Costos de infraestructura de Mirador 521
Tabla 193 Costo de infraestructura de Mesas Circulares..... 528
Tabla 194 Costos en infraestructura de Vestidores..... 530
Tabla 195 Costos de infraestructura de Espacios de descanso 533
Tabla 196 Costos de infraestructura de Baños 536
Tabla 197 Recurso humano del proyecto de Infraestructura turística..... 538
Tabla 198 Inmobiliario y equipo del proyecto de Infraestructura turística 538
Tabla 199 Requerimientos para los sistemas de gestión de la información y de calidad 541
Tabla 200 Requerimientos del dispositivo de conteo y captura de datos 542
Tabla 201 Requerimientos de la infraestructura de red..... 543
Tabla 202 Requerimientos de la plataforma de gestión de base de datos 543
Tabla 203 Requerimientos del software de análisis de datos..... 544
Tabla 204 Perfiles del personal requerido para el proyecto de gestión de la información 544
Tabla 205 Mobiliario y equipo del proyecto gestión de la información..... 545
Tabla 206 Descripción del proceso de la toma de datos para el proyecto de gestión de la información..... 550
Tabla 207 Marco legal de la calidad turística 552
Tabla 208 Atributos de calidad turística 553
Tabla 209 Lista de chequeo de satisfacción y calidad turística 555
Tabla 210 Herramienta de evaluación del grado de Satisfacción y calidad turística..... 558
Tabla 211 Escala de puntuación para activar plan de acción en caso de fallas en la satisfacción del turista..... 561
Tabla 212 Recurso humano del proyecto satisfacción y calidad turística 561
Tabla 213 Lista de chequeo de Inspección de seguridad de las Instalaciones Turísticas 565
Tabla 214 Protocolo de actuación después de una emergencia 569
Tabla 215 Descripción general de los recursos operativos del plan de emergencia..... 569
Tabla 216 Descripción del recurso humano del proyecto plan de emergencia..... 570
Tabla 217 Tecnología y herramientas del proyecto de sostenibilidad ambiental 574
Tabla 218 Recurso humano del proyecto de sostenibilidad ambiental 575
Tabla 219 Insumos para el CDT mensuales 604
Tabla 220 Cronograma de actividades para el taller de emprendedores 611
Tabla 221 Estructura de registro de emprendedores 614
Tabla 222 Herramientas de retroalimentación 617
Tabla 223 Encuesta de seguimiento de casos..... 617
Tabla 224 Recurso humano del proyecto de formación de emprendedores..... 619
Tabla 225 Inmobiliario y equipo del proyecto de formación de emprendedores 620
Tabla 226 Necesidades de los turistas 623
Tabla 227 Soluciones a las barreras para cumplir las necesidades de los turistas 624
Tabla 228.Cronograma de capacitación para el personal turístico. 630
Tabla 229 Evaluación de capacitación para personal turístico..... 631
Tabla 230 Recurso humano del proyecto de capacitación de personal turístico 633
Tabla 231 Inmobiliario y equipo del proyecto de capacitación de personal turístico..... 634
Tabla 232 Descripción del proceso de registro de una marca en El Salvador..... 638
Tabla 233 Detalle del recurso humano para el proyecto marketing..... 645
Tabla 234 Detalle la materia prime e insumos para el proyecto marketing..... 645
Tabla 235 Descripción de la festividad cofradía de las flores y las palmas 649
Tabla 236 Descripción del festival de la anona 652

Tabla 237 Descripción del festival del tamarindo 655
Tabla 238 Requerimientos de participación en ferias 659
Tabla 239 Recursos humanos de participación en ferias 660
Tabla 240 Ficha técnica grupo focal a habitantes de Panchimalco 664
Tabla 241 Ficha técnica Encuesta a habitantes de Panchimalco 666
Tabla 242 Estrategias de sensibilización comunitaria 670
Tabla 243 Recurso humano del proyecto de sensibilización comunitaria 671
Tabla 244 Material y equipo del proyecto de sensibilización comunitaria 672
Tabla 245 Lista de chequeo de Inspección del estado del patrimonio natural 674
Tabla 246 Lista de chequeo de Inspección del estado del patrimonio cultural 674
Tabla 247 Medidas de prevención del patrimonio natural y cultural 676
Tabla 248 Medidas de rescate del patrimonio natural y cultural 676
Tabla 249 Recursos operativos del proyecto de protección del patrimonio natural y cultural 677
Tabla 250 Actores involucrados 680
Tabla 251Clasificación de los actores involucrados 682
Tabla 252 Recurso humano del proyecto de gestión de alianzas comerciales 690
Tabla 253 Inmobiliario y equipo del proyecto de gestión de alianzas comerciales. 691
Tabla 254 Fuentes de financiamiento 693
Tabla 255 Sistema de registro y control de financiamiento 696
Tabla 256 Indicadores de progreso de financiamiento 697
Tabla 257 Recurso humano del proyecto de financiamiento 697
Tabla 258 Material y equipo del proyecto de financiamiento 697
Tabla 259 Recurso humano del proyecto de seguridad turística 703
Tabla 260 Material y equipo para el proyecto de seguridad turística 703
Tabla 261. Costos de cabañas para avistamiento de flora y fauna 707
Tabla 262. Costos de Escaleras para caminatas 708
Tabla 263. Costos de Mirador 708
Tabla 264. Costo de mesas circulares 709
Tabla 265. Costo de vestidores 709
Tabla 266. Costo de baños 710
Tabla 267. Costo de espacio de descanso 711
Tabla 268. Resumen de inversión en obra civil 712
Tabla 269. Detalle de inversión fija tangible 712
Tabla 270. Detalle de inversión fija intangible para los sistemas de apoyo 714
Tabla 271. Resumen de inversión fija tangible 714
Tabla 272. Descripción de la inversión de las investigaciones y estudios previos. 715
Tabla 273. Descripción de la inversión de la administración del plan de implantación 716
Tabla 274. Descripción de los permisos requeridos para la construcción de la obra civil. 716
Tabla 275. Descripción de la inversión en sistemas administrativos 717
Tabla 276. Descripción de la inversión para el área de capacitaciones 717
Tabla 277. Descripción de la inversión para el registro de marca 717
Tabla 278. Resumen de inversión fija intangible 718
Tabla 279. Escenario ideal para el capital de trabajo 719
Tabla 280. Escenario reducción del 15% 720
Tabla 281. Escenario reducción del 30% 720
Tabla 282. Resumen costos de operación para el capital de trabajo 721
Tabla 283. Resumen costos de comercialización para el capital de trabajo 722
Tabla 284. Resumen costos administrativos para el capital de trabajo 722
Tabla 285. Cuadro resumen de la inversión de la propuesta 723

Tabla 286. Tasa de interés Banco Agrícola 730
Tabla 287. Tasa de interés BAC 730
Tabla 288. Selección de fuentes de financiamiento 732
Tabla 289. Inversión DOM 732
Tabla 290. Financiamiento a 3 años 733
Tabla 291. Financiamiento a 4 años 733
Tabla 292. Financiamiento a 5 años 734
Tabla 293. Selección de alternativa de financiamiento..... 734
Tabla 294. Escala de valoración para la selección del sistema de costeo..... 737
Tabla 295. Matriz de selección del sistema de costeo 738
Tabla 296. Detalle del personal operativo fijo para el servicio de rutas turísticas. 740
Tabla 297. Detalle del personal operativo variable para el servicio de rutas turísticas. .. 740
Tabla 298. Detalle del personal operativo fijo y variable para el primer año de operación proyectados 741
Tabla 299. Detalle del personal operativo fijo y variable para los 5 años de operación proyectados. 742
Tabla 300. Detalle del personal operativo indirecto..... 742
Tabla 301. Detalle del personal operativo indirecto para el primer año de operación proyectado..... 743
Tabla 302. Detalle del personal operativo indirecto para los 5 años de operación proyectados. 744
Tabla 303. Detalle de materias primas e insumos directos por mes para el servicio de rutas turísticas 744
Tabla 304. Detalle de materias primas e insumos indirectos por mes para el servicio de rutas turísticas 745
Tabla 305. Detalle de la materia prima e insumos para el primer año de operación proyectado..... 745
Tabla 306. Detalle de materias primas e insumos indirectos por año para el servicio de rutas turística 745
Tabla 307. Detalle de los recursos operativos directos por mes pertenecientes a los costos operativos 746
Tabla 308. Detalle de los costos operativos indirectos referente al costo de la energía eléctrica. 747
Tabla 309. Detalle de los costos operativos indirectos referente al costo del agua 747
Tabla 310. Detalle de los costos operativos indirectos referente al costo del transporte 748
Tabla 311. Detalle de los costos operativos indirectos referente al costo de servicios de internet y línea fija..... 748
Tabla 312. Detalle de los recursos operativos de apoyo para el primer año de operación proyectado..... 748
Tabla 313. Detalle de los recursos operativos por año pertenecientes a los costos operativos 749
Tabla 314. Detalle de los costos de depreciación para los recursos operativos anuales 750
Tabla 315. Detalle de depreciación para el primer año de operación proyectada 751
Tabla 316. Detalle de la depreciación operativa por año..... 752
Tabla 317. Detalle de los costos de amortización anuales..... 753
Tabla 318. Detalle de amortización para el primer año de operación proyectado 753
Tabla 319. Detalle de la amortización operativa por año..... 753
Tabla 320. Detalle de los pesos por ruta para el prorrateo de los costos operativos a partir de la demanda. 754
Tabla 321. Detalle de los costos operativos para el primer año de operación proyectado 755

Tabla 322. Detalle de los costos de operación anuales a prorratear 755
Tabla 323. Detalle de los costos de operación prorrateadas por ruta en base a la demanda 756
Tabla 324. Detalle del personal de comercialización para el servicio de rutas turísticas. 757
Tabla 325. Detalle del personal de comercialización para el primer año de operación proyectado 758
Tabla 326. Detalle de salarios de personal de comercialización por año 758
Tabla 327. Detalle de materias primas e insumos de comercialización para el servicio de rutas turísticas 759
Tabla 328. Detalle de la materia prima e insumos de comercialización para el primer año de operación proyectado 760
Tabla 329. Detalle de materias primas e insumos de comercialización por año para el servicio de rutas turísticas 760
Tabla 330. Detalle de los costos de depreciación para los recursos de comercialización anuales 761
Tabla 331. Detalle de la depreciación de comercialización para el primer año de operación proyectado 761
Tabla 332. Detalle de depreciación comercialización por año 762
Tabla 333. Detalle de costos de amortización por comercialización 762
Tabla 334. Detalle de la amortización de comercialización para el primer año de operación proyectado 762
Tabla 335. Detalle de amortización de comercialización por año 763
Tabla 336. Detalle de los pesos por ruta para el prorrateo de los costos comerciales. .. 763
Tabla 337. Detalle de los costos de comercialización para el primer año de operación proyectado 763
Tabla 338. Detalle de los costos de comercialización a prorratear 764
Tabla 339. Prorrateo de los costos de comercialización 764
Tabla 340. Detalle del personal administrativo 765
Tabla 341. Detalle de los costos de personal administrativo para el primer año de operación proyectado 766
Tabla 342. Detalle por año de los salarios del personal administrativo 767
Tabla 343. Detalle de las materias primas e insumos administrativos 767
Tabla 344. Detalle de los costos de materia prima e insumos administrativos para el primer año de operación proyectado 768
Tabla 345. Detalle de las materias primas e insumos administrativos por año 768
Tabla 346. Detalle de costo administrativo por tecnología y herramientas 769
Tabla 347. Detalle de los costos de tecnología y herramientas administrativos para el primer año de operación 769
Tabla 348. Detalle de la tecnología y herramientas administrativos por año 770
Tabla 349. Detalle de los costos de depreciación para los recursos de administración anuales 770
Tabla 350. Detalle de los costos de depreciación administrativa para el primer año de operación 771
Tabla 351. Detalle de la depreciación administrativa por año 771
Tabla 352. Detalle de costos de amortización administrativos 772
Tabla 353. Detalle de los costos de amortización administrativa para el primer año de operación 772
Tabla 354. Detalle de la amortización administrativa por año 772
Tabla 355. Detalle de los pesos por ruta para el prorrateo de los costos comerciales ... 773
Tabla 356. Detalle de los costos de administración para el primer año de operación..... 773
Tabla 357. Detalle de los costos de administración a prorratear 773

Tabla 358. Prorrateo de los costos de administración 774
Tabla 359. Desglose de costes financieros 774
Tabla 360. Detalle de los costos financieros por año proyectado 775
Tabla 361. Consolidado costos financieros 775
Tabla 362. Detalle de los costos totales para la ruta 1 “Ruta de montañas” 776
Tabla 363. Detalle de los costos totales para la ruta 2 “Ruta Colonial de Panchimalco” 776
Tabla 364. Detalle de los costos totales para la ruta 3 “Ruta Descubre Panchimalco” ... 777
Tabla 365. Detalle general de los costos fijos y variables de las rutas turísticas 778
Tabla 366. Detalle de los costos fijos y variables de la ruta turística de montañas..... 779
Tabla 367. Detalle de los costos fijos y variables de la ruta turística colonial de Panchimalco 780
Tabla 368. Detalle de los costos fijos y variables de la ruta turística Descubre Panchimalco 781
Tabla 369. Cálculo del costo unitario por año para la ruta turística 1 “Ruta de montañas” 782
Tabla 370. Cálculo de costo variable unitario para la ruta 1 783
Tabla 371. Cálculo del costo unitario por año para la ruta turística 2 “Ruta colonial de Panchimalco” 783
Tabla 372. Cálculo de costo variable unitario para la ruta 2 784
Tabla 373. Cálculo del costo unitario por año para la ruta turística 3 “Ruta Descubre Panchimalco” 784
Tabla 374. Cálculo de costo variable unitario para la ruta 3 785
Tabla 375. Análisis comparativo de gasto turístico por segmento para la determinación del precio de venta 787
Tabla 376. Análisis en conjunto de gastos turístico para la determinación del precio de venta 787
Tabla 377. Precio promedio individual del mercado competidor 788
Tabla 378. Resumen de costo unitario por ruta para la determinación del precio de venta 789
Tabla 379. Resumen del margen de utilidad por ruta según la determinación del precio de venta..... 790
Tabla 380. Resumen del margen de utilidad por promocionales según la determinación del precio de venta 791
Tabla 381. Pronóstico de ingresos para el primer año de operación por ruta turística ... 791
Tabla 382. Pronóstico de ingresos para el segundo año de operación por ruta turística 792
Tabla 383. Pronóstico de ingresos para el tercer año de operación por ruta turística 792
Tabla 384. Pronóstico de ingresos para el cuarto año de operación por ruta turística.... 793
Tabla 385. Pronóstico de ingresos para el quinto año de operación por ruta turística.... 793
Tabla 386. Pronóstico de ingresos por la venta de promocionales por año de operación 794
Tabla 387. Pronóstico de ingresos para los 5 años de operación 795
Tabla 388. Pronóstico de gastos para el primer año de operación por ruta turística. 796
Tabla 389. Pronóstico de gastos para el segundo año de operación por ruta turística... 796
Tabla 390. Pronóstico de gastos para el tercer año de operación por ruta turística. 797
Tabla 391. Pronóstico de gastos para el cuarto año de operación por ruta turística. 797
Tabla 392. Pronóstico de gastos para el quinto año de operación por ruta turística..... 798
Tabla 393. Pronóstico de gastos para los 5 años de operación 799
Tabla 394. Resumen de los datos para el cálculo del punto de equilibrio 799
Tabla 395. Cálculo del margen de contribución unitario (MCU) 800
Tabla 396. Cálculo del margen de contribución ponderado (MCP) 800
Tabla 397. Cálculo del margen de contribución ponderado total (MCPT)..... 801

Tabla 398. Cálculo del punto de equilibrio por servicio (PEs)..... 801
Tabla 399. Cálculo del punto de equilibrio monetario (PEmon)..... 802
Tabla 400. Resumen de variación de la demanda proyecta vs el punto de equilibrio..... 803
Tabla 401. Cálculo del margen de seguridad general 804
Tabla 402. Cálculo del margen de seguridad para la ruta 1. Ruta de montañas 804
Tabla 403. Cálculo del margen de seguridad para la ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco 804
Tabla 404. Cálculo del margen de seguridad para la ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco 805
Tabla 405. Estado de resultados proforma para el primer año de ejecución del plan de desarrollo turístico sin abonar al costo financiero..... 807
Tabla 406. Estado de resultados proforma para el segundo año de ejecución del plan de desarrollo turístico abonando al costo financiero. 807
Tabla 407. Estado de resultados proforma para los primeros 5 años de ejecución del plan de desarrollo turístico..... 809
Tabla 408. Estado de flujo de efectivo para el primer año de ejecución del plan de desarrollo turístico. 809
Tabla 409. Estado de flujo de efectivo para los primeros 5 años de ejecución del plan de desarrollo turístico. 810
Tabla 410. Balance General para los primeros 5 años de ejecución del plan de desarrollo turístico 811
Tabla 411. Variación anual de la tasa de inflación en El Salvador periodo 2015-2024... 814
Tabla 412. Resumen de la composición del financiamiento y TMAR por entidad..... 815
Tabla 413. Datos base para el cálculo de la VAN 816
Tabla 414. Datos base para el cálculo de la TIR..... 817
Tabla 415. Datos base para el cálculo de la TRI..... 820
Tabla 416. Cálculo de la rotación de activos por año 821
Tabla 417. Cálculo del margen de utilidad operativa por año..... 822
Tabla 418. Cálculo del ROE por año..... 823
Tabla 419. Cálculo del ROA por año..... 824
Tabla 420. Cálculo del índice de endeudamiento por año..... 825
Tabla 421. Cálculo de la razón de capacidad de pago de interés por año 826
Tabla 422. Cálculo del índice de cobertura de deuda por año 827
Tabla 423. Demanda reducida escenario 1 del análisis de sensibilidad..... 829
Tabla 424. Estado de resultado proforma escenario 1 del análisis de sensibilidad 829
Tabla 425. Estado de flujo de efectivo proforma escenario 1 del análisis de sensibilidad 829
Tabla 426. Evaluación económica para el escenario 1 del análisis de sensibilidad..... 830
Tabla 427. Evaluación financiera para el escenario 1 del análisis de sensibilidad 830
Tabla 428. Variación del precio de venta para el análisis de sensibilidad del escenario 2 832
Tabla 429. Estado de resultado proforma escenario 2 del análisis de sensibilidad 832
Tabla 430. Estado de flujo de efectivo proforma escenario 2 del análisis de sensibilidad 832
Tabla 431. Evaluación económica para el escenario 2 del análisis de sensibilidad..... 833
Tabla 432. Evaluación financiera para el escenario 2 del análisis de sensibilidad 834
Tabla 433. Estrategias para mitigar los resultados del análisis de sensibilidad..... 835
Tabla 434. Ubicación de centros de salud. 836
Tabla 435. Censo de población indígena a nivel del municipio de San Salvador en 2007 840
Tabla 436. Manifestaciones culturales 841

Tabla 437. Empleos directos generados 843
Tabla 438. Matriz problemas-solución 847
Tabla 439. Análisis de la propuesta 850
Tabla 440. Población del territorio de Panchimalco por género 854
Tabla 441. con base en ISDEMU (2021), CEPAL (2021), PNUD (2023) y UNWTO (2022). 857
Tabla 442. Tabla de evaluación del enfoque de género 858
Tabla 443. Actividades del proyecto 862
Tabla 444. Factores ambientales del proyecto 866
Tabla 445. Magnitud e importancia de la matriz Leopold 871
Tabla 446. Evaluación Matriz de Leopold 872
Tabla 447. Impacto matriz Leopold 873
Tabla 448. Descripción del entregable “Organización y legalización” 877
Tabla 449. Descripción del entregable “Infraestructura” 878
Tabla 450. Descripción del entregable “Equipamiento y adquisiciones” 879
Tabla 451. Descripción del entregable “Puesta en marcha” 880
Tabla 452. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Obtención de permisos”. 881
Tabla 453. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Obtención de permisos”. 882
Tabla 454. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Contratación del personal” 883
Tabla 455. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Contratación de personal”. 884
Tabla 456. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Obra civil”. 884
Tabla 457. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Obra civil”. 885
Tabla 458. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Señalización”. 886
Tabla 459. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Señalización” 886
Tabla 460. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Provisión” 887
Tabla 461. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Provisión”. 887
Tabla 462. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Instalación”. 887
Tabla 463. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Instalación”. 888
Tabla 464. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Capacitación”. 888
Tabla 465. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Capacitación”. 889
Tabla 466. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Prueba Piloto”. 889
Tabla 467. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Prueba Piloto”. 890
Tabla 468. Cálculo de la holgura y actividades criticas 894
Tabla 469. Calendario de actividades 899

Tabla 470. Resumen de costos de inversión para las actividades de la implementación del proyecto 902
Tabla 471. Resumen de costos de los entregables de la implementación del proyecto . 903
Tabla 472. Resumen de costos por salarios de la implementación del proyecto 905
Tabla 473. Resumen de costos indirectos de la implementación del proyecto 905
Tabla 474. Resumen de costos de reserva para imprevistos de la implementación del proyecto 906
Tabla 475. Resumen de los costos de la implementación del proyecto 906
Tabla 476. Criterios de la estructura organizativa según el PMBOOK 907
Tabla 477. Criterios de evaluación para la selección de la estructura organizacional 909
Tabla 478. Evaluación de actores expuestos con su rango de evaluación 910
Tabla 479. Descripción de los cargos del organigrama para la administración del plan . 911
Tabla 480. Descripción de roles matriz RACI 912
Tabla 481. Roles de la matriz RACI 913
Tabla 482. Matriz RACI 913

Introducción

En los últimos años, El Salvador, con diferentes gestiones de gobiernos, ha impulsado el turismo como un importante activo para el desarrollo económico de diversas zonas del país, además de que la apuesta por este sector aumente la afluencia de turistas año tras año. El turismo en el país es una importante fuente de generación de empleos formales e informales, además de divulgar la cultura de cada territorio junto a sus atractivos naturales y arquitectónicos.

En este contexto, el presente documento plantea el “Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el territorio de Panchimalco”, el cual busca establecer lineamientos estratégicos que promuevan un modelo de turismo responsable, competitivo e inclusivo, alineado con las políticas nacionales y los objetivos de desarrollo sostenible. La investigación tiene como propósito fortalecer el potencial turístico del territorio mediante la identificación de oportunidades, la planificación territorial y el diseño de programas orientados a garantizar la sostenibilidad económica, social y ambiental de las actividades turísticas.

El estudio inicia con un análisis general del contexto turístico nacional y local, abarcando aspectos históricos, económicos y sociales que permiten comprender la evolución del turismo en El Salvador y su impacto en Panchimalco. Posteriormente, se desarrolla un diagnóstico integral del territorio, donde se analizan la oferta y demanda turística, así como los mercados competidor, distribuidor y proveedor, a fin de identificar fortalezas, debilidades y oportunidades que sirvan de base para la formulación de estrategias efectivas.

A partir de este diagnóstico, se conceptualiza una propuesta de desarrollo turístico que incluye seis programas estructurados en torno a ejes estratégicos: el desarrollo de productos turísticos, la gestión de información y prácticas sostenibles, la formación y organización turística, el marketing territorial, la cultura y conciencia turística, y las alianzas y cooperación estratégica. Cada programa contiene

proyectos específicos que responden a las necesidades del territorio, buscando articular esfuerzos entre la comunidad, la institucionalidad pública y el sector privado.

Posteriormente el estudio económico-financiero constituye una fase esencial del plan, ya que permite determinar la viabilidad y sostenibilidad de las acciones propuestas. En este se analizan los requerimientos de inversión, fuentes de financiamiento, estructura de costos y proyecciones de ingresos y gastos, complementados con los estados financieros proforma, que reflejan la situación económica esperada a lo largo del horizonte del proyecto. Asimismo, se aplican herramientas de análisis financiero como el punto de equilibrio, la tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR), el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), con el fin de evaluar la rentabilidad y factibilidad del plan.

Finalmente, el conjunto de evaluaciones económica, financiera, de género, ambiental, y socioeconómica permite determinar el impacto global del plan y su contribución al desarrollo sostenible de Panchimalco. Con ello, se busca no solo consolidar un modelo de gestión turística eficiente, sino también generar beneficios equitativos para la población local, fortaleciendo su identidad y su rol como protagonistas del desarrollo de su territorio.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de desarrollo turístico en el territorio de Panchimalco, departamento de San Salvador, impulsando el desarrollo sostenible para potenciar el aprovechamiento de los recursos naturales, históricos y culturales a través de la preservación y promoción de éstos a nivel nacional e internacional.

Objetivos Específicos

1. Analizar y contextualizar la situación actual del sector turístico en El Salvador, con el fin de identificar los principales actores y enfoque del plan de desarrollo turístico para el territorio de Panchimalco.
2. Identificar el potencial turístico del territorio de Panchimalco para ubicar rutas y actividades basándose en las principales tendencias según la población nacional y extranjera, alineado al desarrollo sostenible.
3. Indagar sobre las preferencias y tendencias de compra que componen el mercado consumidor, haciendo uso de técnicas y herramientas que permitan establecer a partir de una muestra determinada los factores socioeconómicos y psico-emocionales que impulsan al consumo del servicio.
4. Realizar un análisis comparativo de la competencia directa, indirecta y sustituta, para desarrollar una propuesta de valor integral que identifique las ventajas competitivas del territorio de Panchimalco.
5. Identificar y fortalecer los canales de distribución turística actual y potencial del territorio de Panchimalco para establecer alianzas estratégicas que permitan comercializar paquetes turísticos personalizados para atraer nuevos segmentos de mercado y aumentar el flujo de turistas en la zona
6. Evaluar el mercado proveedor a través de las instituciones de apoyo que contribuyen a proyectos turísticos para fortalecer alianzas que contribuirán a fortalecer la infraestructura y los servicios turísticos del territorio.

7. Desarrollar una oferta turística diversificada que consolide al territorio de Panchimalco como uno de los mayores atractivos turísticos a nivel nacional para aumentar el flujo de turistas en aquellos atractivos poco explotados o por explotar.
8. Garantizar la sostenibilidad del turismo en Panchimalco, promoviendo prácticas responsables que minimicen el impacto ambiental y social, y que aseguren la conservación de los recursos para las futuras generaciones.
9. Diseñar programas que apoyen los negocios locales relacionados con el turismo por medio de asesorías, capacitaciones, recomendaciones y alianzas turísticas para fortalecer el desarrollo turístico del territorio de Panchimalco.
10. Establecer una marca turística que mezcle la identidad cultural e histórica con los atractivos naturales para promocionar el territorio de Panchimalco como una de las grandes rutas turísticas a nivel nacional.
11. Elaborar el estudio económico-financiero del plan, estimando los costos, ingresos y estados financieros proyectados que permitan evaluar la rentabilidad, sostenibilidad y capacidad de recuperación de la inversión.
12. Aplicar indicadores financieros clave TMAR, VAN, TIR, punto de equilibrio y relación beneficio-costo, para determinar la viabilidad económica del plan y abonar a la toma de decisiones estratégicas sobre la implementación.
13. Evaluar el impacto integral del proyecto, considerando los aspectos económicos, sociales y ambientales para garantizar su coherencia con los principios del desarrollo turístico sostenible.

Alcances

1. El plan de desarrollo turístico abarcará el análisis del territorio de Panchimalco, incluyendo el área urbana y el área rural del distrito de San Salvador Sur.
2. El análisis del mercado comprenderá la población nacional y extranjera para la identificación de los clientes potenciales y su participación esperada en el flujo de turístico definido para el plan.
3. El objeto de estudio para el desarrollo del plan se centrará en la promoción del turismo sostenible, la protección del medio ambiente y la participación de las comunidades locales para el diseño de las rutas y actividades en los diferentes destinos
4. El diseño del plan comprenderá la creación de programas enfocados al aprovechamiento y preservación de los diferentes recursos a nivel teórico basados en los resultados del estudio de mercado.
5. El estudio no abarca la ejecución del plan de desarrollo turístico que se diseñará, sin embargo, si se presentará la elaboración del plan de implementación del proyecto.
6. El estudio económico-financiero incluirá la proyección de ingresos, costos, gastos e inversiones requeridas, así como la formulación de los estados financieros proforma que respalden la viabilidad del plan.

Limitaciones

1. La validez del estudio está supeditada a todos los contextos sociales, políticos y económicos ocurridos antes del 2024, por lo que cualquier cambio en estas áreas puede afectar el contenido del proyecto, como por ejemplo la vigencia de nuevas leyes reguladoras del turismo o condiciones ambientales, sin embargo, se establece una base sólida a nivel histórico para estimar cambios controlables en la realización del estudio.
2. No se posee información actualizada por medios oficiales sobre el turismo en el territorio de Panchimalco, afectando directamente la obtención de datos fiables y dificultando la comprobación de la veracidad de los mismos.
3. El distrito de Panchimalco no tiene a la fecha del estudio una unidad encargada de la recopilación de datos sobre el turismo por lo cual los datos de turismo presentados son datos a nivel nacional y no específicamente del territorio de Panchimalco.
4. Poca colaboración por algunos sectores de la comunidad de Panchimalco sobre la llegada de turistas al territorio por temor a perder sus costumbres y tradiciones, ya que estas se pueden ver afectada la realización de las actividades culturales para satisfacer a los turistas.
5. Las proyecciones financieras del plan se elaboran bajo supuestos de estabilidad económica y de crecimiento moderado de la demanda turística, por lo que variaciones significativas en las tasas de inflación, tipo de cambio o costo del financiamiento podrían alterar los resultados estimados.
6. El estudio financiero no contempla la ejecución real del proyecto, por lo que los resultados de rentabilidad se basan en proyecciones teóricas de ingresos, costos y flujos de efectivo. La materialización de los beneficios dependerá de la correcta implementación y gestión del plan.

Importancia

El turismo ha experimentado un crecimiento constante y una notable diversificación en los últimos años, convirtiéndolo en uno de los sectores económicos de mayor expansión a nivel mundial. A pesar de las crisis económicas, el turismo ha logrado consolidarse como un motor clave del progreso económico y un sector resiliente con un impacto significativo en el desarrollo de las comunidades.

Según el informe estadístico de turismo al cierre de 2023, el turismo internacional ha marcado un hito significativo al superar los niveles de llegada de los visitantes internacionales registrados en 2019, esto como resultado de los diversos esfuerzos en materia de seguridad y el exitoso posicionamiento internacional de El Salvador como un destino turístico atractivo y seguro para visitar. Por otra parte, en la generación de empleo se incrementó un 10% respecto al año 2022 y un 20% con respecto al 2019 en sector formal. A esta cifra, se debe sumar la cantidad de empleos informales que genera el sector turístico, los cuales representan una oportunidad de trabajo para muchas personas residentes de las localidades de los diferentes destinos turísticos.

Adicionalmente al impacto económico, el turismo también genera un impacto positivo en la preservación de los recursos naturales y culturales del país, en este sentido incentiva a las comunidades locales a proteger y cuidar sus entornos, generando un desarrollo sostenible a largo plazo. El Salvador, gracias a su diversa riqueza natural y cultural, se posiciona como un destino turístico atractivo tanto para visitantes locales como internacionales. Playas paradisíacas, imponentes volcanes, sitios históricos y culturales de gran valor, que se encuentran en una ubicación geográfica privilegiada, caracterizada por la cercanía entre sí. Esta característica facilita la planificación de itinerarios completos y experiencias memorables para los turistas.

En 2023 los sitios turísticos más visitados según CORSATUR fueron el complejo turístico del puerto de La Libertad, el parque natural Balboa, Sunset Park, parque

natural Cerro Verde, y el parque recreativo Amapulapa, siento el 50% del flujo de turistas a los administrados por la organización. De estos destinos turísticos podemos ubicar en el territorio de Panchimalco en parque natural Balboa.

Panchimalco es el único lugar del territorio de El Salvador en donde todavía se habla Náhuat, además es reconocido por ser un referente de la cultura nacional, es un municipio de población precolombina, está lleno de historia y arquitectura; y conserva sus raíces coloniales, calles empedradas y casas con belleza antigua. Como parte de su identidad, Panchimalco es conocido por la celebración de Las Flores y Las Palmas, en honor a la Virgen de la Inmaculada Concepción y a la Virgen del Rosario, la cual fue decretada como bien cultural en mayo de 2023, el reconocimiento y declaratoria entró en vigencia desde el 01 de marzo, fecha en que se publicó en el Diario Oficial, con el fin de protegerla y resguardarla para garantizar su permanencia en el tiempo.

Panchimalco además destaca por su cultura viva, con tradiciones ancestrales como la elaboración de textiles y alfarería. Sitios históricos como la Iglesia colonial de San Miguel Arcángel y el Sitio arqueológico de El Tazumal, junto a fiestas patronales vibrantes como la Fiesta de la Virgen de la Asunción, atraen a visitantes. Su accesibilidad, variedad de alojamiento y amplia gama de servicios turísticos lo convierten en un destino atractivo. El municipio tiene potencial para el turismo rural, ecoturismo y turismo cultural. Para la población del territorio de Panchimalco, el desarrollo de un plan turístico generará un impacto positivo en diversos sectores. Para la población local, reactivará la economía, creando nuevas oportunidades de empleo y crecimiento, y mejorará la calidad de vida. Para la alcaldía, fortalecerá la gestión municipal, permitiéndole generar ingresos y mejorar la prestación de servicios públicos. Para el sector económico, impulsará la creación de nuevos negocios y la expansión de los ya existentes, generando un mayor dinamismo económico en la zona, el plan turístico representa una oportunidad única para el desarrollo social y económico del territorio, beneficiando a todos los actores involucrados.

Justificación

El sector turístico contario al paradigma que se tenía hace algunos años respecto al rubro de los servicios, en donde se dejaba su impacto del lado y se centraba únicamente los estudios de producción y mejora continua en el sector manufacturero, ha demostrado su posibilidad de explotación, crecimiento y superación, prueba de ello es que actualmente se puede observar diferentes proyectos nacionales que buscan el fortalecimiento del rubro y que algunos tales como el Plan Nacional de Turismo 2030 impulsado por el Gobierno de El Salvador se espera aporten un incremento a la economía nacional y local.

El turismo constituye en la actualidad uno de los principales recursos para el desarrollo económico de El Salvador esto se ve reflejado en la cantidad de turistas que visitan el país. Para el año 2023 El Salvador cerró con 3.4 millones de turistas internacionales con aporte de tres mil 793 millones de dólares en ingresos, cifra que superó en un 43 por ciento el aporte del año 2022 en el cual los ingresos llegaron a dos mil 649.3 millones de dólares. Además, la influencia del turismo es cada vez más notoria en el PIB, para el tercer trimestre del 2023 la industria turística aporto para el crecimiento del Producto Interno Bruto un 3.6%. El territorio de Panchimalco representa para el país un atractivo turístico significativo ya que dentro de sus múltiples destinos a visitar se encuentra el parque Balboa el cual es uno de los cinco lugares más visitados en los últimos meses del 2023, a esto podemos agregar que una de las tradiciones más representativas del territorio como lo es las Cofradías de las Flores y las Palmas ha sido declarada como un Bien Cultural por el Ministerio de Cultura de El Salvador con esto pasa a formar parte del patrimonio cultural inmaterial del país.

Panchimalco es conocido como un referente de la cultura en El Salvador debido a su riqueza arquitectónica conservando sus raíces coloniales precolombinas, además de contar con una diversidad sitios naturales que representan un recurso turístico esencial para el país, gran parte de la riqueza cultura de Panchimalco se

encuentra en sus tradiciones religiosas que son un símbolo característico del territorio y que se sigue conservando de generación en generación. Panchimalco posee un potencial turístico evidente el cual aún no ha sido aprovechado de manera óptima por las autoridades correspondiente, lo que representa una oportunidad estratégica para desarrollar la investigación para el desarrollo de un plan de desarrollo turístico sostenible, buscando con este estudio incrementar el potencial turístico del territorio, generando así un impacto económico y cultural al distrito de la misma forma impactar al país en general.

Con esta investigación se busca además generar beneficios económicos para la población local, impulsando la economía al crear nuevas oportunidades de empleo relacionadas al turismo, mejorando los ingresos de los habitantes y a su vez su calidad de vida. Además, se espera un aumento en el número de turistas en el territorio lo que generara una estimulación a otros sectores económicos aparte del turístico.

El plan de desarrollo turístico sostenible para el territorio de Panchimalco proporcionará a las autoridades del territorio una base técnica para desarrollar planes turísticos y servirá como una guía para solicitar financiamiento para los proyectos a implementar. En esta investigación se aplicará las diferentes ramas de la ingeniería industrial como lo son distribución en planta, ingeniería de métodos, contabilidad y costos, planeación estratégica, formulación y evaluación de proyectos, gestión de la implementación de proyectos, gestión de capital humano. De igual forma se aplicarán técnicas propias de la ingeniería industrial como: análisis de marco lógico, diagrama de Gantt, diagrama causa-efecto, diagrama de caja negra, blueprints, diagramas de operaciones, y técnicas complementarias de estudio de mercado y de análisis económico y financiero. Con todos estos recursos de la ingeniera industrial como base se realizará la investigación del plan de desarrollo turístico para el territorio de Panchimalco siendo esta de gran valor para las autoridades del territorio, habitantes, ministerios y entidades correspondientes y la Universidad de El Salvador.

CAPITULO I:
GENERALIDADES DEL ESTUDIO

CAPITULO I: GENERALIDADES DEL ESTUDIO

I. Metodología de la investigación

A. Tipo de investigación

Propósito: Investigación aplicada

Se utilizará la Investigación Aplicada ya que se centra en la resolución de problemas en un contexto determinado, es decir, busca la aplicación o utilización de conocimientos en este caso para la toma de decisiones a través de la evaluación de alternativas, desde una o varias áreas especializadas. Dicho enfoque permitirá resolver diferentes problemáticas, enfocándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento adquirido a lo largo de la materia para ser llevado a su aplicación proporcionando una solución a problemas del sector social o productivo.

El objetivo de la investigación se basa en realizar propuestas que solucionen las problemáticas en términos de turismo de manera que, el territorio de Panchimalco mejore en el desarrollo turístico sostenible, a través de la superación de las adversidades que perjudican el crecimiento turístico.

Método de obtención de datos: investigación de campo

La investigación de campo es el método seleccionado como el método principal para la recolección de datos logrando profundizar en la problemática a través de una observación directa para comprender la situación actual, al utilizar este método de investigación se busca obtener datos confiables y recientes que no están disponibles en otras fuentes de información, además la utilización de diferentes técnicas servirá para contrastar la información obtenida en cada una de ellas.

Nivel de conocimiento: investigación descriptiva y explicativa

Se utilizan dos enfoques del nivel de conocimiento, desde la perspectiva descriptiva se describirá de manera detallada la situación actual en del turismo en Panchimalco a través del análisis de los recursos turísticos, infraestructura, demanda y oferta

turística. Desde la perspectiva explicativa se busca explicar las causas que afecta el desarrollo turístico en Panchimalco y realizar un análisis que relacione las variables involucradas.

Enfoque de la investigación: mixto cualitativo y cuantitativo

El estudio debido a su naturaleza tiene una mezcla de los dos tipos de enfoque de investigaciones, cuantitativo y cualitativo, con este enfoque mixto se logra obtener una compresión más completa de la situación turística en Panchimalco, haciendo uso de una diversidad de métodos para recolectar y procesar información lo que generara mayor fiabilidad en los datos para con estos realizar el diseño del plan de desarrollo turístico más eficiente y eficaz para el territorio.

Con la utilización de este tipo de enfoque se asegura que el diseño del plan responda a las necesidades del territorio y además asegura que este sea compatible con la preservación de la cultura y tradiciones generando beneficios económicos y sociales para los habitantes.

Diseño de la investigación: No experimental descriptivo

El tipo de diseño a adoptar en la investigación es el diseño no experimental transversal descriptivo, debido a que la investigación se centrara en un tipo de investigación descriptivo dado a que se desea conocer, describir y caracterizar los elementos involucrados en la investigación. Es un tipo de investigación no experimental debido a que las situaciones estudiadas para realizar proyecciones ya han ocurrido y estas no pueden ser manipuladas o los contextos no pueden ser cambiados a conveniencia del investigador.

Unidad de análisis

Para la investigación se selecciona como unidad de análisis los turistas nacionales y los turistas extranjeros, con el objetivo de identificar los principales perfiles de turistas que son potenciales para el territorio de Panchimalco, además se realizara el análisis para los residentes del territorio, para determinar el grado de participación

en el plan de desarrollo turísticos y a empresas turísticas del país con el objetivo de definir las ofertas turísticas que prestan.

Diseño muestral: probabilístico estratificado:

Se selecciona el método de selección de muestra probabilístico estratificado debido a que se analizará la población nacional de turistas y la población extranjera de turistas, por lo cual se dividirá la población total en dos grupos, turistas nacionales y turistas internacionales, además los turistas nacionales serán divididos por los catorce departamentos que conforman el territorio nacional.

Técnicas de recolección de la información:

Entrevistas: se recolectará información a través de entrevistas realizadas a los pobladores de Panchimalco, autoridades del distrito, empresas turísticas, con el objetivo de conocer de primera mano información sobre la situación actual del territorio en cuanto al turismo, y además información de la situación de las empresas turísticas en Panchimalco y en el país en general.

Encuestas: Las encuestas estarán dirigidas a los dos grupos estratificados, turistas nacionales divididos en los catorce departamentos del país y turistas internacionales, con esta información se recolectarán los datos para determinar los perfiles de turistas que potencialmente visitarían el territorio de Panchimalco.

Cuestionario En esta técnica se busca ser más precisos, directos y concisos debido a que una vez se obtenga un contexto real de la situación del territorio de Panchimalco puede existir la necesidad de profundizar ciertos temas que se consideren indispensables para la investigación, con ello el uso de un cuestionario para hacer llegar las inquietudes que puedan existir hacia los miembros involucrados en el estudio, es una herramienta eficaz con la cual se espera abonar en la concepción de la situación actual.

B. Fuentes de datos a utilizar

Datos primarios

Para el estudio los datos primarios se obtendrán principalmente de las autoridades del territorio y de los habitantes por medio de encuestas, entrevistas y observaciones, esto con el fin de cuantificar y cualificar la realidad en la cual se está inmersa. Otro tipo de fuente de datos primarios podrán ser turistas, delegaciones estatales que apoyen al distrito y otro tipo de centros turísticos de la zona.

Datos secundarios

Para este estudio se consultarán datos estadísticos de instituciones como el Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo para conocer la evolución que marca este rubro en la economía salvadoreña, además se cuenta con el acceso a información del distrito. Como otro tipo de fuentes se tienen las políticas, reglamentos y permisos necesarios para una empresa turística.

Fuentes de recolección de datos.

Para la recolección de datos a realizar en el presente estudio se hará uso de las siguientes instituciones o actores de interés:

Fuentes primaria: Autoridades del distrito de Panchimalco, habitantes del distrito, turistas Fuentes secundarias, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Ley de Turismo, Ministerio de Cultura, Organización Mundial de Turismo, Plan Turismo 2030

II. Marco Teórico Conceptual

A. Definiciones Generales.

1. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo se define como “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas

a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios" La denominación de las personas o viajeros pueden ser: turistas o excursionistas y turistas Locales o extranjeros.

El turismo resulta muy importante desde el punto de vista social, cultural y económico. Gracias al turismo aumenta notablemente la inversión en construcciones de infraestructura, y edificaciones, genera un mayor nivel de desarrollo en las áreas involucradas, los medios de trasporte suelen ser mejorados en cuanto a la calidad y la frecuencia, así como también aumentan las divisas, las tasas de desempleo disminuyen notablemente, generando un mayor bienestar en las comunidades afectadas. Debido a ello, el turismo es conocido como uno de los más grandes empleadores y exportadores de servicios, y que para la economía mundial es uno de los sectores principales (Balaguer, Cantavella, 2002).

"Los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos y la generación de empleo y oportunidades de negocios" (Brida, Pereyra, Such y Zapata, 2008: pp. 36). El turismo genera divisas que ayuda a equilibrar la balanza de pagos, aumenta los ingresos públicos, genera valor agregado y fomenta la actividad empresarial, ya que el turismo no se limita a hoteles y restaurantes si no engloban más muchos servicios y bienes de consumo (Sancho, 1998).

Además del ingreso de divisas, es necesario reconocer otros beneficios que el turismo genera, donde podemos mencionar el crecimiento del sector empresarial debido a que es necesario satisfacer la demanda creada por la expansión del turismo, impulsando la actividad comercial tanto nacional como internacional y los diferentes sectores de servicios relaciones con el turismo. Esto a su vez, genera nuevas fuentes de empleo especialmente en los sectores relacionados con el turismo, lo que podría contribuir a que la tendencia a emigrar disminuya. Por otra parte, el desarrollo del turismo incrementa el ingreso total del país y especialmente los ingresos de la población económicamente activa que esta empleada en las

empresas turísticas, así como de aquellas que trabajan para empresas cuyo negocio gira en torno al turismo en pequeño o gran nivel, de esta manera, el ingreso del turismo se distribuye a través de un amplio estrato de la población y de esto depende en gran medida el desarrollo de los sectores rurales de los países en vías de desarrollo. Por su parte, el turismo contribuye a mejorar la calidad de vida y el nivel cultural de la población de los sectores turísticos y finalmente, en el sector fiscal, la actividad turística beneficia la economía pública por medio de la recaudación de impuestos (Dritsakis, 2004).

Todo ello pone en evidencia que la contribución del turismo al crecimiento económico no es solo directa, si no que estimula el crecimiento de otros sectores a través de los encadenamientos hacia adelante y hacia atrás que genera dentro de la economía (Gokovali, 2010).

Nissan, Galindo y Méndez (2011) señalan que los factores institucionales y en concreto la política económica aplicada por los gobiernos, son eslabones fundamentales en el crecimiento de la economía de un país. Las políticas económicas por defecto han venido siendo desarrolladas enfocándose en los sectores industriales, pero desde unas décadas hasta la actualidad el turismo ha ido ganando relevancia debido su contribución en la economía de los países receptores. Las políticas gubernamentales relacionadas con el turismo son por tanto de vital importancia y deben ser cuidadosamente diseñadas de manera que busquen incentivar el desarrollo de infraestructura propicia para el turismo, equilibren las condiciones de oferta y demanda de cada destino, promuevan la especialización en el área de turismo, busquen nuevas actividades de turismo potenciales e impulsen la innovación. Todo ello con el objetivo de proporcionar un mayor valor agregado que se refleje en la balanza de pagos (Gokovali, 2010).

2. Turista

Según la OMT, un turista es un consumidor de un viaje, producto turístico o servicios turísticos – un visitante temporal a un lugar, localidad, territorio o país, independientemente de su ciudadanía, nacionalidad, género, idioma y religión, que

permanece en una zona determinada durante al menos 24 horas pero no más de 6 meses dentro de un año natural, o que está fuera de su residencia dentro de su país y hace al menos una noche en un alojamiento colectivo o individual, viajando por placer o por razones cognitivas, terapéuticas, médicas o de otro tipo.

3. Viajero

Según la OMT, un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. Los viajeros pueden recorrer distancias, cortas o largas, caminando, o usando algún medio de transporte, privado o público (bicicletas, motocicletas, trenes, carros, ómnibus, taxis, automóviles, camiones, barcos, aviones, etcétera). Los viajeros pueden trasladarse desde su lugar de origen a otro, por varias razones: Visitar familiares o amigos, conocer lugares nuevos (turismo) trabajar, hacer negocios, etcétera. Pueden alojarse en casas de familia o en lugares destinados especialmente a alojar viajeros, como el caso de los hoteles. Otros viajeros, deciden armar sus propias tiendas de viaje, existiendo en muchos lugares, sobre todo de playa, campings, especialmente acondicionados a tal efecto. Otros viajeros cuentan con sus casas rodantes, lo que por supuesto requiere que el lugar de destino sea de traslado por tierra.

4. Excursionista

Según la OMT, un excursionista es un individuo que realiza excursiones, ya sea con fines de ocio, para hacer ejercicio físico o con la intención de investigar algo. Una excursión, en tanto, implica un desplazamiento o paseo. La industria turística suele considerar que un excursionista es un visitante del día. Es decir, una persona que llega a un lugar para concretar alguna actividad y luego regresa a su punto de origen o se marcha a otro diferente. Según esta definición, el excursionista no pernocta en el sitio en cuestión.

5. Recurso turístico

Un recurso turístico se define como cualquier elemento, tanto tangible como intangible, presente en un destino y que tiene el potencial de atraer visitantes. Estos recursos pueden ser naturales, culturales, históricos o incluso sociales.

Ramírez Blanco (1998) asimila el recurso turístico al atractivo turístico, definiéndolos como "elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico".

Zimmermann (1957) también contribuye a esta visión, al considerar que los recursos turísticos son aquellos elementos que pueden generar un interés suficiente para que las personas se desplacen a un determinado lugar.

6. Atractivo turístico

El atractivo turístico, por su parte, se refiere al recurso turístico que ha sido desarrollado y adaptado para ser ofrecido al turista. Es decir, es el recurso que ha sido transformado en un producto turístico, con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes. Es decir, un atractivo turístico es un sitio de interés para los turistas, el cual destaca por su particularidad cultural, histórica, artística, arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, lingüística, arqueológica o astronómica. A menudo, un destino tiene más de un valor turístico para ofrecer.

Bujalance (1991) establece una distinción clara entre ambos conceptos. Según este autor, los recursos turísticos son los elementos que existen en un destino, mientras que los atractivos turísticos son aquellos que han sido acondicionados para ser visitados.

7. Producto Turístico

Según la OMT: "El conjunto de elementos tangibles e intangibles que conforman la oferta turística y que son capaces de satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas."

Según Kotler, Bowen y Makens (1999): "El producto turístico es una combinación de tangibles e intangibles que incluye el transporte, el alojamiento, la alimentación, las actividades y las atracciones que se ofrecen en un destino turístico."

Elementos:

- Atractivos turísticos
- Infraestructuras
- Servicios turísticos
- Actividades turísticas

8. Servicio Turístico

Los servicios turísticos son aquellos que se ofrecen a los turistas para satisfacer sus necesidades y deseos durante sus viajes. El servicio es intangible y perecedero, lo que lo diferencia de los productos tangibles. A continuación, te presento algunas definiciones de servicios turísticos según diversos autores, citando las fuentes en formato APA:

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Definen los servicios como actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para la venta, que son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de nada. En el contexto turístico, estos servicios incluyen alojamiento, transporte, alimentación, entretenimiento, entre otros.

Bujalance, B. (1991). Considera que los servicios turísticos son actividades que se llevan a cabo para satisfacer las necesidades de los turistas, como la organización de excursiones, la reserva de hoteles y la venta de billetes de avión.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). Definen los servicios turísticos como un conjunto de actividades que se realizan para satisfacer las necesidades de los turistas, incluyendo el alojamiento, la alimentación, el transporte y la información.

Características de los servicios turísticos:

- **Intangibilidad:** No se pueden tocar ni ver antes de consumirlos.
- **Inseparabilidad:** Se producen y consumen al mismo tiempo.
- **Variabilidad:** La calidad del servicio puede variar según quien lo preste y cuándo.
- **Perecible:** Los servicios no se pueden almacenar.

9. Inventario Turístico

El inventario turístico es un instrumento fundamental en la planificación y gestión del turismo. Consiste en un registro detallado y sistemático de todos los recursos y atractivos turísticos de un determinado destino. Este inventario permite identificar, evaluar y jerarquizar los elementos que pueden atraer a los visitantes, facilitando así la toma de decisiones estratégicas en materia turística.

Bote (1990): Define el inventario turístico como un "catálogo de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada". Este autor enfatiza la importancia de este instrumento para conocer la oferta turística de un destino y planificar su desarrollo.

Martínez Ruiz, Ramírez Valverde, Juárez Sánchez, & Rojo Martínez (2010): La Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por estos autores, propone una metodología de inventario basada en la identificación de los recursos turísticos y la existencia de líneas directrices en materia de ordenación y planificación.

Huamán y Morante (2018): Definen el inventario de recursos turísticos como un "grupo de estímulos y medios esenciales que permiten el disfrute de la zona a visitar, cuya capacidad atrae a visitantes, impulsando y determinando su selección".

Becerra (2010): Señala que el inventario de recursos turísticos "son los medios de carácter cultural, tradicional, herencias y hechos proyectados cuyo contenido se sitúa en un lugar atractivo que posiblemente llame la atención del visitante".

Características y Objetivos del Inventario Turístico:

- **Identificación:** Permite conocer y reconocer los recursos turísticos existentes.
- **Descripción:** Ofrece información detallada sobre cada recurso, como su ubicación, características, estado de conservación, etc.
- **Evaluación:** Permite valorar la importancia y el potencial turístico de cada recurso.
- **Jerarquización:** Facilita la ordenación de los recursos según criterios de interés turístico.
- **Planificación:** Sirve de base para la elaboración de planes de desarrollo turístico.
- **Promoción:** Permite difundir la oferta turística de un destino.

Componentes de un Inventario Turístico

- **Recursos naturales:** Paisajes, playas, montañas, flora, fauna, etc.
- **Recursos culturales:** Monumentos históricos, sitios arqueológicos, museos, manifestaciones culturales, etc.
- **Recursos socioeconómicos:** Actividades tradicionales, gastronomía, artesanía, etc.
- **Infraestructura turística:** Alojamiento, restauración, transporte, etc.
- **Servicios turísticos:** Actividades complementarias, guías turísticos, etc.

Importancia del Inventario Turístico

- **Planificación estratégica:** Permite tomar decisiones informadas sobre el desarrollo turístico de un destino.
- **Gestión de recursos:** Facilita la conservación y protección de los recursos turísticos.
- **Promoción turística:** Sirve de base para la creación de productos turísticos y campañas de marketing.
- **Desarrollo sostenible:** Contribuye a un desarrollo turístico equilibrado y respetuoso con el medio ambiente y la cultura local.

10. Planes: Conceptos básicos y clasificación

Plan

Un plan es el nivel más elevado de planificación. Es decir, es un conjunto de medidas cuya aplicación tiene como propósito alcanzar objetivos estratégicos. Es por lo que, se afirma que un plan es el nivel máximo de estructuración y organización de una acción, pues todo se ve a nivel macro. Para que un plan pueda llevarse adelante en la realidad, necesita desglosarse en programas, los cuales están constituidos por partes más pequeñas que son los proyectos. La planificación supone un momento mental complejo en el que se organiza la aplicación de la idea planteada en el plan. La misma que luego se organiza (y ejecuta) de modo concreto en un programa y en un proyecto. (Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2023)

Tipos de planes

Robbins, (1998) clasifica los planes por su importancia en estratégicos y operacionales, y por su marco temporal en corto, mediano y largo plazo.

i. Planes estratégicos y operacionales

Los planes que se aplican a toda la organización, que establecen los objetivos de toda ella y que buscan posicionar a la organización en términos de su ambiente se llaman planes estratégicos. Aquellos que especifican los detalles de cómo deberán alcanzarse los objetivos se llaman planes operacionales. Los planes estratégicos tienden a incluir un periodo largo, un área más amplia y tienen que ver menos con detalles. Los planes operacionales tienen un alcance más estrecho y limitado.

ii. Planes a corto, mediano y largo plazo

Robbins, (1998) menciona que las organizaciones han adoptado la terminología de los analistas financieros quienes describen los rendimientos de las inversiones como de corto, mediano y largo plazo. El corto plazo cubre menos de un año, el mediano plazo cubre de uno a cinco años, y cualquier periodo mayor que cinco años se clasifica como largo plazo.

11. Gestión turística

Según la OMT: "La gestión turística es el conjunto de actividades, tanto públicas como privadas, que se llevan a cabo para planificar, organizar, dirigir y controlar el desarrollo y la utilización de los recursos turísticos, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas y de las comunidades locales, y de maximizar los beneficios económicos, sociales y culturales del turismo."

"La gestión turística es un proceso que implica la coordinación de una amplia gama de actores y actividades para desarrollar, gestionar y comercializar destinos turísticos de manera sostenible."

i. Principios de la gestión turística

- Sostenibilidad: Protección del medio ambiente, respeto por las comunidades locales y gestión responsable de los recursos.
- Responsabilidad social: Equidad en la distribución de los beneficios del turismo y minimización de los impactos negativos.
- Planificación: Diseño de estrategias y políticas para el desarrollo turístico a largo plazo.
- Participación: Involucración de los actores públicos, privados y locales en la toma de decisiones.
- Calidad: Mejora continua de la experiencia del turista y de la competitividad del destino.

ii. Funciones de la gestión turística:

- Planificación y desarrollo de productos turísticos: Diseño de nuevos productos y experiencias para satisfacer las necesidades del mercado.
- Marketing y promoción: Difusión del destino turístico a través de diferentes canales.
- Gestión de la calidad: Implementación de sistemas de calidad para mejorar la experiencia del turista.
- Desarrollo de infraestructuras: Construcción y mantenimiento de las infraestructuras necesarias para el turismo.

- Conservación del medio ambiente: Protección del patrimonio natural y cultural del destino.
- Formación y capacitación del personal: Desarrollo de las habilidades y conocimientos del personal turístico.
- Investigación y análisis: Recopilación y análisis de datos para la toma de decisiones.

12. Sistemas turísticos

Según la OMT: "Un sistema turístico es un conjunto de elementos interrelacionados que interactúan entre sí para producir una experiencia turística." Según Pearce (1989): "Un sistema turístico es un conjunto abierto y complejo de elementos interdependientes que interactúan entre sí para crear, producir y consumir un producto turístico."

Tipos:

- Sistemas turísticos simples: Se caracterizan por una estructura simple y un número limitado de actores.
- Sistemas turísticos complejos: Se caracterizan por una estructura compleja y un gran número de actores.
- Sistemas turísticos de masas: Se caracterizan por un gran volumen de turistas y una alta concentración de actividades turísticas.
- Sistemas turísticos alternativos: Se caracterizan por un enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Ruta turística

Según la OMT: "Un itinerario preestablecido que combina varios productos turísticos, generalmente en un área geográfica determinada, y que se ofrece a los turistas como un paquete único."

Según Fayos (2007): "La ruta turística es un producto turístico compuesto por un itinerario predefinido que combina diferentes recursos y servicios turísticos, con el objetivo de ofrecer al turista una experiencia única y satisfactoria."

Tipos:

- Rutas culturales
- Rutas de naturaleza
- Rutas gastronómicas
- Rutas de aventura
- Rutas temáticas

13. Demanda y oferta turística

i. Demanda turística

"La cantidad de bienes y servicios turísticos que los consumidores están dispuestos a comprar a un determinado precio en un mercado específico.” Entre los factores que la determinan se encuentran: ingresos disponibles, precios, accesibilidad, motivación del viaje, marketing turístico, etc. (Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). Oferta turística.)

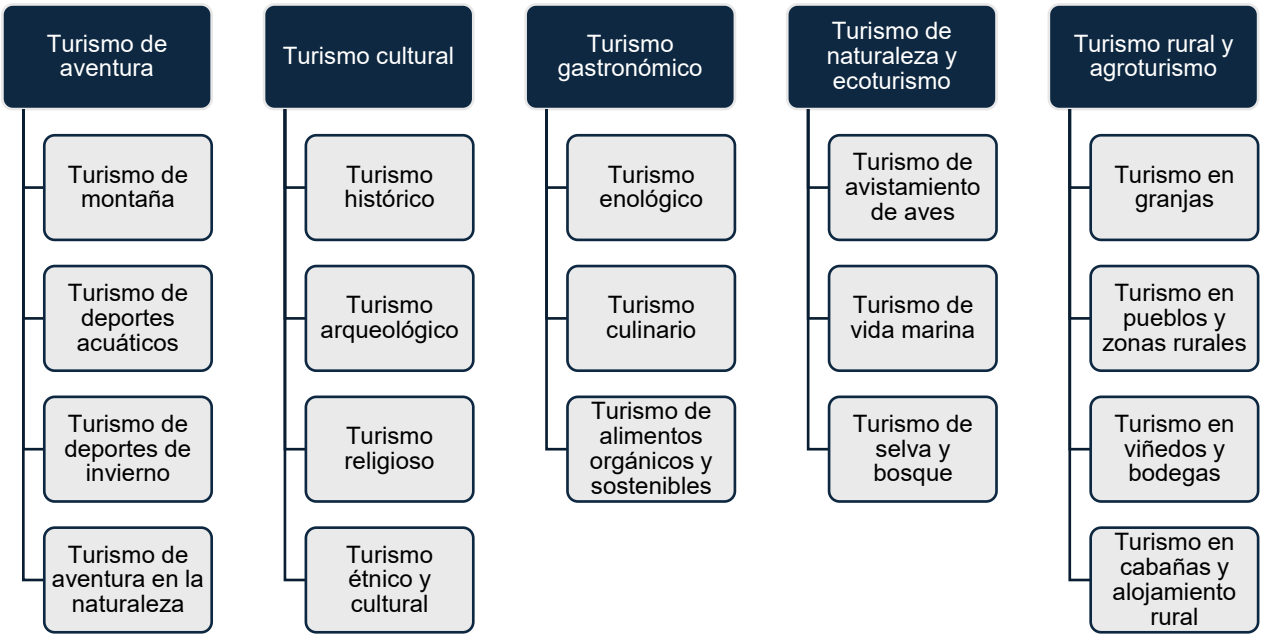
ii. Oferta turística

"La cantidad de bienes y servicios turísticos que están disponibles en un mercado a un determinado precio." Entre los componentes se definen: alojamiento, transporte, restaurantes, atracciones, actividades, servicios turísticos. (Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). Oferta turística.)

Clasificación del turismo

Según la OMT, el turismo tiene una amplia gama de divisiones debido a su adaptabilidad a las preferencias de los turistas por ello su clasificación se realiza en función de las actividades que se realizan, las características que tiene y el enfoque que se utiliza, a continuación, se presentan los principales tipos de turismo:

Ilustración 1. Esquema de clasificación por tipo de turismo



i. **Turismo de aventura:** Según la Adventure Travel Trade Association (ATTA) "El turismo de aventura es un tipo de turismo que involucra la exploración o viaje a lugares remotos, exóticos y posiblemente hostiles. Puede incluir actividades físicamente exigentes y arriesgadas como el montañismo, el senderismo, el ciclismo de montaña, el rafting en aguas bravas y otras actividades al aire libre, que generalmente implican cierto grado de riesgo."
ii. **Turismo cultural:** Según la OMT “El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos atractivos/productos guardan relación con un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad.”
iii. **Turismo gastronómico:** Según el Centro Europeo de Postgrados (CEUP) “tipo de turismo cuyas actividades principales se enfocan en la cultura culinaria de un determinado sitio turístico. Consta del estudio y la degustación de los platillos típicos de cada país, así como de su arte culinario”

iv. **Turismo de naturaleza y ecoturismo:** Según la secretaría de Turismo de México (SECTUR): “son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”
v. **Turismo rural y agroturismo:** La OMT entiende el turismo rural como “Es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés”

Desarrollo sostenible

La sostenibilidad se entiende como un “equilibrio entre una actividad y su apoyo al medio ambiente, donde interactúan el uno con el otro sin tener efectos perjudiciales mutuos” (Faber et al.,2005:5). Posterior a la definición dada en el Informe Brundtland en 1987, la World Conservation Union (IUCN) da otra definición sobre el desarrollo sostenible, el cual define el concepto como “el proceso que permite el desarrollo sin degradar o agotar los recursos que hacen posible el mismo desarrollo” (Sancho, 1998:261).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT). (2015) en la guía para la implementación de los principios de sostenibilidad del turismo se define el desarrollo sostenible como las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos.

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Turismo Sostenible

a. Definición

La Organización Mundial del Turismo (OMT) declaró en 1988 que el turismo sostenible es concebido como “aquel que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”. El turismo sostenible persigue desarrollar su actividad generando un impacto mínimo sobre el medioambiente. La clave principal es que la explotación de un recurso sea por debajo del límite de renovación del mismo. Es decir, se trata de fomentar un turismo respetuoso con el ecosistema, con mínimo impacto sobre el medioambiente y la cultura local. Además, el aspecto económico busca la generación de empleo e ingresos de la población autóctona.

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Las actividades que se llevan a cabo bajo el nombre de turismo sostenible, a tenor de lo mencionado por Cànoves et al., (2006), se guía a través de una serie de principios:

- Respeto de la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus activos potenciales, así como sus valores, en pro del logro de un entendimiento y a una tolerancia intercultural.
- Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, básico para el desarrollo turístico, ayudando a la conservación y preservación de los recursos naturales.
- Asegurar la viabilidad económica a largo plazo, beneficiando a todas las partes interesadas, creando oportunidades de empleo estable, obteniendo ingresos para las comunidades locales.

Tipos de turismo sostenible:

- Ecoturismo: Se centra en la observación y el disfrute de la naturaleza, con un enfoque en la conservación y la educación ambiental.
- Turismo cultural: Promueve la inmersión en las tradiciones, costumbres y patrimonio cultural de un destino.
- Turismo rural: Fomenta la interacción con las comunidades locales y el aprendizaje de sus formas de vida tradicionales.
- Agroturismo: Ofrece experiencias relacionadas con la agricultura, la producción de alimentos y la vida rural.
- Turismo responsable: Se basa en la ética y la responsabilidad individual del turista para minimizar su impacto en el destino.

b. Turismo Sostenible para El Salvador

El Salvador cuenta con una gran cantidad de recursos naturales y culturales que podrían verse amenazados por el turismo masivo y descontrolado. El turismo sostenible propone un enfoque equilibrado que permite disfrutar de estas maravillas, sin comprometer su existencia futura. Desde las joyas arqueológicas de Joya de Cerén hasta la vibrante vida marina del Golfo de Fonseca, el turismo

sostenible asegura que estos tesoros puedan ser disfrutados por generaciones futuras.

Además, el turismo sostenible puede generar beneficios económicos significativos para El Salvador. Al promover la economía local, se crean empleos, se fomenta el desarrollo rural y se contribuye al bienestar de las comunidades locales. De este modo, no solo se presentan beneficios ambientales, sino que el turismo sostenible tiene el potencial de mejorar significativamente la calidad de vida de los salvadoreños.

Uno de los destinos más notables es Suchitoto, una ciudad colonial con encanto e historia. Aquí, se puede explorar la belleza del lago Suchitlán, uno de los pocos lagos en El Salvador, y las diversas especies de aves que lo habitan. Además, hay una iniciativa local para promover el arte y la cultura, con talleres abiertos al público. Otro destino que no se puede pasar por alto es El Imposible. Esta reserva natural se llama así debido a lo inaccesible que solía ser, pero ahora se ha convertido en un destino popular para los amantes de la naturaleza y el senderismo. El Imposible alberga una gran variedad de flora y fauna, y es un lugar ideal para desconectar y disfrutar de la tranquilidad. Finalmente, la Ruta de Las Flores es otro destino top de turismo sostenible en El Salvador. Este encantador camino abarca varias ciudades que ofrecen una variedad de actividades, desde la degustación de café local hasta la visita a las cascadas y el senderismo. Esta ruta, llena de colores y aromas, es un verdadero regalo para los sentidos y una forma de sumergirse en la cultura salvadoreña.

c. Casos de Éxito de Turismo Sostenible en El Salvador

El turismo sostenible en El Salvador se ha convertido en un importante motor de crecimiento económico y una valiosa fuente de ingresos para muchas comunidades locales. En los últimos años, se han desarrollado una serie de proyectos exitosos que destacan el potencial y la viabilidad del turismo sostenible en el país. Estos casos de éxito han puesto a El Salvador en el mapa como un destino de elección

para los viajeros interesados en un turismo más respetuoso con el medio ambiente y socialmente responsable.

Proyecto de Ecoturismo en la Ruta de las Flores

La Ruta de las Flores es uno de los ejemplos más destacados de turismo sostenible en El Salvador. Este proyecto ha transformado una serie de pintorescas ciudades en destinos turísticos prósperos, utilizando el turismo para preservar y celebrar la rica biodiversidad y cultura local de la región. El proyecto ha tenido un impacto significativo en el desarrollo económico local y ha mejorado la calidad de vida de las comunidades de la zona.

La Cooperativa de Pesca La Pirraya

Otro caso notable es el de la Cooperativa de Pesca La Pirraya, que ha combinado el turismo y la pesca sostenible para crear un modelo de desarrollo económico inclusivo y respetuoso con el medio ambiente. Este proyecto ha proporcionado empleo a los pescadores locales y ha promovido la sostenibilidad y la conservación de los recursos marinos. Al atraer a visitantes interesados en la pesca sostenible, el proyecto está ayudando a proteger el medio ambiente y a garantizar un futuro sostenible para las comunidades pesqueras de El Salvador.

El Parque Natural El Imposible

Finalmente, El Parque Natural El Imposible es otro ejemplo de éxito en turismo sostenible en El Salvador. Este parque, conocido por su impresionante biodiversidad y su extraordinaria belleza natural, ofrece una amplia gama de actividades turísticas, desde senderismo y birdwatching, hasta tours de conservación de flora y fauna. El desarrollo turístico en el parque ha sido diseñado para minimizar el impacto en el medio ambiente y para contribuir a las economías locales a través de la creación de empleo y el fomento del turismo ecológico.

d. Importancia del turismo sostenible para el Futuro de El Salvador

El turismo sostenible es una de las mayores fuerzas motoras para el crecimiento económico de un país y El Salvador no es una excepción. Un turismo sostenible y

equitativo puede traer beneficios económicos, mantener el equilibrio ecológico, y ayudar a conservar el patrimonio cultural del país. Con una rica cultura, hermosos paisajes y gente amable, El Salvador tiene el potencial de convertirse en un destino turístico sostenible prometedor.

Beneficios económicos

El turismo sostenible permite generar ingresos y empleo para las comunidades locales. Puede ser una fuente de recursos vital para la economía de El Salvador. A través del turismo sostenible, los ingresos pueden ser reinvertidos en la mejora de la infraestructura, servicios y conservación del medioambiente, lo cual, a su vez, atrae a más turistas.

Conservación del Patrimonio y Biodiversidad

Un enfoque en el turismo sostenible también significa un énfasis en la conservación del patrimonio cultural y la biodiversidad de El Salvador. Los turistas buscan experiencias auténticas, y la preservación del patrimonio cultural y natural desempeña un papel crucial en su satisfacción. A su vez, esta conservación atrae a más visitantes, creando un círculo virtuoso de turismo y preservación.

Educación y Concientización

El turismo sostenible puede ser una herramienta efectiva para educar a la población local y a los turistas sobre la importancia de la conservación del medioambiente. La educación y la concienciación son fundamentales para desarrollar un sentido de pertenencia y responsabilidad hacia nuestros recursos naturales y culturales. En El Salvador, esto puede promover un mayor respeto y apreciación por su rica historia cultural y biodiversidad.

Plan de desarrollo turístico

El Plan de Desarrollo Turístico según la OMT, es un instrumento de gestión que contribuye a impulsar el desarrollo turístico, social y económico de una localidad. Además, permite la evaluación del potencial turístico de ese territorio y busca

orientar las acciones que se deben llevar a cabo a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores tales como: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características o “vocación” del territorio.

Asimismo, el contiene un conjunto planificado de actividades, programas y proyectos, que, ejecutados, van a potenciar la actividad turística en el ámbito local seleccionado. Previamente, es necesario hacer una evaluación, lo que permitirá tener un diagnóstico, para luego proponer objetivos y estrategias, identificando a los responsables públicos y privados para su implementación.

Plan de desarrollo turístico sostenible

La OMT define el desarrollo turístico sostenible como: "Un desarrollo que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras al mismo tiempo que protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como un modo de gestionar todos los recursos de forma que se puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida" (OMT, 2004).

Edward Inskeep, en su obra "Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach", describe el desarrollo turístico sostenible como un enfoque que "integra el desarrollo económico con la conservación ambiental y cultural, asegurando que el turismo se desarrolle de manera que mantenga la capacidad de los recursos para satisfacer las necesidades futuras".

Con bases a estas definiciones y las definiciones previas de lo que es un plan se puede definir un plan de desarrollo turístico sostenible de la siguiente forma:

Un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible es el nivel más elevado de planificación estratégica en turismo, mediante el cual se busca lograr un crecimiento del turismo por medio de una correcta gestión, de manera que satisfaga las necesidades

actuales de los turistas, y que a su vez sea un camino que logre generar oportunidades a generaciones futuras. Este tipo de planes integran el desarrollo económico con la conservación de los recursos ambientales y culturales, generando actividades turísticas que sean sostenibles.

Para desarrollar un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible se debe desglosar en programas y proyectos, cada uno enfocado en alcanzar los objetivos estratégicos, asegurando la sostenibilidad a largo plazo del turismo en el territorio.

- **Programas:** Según el Project Management Institute (PMI). (2017). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) (6th ed.). PMI. un programa es "un conjunto de proyectos relacionados, gestionados de manera coordinada para obtener beneficios y control que no estarían disponibles si se gestionaran individualmente". Los programas permiten gestionar los proyectos de forma integrada, optimizando los recursos y alineando los resultados con los objetivos estratégicos.
- **Proyecto:** Para Kerzner, H. (2009). Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling (10th ed.). John Wiley & Sons. "Un proyecto es una serie de tareas y actividades interrelacionadas que tienen un objetivo claro y específico, un calendario definido, y que son llevadas a cabo por una organización temporal creada para ese propósito específico." Los proyectos son singulares en el sentido de que producen un resultado único, que podría ser un producto, servicio o logro

B. Marco legal

Leyes de turismo

A nivel nacional actualmente se llevan a cabo diversas iniciativas y regulaciones para promover y desarrollar la industria turística en el país. Estas van de acuerdo con las regulaciones que se presentan por los diferentes organismos reguladores como lo son (Secretaría de Turismo (SECTUR, 2014):

a. Ley de turismo de El Salvador

En esta ley se establece que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo. Considerando también que el territorio de la República está dotado de recursos que, por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, tienen gran potencial de desarrollo turístico, cuya utilización racional contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística, a la creación de nuevos lugares de trabajo y, con ello, mayores niveles de ocupación y empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población. La ley de Turismo tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras. (Art. 1 de la Ley de Turismo de El Salvador).

Ilustración 2. Información sobre la Ley de turismo

REFÓRMASE LA LEY DE TURISMO

Datos del Decreto:			
Fecha de Emisión:	17/12/2010	Materia:	Economía
Numero del decreto:	570	Sub-Materia:	Turismo (ISTU, CORSATUR)
		Rama del derecho:	Derecho Administrativo

Resumen:

REFÓRMASE LA LEY DE TURISMO, EN LO REFERENTE A QUE TODO PROYECTO DE INTERÉS TURISTICO NACIONAL, SERÁ CALIFICADO POR LA SECRETARÍA DE ESTADO Y DURANTE EL PLAZO DE CINCO AÑOS, LOS MONTOS DE $25,000.00 EN ADELANTE TIENEN INCENTIVO FISCAL.

Datos de Publicación:		
No. Diario Oficial:	Número de Tomo:	Fecha de Publicación:
241	389	23/12/2010

Fuente: Página web de la asamblea legislativa

b. 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.

La política de nacional de turismo tiene como objeto posicionar al turismo como prioridad nacional en función de su potencial para coadyuvar a resolver los grandes retos del país; así como también 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.

c. Política de turismo sostenible

La Política de Turismo Sostenible de El Salvador plantea lineamientos rectores para el desarrollo turístico sostenible, que estimule la economía sin dañar el medioambiente, potenciándolo como una herramienta de desarrollo humano para la mejora de la calidad de vida que puede contribuir a solucionar los grandes retos del país, estimulando el compromiso de las instituciones nacionales, gobiernos locales, sector privado y ciudadana, como protagonistas del desarrollo del turismo sostenible. (Ministerio de Turismo de El Salvador. (2014))

La política de turismo sostenible tiene como objeto fortalecer la actividad turística sostenible en El Salvador, a través de la integración del componente ambiental de manera transversal en las actividades turísticas, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, en razón del cual ésta debe basarse en el uso responsable del territorio y los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores residentes en las regiones y el permanente esfuerzo para proporcionar una oferta competitiva de servicios; en armonía con la diversidad biológica y la cultura, desde la planificación, la gestión, operación y comercialización. Incluyendo a las comunidades locales relacionadas, en el modelo de negocio; contribuyendo, a través del turismo sostenible, a la construcción de una sociedad equitativa y responsable desde un enfoque de adentro hacia afuera con reciprocidad activa.

d. Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo

Esta ley en su Art.2 se define al Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como “la institución que 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, tendrá 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".

Ilustración 3. Información sobre la Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo.

REFÓRMASE LA LEY DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO.

Datos del Decreto:			
Fecha de Emisión:	04/06/2021	Materia:	Economía
Numero del decreto:	49	Sub-Materia:	Turismo (ISTU, CORSATUR)
		Rama del derecho:	Derecho Administrativo

Resumen:
REFÓRMASE EL ART. 6 E INTERCÁLASE EL ART. 9-A, DE LA LEY DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO.

Datos de Publicación:		
No. Diario Oficial:	Número de Tomo:	Fecha de Publicación:
107	431	05/06/2021

Fuente: Página web de la asamblea legislativa

e. Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo

La ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) brinda toda la información necesaria sobre CORSATUR, su finalidad, administración, tareas, entre otros. CORSATUR según la ley se define como una corporación autónoma de derecho público la cual está encargada de promover el desarrollo turístico en el país a través de diferentes herramientas que faciliten a los empresarios la apuesta al sector, además de controlar y monitorear por medio de un registro nacional a las empresas involucradas en el turismo.

Ilustración 4. Información sobre la ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo

REFÓRMASE LA LEY DE LA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO.

Datos del Decreto:			
Fecha de Emisión:	03/06/2021	Materia:	Registros
Numero del decreto:	34	Sub-Materia:	Registro Civil
		Rama del derecho:	Derecho Registral

Resumen:
REFÓRMASE LA LEY DE LA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO, EN SUS ARTS. 8, E INCORPÓRESE EL ART. 10-A.

Datos de Publicación:		
No. Diario Oficial:	Número de Tomo:	Fecha de Publicación:
107	431	05/06/2021

Fuente: Página web de la asamblea legislativa

Normas técnicas sobre turismo

Tabla 1. Normas técnicas sobre turismo en El Salvador

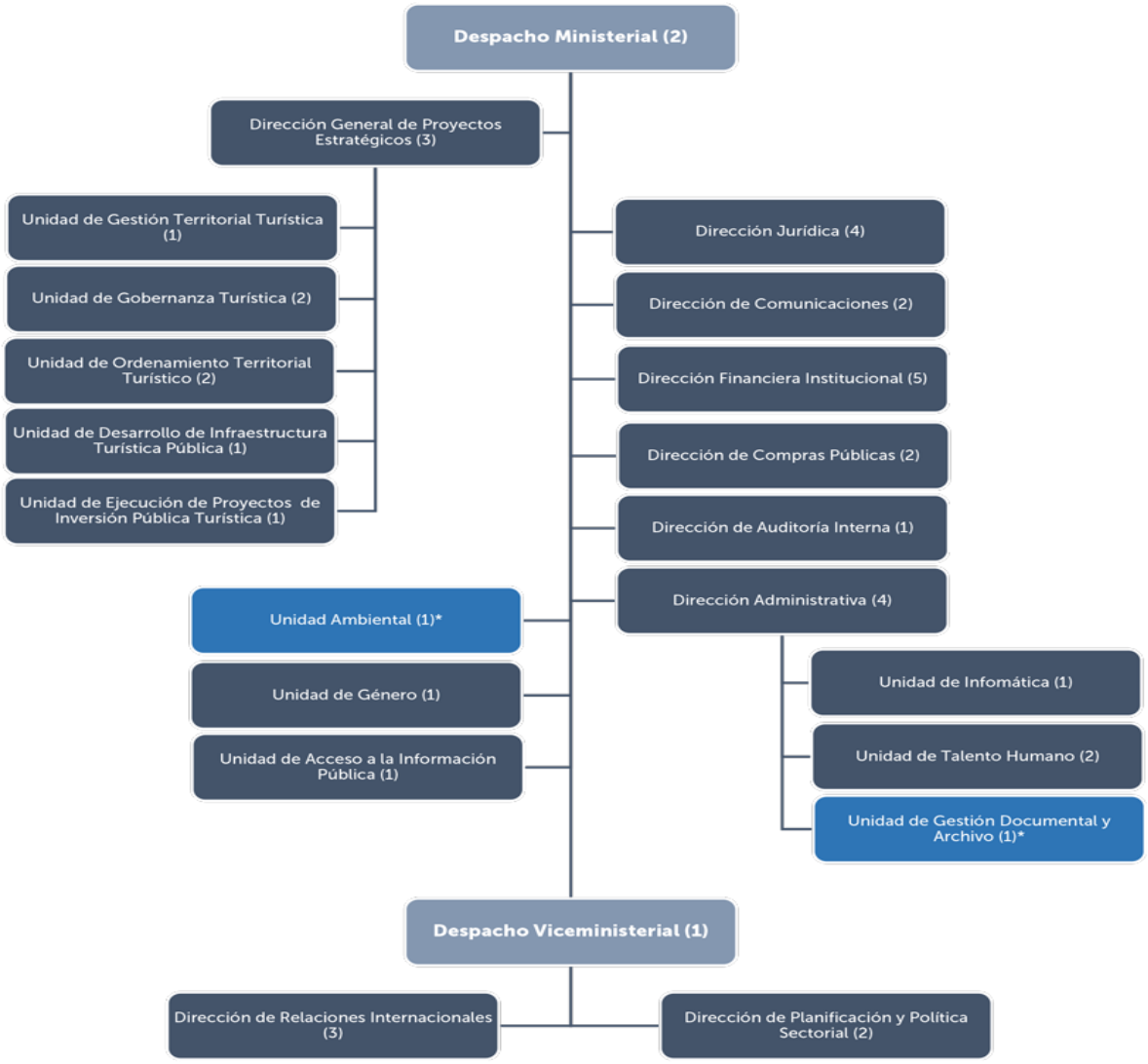
Nombre	Descripción
Terminología de los establecimientos de Alojamiento Turístico	Esta Norma Técnica Salvadoreña tiene por objeto establecer la terminología utilizada en los establecimientos de alojamiento turístico, para facilitar la comprensión entre los usuarios, los proveedores de servicios de alojamiento turístico y otros entes relacionados.
Norma de calidad turística de servicios e instalaciones	Establecer los requisitos de Calidad para el servicio e infraestructura para Pequeños y Medianos Hoteles, Hostales y Apartahoteles.
Turismo Rural. Alojamiento. Especificaciones	Esta Norma Técnica Salvadoreña, establece los requisitos para un sistema de gestión integrado de la calidad, la seguridad y el ambiente en el establecimiento de alojamiento turístico rural, cuando este requiera un marco de referencia para la optimización de la prestación; desee implementar prácticas sustentables y aspire a aumentar la satisfacción del cliente.
Guías de turismo. Especificaciones para el desempeño	Esta Norma Técnica Salvadoreña se aplica a los guías de turismo que prestan los servicios de acompañamiento, información general, asistencia y asesoramiento a personas que realizan visitas a bienes o lugares de interés histórico, cultural, geográfico, artístico o ecológico, museos, monumentos y otros similares.

Legislación recuperada de: https://www.camaradeturismo.org/legislaci%C3%B3n-tur%C3%ADstica

Instituciones que regulan el turismo en el salvador

La gestión turística en El Salvador involucra a varias instituciones tanto a nivel gubernamental como privado que trabajan en conjunto para promover el turismo y garantizar experiencias positivas para los visitantes. La estructura organizativa del marco institucional se muestra en la ilustración siguiente:

Ilustración 5. Estructura turística organizacional.



Fuente: https://www.camaradeturismo.org/legislaci%C3%B3n-tur%C3%ADstica

El Ministerio de Turismo, dentro de su organigrama está integrado por las siguientes áreas:

Tabla 2. Descripción por área del organigrama del ministerio de turismo.

ÁREA	DESCRIPCIÓN
Dirección General de Proyectos Estratégicos	Planificar, dirigir, coordinar y controlar proyectos estratégicos de turismo desde su formulación, gestión de recursos y puesta en marcha de estos.

Unidad de Gestión Territorial Turística	Coordinar, asesorar, documentar y emitir opiniones calificadas sobre su tema de especialización y realizar diversas gestiones estratégicas de acuerdo con la agenda institucional.
Unidad de Gobernanza Turística	Desarrollar actividades para el fortalecimiento de la gobernanza turística, articulando la comunicación con todos los actores locales para lograr una adecuada planificación y ejecución de políticas, programas, y proyectos a ejecutar desde el Ministerio de Turismo.
Unidad de Ordenamiento Territorial Turístico	Garantizar propuestas estructurales de inversión, uso del territorio, conectividad, gobernanza y poner los recursos de los destinos en función del desarrollo turístico sostenible en los territorios.
Unidad de Desarrollo de Infraestructura Turística Pública	Supervisor de obra a todos los procesos constructivos de los proyectos que se ejecutan en la institución, organizando de manera estratégica para lograr los tiempos de ejecución establecidos.
Unidad de Ejecución de Proyectos de Inversión Pública Turística	Garantizar que la pre-inversión e inversión en proyectos de infraestructura vaya evolucionando de manera expedita, en todo el ciclo de los proyectos que se realicen desde el MITUR.
Dirección de Comunicaciones	Planificar, organizar, dirigir, supervisar y administrar las actividades de comunicación de la institución tanto interna como externa para generar y mantener la buena imagen del Ministerio de Turismo.
Dirección Jurídica	Proporcionar asesoría legal y apoyar la gestión a los diferentes niveles y dependencias del Ministerio de Turismo, a efecto de contribuir a que los procesos de trabajo se desarrollen cumpliendo las disposiciones establecidas en la normativa y legislación aplicable a la actividad institucional.
Dirección de Auditoría Interna	Verificar la efectividad del Sistema de Control Interno del Ministerio, así como de la normativa interna y externa aplicable a los procesos de trabajo; adicionalmente brindar asistencia técnica en materia de control a todas

	las dependencias de la Institución, para que tomen decisiones.
Dirección Financiera Institucional	Lograr eficiencia en la gestión financiera institucional a través del desarrollo de todas las actividades relacionadas a dirigir, coordinar, integrar y supervisar las actividades del presupuesto, tesorería y contabilidad gubernamental, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley Orgánica de Administración Financiera del Estado.
Dirección de Adquisiciones y Contrataciones Institucional	Planificar, coordinar y controlar todas las actividades relacionadas con la ejecución del Plan Anual de Compras de la Institución, realizando oportunamente las actividades para la adquisición y contratación de obras, bienes y servicios, cumpliendo con el marco legal vigente.
Unidad Ambiental	Realizar análisis y verificar los impactos ambientales propios o provenientes de cualquier actividad relacionada con el desarrollo turístico del país que implemente el Ministerio de Turismo, de acuerdo con la Ley y Política Nacional de Medio Ambiente.
Unidad de Acceso a la Información Pública	Administrar, gestionar y facilitar los servicios de recepción, atención al público y correspondencia, relacionada al acceso a la información pública.
Unidad de Género	Planificar, organizar, dirigir y controlar las estrategias operativas y acciones necesarias para lograr la transversalidad del principio de igualdad y no discriminación en las intervenciones de la institución.
Dirección Administrativa	Proporcionar apoyo logístico y administrativo a las dependencias de MITUR, otorgando de manera oportuna los bienes y servicios internos y externos.
Unidad de Talento Humano	Planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos y actividades de la administración de los recursos humanos de la institución, fomentar el desarrollo permanente del personal de la institución.
Unidad de Informática	Asesorar, planificar, y proporcionar el soporte técnico necesario para respaldar el desarrollo de los sistemas informáticos y administrativos del Ministerio.

Unidad de Gestión Documental y Archivo	Organización, conservación, catalogación y administración de documentación de toda la institución.
Dirección de Planificación y Política Sectorial	Planificar a nivel estratégico la organización institucional, así como realizar la coordinación a alto nivel con las instituciones nacionales, regionales e internacionales.
Dirección de Relaciones Internacionales	Responsable de la relación del Ministerio de Turismo con organismos multilaterales de cooperación internacional, donantes extranjeros, Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador y demás instituciones de índole internacional con las que esta Cartera de Estado esté asociada.

Las instituciones públicas que componen el ramo de Turismo en El Salvador son el Ministerio de Turismo (MITUR), la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), cada una de ellas cuenta con competencias delimitadas que al engranarse desarrollan un trabajo coordinado a nivel nacional (Instituto Salvadoreño de Turismo. (s.f.). Quienes somos. https://istu.gob.sv/)

Tabla 3. Descripción de la fundación, misión, visión y funciones de los entes reguladores de turismo.

Ministerio de Turismo (MITUR)	
Es el ente rector en materia de turística y tiene como misión velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo, a través de la inclusión de todos los sectores involucrados, mediante mecanismos que conlleven al desarrollo sostenible y competitivo de la industria turística.	**Fundación:** Año 1993 mediante Decreto Legislativo No. 181. **Misión:** Fomentar y promover el turismo sostenible en El Salvador, mediante la formulación y ejecución de políticas, planes y programas que impulsen el desarrollo económico, social y cultural del país, en armonía con el medio ambiente y la comunidad, generando bienestar para la población.

<table>
<tr><td>Funciones:
Formular políticas y estrategias para el desarrollo turístico.
Promover y difundir los destinos turísticos de El Salvador.
Regular y supervisar la actividad turística.
Fomentar la inversión en infraestructura turística.
Coordinar con otras instituciones para el desarrollo del turismo.</td><td>Visión: Ser un referente nacional e internacional en la promoción y desarrollo del turismo sostenible, destacando la riqueza natural, cultural e histórica de El Salvador, y contribuyendo al crecimiento económico y al bienestar social de sus habitantes.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)</td></tr>
<tr><td>Fundación: Año 2009 mediante Decreto Ejecutivo No. 25.

Tiene bajo su carga la promoción de El Salvador como destino turístico a nivel nacional e internacional, coordinadamente con los diferentes actores del sector.

Funciones:
Promover el turismo interno y la cultura turística.
Desarrollar proyectos turísticos comunitarios.
Fomentar la conservación del patrimonio natural y cultural.
Brindar asistencia técnica a iniciativas turísticas locales.</td><td>Misión: Promover y fomentar el turismo interno en El Salvador, mediante la implementación de programas y proyectos que fortalezcan la identidad cultural, la conservación del patrimonio natural y el desarrollo de destinos turísticos comunitarios, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del país.

Visión: Ser un referente nacional en la promoción del turismo interno, impulsando la participación activa de las comunidades en la conservación y aprovechamiento sostenible de los recursos turísticos, y generando un impacto positivo en el bienestar de la población.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)</td></tr>
</table>

Promover y estimular la recreación familiar, social y excursionismo a través de su red de Parques, brindando un servicio eficiente y de calidad para la recreación y sano esparcimiento de las familias salvadoreñas. **Funciones:** Administrar y mantener áreas turísticas naturales y culturales. Desarrollar infraestructuras y servicios turísticos en dichas áreas. Promover la conservación del patrimonio natural y cultural. Regular y supervisar las actividades turísticas en áreas protegidas.	**Fundación:** Año 1956 mediante Decreto Ejecutivo No. 186. **Misión:** Administrar y supervisar las áreas turísticas naturales y culturales de El Salvador, promoviendo su conservación, desarrollo y uso sostenible, para garantizar experiencias turísticas de calidad y contribuir al desarrollo económico y social del país. **Visión:** Ser una institución líder en la gestión integral de áreas turísticas, reconocida por su excelencia en la conservación del patrimonio natural y cultural, y por su contribución al posicionamiento de El Salvador como un destino turístico.
Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)	
Trabaja en pro del desarrollo turístico del país, para impulsar, promocionar y fomentar el turismo, además representar los intereses de los empresarios del sector, particularmente los de los asociados. **Funciones:** Representar los intereses del sector turístico privado ante instancias gubernamentales y otros actores. Promover la cooperación y el intercambio de experiencias entre sus miembros. Brindar servicios de asesoría y apoyo a empresas turísticas.	**Fundación:** Año 2003. **Misión:** Representar y promover los intereses del sector turístico privado en El Salvador, mediante la articulación de esfuerzos y la búsqueda de condiciones favorables para el desarrollo y la competitividad del turismo, contribuyendo al crecimiento económico y al bienestar de sus miembros. **Visión:** Ser la principal entidad gremial del sector turístico en El Salvador, reconocida por su liderazgo, representatividad y capacidad de influencia en la

Contribuir a la promoción y comercialización de destinos turísticos salvadoreños.	formulación de políticas y acciones que impulsen el desarrollo sostenible

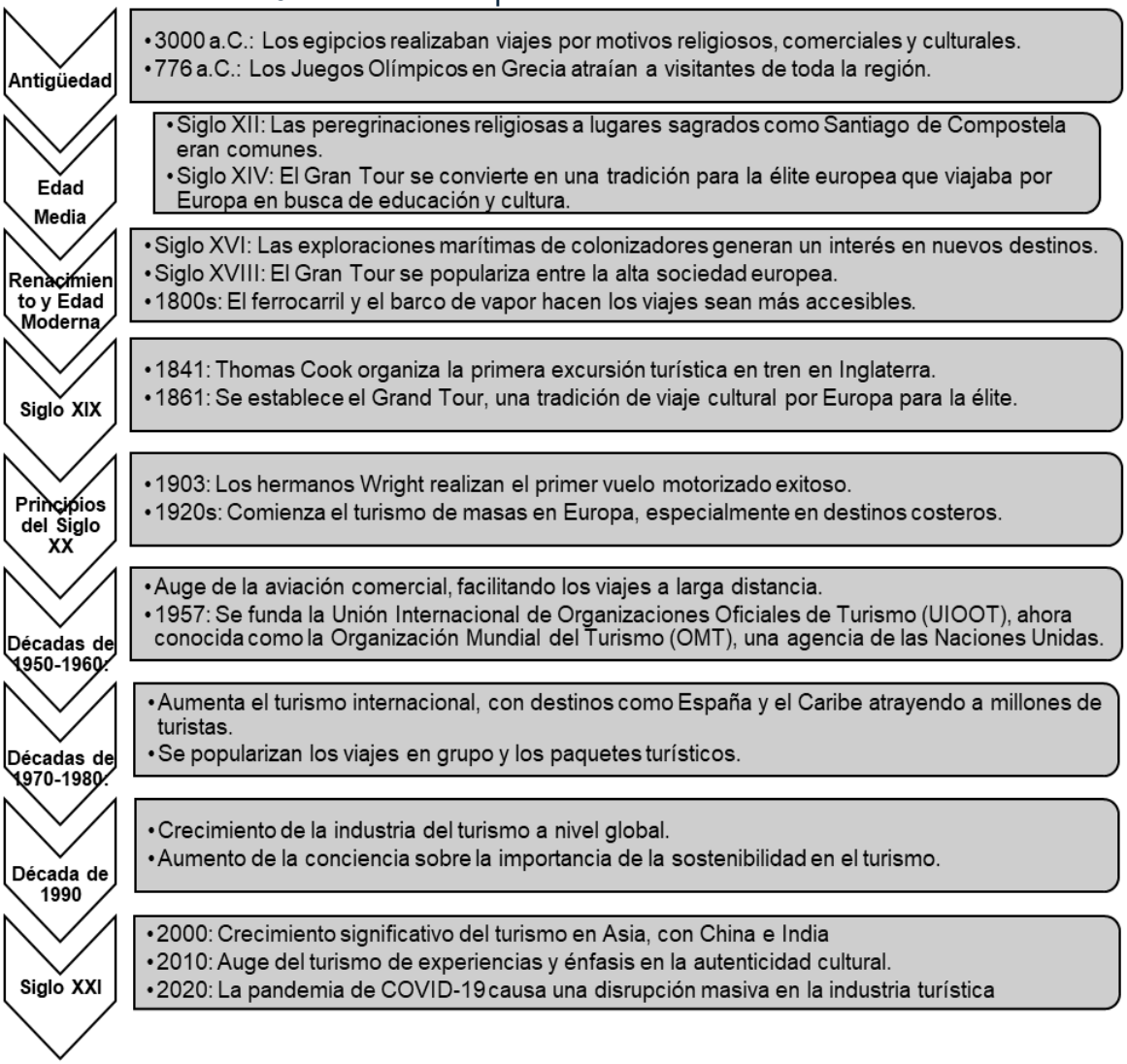
II. Marco contextual

A. Antecedentes

1. Antecedentes del turismo mundial

La siguiente cronología ilustra cómo el turismo ha cambiado y se ha desarrollado a lo largo del tiempo, resaltando los momentos clave y las transformaciones importantes que han tenido un impacto en la evolución del turismo.

Ilustración 6. Línea de tiempo de la historia del turismo mundial.



Actualidad

- Énfasis en el turismo sostenible y responsable, con mayor conservación del medio ambiente y participación de las comunidades locales.
- Avances en la tecnología de viaje, como aplicaciones móviles y reservas en línea.
- Diversificación de los tipos de turismo, incluyendo el turismo médico, el turismo de aventura y el turismo espacial.

2. Antecedentes históricos del turismo en el salvador




2002
Se registró un aumento de 29.4% en el número de visitantes y de 45.6% en el monto de divisas generadas para el país. El 40% de los visitantes que recibió el país en 2002, por concepto de turismo, fueron guatemaltecos, en segundo lugar, se situaron los ciudadanos de Estados Unidos, de dónde provino el 18%. En cifras netas, entraron 377,329 guatemaltecos y 167,765 estadounidenses., de Honduras llegaron 137,156 visitantes (14% del total), en tanto que de Nicaragua entraron 119,323 (equivalentes al 13%).
2003
Firma del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Estados Unidos (CAFTA-DR), crecimiento del turismo de cruceros y Lanzamiento de la campaña "El Salvador, Tierra de Volcanes"
2004
Inauguración del Aeropuerto Internacional Monseñor Óscar Arnulfo Romero: Mejora la conectividad aérea del país y facilita el acceso de turistas internacionales.
2005
Declaración de Suchitoto como Pueblo Vivo: Se reconoce el valor cultural e histórico de este pueblo colonial. Crecimiento del turismo de aventura.
2006
Lanzamiento del Plan Nacional de Turismo 2006-2010: Se busca desarrollar el turismo de forma sostenible y responsable. Inauguración de CIFCO
2007
Crecimiento del turismo ecológico: Los turistas buscan experiencias más responsables con el medio ambiente. Declaración de la Ruta de las Flores como Destino Turístico
2008
Crecimiento del turismo gastronómico. Inauguración del Hotel Barceló San Salvador
2010
Lanzamiento de la campaña "El Salvador, Impresiones Únicas". Crecimiento del turismo rural.
2011
Inauguración del Parque Bicentenario. Se crea un nuevo espacio de recreación y esparcimiento para los salvadoreños y turistas. Crecimiento del turismo de surf
2012
Declaración de Joya de Cerén como Patrimonio Mundial de la UNESCO: Se reconoce el valor cultural e histórico de este sitio arqueológico.


2015
Declaración del Área Natural Protegida Taquillo como Reserva de Biósfera por la UNESCO: Se reconoce la importancia de este ecosistema para la conservación de la biodiversidad.
2014
Inauguración del Surf City La Libertad: Se crea un nuevo complejo turístico para los amantes del surf. Crecimiento del turismo de bodas
2017
Lanzamiento de la campaña "El Salvador, Un País con Mucho que Contar": Se busca promocionar el país como un destino turístico diverso y atractivo
2013
Lanzamiento del Plan Nacional de Turismo 2014-2020: Se busca fortalecer el desarrollo del turismo en el país. Crecimiento del turismo de aventura
2023
Lanzamiento de la campaña "El Salvador, Un Destino para Todos" Se busca atraer a turistas de diferentes segmentos y mercados.
Crecimiento del turismo de aventura: Los turistas buscan experiencias más activas y desafiantes.
2018
Inauguración del Aeropuerto Internacional de Palmerola: Se mejora la conectividad aérea del país y facilita el acceso de turistas internacionales.
2024
El Salvador se posiciona como un destino turístico sostenible y responsable: Se espera que el país sea reconocido por su compromiso con la sostenibilidad y el desarrollo responsable del turismo.
2019
Lanzamiento del Plan Nacional de Turismo 2020-2024: Se busca fortalecer el desarrollo del turismo en el país. Crecimiento del turismo sostenible
2022
Recuperación gradual del turismo: Se observa un aumento en el número de turistas internacionales. Crecimiento del
2020
Impacto de la pandemia de COVID-19: Se observa una drástica disminución en el número de turistas internacionales
2021
Reapertura gradual del sector turístico: Se reanudan las actividades turísticas con medidas de bioseguridad. Lanzamiento de la
Destino Seguro

B. Variables económicas.

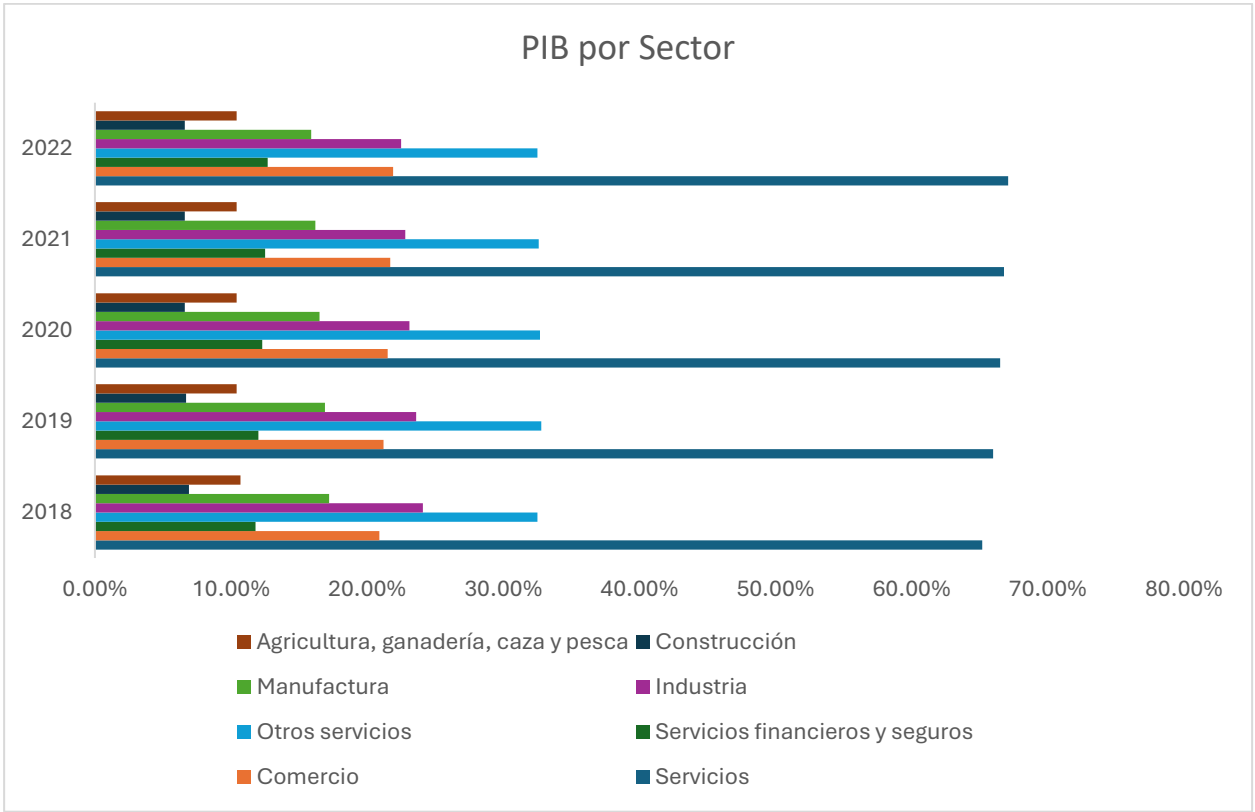
1. PIB en el salvador: aportaciones por sector

Para establecer un contexto nacional de la partición sectorial en el PIB, se muestra la siguiente gráfica, elaborada con datos del Banco Central de Reserva.

Tabla 4. Datos del PIB sectorial a través del BCR

Año	Servicios	Comercio	Servicios financieros y seguros	Otros servicios	Industria	Manufactura	Construcción	Agricultura, ganadería, caza y pesca
2018	65.20%	20.90%	11.80%	32.50%	24.10%	17.20%	6.90%	10.70%
2019	66.00%	21.20%	12.00%	32.80%	23.60%	16.90%	6.70%	10.40%
2020	66.50%	21.50%	12.30%	32.70%	23.10%	16.50%	6.60%	10.40%
2021	66.80%	21.70%	12.50%	32.60%	22.80%	16.20%	6.60%	10.40%
2022	67.10%	21.90%	12.70%	32.50%	22.50%	15.90%	6.60%	10.40%

Gráfico 1. Estructura sectorial del PIB 2018-2022



La participación del sector servicios ha venido ganando terreno desde la década de los noventa, principalmente en la generación del producto interno bruto (PIB). Se observa una tendencia al crecimiento del PIB en los últimos 5 años, con un crecimiento del 3.0% en 2023.

El sector servicios ha sido el principal contribuyente al PIB de El Salvador durante los últimos 5 años, con una participación que ha oscilado entre el 65% y el 67%. La industria ha sido el segundo mayor contribuyente al PIB, con una participación que ha oscilado entre el 22% y el 24%. La agricultura, ganadería, caza y pesca ha sido el sector menos importante en términos de su contribución al PIB, con una participación que ha oscilado entre el 7% y el 9%. Se espera que el crecimiento económico continúe en los próximos años.

Lo anterior es relevante para el turismo dado que al contar el sector de los servicios con una mayor participación del PIB se potenciará el apoyo al turismo a través de medidas como: mejorar la experiencia del turista, generar empleos e ingresos, impulsar la inversión extranjera y promover la sostenibilidad.

2. PIB del turismo en el salvador.

El peso que tiene el sector turismo en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que, para el acumulado del tercer trimestre del 2023, el total de los ingresos le corresponde el 11% en el PIB, debido a la captación de $ 2,774 millones de divisas por turismo.

Tabla 5. Ingresos Turísticos Totales

Año	PIB* (US$ en millones)	Ingresos por turismo (US$ en millones)	Ingresos por turismo/PIB
2013	$21.991,0	$893,8	4%
2014	$22.593,5	$1.107,4	5%
2015	$23.438,2	$1.169,4	5%
2016	$24.191,4	$1.183,4	5%
2017	$24.979,2	$1.265,1	5%
2018	$26.020,9	$1.532,6	6%
2019	$26.896,7	$1.761,2	7%
2020	$24.638,7	$770,8	3%
2021	$28.736,9	$1.462,7	5%
2022	$32,488.7	$2,649.3	8%
Al 3T 2022	$23,952.3	$1,842.7	8%
Al 3T 2023	$25,325.65	$2,774.33	11%

Fuente: CORSATUR/PIB BCR- Ingresos turísticos totales

Los datos para el 2020, debido a la pandemia muestran una caída de alrededor del 50% de participación del sector turismo en el PIB, esto debido al cierre de fronteras y restricciones sanitaria que se enfrentaron a nivel mundial, los datos se muestran a continuación:

Tabla 6. PIB turismo nacional 2020

Año	Nº de turistas	Ingresos (US $ Millones)	% del PIB
2020	707,000	755.00	3,1%

En el contexto mundial tras la crisis de la pandemia COVID 19 en 2021 se inicia el camino a la recuperación del sector. Según los datos de la OMT más de 900 millones de turistas realizaron viajes internaciones en 2022, eso fue el doble con respecto al 2021, aunque esa cifra se queda por debajo de la cifra de los niveles anteriores a la pandemia en un 37%. Sin embargo, el avance y camino hacia la recuperación es notable.

A nivel nacional, las restricciones de viajes relativas a la presentación de pruebas negativas y cartilla de vacunación para viajeros que ingresan al país fueron retiradas a partir del 17 de noviembre de 2021 como resultado del buen manejo de la crisis sanitaria, esta medida favoreció una mayor apertura durante todo el 2022, lo que permitió al país superar la llegada de visitantes internacionales respecto al año anterior y casi recuperar las llegadas de visitantes previos a la pandemia. Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, se presentan las gráficas comparativas del turismo receptor para el periodo enero a diciembre del 2023. (Organización Mundial del Turismo (OMT). (2023). Barómetro del Turismo Mundial, enero-marzo 2023. https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometeresp)

3. Llegadas de turistas por país de residencia y nacionalidad.

Entre los principales países Emisores para El Salvador se puede destacar a Estados Unidos con una participación del 44%, Guatemala con 23%, Honduras con 14% y 19% el resto del mundo.

Para el acumulado de enero-diciembre 2023, estos países han presentado un crecimiento del 26% para Estados Unidos, 28% para Honduras y 23% para Guatemala, respecto al mismo periodo 2022.

Gráfico 2. Llegada de turistas internacionales por principales países de residencia



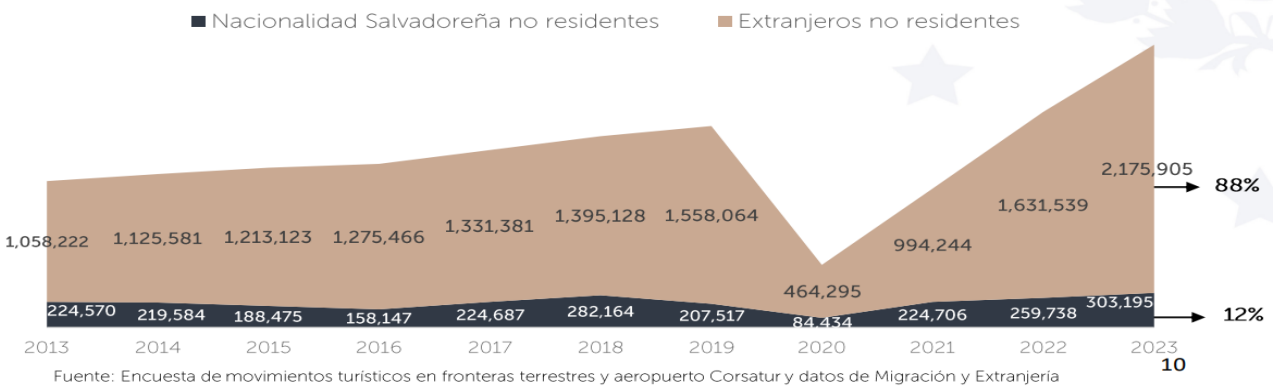
Fuente: Encuesta de movimientos turísticos en fronteras terrestres y aeropuerto. CORSATUR y datos Migración y Extranjería.

Tabla 7. Resumen de residencia de los turistas internacionales por región

Región	Total	Participación
Norteamérica	1,177,938	48%
Centroamérica y El Caribe	1,067,304	43%
Suramérica	122,666	5%
Europa	67,667	3%
Resto del mundo	43,525	2%
Total	2,479,100	100%

Fuente: CORSATUR datos Migración y Extranjería.

Gráfico 3. Llegada de turistas por residencia
enero-diciembre 2013-2023



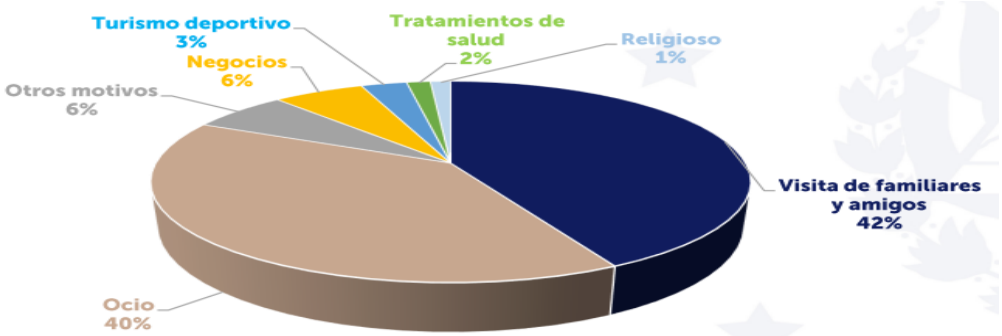
Fuente: CORSATUR datos Migración y Extranjería.

Del total de la llegada de turistas en el acumulado enero-diciembre 2023, el 88% representa turistas extranjeros y el 12% son salvadoreños residentes en el exterior. De estos el 82% proceden de Estados Unidos.

4. Principales motivos de llegada del turista

El 42% de los turistas internacionales recibidos en 2023 llegaron a El Salvador por visita de familiares y amigos, el 40% por motivos de ocio y el 6% por negocios.

Gráfico 4. Motivos de llegada del turista

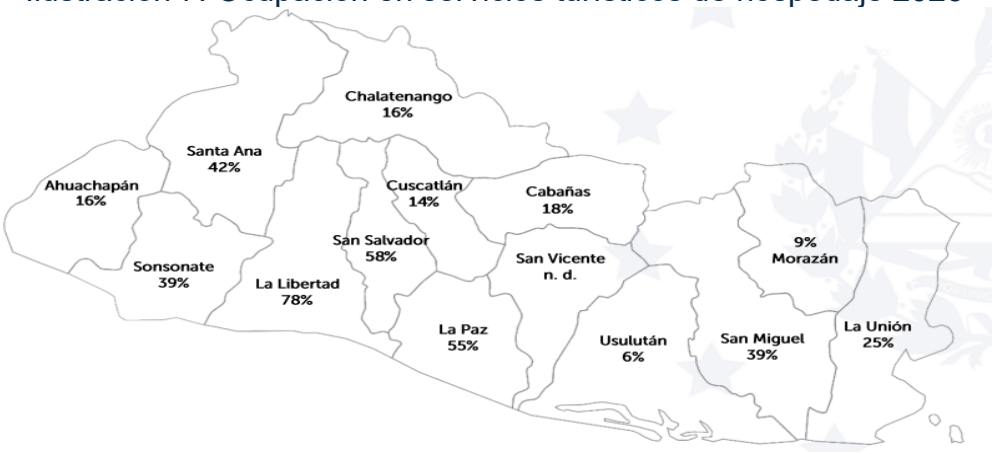


Fuente: CORSATUR datos Migración y Extranjería.

5. Ocupación Hotelera

Según datos obtenidos por la metodología DATA TUR El Salvador, a través de la cual el Ministerio de Turismo (MITUR) monitorea la ocupación hotelera a nivel nacional, los departamentos que reportaron mayor ocupación durante el 2023 fueron: La Libertad con 78%, San Salvador con 58% y la Paz con 55%. La ocupación promedio global fue de 48%.

Ilustración 7. Ocupación en servicios turísticos de hospedaje 2023

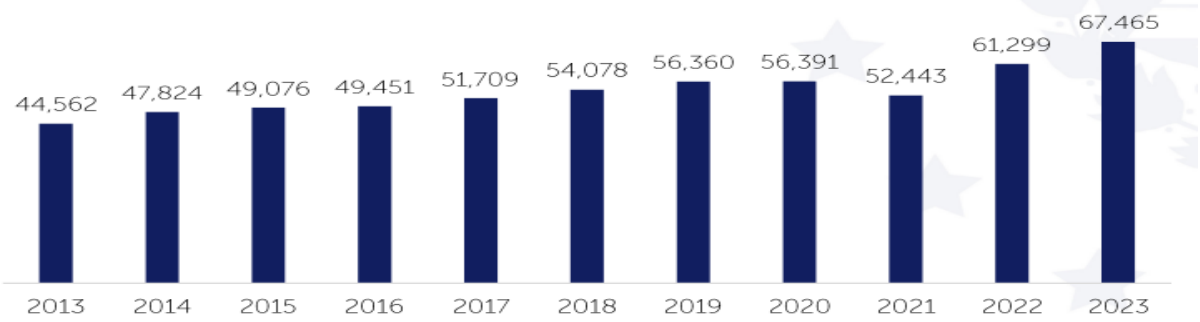


Fuente: CORSATUR datos Migración y Extranjería.

6. Generación de empleo por actividades características del turismo

El empleo promedio para el periodo enero-diciembre 2022 fue de 63,498, el cual aumentó 11% con respecto al mismo periodo del año 2019. Dentro de las actividades que se encuentran en el rubro turístico están: hoteles y similares, restaurantes, bares, transporte y otros. Por otra parte, el promedio de empleo formal para el acumulado de enero a mayo 2023 fue de 67,465 el cual aumentó 10% respecto al mismo periodo del año 2022 y 20% respecto al 2019.

Ilustración 8. Promedio mensual de empleo en las actividades características del turismo



Fuente: Boletín estadístico CORSATUR a partir de la información del ISSS

C. Oferta turística de el salvador

Rutas Turísticas

La oferta nacional la constituyen 13 rutas turísticas: Ruta Arqueológica, Ruta Sol y Playa, Ruta El Boquerón, Ruta Artesanal, Ruta del Café, Ruta de Las Flores, Ruta de Paz, Ruta de las Mil Cumbres, Ruta Colonial y de Los Volcanes, Ruta Monseñor Romero, Circuito Bahía Sierra, Ruta Náhuat Pipil y la Ruta Azul. Además de los 53 circuitos turísticos de Pueblos Vivo, integrados por distritos, en función de conectividad y oferta turística. (Plan Estratégico Participativo de Aguilares 2019-2028, CORDES – 2019)

Ruta de Las Flores: que ofrece una visita sobre la cordillera Apaneca – Ilamatepec, entre los departamentos de Ahuachapán y Sonsonate en el occidente de El Salvador; reconocido por un agradable clima fresco, sitios impregnados de tradiciones e historia, peculiar gastronomía y variedad de hostales y pequeños hoteles. Conformado por los distritos de Nahuizalco, Salcoatitán, Juayúa, Apaneca, Ataco y Ahuachapán.

Ruta Artesanal: Corredor integrado de pequeños poblados dedicados a la elaboración artesanal en madera, barro, fibras naturales, material reciclado, entre otros. Además, ofrece parajes naturales, historia, pequeños hoteles de montaña y restaurantes. Esta ruta está integrada por los distritos de: La Palma, Citalá, San Ignacio, Ilobasco, San Sebastián y Suchitoto.

Ruta de Paz: Abarca la zona Nor-Oriente de El Salvador en el departamento de Morazán, contempla una mezcla de historia y cultura con visitas a zonas antiguas de combate durante la época del conflicto armado en la década de los 80´s; centros interpretativos, y realizar senderismo, campamento, actividades de aventura y ecoturismo. Compuesto por los distritos de Perquín, San Fernando, El Rosario, Jocoaitique, Arambala, Meanguera, Torola y Joateca.

Ruta Arqueológica: Representa el acercamiento a una de las culturas más avanzadas de la humanidad, Los Mayas. El Salvador como parte de la Ruta Regional Mundo Maya cuenta con joyas arqueológicas mostrando la trayectoria histórica de esta grandiosa civilización. Los sitios arqueológicos más importantes son Joya de Cerén, San Andrés, Tazumal, Casa Blanca, Cihuatán y Quelepa.

Ruta Sol y Playa: La Costa Pacífica salvadoreña ofrece a los visitantes más de 300 kilómetros de playas; entre ellas dos de las mejores playas a nivel mundial para practicar el surf: El Sunzal y playa La Paz, por la calidad de sus olas, existen otras playas para la práctica de este deporte como El Zonte, La Perla, El Tunco, Punta Mango, Las Flores, entre otras. Al Oeste El Salvador cuenta con más de 45 playas, que van desde la arena negra de origen magmático hasta playas de arena dorada de sedimentos de conchas y otros recursos costero-marinos. Además de tres zonas de manglares: Estero de La Barra de Santiago, Estero de Jaltepeque y la Bahía de Jiquilisco, donde se practica deportes como: Pesca Artesanal y deportiva, Ski acuático, Kayaking, Buceo, Snorkeling, y otras actividades acuáticas.

Circuito Bahía – Sierra: brinda un perímetro conformado por 6 distritos del departamento de Usulután que permite el disfrute de una combinación de cultura, relajación y turismo de sol, playa y montaña. Encontrando los pueblos de Berlín y Alegría, Jiquilisco, Concepción Batres, Puerto El Triunfo y San Dionisio.

Ruta del Café: Es un abanico de opciones para que el visitante conozca la cultura del café en El Salvador. Las distintas actividades en las zonas cafetaleras incluyen el que pueda participar, según la época del año, en el proceso de la cosecha, recolección del grano, y procesamiento para disfrutar de una taza de café de la mejor calidad internacional.

Ruta turística El Boquerón: La geografía de El Salvador destaca por poseer alrededor de 23 volcanes, que forman parte de la cadena conocida como Arco Volcánico Centroamericano, abarcando una extensión de 1,500 kilómetros. Esta

cadena de volcanes forma parte del Cinturón de Fuego del Pacífico y coincide con el límite occidental de la placa del Caribe. La Ruta sugiere un recorrido en una serie de sitios ubicados dentro de la cordillera volcánica de San Salvador y La Libertad: Volcán de San Salvador, El Picacho con 1,959 msnm y el Boquerón con 1,893 msnm; Parque Nacional El Boquerón.

Ruta Náhuat – Pipil: es un recorrido del legado ancestral presente entre los pueblos originarios Náhuat - Pipil de seis distritos del departamento de Sonsonate: Cuisnahuat, San Julián, Izalco, Nahuizalco, San Antonio del Monte y Santo Domingo de Guzmán.

City Tour Beato Óscar Romero: Es un producto turístico único en El Salvador, por su valor histórico reciente. Nombrado Beato el mártir salvadoreño Monseñor Oscar Arnulfo Romero y Galdámez el 23 de mayo de 2015. El recorrido invita a experimentar la obra y vida del Beato. Este tour de 6 horas incluye el Centro Monseñor Romero, Museo de Mártires UCA, Catedral de San Salvador, Museo de la Palabra y la Imagen y Centro Histórico Monseñor Romero, dentro del Hospital Divina Providencia.

Tour de Olas El Salvador: El Salvador es considerado “un paraíso de las olas derechas”, que alcanzan hasta 12 pies de altura entre los meses de marzo a octubre. La posición geográfica de El Salvador, a pocos kilómetros del borde de la placa tectónica continental, del famoso Cinturón de Fuego del Pacifico, generan la fuerza, periodo alto y definición de primera calidad de las olas. En el occidente del país, Acajutla y Punta Remedios, Mizata, El Zonte, Playa El Palmarcito, Playa El Sunzal, La Bocana, Playa El Tunco, Punta Roca, Playa La Paz, Punta Mango y Playa La Flores, son consideradas entre las mejores playas de Centro América.

Tour de Islas del Golfo: El Tour de Islas del Golfo de Fonseca, es un recorrido panorámico con un entorno de naturaleza, la cual es compartida entre los países de

Nicaragua, Honduras y El Salvador. El tour recorre 6 islas salvadoreñas con múltiples ofertas de productos y servicios.

Corredor de Arqueología Subacuática: El Salvador cuenta con arrecifes naturales de importancia regional, que permiten realizar inmersiones por ocio o por investigación científica, alrededor de embarcaciones naufragadas, que sirven de albergue a una variedad de especies marinas. Permite explorar por medio de buceo profesional o snorkeling en esteros, 5 puntos con buques y barcos naufragados y arrecifes, esto especialmente entre los meses de noviembre y abril.

Circuito Aventura Lenca: Es un recorrido por la zona oriental de El Salvador, para disfrutar de la aventura en contacto con la naturaleza, con un entorno rural de volcanes, lagunas, montañas y mar; donde se puede interactuar con los pobladores locales para aprender sobre la historia y la cultura de esa zona del país. Los pueblos por visitar son: Alegría, Perquín, San Fernando, Guatajiagua, zona del Golfo de Fonseca y El Volcán de Conchagua, Laguna de Olomega, Bahía de Jiquilisco.

Tour de Pesca Artesanal: En El Salvador se realiza el tour de pesca artesanal en exuberantes ambientes naturales, en las riberas del Océano Pacífico. Los servicios son ofrecidos a través de pescadores locales con amplia experiencia y conocimiento de mareas y pesca. En el recorrido se puede visitar los canales de la Reserva de Biósfera Xiriualtique en la Bahía de Jiquilisco, el bosque salado más grande de El Salvador; el majestuoso Golfo de Fonseca.

Ministerio de Turismo a través de CORSATUR, ha impulsado la participación de 53 circuitos turísticos conformados por el 97.71% de los distritos del país. Estos ofrecen a sus visitantes una variedad de opciones, entre turismo de naturaleza y aventura, sol y playa, histórico cultural, religioso, danzas y tradiciones, comunidades originarias y artesanal.

Ciudades Coloniales

Existen, además, importantes muestras de la época colonial, destacando en ese sentido ciudades como (Plan Estratégico Participativo de Aguilares 2019-2028, CORDES – 2019):

La ciudad de Suchitoto: Ciudad emplazada en el Departamento de Cuscatlán, conserva las singularidades urbanísticas y arquitectónicas coloniales, siendo características las calles de gran amplitud, empedradas y sus casas con balconadas de hierro forjado, que le confieren un singular atractivo como recurso turístico.

La Ciudad de Santa Ana: Segundo espacio urbano en importancia de El Salvador cuenta con recursos arquitectónicos de interés, la Catedral, el Teatro de Santa Ana y la Alcaldía Municipal, que se ubica en uno de los centros históricos mejor conservados del país.

El Pueblo de Panchimalco, Emplazado en el departamento de San Salvador, se trata del asentamiento colonial más próximo a la capital. Conserva numerosas tradiciones coloniales y prehispánicas. Destaca su iglesia, por ser la más antigua del país, en torno a 200 años. Como principales atractivos de la localidad cabe señalar el folklore tradicional, la indumentaria típica de las Panchas y la Procesión de Las Palmas, Festival identitario que celebran el primer fin de semana de mayo.

La Ciudad de Nahuizalco: Pueblo de costumbres indígenas, conocido por sus artesanías en mimbre y tule. Con una remozada iglesia colonial rehabilitada tras los daños sufridos durante los terremotos de 2001.

Asimismo, **poblaciones como Jocoaitique y Joateca** en el departamento de Morazán y **la ciudad de Metapán** en el departamento de Santa Ana, presentan interés en este ámbito. A su vez, las tradiciones culturales del país se manifiestan en una gran diversidad de labores artesanales que sin duda ofrecen un alto atractivo turístico. Tenemos, por ejemplo: La población de Ilobasco, en el departamento de

Cabañas, esta localidad es considerada uno de los centros artesanales más antiguos de Centroamérica. Son típicos los trabajos en arcilla.

El territorio de La Palma en el departamento de Chalatenango: es reconocida por los trabajos artesanales en madera y arte Naif, creados por Fernando Llort.

El territorio de San Sebastián, en el departamento de San Vicente: con sus Artesanías textiles tradicionales.

Nahuizalco: es reconocido por su elaboración de cestos tradicionales, muebles de mimbre y caña de la india. Por su parte Cacaopera por sus textiles a base de fibra de henequén.

El territorio de Guatajiagua: por sus artesanías de cerámica tradicional color negro y en Santo Domingo de Guzmán, son artesanías en barro rojo.

Concepción de ataco: es reconocida por sus telares en los que se utilizan hilos típicos de colores intensos.

Finalmente, destacar que los recursos naturales de El Salvador son ricos y variados: bosques, montañas, lagos, volcanes, etc. Con esto, El Salvador promete a los visitantes una oferta de calidad en todo el territorio. Además, en El Salvador se destaca la personalidad de los salvadoreños, quienes se entregan por completo para complacer a los visitantes, brindando hospitalidad y calidez, lo que invita a los turistas a regresar.

CAPITULO II:
SITUACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

CAPITULO II. SITUACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

I. Caracterización general del territorio de Panchimalco

A. Reseña histórica

Panchimalco es una población de origen precolombino y fue fundada por emigrantes toltecas (yaquis o pipiles) a raíz de la dispersión o éxodo de los pueblos Nahoas en el undécimo o duodécimo siglo de la Era Cristiana. Su nombre en idioma náhuatl, Panchimalco significa literalmente "Lugar de escudos y banderas" y metafóricamente "La fortaleza", proviene de los vocablos ‘pant’, bandera; ‘chimal’, escudo y ‘co’, sufijo locativo. (Alcaldía Municipal de Panchimalco. (s.f.). Reseña Histórica)

De acuerdo a la historia relatada por las personas originarias, este nombre proviene del periodo de la colonización, debido algunos de sus ancestros huyeron hacia el cerro el Chulo, en resistencia a la colonización para evitar ser sometidos, sin embargo hubo muchos de los habitantes que optaron por quedarse y doblegarse ante una nueva cultura que impuso una división y apropiación de las tierras, esto se evidencio con cercas y banderas, ya que los colonizadores para reclamar la propiedad de un área determinada de tierra, colocaban una bandera con un escudo que representaba el apellido de cada familia, es así como los nativos que huyeron al cerro el chulo veían desde la lejanía una ciudad diferente en forma cuadriculada y con muchas banderas, esta es la explicación de su nombre. El color rojo y el diseño cuadriculado del paño Pancho no es casualidad, se considera que esto representa la sangre de quienes dieron su vida en resistencia a la colonización y los cuadros la división de tierras.

Pese a que Panchimalco es una población indígena, no hay vestigios arqueológicos que lo pongan en evidencia, lo que se atribuye a los diversos embates de la naturaleza entre ellos terremotos, huracanes y deslaves, como el ocurrido en el cerro el chulo, en 1762, cuando por un periodo de tres días cayeron lluvias intensas, generando la ruptura del cerro el chulo, dejando tres peñones que hoy se han vuelto

en un atractivo sitio turístico, conocido como la puerta del diablo, pero ocultando toda evidencia de la vida pasada de los indígenas. (Ministerio de Cultura de El Salvador. (s.f.). Panchimalco: Un pueblo con historia y tradición.)

En 1550 tenía 300 habitantes y era pueblo de encomienda que perteneció a la Real Corona Española. En 1740, según el alcalde mayor de San Salvador, don Manuel de Gálvez Corral, tenía 310 indios tributarios o jefes de familia. En 1770, conforme los autos de visita de monseñor Pedro Cortés y Larraz, esta población pertenecía al curato de San Jacinto y contaba con 2197 habitantes repartidos en 500 familias. Perteneció al departamento de San Salvador del 12 de junio de 1824 al 28 de enero de 1835 y al Distrito Federal de la República de Centro América del 28 de enero de 1835 al 30 de julio de 1839. Desde entonces volvió a formar parte del departamento de San Salvador, en el distrito sur de San Salvador.

En un informe municipal de Panchimalco de fecha 20 de noviembre de 1860, aparece con 2602 habitantes. "La población es irregular - dice ese documento -; no hay más que una calle de Norte a Sur, pues, aunque quisieran hacer otras no da lugar a ello la mala topografía del terreno. Hay en toda la población 333 casas de paja y 80 de teja". La lengua genérica es el náhuatl; aunque todos hablan el castellano, esto es rara vez y malamente".

Durante la administración del doctor don Rafael Zaldívar y por decreto legislativo de 7 de febrero de 1879, se confirió el título de villa al pueblo de Panchimalco, justa distinción a la que se hizo acreedor "por el gran número de sus habitantes y por su progreso moral y material".

El 21 de septiembre del año 2000, paso a ser ciudad, según decreto N.º 144 emitido por la asamblea legislativa de la república de el salvador. En la actualidad Panchimalco bajo la “Ley especial para la reestructuración municipal” aprobada según el decreto no. 762 de la asamblea legislativa de la república de el salvador, pasa a formar parte del municipio de San Salvador Sur, conformado por Distrito de

Panchimalco, Distrito de Rosario de Mora, Distrito de San Marcos, Distrito de Santo Tomás y Distrito de Santiago Texacuangos.

Los pobladores del territorio celebran sus fiestas patronales del 1 al 15 de septiembre en honor a "La Santa Cruz de Roma y la fiesta tradicional de "Flores y Palmas", que se celebra del 1 al 10 de mayo en honor de la Virgen María, festividad a cargo de la “Cofradía de las flores y las palmas” (Ver anexo 1 reuniones del establecimiento del plan de las cofradías y las palmas 2024). En ella los asistentes portan palmas de coco que llevan insertadas flores de temporada. En la Iglesia de Los Planes de Renderos se celebran fiesta patronal en honor a San Antonio de Padua los días 12 y 13 de junio.

B. Ubicación geográfica del territorio

Ilustración 9 Distribución política del territorio de Panchimalco



Fuente: Plan de Competitividad Municipal de Panchimalco 2012 - 2016

Denominado territorio de Panchimalco el cual es un distrito perteneciente al municipio de San Salvador Sur este distrito está situado en la zona central, a 17 km. Al sur de la ciudad capital, a una altitud de 628 metros sobre el nivel del mar, Posee una extensión territorial de 115 Km². En la ilustración 8 se observa la división del territorio en 14 cantones y 65 Caseríos.

Está limitado por los siguientes distritos: al norte, por San Marcos y San Salvador; al este, por Santo Tomás y Olocuilta (departamento de La Paz); al sur, por La Libertad (departamento de La Libertad); y al oeste, por Rosario de Mora, San Marcos y Huizúcar (departamento de La Libertad).

C. División político-administrativa

En cuanto a la división político-administrativa del territorio, está constituido por 14 cantones (ninguno con características urbanas) y 87 caseríos, el área urbana está

ubicada entre El Cantón Santa Lucía, Los Palones y El Cantón El Divisadero; y está conformada por 5 barrios, 1 caserío y 1 lotificación los que se representan en la siguiente tabla. (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de El Salvador (MARN). (2007).)

Tabla 8. Cantones y caseríos en Panchimalco

N°	Cantones	Caseríos
1	Loma y Media	1. Caserío Amate Blanco 2. Caserío El Molino 3. Caserío El Centro 4. Caserío El Pepeto 5. Caserío Los Carrillos 6. Caserío Los Vásquez 7. Caserío Los Mejía 8. Caserío El Jutillo
2	San Isidro	9. Caserío San Isidro 10. Caserío Potreritos 11. Caserío Siguatenango 12. Caserío Los Tanques 13. Caserío San Antonio 14. Caserío Guacuchillo 15. Caserío Los Martínez 16. Caserío La Cooperativa
3	Azacualpa	17. Caserío Centro Azacualpa 18. Caserío Amayito 19. Caserío Los Linderos 20. Caserío Los Ponce 21. Caserío los Miranda
4	Panchimalquito	22. Caserío Centro Panchimalquito 23. Caserío Conacaste 24. Caserío El Limón 25. Caserío El Bajillo 26. Caserío Tiragrande
5	El divisadero	27. Caserío el centro de El Divisadero 28. Caserío Los Ramos 29. Caserío Los Vásquez 30. Caserío Los Guzmanes 31. Caserío La Manzana
6	Los troncones	32. Caserío el Centro Los Troncones 33. Caserío San Luis Córdova 34. Caserío Deodanes 35. Caserío Los Martínez II
7	Santa Lucía Los Palones	36. Caserío centro Los Palones 37. Caserío Las Joyitas 38. Caserío Las Colinas 39. Caserío Santa Marta 40. Colonia Monteliz

		41. Caserío Santa Fe 42. Caserío Los Naranjos 43. Caserío Los Ramos 44. Caserío Santa Lucía
8	Quezalapa	45. Caserío Quezalapa I 46. Caserío Quezalapa II 47. Caserío Quezalapa III 48. Caserío Mil Cumbres 49. Caserío los Melara
9	Amayón	50. Caserío el Centro de Amayón 51. Caserío Los Amates 52. Caserío Los Valles 53. Caserío Miramar 54. Caserío Victoria 55. Caserío Las Morenas 56. Caserío Loma del Sillar 57. Caserío Las Mesas 58. Caserío Santa Cruz
10	Los planes de Renderos	59. Caserío Planes de Renderos 60. Caserío Amatitán 61. Caserío El Barrial 62. Caserío Bella Vista 63. Caserío Los Guzmanes 64. Caserío Cerro El Chulo
11	Los pajales	65. Caserío el Centro Los Pajales 66. Caserío los Martínez 67. Caserío las Margaritas 68. Caserío La Loma
12	El Cedro	69. Caserío el Centro del Cedro 70. Caserío la Portada 71. Caserío El Cedrito 72. Caserío La Finquita 73. Caserío Los González 74. Caserío Los Méndez 75. Caserío Los Carrillos
13	El Guayabo	76. Caserío El Centro El Guayabo 77. Caserío Los Donis 78. Caserío Los Mejía 79. Caserío Los Martínez
14	Las Crucitas	80. Caserío Los Oviedo 81. Caserío Los Miranda 82. Caserío Las Cruces 83. Caserío El Centro 84. Caserío Los Chúmelos 85. Caserío Los Ortiz 86. Caserío Los Ramos 87. Caserío El Caracol

D. Características demográficas de Panchimalco

1. Población general en Panchimalco.

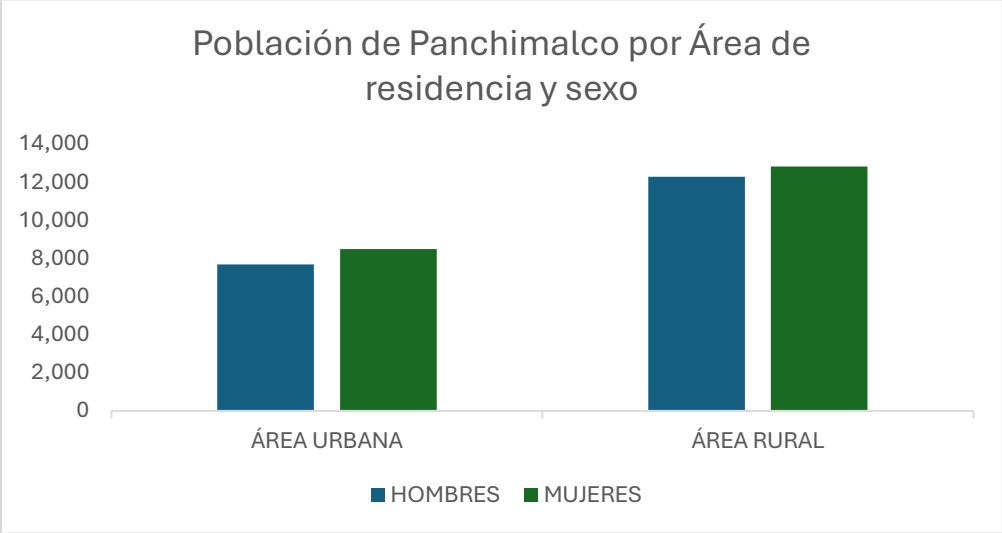
Según datos del último Censo de Población y Vivienda de El Salvador realizado en el año 2007 por la Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador (DIGESTYC), en Panchimalco hay un total de 41,260 habitantes. La distribución según sexo es de 19,957 hombres y 21,303 mujeres, lo que representa un 48.37% de hombres y un 51.63% de mujeres, manteniendo una diferencia del 3.26% de mujeres sobre los hombres. Además, se distribuye por distritos, siendo el área rural la zona con más personas, con 25,096 habitantes, y un total de 16,164 personas residentes en el área urbana. En porcentajes, se distribuye en un 60.82% de personas viviendo en un área rural con respecto al 39.18% en área urbana.

La densidad poblacional de 561 personas por Km^2 Por otra parte el territorio se encuentra en la posición número 11 de los distritos más poblados del departamento de San Salvador y en la posición 33 de los 262 distritos del país.

Tabla 9. Población de Panchimalco por Área de residencia y sexo

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
ÁREA URBANA	7,679	8,485	16,164
ÁREA RURAL	12,278	12,818	25,096
TOTAL	19,957	21,303	41,260

Gráfico 5. Población de Panchimalco por Área de residencia y sexo



Fuente: Datos de Censo de Población y Vivienda 2007

Según las proyecciones de población por parte de la DIGESTYC para el año 2024, la distribución de la población de Panchimalco se divide en 24,039 hombres y 29,361 mujeres, con un total de 53,400 personas viviendo en Panchimalco. En términos porcentuales, se proyecta que el 45.02% sean personas del sexo masculino y el 54.98% personas del sexo femenino.

Tabla 10. Proyecciones de población para Panchimalco año 2024

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
24,039	29,361	53,400

Fuente: DIGESTYC- Estimaciones y Proyecciones de Población Municipal (2021)

2. Población indígena.

La población indígena a nivel nacional luego de diversos acontecimientos ocurridos en el país como el levantamiento campesino de 1932 o la guerra civil llevaron a la disminución drástica de la población indígena. El censo más actualizado realizado por la DYGESTYC se remonta al año 2007, en el cual se ahorran los siguientes resultados:

Tabla 11. Censo de población indígena a nivel nacional en 2007

Departamento	Población indígena
Morazán	4,723
San Salvador	3,198
Sonsonate	1,944
San Miguel	902
La Unión	730
La Libertad	689
San Vicente	290
Santa Ana	251
Ahuachapán	199
Usulután	157
La Paz	93
Cuscatlán	54
Cabañas	46
Chalatenango	34
Total	13,310

Fuente: Censo de población indígena a nivel nacional 2007

Según los datos obtenidos por el censo realizado a la población salvadoreña en el año 2007, se dictamina como al departamento de San Salvador como el segundo departamento con mayor presencia indígena a nivel nacional, solo por detrás de Morazán.

Los datos del departamento de San Salvador son los siguientes:

Tabla 12. Censo de población indígena a nivel del municipio de San Salvador en 2007

Distritos	Población indígena.
San Salvador	883
Ilopango	744

Soyapango	395
Panchimalco	281
Cuscatancingo	214
San Martin	189
Tonacatepeque	176
Apopa	68
Delgado	63
Mejicanos	63
San Marcos	39
Ayutuxtepeque	35
Santo Tomas	12
Guazapa	11
Santiago Texacuangos	9
Aguilares	5
Nejapa	4
Rosario de Mora	4
El Paisnal	3
Total	3,198

Fuente: Censo de población indígena a nivel nacional 2007

El territorio de Panchimalco en el censo realizado en 2007 ocupa la cuarta posición en los distritos con mayor concentración de población indígena, lo cual se relaciona con las festividades y tradiciones que perduran dentro del territorio.

E. Características económicas

La actividad productiva del territorio según base de datos proporcionada por CATASTRO detalla un total de 857 negocios registrados en las cuales se pueden mencionar sectores como; Comercio, servicios, servicios alimenticios, industria. Sin embargo, Los Planes de Renderos que cuenta con una gran afluencia en aspecto turístico es el cantón con más precedencia de comercio en artesanías y Pupuserías, típicos que además se beneficia por su cercanía a la capital de San Salvador. Casco urbano se refleja con comercios de tiendas de conveniencia entre otros.

1. Detalle de sectores productivos

Tabla 13. Censo de población indígena a nivel del municipio de San Salvador en 2007

NEGOCIOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sector comercio	492	57.41%
Sector alimentos	180	21.00%
Sector servicios	175	20.42%
Sector industria	10	1.17%
Total	857	100.00%

Fuente: Censo de Negocios Registrados por la Unidad de Tazas Municipal CATASTRO

De acuerdo a tabla con los sectores desglosados permite identificar que el sector comercio es que posee mayor porcentaje con un 57.41%, seguido del sector alimentos con un 21.00%, además del sector servicios que los representa el 20.42% y finaliza con el sector industria con un 1.17%, en total todos juntos representa un 100%. (Ministerio de Economía de El Salvador. (2020). Directorio Nacional de Empresas de El Salvador.)

2. Infraestructura básica en Panchimalco.

1- Centros educativos

Está conformado por 26 centros escolares distribuidos en los diferentes cantones y en el casco urbano. La escolaridad promedio del territorio es de 5 años. La de los hombres es 5.5 años y la de las mujeres 4.5 años. En el área rural es de 4.1 años y en el área urbana es de 6.3 años. La escolaridad promedio urbana es mayor que la rural en 2.2 años.

2- Transporte

Panchimalco posee como transporte público buses y coasters, las rutas que posee Panchimalco son la ruta 12 que realiza su recorrido desde el centro de San Salvador hasta los planes de Renderos, la ruta 17 realiza su recorrido desde el centro de San Salvador hasta el casco urbano de Panchimalco, además se posee otros medios de transportes internos al territorio como pick ups y moto taxis que comunican la zona

urbana del territorio, con los cantones y territorios cercanos a él y a San Salvador. Por otra parte, el servicio de taxis tradicional y por medio de plataformas digitales también se hace presente en el territorio. (Alcaldía Municipal de Panchimalco. (s.f.). Datos Generales.)

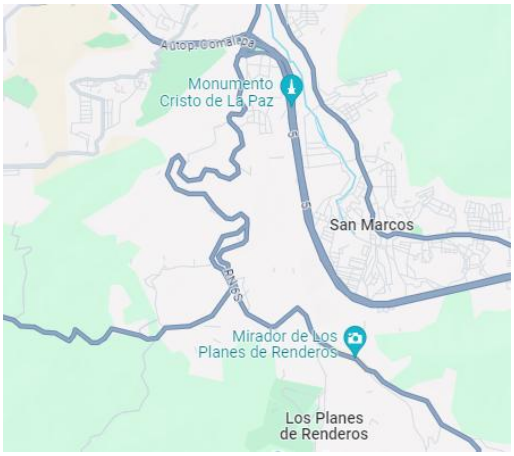
3- Seguridad Pública

La Subdelegación de la Policía Nacional Civil PNC, es el ente encargado de brindar la seguridad pública al territorio, ubicada en la Avenida Salarrué. Existen actualmente dos observatorios de prevención. En el Cantón Planes de Renderos se encuentra el puesto de la Policía de Turismo POLITUR, ubicado en el Parque de la Familia. (Alcaldía Municipal de Panchimalco. (s.f.). Datos Generales.)

4- Red vial urbana

Panchimalco, distrito del departamento de San Salvador, es la ciudad colonial más cercana a San Salvador, ubicada a solo 17 Km de la capital. La carretera RN06 es la vía de comunicación vial que conecta al territorio con el área metropolitana, dicha carretera se conecta con la carretera a Comalapa la cual es considerada una de las principales del departamento de San Salvador y también a nivel nacional. (Alcaldía Municipal de Panchimalco. (s.f.). Datos Generales.)

Ilustración 10. Representación de carretera a Comalapa y RN06



Fuente: Google Maps

Las calles del casco urbano son en su mayoría pavimentadas conformando una trama cuadriculada, el acceso a sus cantones es por calles mixtas, combinando calles pavimentadas con calles de tierra, el detalle de las vías de acceso se encuentra en la siguiente tabla (Ministerio de Obras Públicas, Transporte y Vivienda de El Salvador (MOPTV). (2021). Plan de Desarrollo Urbano y Rural del Municipio de Panchimalco.):

Almanaque 262 Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009. PNUD, FUNDAUNGO, San Salvador 2009.

Tabla 14.Condiciones de las vías entre la zona urbana y la zona rural de Panchimalco

Zona urbana hacia el cantón:	Distancia (km)	Tipo de material de la calle	Condición de la calle	Exposición a alguna amenaza
Amayón	15	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Azacualpa	8	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Los Troncones	7.1	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Panchimalquito	6.5	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Los Pajales	5.02	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes

San Isidro	5.6	Calles pavimentadas	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Las Crucitas	2.1	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
El Divisadero	2.1	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	En buen estado	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Quezalapa	13	Concreto asfaltico	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Loma y Media	9.25	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
El Cedro	14	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	Transitable con vehículo, mantenimiento a fin de invierno	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Los Palones	6	Pavimento asfáltico y concreto	En buen estado	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Guayabo	10	Calles mixtas concreto y no pavimentadas	En buen estado	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes
Planes de Renderos	7	Pavimento asfáltico	En buen estado	Vulnerabilidad ambiental, peligro de derrumbes

5- Institucional

La siguiente tabla muestra los recursos institucionales con los que cuenta el territorio de Panchimalco

Tabla 15. Recursos institucionales del territorio de Panchimalco

Casco urbano	Cantón Planes de Renderos
Alcaldía Municipal	El Parque Balboa
Juzgado de Paz	Parque de la Familia
Subdelegación de Policía Nacional Civil	Sitio Turístico La Puerta del Diablo
Cuerpo de agentes Municipales (CAM)	Casa de la Cultura
Iglesia Santa Cruz de Roma	Casa Salarrué
Parque Central	Hospital Nacional Saldaña
Mercado de Artesanías	Hospital Policlínico del ISSS
Mercado de Antojitos	Oficina distrital
Unidades Comunitaria de Salud Familiar Intermedia	Puesto Policial de POLITUR ubicando en el parque de la familia

6- Recursos naturales

El territorio cuenta con considerables recursos hídricos, además de aguas termales en diferentes comunidades, pero las cuencas Principales con:

a) El rio el muerto o Cituapan con una longitud de 13.5 km se origina por confluencia de Aguesho y Shanasigua ,400m al este de Panchimalco y que corre en dirección Norte-Sur y es límite entre Panchimalco y Rosario de Mora y recibe afluencia de los ríos Trinchera, Guacuchillo y la quebrada Tecomate.
b) El rio Tihuapa con una longitud de 13.2 km dentro del territorio, en dirección Norte-Sur es limite departamental entre San Salvador y La Paz. Sus afluentes son: Papaleguayo, Guiscoyolate y Agua Caliente.
c) El Rio Huiza con 7.5 km de longitud, nace a 8.5 km al noreste del territorio Casa de Piedra, es limite departamental entre San Salvador y La Libertad (Huizúcar) y recibe afluencia de los ríos Carabo y Quezalate.

Respecto a los suelos en el territorio predominan los suelos categorías III, IV, VII, y VIII de acuerdo con el MARN.

Tabla 16. Clasificación de los suelos en el territorio de Panchimalco.

Tipo de Suelo	Área Km	%	Características
III	1	1.1	Están ubicada al norte del territorio, requieren prácticas de conservación de suelos para no perder su capacidad Productiva.
IV	13.03	14.2	Tierras productivas, pero de difícil manejo sobre todo para el cultivo intensivo.
VI	40.53	44.2	Tierras inadecuadas para cultivos intensivos, se recomiendan para cultivos permanentes frutales, bosques, con pendientes del 26 al 55 %, Actualmente se utilizan para el cultivo del Maíz.
VII	33.47	36.6	Tierras recomendadas para cultivos permanentes, frutales o forestales, son laderas y sistemas montañosos, se utilizan par cultivo de café
VIII	3.6	3.9	Tierras montañosas generalmente pedregosa rocosa, no son adecuadas para fines agropecuarios y forestales.

Fuente: Diagnostico Ambiental Participativo Municipio de Panchimalco

De lo anterior se deduce que un 80% de las tierras del territorio no son aptas para cultivos de granos básicos, y más del 30% con alta tendencia a erosionarse, sin embargo, la mayoría de los suelos son utilizados para agricultura de subsistencia, mayoritariamente granos básicos.

En cuanto a la vegetación la zona esta se clasifica dentro de los bosques húmedos subtropical y húmedo tropical, en los cuales podemos encontrar Ceibas, conacastes, Maquilishuat, pinos, cedros, Laures entre otros.

F. Oferta turística de Panchimalco

1. Recopilación de información primaria de la oferta turística preliminar.

El estudio de la situación turística actual del territorio de Panchimalco se realizará con fuentes primarias y secundarias, en la información primaria se cuenta con los actores involucrados en la gestión de la oferta turística desde la perspectiva de la unidad de turismo y de personal bajo el mando del ministerio de turismo. A continuación, se presentan las entrevistas realizadas de manera preliminar para entender la visión actual de dichos actores.

Entrevista a la unidad de turismo de Panchimalco, por medio de la encargada Nuria Martínez, los detalles se resumen en la ficha técnica siguiente:

Tabla 17. Ficha técnica de la entrevista para la recolección de la información

Ficha técnica entrevista	
Instrumento:	Entrevista
Método de recolección:	Entrevista presencial en biblioteca del distrito
Fecha:	06/02/2024
Hora:	10:00 AM
Entrevistadores:	José David Castillo Mancía Carmen Alicia Galindo Maravilla William Emerson López Pocasangre
Entrevistada:	Nuria Gabriela Martínez González
Cargo:	Encargada de Unidad de turismo
Entidad:	Unidad de turismo
Material proporcionado:	https://drive.google.com/file/d/1AdfudTmKOlth2gttRBs7qnJ-NtjlVC52/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1ESHO82JMCVnnXsLJeB1oMeJE3L427G23/view?usp=sharing

La entrevista se compone por las interrogantes definidas en el cuestionario 1 (Anexo 3) se presenta a continuación:

Tabla 18. Desarrollo de la entrevista al cuestionario 1.

Desarrollo de la entrevista
1) ¿Cuáles son los principales recursos turísticos con los que cuenta actualmente Panchimalco?
R// Principalmente los recursos se centran en los parques que se cuentan en el área de los planes de Renderos, parque balboa y parque de la familia además de la puerta de diablo la cual ha sido renovada recientemente, y en el casco urbano de Panchimalco se encuentra la iglesia Santa Cruz de Roma, y dentro de las actividades que se realizan están las 22 cofradías que se ejecutan en todo el año y que es una de las principales tradiciones características del distrito y que es reconocida a nivel nacional.
2) ¿Cuáles son los desafíos más importantes que enfrenta el desarrollo turístico en el territorio de Panchimalco?
R//Dentro de los desafíos se encuentra que la concentración del turismo se encuentra principalmente en la zona de los Planes de Renderos y no tanto en la zona central de Panchimalco, lo que provoca que la mayor parte del comercio y desarrollo turístico se centre en un sector específico, otro de los desafíos es la falta de recursos propios para invertir en el desarrollo turístico.
3) ¿Qué estrategias o acciones se están implementando actualmente para promover el turismo en Panchimalco?
R// Actualmente las principales acciones es promocionar los atractivos por redes sociales, sobre todo la puerta del diablo se ha publicitado fuertemente.
4) ¿Cuál es la participación y colaboración de la comunidad local en la planificación y ejecución de iniciativas turísticas?
R// Principalmente la comunidad participa en la realización de las cofradías es en ellas donde la mayor parte de la población de Panchimalco asiste, además de ser los Thetas los que dirigen este tipo de actividades, sin embargo, también se encuentra escépticos ante la llegada de más turistas debido a la posible pérdida de sus tradiciones.

5) ¿Qué aspectos culturales, históricos o naturales destacan como puntos de interés para los visitantes?
R// Culturales el más destacado es la cofradía de las Flores y las Palmas en el mes de mayo, además de la iglesia Santa Cruz de Roma, dentro de los históricos se encuentran el parque escultórico y los naturales los partes balboa y de la familia
6) ¿Cuál es la relevancia de la cultura y las tradiciones locales en la atracción de turistas a Panchimalco?
R// Las tradiciones resaltan como un atractivo importante para los turistas y se refleja en el nivel de afluencia que tiene la cofradía de las Flores y la Palma que es la más representativa y más reconocida, muchos turistas visitan el distrito en el periodo de tiempo que se realiza esta cofradía.
7) ¿Cómo se promueven y preservan los atractivos naturales de Panchimalco para el turismo sostenible?
R// Las zonas naturales se preservan mediante las leyes del Ministerio de Medio Ambiente, y los atractivos naturales turísticos son cuidados por personal del Ministerio de Turismo que se encargan de preservar los recursos.
8) ¿Qué tipo de turismo es más característico en Panchimalco? (por ejemplo, turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo religioso, etc.)
R// Los dos tipos de turismo más característicos es el turismo de naturaleza que se da en todo el año debido a la gran afluencia que tienen los principales parques del distrito y el turismo cultural que en ciertas épocas del año tienen gran afluencia de personas.
9) ¿Se han identificado segmentos específicos de turistas que muestran un interés particular en visitar Panchimalco? Si es así, ¿cuáles son y cómo se atienden sus necesidades?
R// Aun no se ha realizado un estudio para determinar los segmentos de turistas que visitan el distrito ni para los potenciales turistas
10) ¿Existen eventos o festividades locales que atraigan a un número significativo de visitantes? En caso afirmativo, ¿cómo contribuyen a la promoción del turismo en la región?

R// La cofradía de las Flores y las Palmas atrae un gran número de visitantes, contribuye al turismo debido a que los visitantes además de asistir a la procesión visitan otros atractivos de la zona y consumen productos locales y la gastronomía.

En resumen, se identifican recursos turísticos principales, como parques naturales y sitios históricos, así como tradiciones culturales arraigadas, como las cofradías. Sin embargo, se enfrenta a desafíos significativos, como la concentración del turismo en áreas específicas y la falta de recursos para un desarrollo turístico equilibrado.

Las estrategias actuales se centran en la promoción en redes sociales, con un énfasis particular en destacar la Puerta del Diablo. Aunque la comunidad local participa en eventos como las cofradías, algunos miembros expresan preocupación por la posible pérdida de tradiciones frente al aumento del turismo.
Los aspectos culturales, históricos y naturales se destacan como puntos de interés para los visitantes, como las cofradías, la iglesia Santa Cruz de Roma y los parques naturales. Estos elementos culturales y tradicionales son esenciales para atraer turistas, especialmente durante eventos como la cofradía de las Flores y las Palmas, que contribuyen al turismo local y al consumo de productos y gastronomía regional.

Para un turismo sostenible, se enfatiza la preservación de los recursos naturales mediante la aplicación de leyes ambientales y el cuidado por parte de organismos gubernamentales. Los tipos de turismo más característicos incluyen el turismo de naturaleza y cultural, pero aún no se han identificado segmentos específicos de turistas ni se han realizado estudios al respecto.

Entrevista a personal del ministerio de turismo, por medio de Guillermo Morán, el encargado del parque Balboa, los detalles se resumen en la ficha técnica siguiente:

Tabla 19. Ficha técnica entrevista administradores parque Balboa

Ficha técnica entrevista	
Instrumento:	Entrevista

Método:	Entrevista presencial en oficina administrativa del parque balboa.
Fecha:	31/05/2024
Hora:	2:00 PM
Entrevistadores:	José David Castillo Mancía Carmen Alicia Galindo Maravilla William Emerson López Pocasangre
Entrevistada:	Guillermo Morán
Cargo:	Administrador del parque balboa
Funciones:	• Gestión, manejo y supervisión de insumos y recursos incluyendo el recurso humano • Ser el enlace de la institución con las actividades que se realizan dentro del parque • Controlar y mitigar los riesgos en las diferentes épocas del año • Velar porque la infraestructura se encuentre en condiciones óptimas para funcionar

La entrevista se compone por las interrogantes definidas en el cuestionario 2 (Anexo 4) se presenta a continuación:

Tabla 20. Desarrollo de la entrevista al parque balboa con el cuestionario 2.

Desarrollo de la entrevista
1- **Debido a que algunas fuentes atribuyen la fecha de fundación del parque el año de 1950, otras en 1949 y 1917, donde esta última se entiende se refiere a una apertura informal ¿Cuál es la fecha de fundación del parque?**
El parque Balboa, es históricamente el primer parque formal dentro de los parques ISTU, su fundación formal se remonta al año 1949 como un parque que depende del gobierno, anteriormente funcionaba como finca, al igual que el parque de la familia. El ISTU es quien administra el parque desde su fundación independiente del nombre de la institución, es decir desde antes de ser reconocida como ISTU.
2- **Hasta la actualidad ¿Podría brindarnos un repaso sobre la historia del parque, sus eventos más importantes y la actualidad que se presenta?**

- Se puede mencionar en primer lugar la remodelación de la calle a asfaltada, ya que durante 30 años se mantuvo siendo de terracería y aproximadamente en 2009 el MOB inicio con las obras de remodelación.
- El cierre o privatización del parque en el año 2012, con el propósito de cobrar entrada peatonal, duró aproximadamente 1 año y luego regresó a ser gratis y se comenzó a cobrar únicamente el ingreso de vehículos.
- Remodelación de la última cancha de fútbol sintética en abril de 2023. Aproximadamente en 2020, hubo una intervención y su planeación comenzó desde 2019.
- La cancha de básquetbol, que comenzó a ser utilizada como cancha de usos múltiples, Después de su remodelación en septiembre de 2020, que incluyó el techado, luces, cerco y señalización de la cancha.
- La apertura de las pistas de patinaje alrededor de hace 12 a 13 años de que fueron fundadas, la más grande tendría aproximadamente 9 años, que es actualmente utilizada como pista de bicicletas.
- Dentro del parque Balboa existe una residencia de tipo permanente, esta se ubica en el área acordonada cerca de la entrada y pertenece a una familia que no quiso vender cuando se inició la construcción del parque en el terreno correspondiente a la familia de apellido “Real”, estas personas ya vivían dentro de la finca previo a su apertura.
- Como último punto a destacar, se cuenta con la división de policía canina, con la cual comparte la entrada principal. Sin embargo, los demás portones son independientes.

3- ¿Cuál es la visión y misión del Parque Natural Balboa?

La misión y la visión se comparte con la del ISTU, y esta va regida al objetivo de brindar recreación social y familiar. Si tuviéramos que hacer una distinción de la visión del parque Balboa. Tendríamos entonces que la visión sería “Ser el parque natural y familiar de preferencia dentro de la capital”, y la misión “Proveer de todos los insumos, satisfaciendo las necesidades físicas, recreativas y emocionales de todos los clientes que visitan el parque Balboa".

4- Según la página web del ISTU, el Parque Natural Balboa se encuentra enlistado en dentro de sus parques, ¿Cuál es el papel del ISTU en la administración y gestión del parque?
Como se había abordado anteriormente es el ISTU la organización encargada de funcionamiento del parque Balboa, Si tuviéramos que definir una jerarquía, esta iniciaría por la Presidencia y Junta directiva que pertenecen al ISTU, en segundo nivel la jefatura del parque y en un tercer nivel estaría los supervisores de parque.
5- ¿Cuáles son las principales actividades que se pueden realizar en el parque?
Existen diferentes actividades que pueden realizarse en el parque Balboa. Unas de las más destacadas son las ferias de emprendedores, que esas generalmente se componen de la feria de integración, feria de salud, educación, arte y cultura, con el objetivo de integrar comunidades. Además**,** se considera todas las actividades que pueden realizarse dentro de un parque, en este caso, el parque es un parque público que cuenta con reglas y con restricciones. Además, con apoyo de instituciones como la pena NC. Cuenta también con diferentes arrendatarios o negocios locales que pagan mensualidad, este factor que influye en si una feria de emprendedores es aceptada o no, principalmente con la gastronomía, debido a que no se debe afectar a los negocios que se encuentran dentro del parque y que pagan una cuota para poder operar. Lo más destacable en las actividades personales e individuales, así como en la recreación familiar son actividades de senderismo, ciclismo, rutina de ejercicios, trotar, caminar, os deportes como el fútbol, el básquetbol y el voleibol. Además de los espacios de relajación y las zonas para poner hamacas. Hace algunos años era muy común el avistamiento de fauna que actualmente se ha reducido por la presencia de gran cantidad de perros en la zona tema que ya se encuentra tratándose con bienestar animal.
6- ¿Cómo se promueve el parque a nivel local, nacional e internacional?

La promoción, publicidad y marketing del parque depende totalmente de las fuentes oficiales del ISTU, ya que el parque no cuenta con ninguna red social para realizar ese tipo de actividades.
7- Según datos del Ministerio De Turismo, el Parque Balboa en las vacaciones de semana santa ocupa el tercer puesto a nivel nacional de ingreso de turistas, ¿Cuáles son las cifras anuales que se presentaron en 2022, 2023 y las que se muestran en el primer cuatrimestre del año?
El ingreso turístico oficial para el año 2022 fue de un aproximado de 788000 visitantes, para el año 2023 aún no se tiene el dato oficial publicado y para el año 2024 puedo hacer alusión a que en los primeros cuatro meses del año 2024 se tiene un aproximado de 8000 visitantes por semana, sí hacemos la cuenta de a cuánto equivaldría el total en los cuatro meses asciende a 136000 visitantes recibidos, pero este dato puede ser un poco incierto debido a que el ingreso es registrado de manera manual.
8- ¿Poseen porcentajes de asistencia de turistas nacionales e internacionales?
Como mencionaba en el punto anterior, contamos con un sistema un poco obsoleto que solo registra ingreso y no hay un control previo que determine si el turista es nacional o extranjero, sin embargo, de los estudios propios del parque tenemos que aproximadamente un 12% de los visitantes es extranjero, el cual es menor versus el reflejado en la puerta del diablo, que tiende a ser quien tiene una mayor afluencia de turistas extranjeros.
9- Dado a la importancia de la conservación del medio ambiente ¿Cuáles son las medidas que se imponen al turista y empleados para conservar los biomas que posee el parque?
Hoy existen diversas reglas que el visitante debe cumplir al estar dentro de las instalaciones del parque Balboa, entre ellas tenemos. - Prohibido el ingreso y consumo de bebidas alcohólicas, así como el consumo de tabaco.

- Prohibido las clases de manejo, se mantiene una velocidad máxima de 20 km.
- Se prohíbe la caza y la tala de árboles.
- En el caso del avistamiento de un animal se debe reportar y movilizar de la zona.

Reglas anteriores no son acatadas se cuenta con el apoyo de la Jefatura de la institución, así como de Politur, quienes pueden llegar incluso a colocar una multa al peatón que no cumple con las reglas, Además, es importante mencionar que Politur no cuenta con una base dentro del parque, ya que su base se encuentra dentro del parque de la familia y al ser un lugar cercano, no se considera necesario el establecimiento de una base en el parque Balboa.

10- ¿Poseen programas de turismo sostenible?

Actualmente el parque Balboa no cuenta con programas de desarrollo sostenible, solo tienen campañas con apoyo de otras instituciones, Tales como campañas de reforestación y recolección de basura.

11- Según artículos de prensa, se ha mencionado que el Parque Balboa recibirá una remodelación la cual incluiría la construcción de cabañas, ¿Esta información es verdadera?

Para el caso de los proyectos o remodelaciones solo puedo mencionar únicamente aquellas que vienen de las fuentes oficiales, actualmente no hay ningún anuncio ni expectativas de la construcción de cabañas en el parque, pero puedo mencionar que existen proyectos como la remodelación de cámaras de baño, de las pistas de patinaje, que son proyectos que se han hablado, así como un proyecto que aún es en discusión, que es la apertura de un campo de paintball en las instalaciones. Sin embargo, esto sería comunicado por las fuentes oficiales cuando se inicien los proyectos.

12- Dado a que el ámbito económico es importante para cualquier sociedad humana, si se puede conocer ¿Cuántos trabajadores tienen en nómina actualmente?

El parque cuenta con una nómina de 32 empleados en planilla De las diferentes áreas, así como administración, limpieza, supervisión, etc. esto para un total de 44 manzanas.
13- ¿Cuántas cafeterías poseen en la actualidad y estas están obligadas a pagar alguna especie de renta mensual? *si la existiese y se pudiese ¿Cuánto es el monto?
Se tiene un total de 60 locales de arrendatarios, todos pagan mensualidad, 40 son de comida y gastronomía y 20 puestos más pequeños de artesanías. El monto de la mensualidad es variable y depende tanto del tamaño como de la remodelación que tenga el local, El monto puede variar desde los $52 hasta los $360 dólares para los locales más grandes y para el caso de los más pequeños, puede variar desde $12.85 hasta $25 dólares.
14- ¿Cuál es el ingreso anual que presenta el Parque?
El dato de ingreso semanal es de entre 5 a 7000 dólares, esto como un aproximado del ingreso de vehículos, el cual se encuentra entre 3 a 5000 vehículos semanales y a cada vehículo se le cobra $1.50. Además, se tienen ingresos extra según el uso de algunos de los servicios que están disponibles a los turistas.
15- ¿Poseen actividades turísticas que no sean gratis? Especificar
De las actividades turísticas que no son gratis, podemos mencionar algunos de los servicios específicos, como: El alquiler de la glorieta que cuesta $15 dólares por hora, el alquiler de bicicletas, que cuesta $3 dólares por hora, el alquiler de hamacas, que cuesta $2 dólares por todo el día, el alquiler de la cancha sintética la cual se puede alquilar la mitad de la cancha en la jornada diurna por $15 dólares y la mitad de la cancha en la jornada nocturna por $20 dólares, para cancelar la cancha completa serían $30 dólares en la jornada diurna y $40 en la nocturna, el alquiler de cuatro sillas y una mesa para todo un día por un costo de $5 dólares. Esto considerando que bajo permiso se puede celebrar cumpleaños en el parque.
16- ¿Cuáles son los horarios de apertura y cierre?
El parque se encuentra abierto desde las 6 am hasta las 10 pm. Sin embargo, para el caso de vehículos se permite el ingreso hasta las 9 pm.

17- ¿Cuáles son los aportes que brinda el parque a la comunidad?
Apoyo con la gestión de la escuela, se brinda carnet a los padres y no se les cobra parqueo

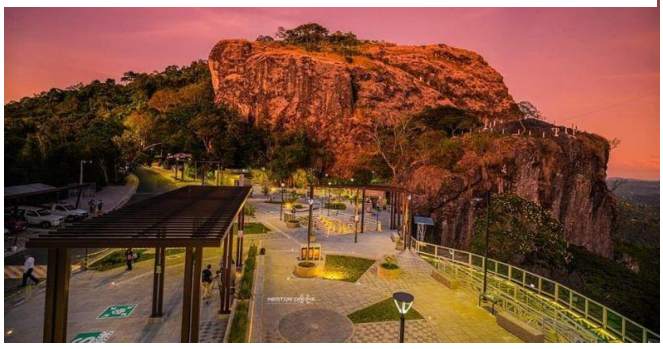
2. Recopilación de información complementaria

En Panchimalco, la oferta turística consta de varios elementos de interés en los cuales se pueden dividir en la siguiente clasificación:

- ✓ Sitios naturales.
- ✓ Manifestaciones culturales.
- ✓ Festividades.

a. Sitios Naturales

Ilustración 11. La puerta del diablo en la actualidad



Panchimalco posee un territorio abundante en flora y fauna que se hacen presente en los diferentes ríos, montañas, cuevas, entre otros. Uno de los grandes exponentes de esta categoría sin lugar a dudas en La Puerta del Diablo, la cual por muchos años fue un espacio donde se otorgaba la oportunidad de realizar una caminata para contemplar las maravillosas vistas que el lugar tenía para ofrecer además de ofrecer un clima agradable y una buena experiencia para sus visitantes. Si bien, la Puerta del Diablo es de los elementos naturales más representativos de la zona, también posee otros tipos de sitios a visitar como el Parque Balboa y el Parque de la Familia los cuales por su cercanía a la Puerta del Diablo han sido sitios que los turistas tanto nacionales como extranjeros suelen visitar.

El parque Balboa es un parque natural es considerado como el primer “Centro turístico” del país y cuenta con una extensión de 44 manzanas, con un área completa de abundante vegetación, formando parte de las principales reservas ecológicas de El Salvador.

Ilustración 12. Parque Balboa



Está ubicado a 972 metros sobre el nivel del mar. Tiene canchas de fútbol, básquetbol, juegos infantiles, pistas de ciclismo y área de patinaje, así como varios kilómetros de senderos. La entrada al parque es gratuita para peatones, mientras que los menores de 10 años y adultos mayores de 60 años también tienen acceso libre. Los demás visitantes pagan $0.80, y el estacionamiento tiene un costo de $1. Además, se ofrece el alquiler de canchas de fútbol sintético por $20 la hora.

El parque de la Familia se trata de uno de los más nuevos, su inauguración ocurrió en el año 1996, cuenta con un aproximado de 48 manzanas de terreno a la disposición de los turistas. Una de las principales cosas que se pueden pensar con respecto a las reservas naturales es que tienden a tener actividades muy contemplativas. Sin embargo, este parque se sale del molde ya que también está para cumplir una función recreacional.

Ilustración 14. El parque de la familia



Ilustración 13. Parque acuático de Panchimalco



Tomando en cuenta sitios alejados a la zona de los Planes de Renderos, se pueden mencionar el Parque Acuático de Panchimalco, el cual se ubica sobre el casco Urbano del territorio, este parque acuático es

administrado por la Alcaldía de Panchimalco y es considerado como uno de los grandes atractivos de la zona debido a que se ubica en una zona donde se pueden visitar lugares con mucha historia cultural que pueden ser interesantes para los turistas.

Ilustración 15. El borbollón



Hasta el momento se puede decir que Panchimalco posee un mayor auge turístico en la zona norte y central del territorio, pero también se puede mencionar otros tipos de sitios naturales que se encuentran en la zona sur del territorio como La cueva del tigre y el borbollón. Estos dos lugares se encuentran cerca, a un kilómetro de distancia dentro del caserío El Amayón. El principal atractivo de esta zona se debe a las aguas termales que se encuentran en el lugar, además en un lugar propicio para realizar caminatas para estar en contacto con la naturaleza.

Panchimalco posee más sitios naturales por explorar, muchos de ellos solo son conocidos por los lugareños del lugar, por mencionar algunos ejemplos se tiene la Poza el Amate, El Tembladero y la Cascada de Panchimalco.

La Poza el Amate y la Cascada de Panchimalco son dos atractivos que destacan por el contacto con la naturaleza, debido a que son zonas abiertas y escondidas en las montañas del lugar, El Tembladero por otra parte corresponde a un inusual fenómeno donde una porción de relieve del lugar es susceptible al movimiento exterior lo que causa el efecto de un temblor.

b. Manifestaciones culturales

Panchimalco ofrece además de sitios naturales, espacios culturales donde los turísticas nacionales y extranjeros pueden conocer acerca de la historia y cultura de la región. Panchimalco es conocida como la cuidad colonial más cercana a San Salvador dado a que guarda elementos arquitectónicos y culturales vigentes hasta el día de hoy.

Uno de sus principales componentes arquitectónicos es la iglesia de Santa Cruz de Roma, según la historia la construcción de la iglesia comenzó alrededor de 1543 por parte de los españoles que conquistaron el territorio del actual Panchimalco. La iglesia de Santa Cruz de Roma fue declarada como un bien cultural por el gobierno de El Salvador.

Ilustración 16. Iglesia Santa Cruz de Roma



Ilustración 17. Casa de la Cultura.



En la cercanía de la iglesia se encuentra la casa de la cultura, la cual es de acceso a todo público y sin costo alguno dejando al visitante la opción de realizar una ofrenda, en la casa de la cultura se brindan talleres de telar de cintura, música y danza. Uno de los principales motivos de la casa de la cultura es la preservación y enseñanza de las raíces del territorio. También es importante recordar que Panchimalco es uno de los pocos territorios que aún mantienen viva la lengua náhuat en el país.

También es importante mencionar lugares como el sitio cultural las cruces y el parque escultórico la Puerta del Sol, son dos lugares que muestran el arte que tiene el territorio, es un sitio lleno de historia sobre los antepasados que habitaron Panchimalco.

Ilustración 18. Parque escultórico La puesta del Sol



Otra de las iglesias representativas del territorio es la iglesia Santuario de Fátima, a diferencia de la iglesia Santa cruz de Roma, fue edificada en el año 1968. La iglesia presenta un estilo a la arquitectura romanticista de la época.

Ilustración 19. Iglesia Santuario de Fátima



Cabe a recalcar que cada uno de estos lugares mencionados se encuentran ubicados en la parte norte y central del territorio, por lo cual se escenifica aún más la concentración de elementos turísticos en esta zona del territorio.

c. Festividades

Las fiestas patronales de Panchimalco se celebran el 13 y 14 de septiembre en honor de la Santa Cruz de Roma. Sin embargo, Panchimalco cuenta con otro tipo de festividades las cuales son reconocidas a nivel nacional e internacional, estas son las cofradías. (Ministerio de Cultura de El Salvador (MINCULT). (2020). Inventario Nacional de Tradiciones Populares de El Salvador.)

Una cofradía se define según la RAE como “Congregación o hermandad que forman algunos devotos, con autorización competente, para ejercitarse en obras de piedad”. La cofradía que posee un mayor reconocimiento a nivel nacional es la cofradía de las flores y las palmas que se celebra cada entre el 1 y 10 de mayo en honor a la Virgen María. Las cofradías en Panchimalco se llevan a cabo mediante

una procesión donde se realizan diferentes bailes típicos del territorio, una exposición de las palmas de coco adornadas con las flores de la temporada y una degustación culinaria de los platillos típicos de Panchimalco. Como otra de las principales festividades del territorio se cuenta con la Iglesia de Los Planes de Renderos donde se celebran fiesta patronal en honor a San Antonio de Padua los días 12 y 13 de junio.

Si bien la cofradía de las flores y las palmas es más representativa, también existen otro tipo de festividades relacionadas a las cofradías, estas son:

Tabla 21. Cofradías en Panchimalco.

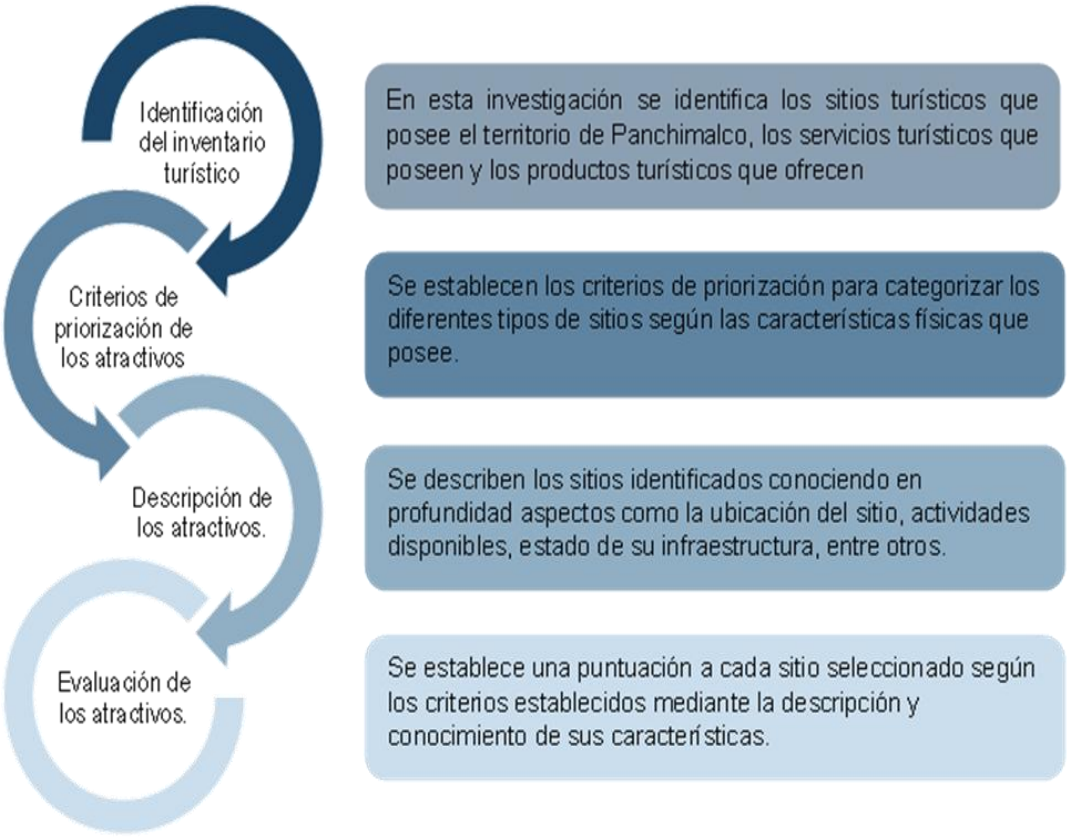
Cofradías	Fecha de celebración
Dulce nombre de Jesús y las palmas	6 de enero.
Señor de Esquipulas	13 al 18 de enero
San Sebastián	20 de enero
Dulce nombre de Jesús	3ra semana de enero
Virgen de candelaria	1 y 2 de febrero
Comienza la cuaresma	Febrero-marzo
La Dolorosa	Viernes de dolores
Jesús Nazareno	Miércoles santos
San Juan	Sábado de Gloria
Cofradía de la santa cruz	1 al 3 de mayo
Cofradía de las flores y las palmas	1er domingo de mayo
Corpus Cristi	5 al 20 de junio
San Antonio del monte	1 al 13 de junio
San Pedro y San Pablo	23 al 29 de junio
San Jacinto	10 al 16 de agosto
San Emilio	1 al 8 de septiembre
Santa Cruz de Roma	11 al 15 de septiembre
De la Octava	8 días después de la Santa Cruz
Virgen del Rosario	5 al 12 de octubre
Las Animas	1 y 2 de noviembre
Niño Jesús	24 y 31 de diciembre
Reyes magos	24 de diciembre al 6 de enero.

CAPITULO III:
INVENTARIO TURÍSTICO

CAPITULO III: INVENTARIO TURÍSTICO

A. Metodología del inventario turístico

Ilustración 20. Metodología de inventario turístico



B. Identificación del inventario turístico

El turismo, como se ha mostrado en los apartados anteriores (Ilustración 1) posee una clasificación según el producto o servicio turístico que pueden ofrecer, conociendo la oferta turística del territorio se puede conocer la orientación turística del territorio. Por lo que se presenta a continuación la identificación de los lugares turísticos del territorio de Panchimalco según la clasificación de turismo. (Ver anexo 5, recorridos por los atractivos turísticos)

Turismo de aventura.

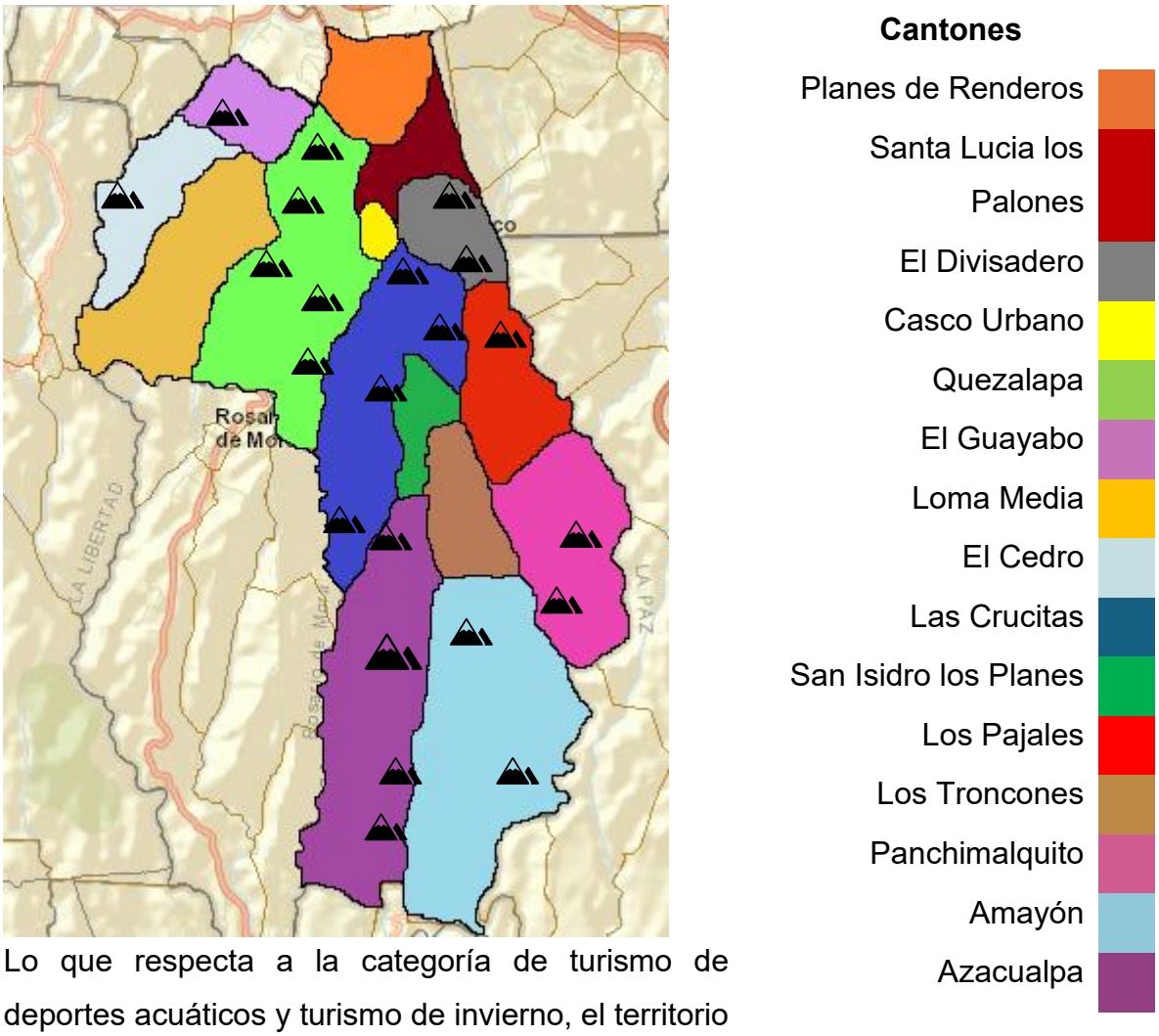
Panchimalco en este sector se caracteriza por presenta un turismo de montaña teniendo como gran exponente a la puerta del diablo debido a que este ofrece al turista la posibilidad de realizar una caminata sobre la formación rocosa del lugar además de disfrutar otro tipo de atracciones del lugar. Sin embargo, es importante mencionar que Panchimalco alberga en su territorio un buen número de cerros y lomas en las cuales se podría realizar este tipo de turismo, obteniendo así un potencial el cual aún no ha sido explotado.

Entre los cerros y lomas que se encuentra en el territorio tenemos los siguientes:

Tabla 22. Listado de cerros y lomas en el territorio de Panchimalco.

Nombre	Ubicación	Nombre	Ubicación
Loma El castillo	El Cedro	Cerro La Crucita	Las Crucitas
Cerro El Guayabo	El Guayabo	Cerro Los Amates	Quezalapa
Loma La montañita	Quezalapa	El Cerrito	Los Pajales
Cerro El Chulo	Quezalapa	Turnashilo	Las Crucitas
Cerro Mil Cumbres	Quezalapa	Cerro Guacuchillo	Las Crucitas
Cerro El Candelero	Quezalapa	Cerro Amayito	El Guayabo
Cerro Copispicio	El Divisadero	Cerro El Pedrero	Panchimalquito
Cerro El Candelero	Quezalapa	Loma El Quebracho	Panchimalquito
Cerro El Divisadero	El Divisadero	Loma El Sillar	El Amayón
Cerro Guayuma	Las Crucitas	Loma El Chorizo	Azacualpa
Loma El Chanchote	Amayón	Cerro El Imposible	Azacualpa
Loma El Mirador	Azacualpa		

Ilustración 21. Mapa de cerros y lomas en Panchimalco



Lo que respecta a la categoría de turismo de deportes acuáticos y turismo de invierno, el territorio de Panchimalco no posee un tipo de turismo que cumpla con estas características, de diferente forma si cumple con el turismo de aventura en la naturaleza debido a la orografía de la región junto con las vertientes de los ríos que acompañan al ecosistema del territorio.

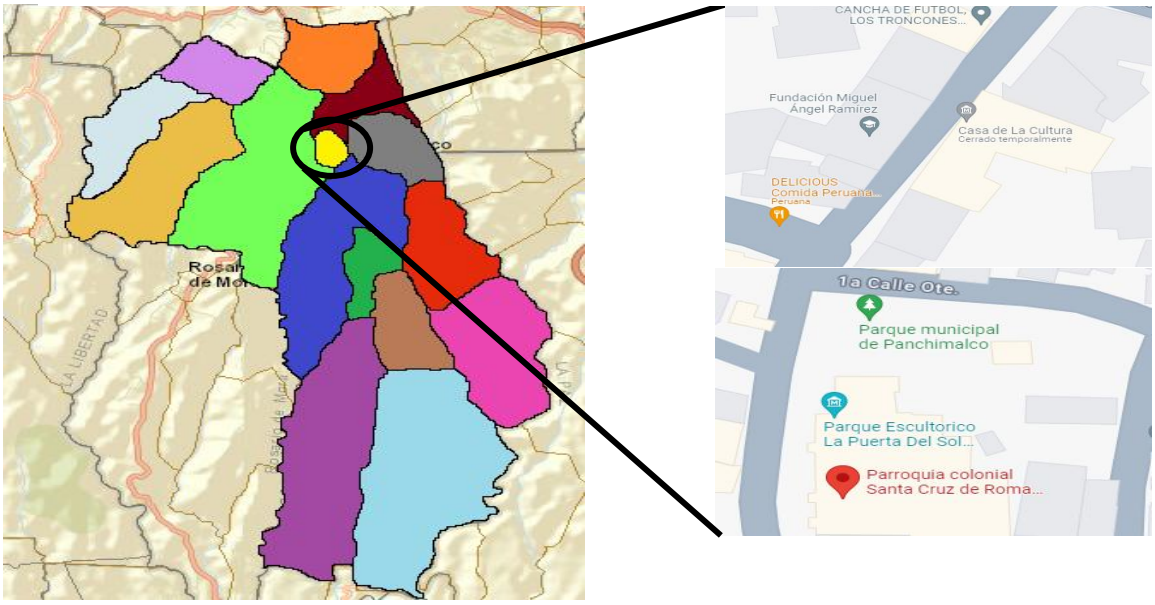
Turismo cultural.

Panchimalco es conocido como un territorio con gran valor cultural a nivel nacional, dado a que conserva tradiciones religiosas que se remontan hace años en el territorio, así como el idioma Náhuat, existe un compendio de lugares que comprenden un peso cultural e historio invaluable.

Para el turismo histórico se cuenta con la arquitectura de sus pueblos, debido a que aún se conservan elementos característicos de la época colonial, entre sus más grandes exponentes se tiene a la iglesia Santa Cruz de Roma, la cual es un baluarte histórico a nivel nacional debido a que su construcción data al inicio de la colonización siendo una iglesia construida por órdenes de los españoles colonizadores, debido a su antigüedad esta iglesia ha sufrido remodelaciones las cuales han tenido como objetivo conservar ese aspecto colonial desde su construcción.

También es importante mencionar las esculturas, murales y tradiciones que se encuentran en el territorio debido a que estas guardan la historia del territorio y sus antepasados, el cual cada turista puede conocer y aprender sobre ellos.

Ilustración 22. Sitios culturales en el casco urbano en Panchimalco



En el turismo arqueológico, Panchimalco no posee atractivo lo suficientemente fuerte para ofrecer a los turistas, no se posee actualmente un potencial turístico en esta rama lo cual es curioso debido a la historia del territorio.

Para el turismo religioso, Panchimalco de la mano de la iglesia Santa Cruz de Roma celebra sus fiestas patronales en honor a la Santa Cruz de Roma, además posee

un elemento festivo con raíces religiosas como son las cofradías, las cuales se celebran 22 cofradías en todo el año y donde participa la población feligresa junto algunos turistas que presencian este tipo de festividades.

Por último, el territorio étnico-cultural en Panchimalco es ampliamente reconocido debido a que, por medio de sus esculturas, casa de la cultura y otros espacios dedicados al aprendizaje y conservación de las raíces ancestrales de los antepasados de los panchimalquenses, por ejemplo la práctica de la lengua Náhuatl aún vigente en el territorio, la filarmónica de Panchimalco y el reconocimiento al pueblo indígena por medio de manifestaciones artísticas que van desde la música o bailes hasta costumbres del día a día.

Turismo gastronómico.

En este tipo de turismo no es el más conocido sin embargo no deja de estar presente en el territorio de Panchimalco, hace unos años se inauguró la feria de la milpa o más recientemente el festival del cerdo donde la población de Panchimalco degustó a sus invitados con productos elaborados de maíz y cerdo respectivamente. También dado a que la región el cultivo de la anona es bastante popular, se celebra el festival de la anona donde este último fruto se combina con platillos típicos para brindar un sabor único a cada comida, por ejemplo, se pueden mencionar las pupusas de anona. Otro tipo de festivales orientados a los cultivos de fruta es el tamarindo, donde existe el festival del Tamarindo

Ilustración 23. Afiches de ferias gastronómicas en Panchimalco



Fuente: Pagina de Facebook alcaldía de Panchimalco

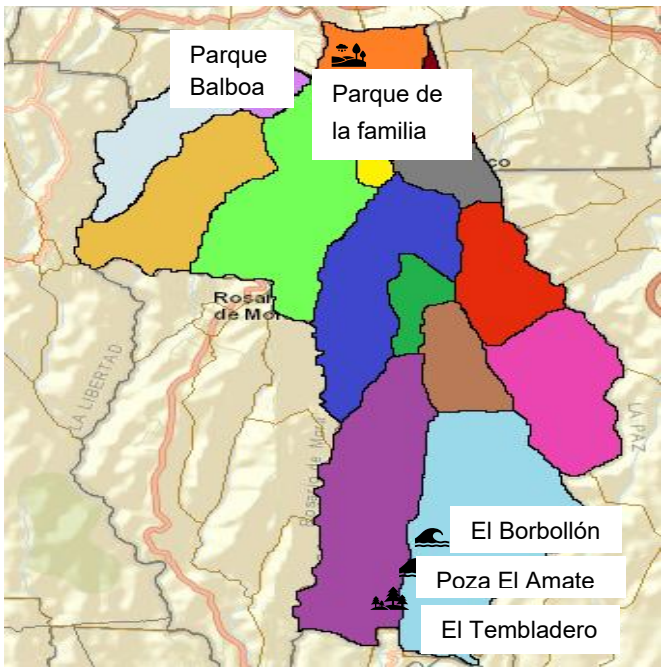
Turismo de naturaleza y ecoturismo.

El turismo de selva y bosque se presenta en mayor medida en el potencial turístico de Panchimalco, estos sitios son por ejemplo El borbollón el cual es nacimiento de aguas termales que se encuentra ubicado en El Amayón. Este sitio es popular por los pobladores del lugar, El borbollón está rodeado de vegetación lo cual lo hace entrar en esta categoría.

Por otro lado, se tienen sitios turísticos como la Poza del Amate o un área conocida como El Tembladero que poseen las características de estar rodeados por vegetación, acceder a ellos es en sí mismo una experiencia cercana la naturaleza.

Otro tipo de lugares siempre asociados a esta rama del turismo de naturaleza son el Parque Balboa y el Parque de la Familia, debido a que estos ofrecen un tipo de recreación basados en la interacción del ecosistema del lugar de manera controlada para la visita de los turistas. Cabe a mencionar que el Parque de la Familia y el Parque Balboa están contiguos, lo cual significa que están uno tras el otro dentro de una misma extensión de tierra.

Ilustración 24. Parques y ecosistemas naturales.



Turismo rural y agroturismo.

Las dos formas o tipos de turismo más importante para esta sección son el turismo en pueblos o zonas rurales y el turismo de cabañas o alojamiento rural.

El turismo de pueblos actualmente en Panchimalco se ve representado por su casco urbano, del cual se encuentra varios atractivos turísticos como la iglesia Santa Cruz de roma, sitios culturales como la casa de la cultura, el mercado municipal y el parque acuático, en el casco urbano de Panchimalco el turista puede realizar una caminata para realizar varias estaciones de lugares icónicos del territorio.

Con respecto al turismo de cabañas, la presencia de este se remonta casi en su totalidad en la zona norte del territorio como por ejemplo La cabaña cielo y luna la cual ofrece un estilo rustico a sus turistas proporcionando las comodidades necesarias para estos.

Existen más sitios de alojamiento dentro del territorio, pero estos ofrecen un servicio de alojamiento diferente, debido a que son sitios con temáticas clásicas de los hoteles que se pueden encontrar en la capital o en otro tipo de ciudades.

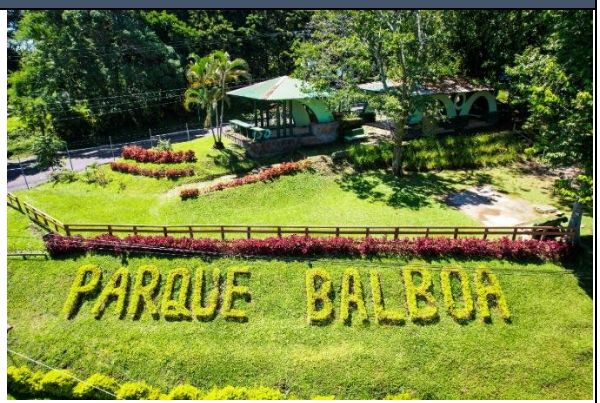
C. Descripción de los atractivos

La descripción consta de una ficha técnica en la que se realiza categorización la cual se clasifica en categoría, tipo y subtipo siguiendo la “Metodología de Inventario Turístico” de la OEA-CICATUR (Centro Interamericano de Capacitación Turística) (Ver anexo 12).

Además, para la descripción se ubicará geográficamente el recurso turístico y se detallara que tipo de actividades puede realizarse, tipos de turistas que lo visitan, estado de conservación, accesos al recurso y detalles de su infraestructura.

RECURSO TURÍSTICO: LA PUERTA DEL DIABLO		
		
CATEGORÍA	**TIPO**	**SUB-TIPO**
Sitios naturales	Montaña	Cerro
UBICACIÓN:		
Calle a Mil Cumbres, cantón el Cedro, Distrito de Panchimalco y Departamento de San Salvador. Dirección: JRF6+X2		
DESCRIPCIÓN		
Este atractivo natural se originó, acorde a unos historiadores, por una fuerte tormenta que ocurrió el 8 de octubre de 1762. Esta grieta formada por dos peñascos en el cerro El Chulo. Uno de los atractivos principales de aquí son sus maravillosas vistas. En el mirador se puede contemplar la capital, el Océano Pacífico, el Lago de Ilopango y el Volcán de San Vicente.		
ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR		
▪ Senderismo ▪ Observación de la naturaleza ▪ Escalada ▪ Parapente ▪ Canopy ▪ Tirolina		
TIPO DE TURISTA LOCAL ☒ NACIONAL ☒ EXTRANJERO ☒		
ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN EXCELENTE ☒ BUENO ☐ NECESITA ACONDICIONAMIENTO ☐		
ACCESO AL RECURSO CAMINANDO ☒ MOTO TAXI ☒ VEHICULO 4X4 ☒ AUTOMÓVIL ☒ AUTOBÚS PÚBLICO ☒ CAMIÓN ☒ MOTOCICLETA ☒ AUTOBÚS PRIVADO ☒ OTRO: ☐		
TIPO DE ACCESO		

GRATIS ☒	PAGO DE PARQUEO ☒	PAGO DE ENTRADA ☒			
RUTAS DE ACCESO					
Situada a 1 km. al sur del Parque Balboa y 13 km de San Salvador, tomando la Carretera a los Planes de Renderos					
EPOCA DE VISITA TODO EL AÑO ☒		POR TEMPORADA: _____			
INFRAESTRUCTURA					
DENTRO DEL RECURSO			FUERA DEL RECURSO		
AGUA	☒		AGUA	☒	
LUZ	☒		LUZ	☒	
TELEFONIA	☒		TELEFONIA	☒	
INTERNET	☒		INTERNET	☒	
SEÑALIZACIÓN	☒		SEÑALIZACIÓN	☒	
DESAGÜE	☒		DESAGÜE	☒	
SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO					
RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☒	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		
PROPIEDAD DEL RECURSO PÚBLICO ☒			PRIVADO ☐		

RECURSO TURÍSTICO: PARQUE BALBOA		
		
CATEGORÍA	**TIPO**	**SUB-TIPO**

Sitios naturales	Área protegida	Parque nacional

UBICACIÓN:

Cantón Planes de Renderos, Distrito de Panchimalco, a 12 kilómetros del centro de San Salvador. Dirección: JRR6+52

DESCRIPCIÓN

El parque natural Balboa cuenta con una extensión de 44 manzanas para poder realizar diversas actividades al aire libre en un área completa de abundante vegetación, formando parte de las principales reservas ecológicas de El Salvador. Dentro del parque no solo pueden realizar diversas actividades sino también se puede vivir el encanto de los detalles precolombinos representados en los diversos monumentos ubicados en las distintas zonas del parque, así como:

- La diosa de la lluvia
- El dios del hechizo
- El dios de fuego

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- El laberinto
- El castillo
- Áreas de juegos
- Canchas de futbol
- Ciclo vía
- Picnic

TIPO DE TURISTA

LOCAL	☒	NACIONAL	☒	EXTRANJERO	☒

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	

TIPO DE ACCESO

GRATIS	☒	PAGO DE PARQUEO	☒	PAGO DE ENTRADA	☐

RUTAS DE ACCESO

Tomando la Carretera a los Planes de Renderos

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☐	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☒	SEÑALIZACIÓN	☒
DESAGÜE	☒	DESAGÜE	☒

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☒	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: PARQUE DE LA FAMILIA





CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO

Sitios naturales	Lugar de apreciación de flora y fauna	Parque

UBICACIÓN:

Cantón Planes de Renderos, Distrito de Panchimalco, a 12 kilómetros del centro de San Salvador. Dirección: JRP5+RC

DESCRIPCIÓN

Inaugurado en 1996, se extiende sobre unas 48 manzanas de terreno, brindando un entorno natural con una rica biodiversidad, incluyendo conejos, ardillas, venados, aves y reptiles

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Deportes en canchas de fútbol básquet y voleibol
- Áreas de juegos para niños
- Anfiteatro para eventos culturales y recreativos
- Pasear en bicicleta
- Cabalgar a caballo
- Viajar en un tren familiar

TIPO DE TURISTA

LOCAL ☒ NACIONAL ☒ EXTRANJERO ☒

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE ☐ BUENO ☒ NECESITA ACONDICIONAMIENTO ☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☐ PAGO DE PARQUEO ☒ PAGO DE ENTRADA ☒

RUTAS DE ACCESO

Tomando la Carretera a los Planes de Renderos

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☐	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☒	SEÑALIZACIÓN	☒
DESAGÜE	☒	DESAGÜE	☒

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☒	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☐ _____ PRIVADO ☒

RECURSO TURÍSTICO: PARQUE ACUATICO DE PANCHIMALCO





CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO
Recreación	Temático	Parque Acuático

UBICACIÓN:

Casco urbano de Panchimalco. Dirección: JR59+H6X

DESCRIPCIÓN

Atractivo destino turístico que ofrece una variedad de actividades acuáticas y recreativas para visitantes de todas las edades. Este parque se destaca por su

entorno natural y sus instalaciones diseñadas para proporcionar una experiencia divertida y relajante.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Piscinas
- Área de juegos
- Rio
- Senderismo
- Observación arquitectónica
- Área de picnic

TIPO DE TURISTA

LOCAL	☒	NACIONAL	☒	EXTRANJERO	☐

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS	☐	PAGO DE PARQUEO	☒	PAGO DE ENTRADA	☒

RUTAS DE ACCESO

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☐ POR TEMPORADA: Días festivos y asuetos

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☐	TELEFONIA	☒
INTERNET	☐	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☒	SEÑALIZACIÓN	☒

DESAGÜE	☒		DESAGÜE	☒	
SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO					
RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☐	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☐
CENTROS DE SALUD	☐	TIENDAS/MERCADOS	☒		
PROPIEDAD DEL RECURSO					
PÚBLICO ☒ _____				PRIVADO ☐	

RECURSO TURÍSTICO: POLIDEPORTIVO





CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Acontecimientos programados	Eventos	Deportivos

UBICACIÓN:

Barrio Concepción, Distrito de Panchimalco. Dirección: JR59+VP

DESCRIPCIÓN

Parque deportivo inaugurado como un recurso para generar espacios de sano esparcimiento para los jóvenes del país, el polideportivo cuenta con 3 canchas, una sintética de futbol 11 y una cancha de futbol 5, además de contar con una cancha de basquetbol techada.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Encuentros deportivos
- Partidos de futbol
- Partidos de basquetbol

- Torneos y ligas

TIPO DE TURISTA

LOCAL ☒ NACIONAL ☐ EXTRANJERO ☐

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE ☒ BUENO ☐ NECESITA ACONDICIONAMIENTO ☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☐	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☐	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☒ PAGO DE PARQUEO ☐ PAGO DE ENTRADA ☐

RUTAS DE ACCESO

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☐	INTERNET	☐
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☐
DESAGÜE	☐	DESAGÜE	☐

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☐	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☐
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☐
ALOJAMIENTO	☐	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☐

CENTROS DE SALUD ☐	TIENDAS/MERCADOS ☒
PROPIEDAD DEL RECURSO	
PÚBLICO ☒ _____	PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: EL BORBOLLON		
		
CATEGORÍA	**TIPO**	**SUB-TIPO**
Sitios naturales	Cuerpos de agua	Rio
UBICACIÓN:		
A un kilómetro de distancia dentro del caserío El Amayón, Cantón el Borbollón, Distrito de Panchimalco, San Salvador. Dirección: GR7F+X57		
DESCRIPCIÓN		
El borbollón posee cuatro afluentes de recurso cristalino que brotan desde las profundidades, mostrando uno de los procesos especiales que permiten albergar vida, entre flora, fauna y los seres humanos.		
ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR		
▪ Baños termales naturales ▪ Senderismo y exploración ▪ Observación de la naturaleza ▪ Picnic al aire libre ▪ Terapias naturales		
TIPO DE TURISTA		
LOCAL ☒	NACIONAL ☐	EXTRANJERO ☐
ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN		
EXCELENTE ☐	BUENO ☐	NECESITA ACONDICIONAMIENTO ☒
ACCESO AL RECURSO		
CAMINANDO ☒	MOTO TAXI ☐	VEHICULO 4X4 ☒

AUTOMÓVIL	☐	AUTOBÚS PÚBLICO	☐	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☐	AUTOBÚS PRIVADO	☐	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☒ PAGO DE PARQUEO ☐ PAGO DE ENTRADA ☐

RUTAS DE ACCESO

Calle hacia el Cantón el Borbollón

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☐	AGUA	☐
LUZ	☐	LUZ	☐
TELEFONIA	☐	TELEFONIA	☐
INTERNET	☐	INTERNET	☐
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☐
DESAGÜE	☐	DESAGÜE	☐

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☐	SEGURIDAD	☐	BAÑOS PÚBLICOS	☐
CAFETERIA	☐	TRANSPORTE	☐	RECREACIÓN	☐
ALOJAMIENTO	☐	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☐
CENTROS DE SALUD	☐	TIENDAS/MERCADOS	☐		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: IGLESIA SANTA CRUZ DE ROMA	
	

CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Manifestaciones culturales	Arquitectura	Iglesia

UBICACIÓN:

Barrio El Centro, calle principal, Panchimalco, San Salvador

Panchimalco, San Salvador. Dirección: JR6C+95Q

DESCRIPCIÓN

Declarada Bien Cultural al considerar que “constituye una joya histórica de la época colonial y una obra artística digna de conservación, tanto por su estilo arquitectónico como por las obras de arte que alberga en su interior”

Fachada y característica principal es el estilo barroco clásico. El casco interior se sostiene con 16 columnas de madera de bálsamo sobre base de piedra que separan la nave central de las laterales. Las columnas están acabadas con molduras que recogen el peso de las vigas principales. En su interior apreciará nueve retablos o altares que son de estilo barroco, tanto el mayor como los que están apoyados en las paredes laterales de la iglesia. A la fecha el altar mayor, de estilo barroco, es el único que conserva el dorado primitivo.

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

- Visitas guiadas
- Exploración arquitectónica
- Meditación y reflexión
- Ceremonias religiosas
- Peregrinaciones
- Eventos comunitarios

TIPO DE TURISTA

LOCAL	☒	NACIONAL	☒	EXTRANJERO	☒

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS	☒	PAGO DE PARQUEO	☐	PAGO DE ENTRADA	☐

RUTAS DE ACCESO

Calle a Panchimalco y calle antigua a Panchimalco

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☐	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☒
DESAGÜE	☒	DESAGÜE	☒

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: IGLESIA SANTUARIO DE FATIMA		
		
CATEGORÍA	**TIPO**	**SUB-TIPO**
Manifestaciones culturales	Arquitectura	Iglesia
UBICACIÓN:		
Calle Planes de Renderos, Kilómetro 9.5, Panchimalco, San Salvador. Dirección: JRV6+8R		
DESCRIPCIÓN		
Iglesia con la categoría de Santuario de Los Planes de Renderos. El edificio actual fue consagrado en 1968 a Nuestra Señora de Fátima custodiada por los frailes de la Orden Franciscana. En su interior comprende la Oficina Provincial de la Provincia Franciscana de Centroamérica, Panamá y Haití; así como otras oficinas administrativas de la provincia franciscana, fraternidad de frailes franciscanos y Oficina Parroquial.		
ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR		
▪ Visitas guiadas ▪ Exploración arquitectónica ▪ Meditación y reflexión ▪ Ceremonias religiosas ▪ Peregrinaciones ▪ Eventos comunitarios		
TIPO DE TURISTA		
LOCAL ☒	NACIONAL ☐	EXTRANJERO ☐
ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN		
EXCELENTE ☐	BUENO ☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO ☐
ACCESO AL RECURSO		

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☒ PAGO DE PARQUEO ☐ PAGO DE ENTRADA ☐

RUTAS DE ACCESO

Calle Planes de Renderos

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☐	INTERNET	☐
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☐
DESAGÜE	☒	DESAGÜE	☒

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☒	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: MIRADOR PLANES DE RENDEROS	
	

CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Miradores

UBICACIÓN:

Calle al Mirador de los Planes de Renderos, Panchimalco, San Salvador. Dirección: JRV8+P8R

DESCRIPCIÓN

Es uno de los lugares donde nacionales y extranjeros se dan cita, especialmente los fines de semana; por su clima muy fresco, para saborear la comida típica salvadoreña y por las vistas desde el sur de la ciudad.

El Mirador se ha convertido en un popular sitio de esparcimiento familiar, desde ahí puede apreciarse la mayor parte de la ciudad de San Salvador y de varios municipios aleñados, además en la zona abundan las tradicionales pupuserías, que ofrecen el popular platillo salvadoreño; y muchos grupos tocan música local o andina a cambio de algunas monedas. Es un sitio infaltable para tomarse una fotografía de recuerdo de su visita a la capital.

El Mirador de Los Planes de Renderos es también una Casa de la Cultura, donde periódicamente se dan actividades artísticas, como bailes autóctonos locales; tales como Los Historiantes que es una Danza-Drama.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Observación de la ciudad de San Salvador
- Fotografía
- Degustación de comida típica
- Danzas autóctonas
- Artesanías y souvenir

TIPO DE TURISTA

LOCAL ☒ NACIONAL ☒ EXTRANJERO ☒

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE ☐ BUENO ☐ NECESITA ACONDICIONAMIENTO ☒

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☒ PAGO DE PARQUEO ☐ PAGO DE ENTRADA ☐

RUTAS DE ACCESO

Calle a Panchimalco

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☐	AGUA	☐
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☐	INTERNET	☐
SEÑALIZACIÓN	☒	SEÑALIZACIÓN	☒
DESAGÜE	☐	DESAGÜE	☐

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☒	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: PARQUE ESCULTORICO LA PUERTA DEL SOL	
	

CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos	Complejo histórico

UBICACIÓN:

Barrio El Centro, calle principal, Panchimalco, San Salvador. Dirección: JR6C+F7C

DESCRIPCIÓN

Este es un parque contiguo a la Iglesia Santa Cruz de Roma, se caracteriza debido a que es un espacio cultural dado a que posee diversas esculturas que representan los grupos étnicos que existieron en Panchimalco, el parque crea una simbiosis ideal entre áreas de ocio mezclado con el aspecto cultural del territorio de Panchimalco. El parque cuenta con diversos espacios para poder descansar, esculturas, un establecimiento para aprender náhuat y un pequeño estanque con peces.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Senderismo
- Observación de esculturas
- Observación de flora y fauna
- Fotografía
- Eventos culturales
- Clases de náhuat

TIPO DE TURISTA

LOCAL	☒	NACIONAL	☒	EXTRANJERO	☒

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒

AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☒

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☒ PAGO DE PARQUEO ☐ PAGO DE ENTRADA ☐

RUTAS DE ACCESO

Calle principal Panchimalco

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

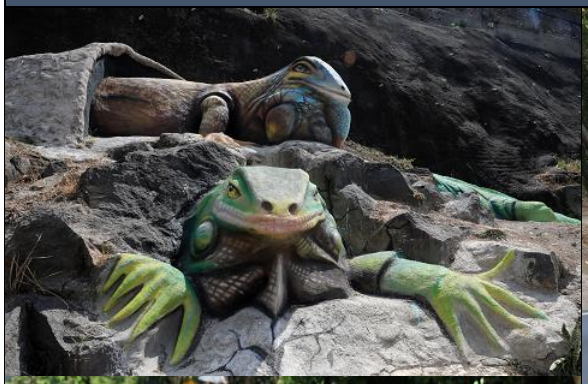
DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☐	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☒	SEÑALIZACIÓN	☒
DESAGÜE	☒	DESAGÜE	☒

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: RUTA ANIMAL		
   		
CATEGORÍA	**TIPO**	**SUB-TIPO**
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Obras de arte y Técnica	Escultura
UBICACIÓN:		
Calle hacia Panchimalco. Dirección: JRFH+GXC		
DESCRIPCIÓN		
La ruta animal está conformada por enormes figuras de animales colocadas en las zonas verdes de la calle que conecta a Panchimalco y Rosario de Mora, las figuras que conforman esta ruta son garrobos, conejos tortugas, hipopótamos, mapaches, venados, gorila, caballos, armadillo, elefante, culebra y gatos.		
ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR		
▪ Tours guiado ▪ Fotografía		
TIPO DE TURISTA		
LOCAL ☒ NACIONAL ☒ EXTRANJERO ☒		
ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN		

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐		
ACCESO AL RECURSO							
CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒		
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☐		
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☐		
TIPO DE ACCESO							
GRATIS	☒	PAGO DE PARQUEO	☐	PAGO DE ENTRADA	☐		
RUTAS DE ACCESO							
Calle a Panchimalco							
EPOCA DE VISITA							
TODO EL AÑO	☒	POR TEMPORADA: _____					
INFRAESTRUCTURA							
DENTRO DEL RECURSO				FUERA DEL RECURSO			
AGUA	☐			AGUA	☐		
LUZ	☐			LUZ	☐		
TELEFONIA	☐			TELEFONIA	☐		
INTERNET	☐			INTERNET	☐		
SEÑALIZACIÓN	☐			SEÑALIZACIÓN	☐		
DESAGÜE	☐			DESAGÜE	☐		
SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO							
RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒		
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒		
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☒	MAPAS/GUIAS	☒		
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒				
PROPIEDAD DEL RECURSO							
PÚBLICO	☒	_____		PRIVADO	☐		

RECURSO TURÍSTICO: CASA DE LA CULTURA		
		
CATEGORÍA	**TIPO**	**SUB-TIPO**
Manifestaciones culturales	Patrimonio cultural	Costumbres y tradiciones
UBICACIÓN:		
Barrio El Centro, calle principal, Panchimalco, San Salvador Panchimalco, San Salvador. Dirección: JR7C+5CX		
DESCRIPCIÓN		
Centro cultural dedicado a la promoción y preservación de la rica herencia cultural de este histórico municipio de El Salvador. Esta institución se destaca por ser un lugar donde se celebran las tradiciones, el arte y la historia local. Los que reciben a los visitantes es la de un pancho y una pancha (muñecos artesanales con vestuario tradicional del lugar) junto a las pinturas de la pinacoteca Sergio Clará, una exposición de los trajes típicos de El Salvador, la descripción de los portadores de cultura del municipio, así como fotografías de la iglesia colonial, de la Feria Cultural de las Flores y las Palmas, y de las diferentes expresiones culturales de la localidad, entre otras.		
ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR		
▪ Exposición de arte y artesanía ▪ Talleres y cursos ▪ Festivales culturales ▪ Programas educativos		
TIPO DE TURISTA LOCAL ☒ NACIONAL ☒ EXTRANJERO ☒		
ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN		

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐		
ACCESO AL RECURSO							
CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒		
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒		
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☒		
TIPO DE ACCESO							
GRATIS	☒	PAGO DE PARQUEO	☐	PAGO DE ENTRADA	☐		
RUTAS DE ACCESO							
1ª Avenida Norte, Distrito de Panchimalco							
EPOCA DE VISITA							
TODO EL AÑO	☒	POR TEMPORADA: _____					
INFRAESTRUCTURA							
DENTRO DEL RECURSO				FUERA DEL RECURSO			
AGUA	☒			AGUA	☒		
LUZ	☒			LUZ	☒		
TELEFONIA	☒			TELEFONIA	☒		
INTERNET	☐			INTERNET	☐		
SEÑALIZACIÓN	☐			SEÑALIZACIÓN	☐		
DESAGÜE	☒			DESAGÜE	☒		
SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO							
RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒		
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒		
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☒		
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒				
PROPIEDAD DEL RECURSO							
PÚBLICO	☒	_____		PRIVADO	☐		

RECURSO TURÍSTICO: CASA TALLER ENCUENTRO





CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Manifestaciones Culturales	Museo	Sala de exhibición

UBICACIÓN:

Calle Principal, frente a Casa de la Cultura, Panchimalco, San Salvador. Dirección: JR7C+59V

DESCRIPCIÓN

Estancia que tiene por fundador y creador al pintor salvadoreño Miguel Ángel Ramírez.

Desde hace muchos años, en sus inicios, allá por los 80, este artista se comprometió a dar talleres de arte a niños de barrios, pues buscaba comunicarse a varios públicos, y lo hizo, era algo que al él le llenaba, pero paulatinamente su trabajo se convirtió en un icono, y ahora su taller es una casa abierta de arte donde niños y jóvenes pueden iniciarse.

El taller cuenta con una biblioteca de artistas universales y contemporáneos para que los niños y jóvenes tengan una visión más amplia del trabajo artístico, además de algunos esbozos de su trabajo.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Talleres de Artesanía y Arte
  - Tejido y Bordado
  - Cerámica y Alfarería
  - Pintura y Escultura
- Programas Educativos
- Exhibiciones y Muestras
- Eventos Culturales

TIPO DE TURISTA

LOCAL ☒ NACIONAL ☒ EXTRANJERO ☒

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☒ PAGO DE PARQUEO ☐ PAGO DE ENTRADA ☐

RUTAS DE ACCESO

Calle principal de Panchimalco

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☐	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☒
DESAGÜE	☒	DESAGÜE	☒

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: TELARES DE CINTURA		
		
CATEGORÍA	**TIPO**	**SUB-TIPO**
Folclore	Artesanías y Arte	Textil
UBICACIÓN:		
Casa de la cultura, Panchimalco		
DESCRIPCIÓN		
El telar de cintura es un instrumento que desde la antigüedad auxilió a la mujer en la elaboración de la indumentaria y debe su nombre a la forma en que la tejedora lo ajusta a su cuerpo: un extremo está atado a su cintura, con un ceñidor llamado mecapal, y el otro extremo se ata a un árbol o se usa un soporte fijo. El conocimiento para la realización de esta técnica se ha heredado de generación en generación y, en los últimos años, en la casa de la cultura se está enseñando esta técnica a niños, jóvenes y adultos que la han aprendido también con el fin de mantener viva la tradición. Panchimalco es reconocido por mantener viva la tradición de los telares en la que se teje lienzos como paños, centros de mesas, bufandas, individuales y manteles, para después comercializar el producto		
ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR		
▪ Talleres de tejer ▪ Comercialización de productos ▪ Fotografía		
TIPO DE TURISTA		
LOCAL ☒ NACIONAL ☒ EXTRANJERO ☒		

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☒ PAGO DE PARQUEO ☐ PAGO DE ENTRADA ☐

RUTAS DE ACCESO

Calle a Panchimalco

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☒	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☐
DESAGÜE	☐	DESAGÜE	☐

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☒	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: COFRADIA DE LAS FLORES Y LAS PALMAS





CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Festividades	Creencias	Tradiciones

UBICACIÓN:

Panchimalco

DESCRIPCIÓN

Las cofradías de las flores y palmas es una tradición religiosa de origen popular basado en un modelo de organización social y comunitaria dirigido a la veneración de la Virgen María (Inmaculada, Concepción y Nuestra Señora de El Rosario). Para su celebración sus miembros se congregan en fiestas, ritos, y prácticas religiosas con su rasgo principal la procesión de flores y palmas, festividad titular con el acompañamiento de prácticas locales, que complementan la celebración.

Su origen se ubica en diferentes momentos históricos de la vida social cultural y simbólica del municipio producto del sincretismo religioso y cultural de la colonización y conquista del reino español, celebraciones por mandato de los papas Pio VII Y Pio IX, vigentes desde el siglo XVII. Según pobladores, estas celebraciones se le llamaban “tardes alegres, en donde se realizaban rezos, acompañados de convivencia también la virgen era llevada y custodiada a otros hogares día a día hasta cumplir todos los días del mes de mayo.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Gastronomía Tradicional
- Procesiones de flores y palmas
- Desfiles
- Festival Artístico
- Danza Folclórica
- Danza de los chapetones e Historiantes
- Observación de flora
- Fotografía

TIPO DE TURISTA

LOCAL	☒	NACIONAL	☒	EXTRANJERO	☒

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☒

TIPO DE ACCESO

GRATIS	☒	PAGO DE PARQUEO	☐	PAGO DE ENTRADA	☐

RUTAS DE ACCESO

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☐ POR TEMPORADA: Festival de flores y palmas

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☐	AGUA	☐
LUZ	☐	LUZ	☐
TELEFONIA	☐	TELEFONIA	☐
INTERNET	☐	INTERNET	☐
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☐
DESAGÜE	☐	DESAGÜE	☐

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: FIESTAS PATRONALES DE PANCHIMALCO





CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Acontecimientos programados	Fiestas programadas	Fiestas religiosas

UBICACIÓN:

Distrito de Panchimalco

DESCRIPCIÓN

Las fiestas patronales se desarrollan en honor a Santa Cruz de Roma, iniciando el 01 al 15 de septiembre.

Las fiestas se realizan iniciando con un colorido y tradicional desfile de correos, en el que participarán personajes mitológicos, una conga bus y payasos, además se realizan actividades como espectáculo de autos, fiestas para niños, festival de juegos tradicionales, espectáculo de paracaidistas, festival de danza folclórica, desfile del comercio y el carnaval de coronación de la reina

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Desfiles
- Festivales gastronómicos
- Festivales de danza
- Carnaval

TIPO DE TURISTA

LOCAL ☒ NACIONAL ☒ EXTRANJERO ☐

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE ☐ BUENO ☒ NECESITA ACONDICIONAMIENTO ☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☒ PAGO DE PARQUEO ☒ PAGO DE ENTRADA ☒

RUTAS DE ACCESO

Carretera a Panchimalco

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☐ POR TEMPORADA: en las fiestas patronales

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☒	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☐
DESAGÜE	☐	DESAGÜE	☐

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☐
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: PLAZA EL OBELISCO







CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Folclore	Gastronomía	Platos y bebidas típicas

UBICACIÓN:

Calle planes de Renderos. Dirección: JRR7+H5

DESCRIPCIÓN

La plaza el Obelisco es un espacio urbano con un diseño arquitectónico en forma de obelisco, el cual tiene a su alrededor lugares de comida típica salvadoreña como atoles de elote, piñuela, maíz tostado, shuco; elotes locos, asados, raspados, yucas, papas fritas, riguas y tortitas de elote, entre otros. Su cercanía con el parque balboa lo hace uno de los lugares preferidos para ir a disfrutar de la gastronomía salvadoreña

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Degustaciones de comida típica
- Eventos gastronómicos
- Fotografía

TIPO DE TURISTA

LOCAL	☒	NACIONAL	☒	EXTRANJERO	☒

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☒	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☐

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☒	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☒	OTRO:	☒

TIPO DE ACCESO

GRATIS ☒ PAGO DE PARQUEO ☐ PAGO DE ENTRADA ☐

RUTAS DE ACCESO

Calle planes de Renderos contiguo al parque Balboa

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☒ POR TEMPORADA: _____

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☒	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☐
DESAGÜE	☐	DESAGÜE	☐

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☒	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☒
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☒	BANCOS/CAJEROS	☒	MAPAS/GUIAS	☒
CENTROS DE SALUD	☒	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: FESTIVAL DEL TAMARINDO





CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Folclore	Gastronomía	Platos y bebidas típicas

UBICACIÓN:

Ermita del cantón Amayón. Dirección: GR8H+RX

DESCRIPCIÓN

Festival gastronómico y cultural centrado en el tamarindo, ofreciendo una variedad de platillos preparados con este fruto, como pupusas con tamarindo y sopa de camarones de río.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Degustación de platillos con tamarindo
- Exposición y venta de productos artesanales y agrícolas locales
- Espectáculos artísticos
- Acceso a las aguas termales del río Agua Caliente

TIPO DE TURISTA

LOCAL	☒	NACIONAL	☒	EXTRANJERO	☐

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☐	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☒

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☐	CAMIÓN	☒

MOTOCICLETA	☒	AUTOBÚS PRIVADO	☐	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS	☒	PAGO DE PARQUEO	☐	PAGO DE ENTRADA	☐

RUTAS DE ACCESO

Calle hacia cantón Amayón

EPOCA DE VISITA

TODO EL AÑO ☐ POR TEMPORADA: Mes de marzo

INFRAESTRUCTURA

DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO	
AGUA	☒	AGUA	☒
LUZ	☒	LUZ	☒
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒
INTERNET	☒	INTERNET	☒
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☐
DESAGÜE	☐	DESAGÜE	☐

SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO

RESTAURANTE	☐	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☐
CAFETERIA	☒	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☐	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☐
CENTROS DE SALUD	☐	TIENDAS/MERCADOS	☒		

PROPIEDAD DEL RECURSO

PÚBLICO ☒ _____ PRIVADO ☐

RECURSO TURÍSTICO: FESTIVAL DE LA ANONA





CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Folclore	Gastronomía	Platos y bebidas típicas

UBICACIÓN:

Cantón los Troncones, Iglesia Católica. Dirección: HR5P+PG

DESCRIPCIÓN

Festival gastronómico y cultural centrado en la anona, ofreciendo una variedad de platillos preparados con este fruto, como atoles, pasteles, quesadilla, tamales, pupusas y dulces todos con anona.

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR

- Degustación de platillos con anona
- Exposición y venta de productos artesanales y agrícolas locales
- Espectáculos artísticos

TIPO DE TURISTA

LOCAL	☒	NACIONAL	☒	EXTRANJERO	☐

ESTADO ACTUAL DE CONSERVACIÓN

EXCELENTE	☐	BUENO	☐	NECESITA ACONDICIONAMIENTO	☒

ACCESO AL RECURSO

CAMINANDO	☒	MOTO TAXI	☒	VEHICULO 4X4	☒
AUTOMÓVIL	☒	AUTOBÚS PÚBLICO	☐	CAMIÓN	☒
MOTOCICLETA	☐	AUTOBÚS PRIVADO	☐	OTRO:	☐

TIPO DE ACCESO

GRATIS	☒	PAGO DE PARQUEO	☐	PAGO DE ENTRADA ☐	
RUTAS DE ACCESO					
Calle Córdova, contiguo a la iglesia católica.					
EPOCA DE VISITA					
TODO EL AÑO	☐	POR TEMPORADA: Mes de Agosto			
INFRAESTRUCTURA					
DENTRO DEL RECURSO		FUERA DEL RECURSO			
AGUA	☒	AGUA	☒		
LUZ	☒	LUZ	☒		
TELEFONIA	☒	TELEFONIA	☒		
INTERNET	☐	INTERNET	☐		
SEÑALIZACIÓN	☐	SEÑALIZACIÓN	☐		
DESAGÜE	☐	DESAGÜE	☐		
SERVICIOS FUERA DEL ATRACTIVO					
RESTAURANTE	☐	SEGURIDAD	☒	BAÑOS PÚBLICOS	☐
CAFETERIA	☐	TRANSPORTE	☒	RECREACIÓN	☒
ALOJAMIENTO	☐	BANCOS/CAJEROS	☐	MAPAS/GUIAS	☐
CENTROS DE SALUD	☐	TIENDAS/MERCADOS	☒		
PROPIEDAD DEL RECURSO					
PÚBLICO	☒	_____		PRIVADO ☐	

D. Criterios de priorización de los atractivos

El establecimiento de criterios de priorización para los recursos y/o atractivos del territorio de Panchimalco pretende determinar por medio de una metodología de evaluación cuantitativa aquellos que se encuentran en un posicionamiento más representativo a nivel turístico, así como aquellos que tengan el mayor potencial de aprovechamiento. Esto como parte del proceso comparativo que permite establecer

un orden de importancia de los recursos turísticos previamente identificados. Los criterios de priorización se han establecido en base a lo identificado preliminarmente en base a las entrevistas y recopilación de información secundaria, además en conjunto con la unidad de turismo de Panchimalco.

Criterios de priorización

Tabla 23. Criterios de priorización de los activos de Panchimalco

Criterio	Descripción
Atractivo Natural	Se refiere a las características singulares y relevantes del recurso natural que lo hacen potencialmente turístico, considerando la belleza escénica, la diversidad natural, la presencia de flora y fauna únicas, la existencia de fenómenos naturales, etc. Según Weaver (2001), la evaluación del estado de conservación es fundamental para identificar los impactos del turismo en los ecosistemas y para desarrollar estrategias de mitigación. Además, Hall (2009) señala que la comprensión de los atributos naturales de un destino es esencial para desarrollar productos turísticos auténticos y diferenciados.
Accesibilidad y acondicionamiento	Se refiere a la facilidad con la que se puede llegar al atractivo turístico y la disponibilidad de infraestructura y servicios para los visitantes, considerando la distancia a los centros poblados, la calidad de las vías de acceso, la disponibilidad de transporte, la existencia de servicios básicos y turísticos, la seguridad del lugar, etc. Butler (1980) enfatiza la importancia de una infraestructura adecuada para garantizar un flujo eficiente de visitantes y minimizar los impactos negativos en el entorno. Por su parte, Weaver (2001) destaca que la accesibilidad debe equilibrarse con la necesidad de proteger los recursos naturales y culturales.
Grado de aprovechamiento	Se refiere al nivel de desarrollo turístico del atractivo natural, considerando la cantidad de visitantes que recibe y la oferta de servicios turísticos existentes, analizando la cantidad de visitantes

	que recibe el atractivo en comparación con su capacidad de carga, la diversidad de servicios turísticos disponibles, la calidad de la oferta, la existencia de paquetes turísticos, etc. Hall (2009) sostiene que es necesario analizar la demanda turística, la oferta de servicios y la capacidad de los ecosistemas para soportar el turismo. Además, este criterio se relaciona con el concepto de ciclo de vida de los destinos turísticos propuesto por Butler (1980), ya que permite identificar la etapa de desarrollo en la que se encuentra un atractivo y las medidas necesarias para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.
Estado de conservación	Se refiere al grado en que el recurso natural se encuentra preservado de impactos ambientales y actividades humanas, analizando la calidad del agua y el aire, la presencia de especies amenazadas, la existencia de áreas protegidas, la implementación de prácticas sostenibles, la gestión de residuos, etc. Weaver (2001) enfatiza que la evaluación del estado de conservación permite identificar los impactos negativos del turismo en los ecosistemas y desarrollar estrategias de mitigación. Además, Prentice (1993) señala que la conservación de los recursos naturales es un principio clave de la gestión turística sostenible.
Flujo de turistas/Demanda	Se refiere a la cantidad de visitantes que recibe el atractivo turístico en un período determinado y las características de estos visitantes, analizando el número de visitantes por temporada, la procedencia de los turistas, el perfil de los visitantes, las tendencias del mercado turístico, la capacidad de carga del atractivo, etc. Según Weaver (2001), el conocimiento de la demanda turística permite identificar los segmentos de mercado más importantes, evaluar la estacionalidad y prever futuras tendencias. Además, la medición del flujo de turistas es esencial para determinar la capacidad de carga de un atractivo y evitar la sobreexplotación.

Potencial de Desarrollo	Se refiere a la capacidad que tiene un atractivo turístico para convertirse en un destino turístico relevante, considerando factores como posibilidad de invertir en infraestructura, acondicionamiento y promoción. Este criterio incluye el análisis de la proyección futura del atractivo basado en factores como su ubicación estratégica, la riqueza de sus recursos naturales o culturales no explotados. Según Butler (1980), es esencial identificar los atractivos que se encuentran en las primeras etapas de su ciclo de vida turístico y que presentan un potencial significativo para ser transformados en destinos turísticos exitosos mediante una planificación adecuada y la inversión en desarrollo.
Publicaciones	Se refiere a la existencia de material informativo y promocional sobre el atractivo turístico, incluyendo guías, mapas, folletos, artículos en revistas, páginas web, etc., analizando la cantidad y calidad del material informativo disponible, la actualización de la información, la accesibilidad del material (idiomas, formatos), la efectividad de las estrategias de promoción, el impacto en la demanda turística, etc. Según Prentice (1993), la información disponible sobre un atractivo influye en la decisión de los turistas de visitarlo. Además, la calidad y cantidad de publicaciones pueden ser utilizadas como un indicador del nivel de interés y conocimiento sobre un determinado destino.

Ponderación de criterios

Con la finalidad de automatizar los resultados de la aplicación de los criterios, se asigna un factor de ponderación en base al criterio del investigador considerando lo descrito en la tabla 15 por los autores Butler, R.W., Weaver, D.B., y Prentice, R. A continuación, se detalla la ponderación de criterios con base en la de matriz de priorización, siendo los mismos aplicables a todas las categorías de recursos turísticos.

Tabla 24. Ponderación de los criterios de priorización de los atractivos turísticos.

Criterio	Ponderación
Atractivo Natural	1
Accesibilidad y acondicionamiento	1.5
Grado de aprovechamiento	1.5
Estado de conservación	1.5
Flujo de turistas/Demanda	1
Potencial de Desarrollo	3
Publicaciones	0.5

Análisis Técnico y Justificación de las Ponderaciones

Para cada una de las ponderaciones propuestas se desglosa a continuación los factores considerados en su asignación:

- **Atractivo Natural (1):** Esta ponderación se asume ya que todos los atractivos evaluados poseen un cierto nivel de atractivo natural y que este factor no es el principal diferenciador entre ellos.
- **Accesibilidad y Acondicionamiento (1.5):** Una ponderación de 2 indica que la accesibilidad y el acondicionamiento son factores importantes, pero no los más determinantes. Se considera que, aunque la accesibilidad es necesaria para atraer turistas, otros factores como el atractivo natural y el estado de conservación también son cruciales.
- **Grado de Aprovechamiento (1.5):** Esta ponderación sugiere que el nivel de desarrollo turístico es un factor relevante, pero que debe equilibrarse con otros criterios. Esto con el fin de lograr identificar oportunidades de inversión turística.
- **Estado de Conservación (1.5):** Una ponderación de 2 indica que la conservación del medio ambiente es un factor importante que considerar. Esta ponderación es adecuada dado que el plan se enfoca en la sostenibilidad del turismo y garantizar la protección de los recursos naturales.
- **Flujo de turistas/Demanda (1):** Esta ponderación sugiere que la demanda turística es un factor relevante principalmente para determinar la capacidad

de carga de los diferentes atractivos y así mismo su potencial, pero que no debe ser el único criterio determinante.

- **Potencial de Desarrollo (3):** Una ponderación de 3 indica que el potencial de desarrollo que tenga un atractivo turístico es el factor más relevante por considerar para priorizar los atractivos, ya que esto nos muestra cuales son los principales atractivos a los cuales se les debe invertir para explotar.
- **Publicaciones (0.5):** Una ponderación de 1 indica que la existencia de publicaciones es un factor para considerar, pero que no es el más importante. Esta ponderación es adecuada ya que la información disponible sobre un atractivo puede influir en la decisión de los turistas, pero que otros factores son más determinantes.

La asignación de la calificación de cada criterio de evaluación se realizará considerando lo siguiente:

Tabla 25. Definición de la escala de calificación por cada criterio de priorización.

Criterio	Consideración	Calif.
Atractivo Natural	Cuenta con contacto cercano a flora y fauna diversa.	3
	Cuenta con poco contacto cercano a flora y fauna diversa.	2
	No cuenta con contacto cercano a flora y fauna diversa.	1
Accesibilidad y acondicionamiento	Cuenta con carreteras pavimentadas de acceso y con 2 o más rutas de transporte público a la zona	4
	Cuenta con carreteras de tierra de acceso y con al menos una ruta de transporte público a la zona	3
	Cuenta con carreteras de tierra de acceso y sin rutas de transporte público a la zona	2
	No cuenta con carreteras de acceso y no cuenta con rutas de transporte público a la zona	1

Grado de aprovechamiento	El número de visitantes anuales es alto y cuenta con más de 3 ofertas de servicios turísticos.	3
	El número de visitantes anuales es de regular y cuenta con 1 a 3 ofertas de servicios turísticos.	2
	El número de visitantes anuales es bajo y no cuenta ofertas de servicios turísticos.	1
Estado de conservación	El nivel de contaminación es bajo y además cuenta con prácticas sostenibles en la gestión del atractivo	3
	El nivel de contaminación es regular, pero no cuenta con prácticas sostenibles en la gestión del atractivo	2
	El nivel de contaminación es alto y no cuenta con prácticas de sostenibles en la gestión del atractivo	1
Flujo de turistas/Demanda	Los visitantes son turistas nacionales y extranjeros	3
	Los visitantes son turistas nacionales	2
	Los visitantes son turistas locales	1
Potencial de Desarrollo	Tiene un alto potencial de desarrollo, con posibilidades de mejorar la infraestructura, aumentar la oferta de servicios y atraer más visitantes.	4
	Tiene un moderado potencial de desarrollo, con algunas posibilidades de mejorar la infraestructura, aumentar la oferta de servicios y atraer más visitantes.	3
	El atractivo tiene un bajo potencial de desarrollo, ya que no presenta oportunidades claras de expansión o mejora.	2
	El atractivo está completamente desarrollado y no se anticipan oportunidades para un desarrollo adicional.	1
Publicaciones	Cuenta con página web y al menos 5 publicaciones anuales del atractivo en diversos medios publicitarios.	4

	No cuenta con página web, pero si con 3 a 4 publicaciones anuales del atractivo en diversos medios publicitarios	3
	No cuenta con página web, pero si con 1 a 2 publicaciones anuales del atractivo en diversos medios publicitarios	2
	No cuenta con página web y tampoco con publicaciones anuales del atractivo en los diversos medios publicitarios	1

Finalmente se presenta la tabla de equivalencia, la cual se utilizará para comparar los puntos totales de un recurso turístico en base a la escala asignada a los criterios y su máxima ponderación y que permite determinar la jerarquía correspondiente.

Tabla 26. Jerarquía de la calificación de los atractivos turísticos.

Jerarquía	Puntaje Total	Descripción
4	26 a 30 puntos	El atractivo turístico presenta características excepcionales en todos los criterios evaluados, lo que lo convierte en un destino turístico de alto potencial.
3	21 a 25 puntos	El atractivo turístico presenta características notables en la mayoría de los criterios evaluados, lo que lo convierte en un destino turístico con potencial considerable.
2	10 a 20 puntos	El atractivo turístico presenta características básicas en algunos de los criterios evaluados, lo que lo convierte en un destino turístico con potencial limitado.
1	1 a 10 Puntos	El atractivo turístico no presenta las características mínimas necesarias para ser considerado un destino turístico viable.

E. Evaluación de los atractivos

Retomando los lugares turísticos identificados y descritos en los apartados anteriores y los criterios de priorización con sus respectivas ponderaciones se desglosa en la tabla 19 la aplicación de la evaluación por medio de la matriz ponderada.

Tabla 27. Evaluación de los atractivos turísticos.

Recurso turístico	Criterio de evaluación	Atractivo natural	Accesibilidad y acondicionamiento	Grado de aprovechamiento	Estado de conservación	Flujo de turistas/Demanda	Potencial de desarrollo	Publicaciones	Total	Jerarquía
	Ponderación	1	1.5	1.5	1.5	1	3	0.5		
La puerta del diablo	Calificación	3	4	3	3	3	1	4		
	Calif. Ponderada	3	6	4.5	4.5	3	3	2	**26**	4
Parque Balboa	Calificación	3	4	3	3	3	2	4		
	Calif. Ponderada	3	6	4.5	4.5	3	6	2	**29**	4
Parque de la Familia	Calificación	3	4	3	3	2	2	2		
	Calif. Ponderada	3	6	4.5	4.5	2	6	1	**27**	4
Parque acuático de Panchimalco	Calificación	3	4	2	2	1	2	3		
	Calif. Ponderada	3	6	3	3	1	6	1.5	**23.5**	3
Polideportivo	Calificación	2	3	2	2	1	3	2		
	Calif. Ponderada	2	4.5	3	3	1	9	1	**23.5**	3
El borbollón	Calificación	3	2	1	2	1	4	2		
	Calif. Ponderada	3	3	1.5	3	1	12	1	**24.5**	3
Poza el Amate	Calificación	3	2	1	2	1	3	1		
	Calif. Ponderada	3	3	1.5	3	1	9	0.5	**21**	3
El tembladero	Calificación	3	2	1	2	1	3	1		
	Calif. Ponderada	3	3	1.5	3	1	9	0.5	**21**	3
Cerros y montañas	Calificación	3	3	1	2	2	4	2		
	Calif. Ponderada	3	4.5	1.5	3	2	12	1	**27**	4
Iglesia Santa Cruz de Roma	Calificación	1	4	3	3	3	2	3		
	Calif. Ponderada	1	6	4.5	4.5	3	6	1.5	**26.5**	4
Iglesia Santuario de Fátima	Calificación	1	4	2	3	1	1	1		
	Calif. Ponderada	1	6	3	4.5	1	3	0.5	**19**	2

Mirador los Planes de Renderos	Calificación	2	4	3	2	3	2	3		
	Calif. Ponderada	2	6	4.5	3	3	6	1.5	**26**	4
Parque Escultórico La Puerta del Sol	Calificación	2	4	2	2	3	2	2		
	Calif. Ponderada	2	6	3	3	3	6	1	**24**	3
Ruta animal	Calificación	2	4	2	2	3	2	2		
	Calif. Ponderada	2	6	3	3	3	6	1	**24**	3
Casa de la Cultura	Calificación	1	4	2	2	2	3	3		
	Calif. Ponderada	1	6	3	3	2	9	1.5	**25.5**	3
Casa Taller Encuentro	Calificación	2	4	2	2	3	2	2		
	Calif. Ponderada	2	6	3	3	3	6	1	**24**	3
Telares de cintura	Calificación	1	4	2	2	1	3	2		
	Calif. Ponderada	1	6	3	3	1	9	1	**24**	3
Cofradía de las Flores y las Palmas	Calificación	3	3	3	3	3	3	3		
	Calif. Ponderada	3	4.5	4.5	4.5	3	9	1.5	**30**	4
Fiestas patronales	Calificación	1	4	3	2	2	2	3		
	Calif. Ponderada	1	6	4.5	3	2	6	1.5	**24**	3
Plaza el obelisco	Calificación	2	4	2	2	3	3	2		
	Calif. Ponderada	2	6	3	3	3	9	1	**27**	4
Festival del tamarindo	Calificación	3	2	2	2	2	4	3		
	Calif. Ponderada	3	3	3	3	2	12	1.5	**27.5**	4
Festival de la anona	Calificación	3	2	2	2	2	4	3		
	Calif. Ponderada	3	3	3	3	2	12	1.5	**27.5**	4
Festival de la milpa	Calificación	3	2	2	2	2	3	2		
	Calif. Ponderada	3	3	3	3	2	9	1	**24**	3
Festival del cerdo	Calificación	2	4	2	2	2	3	3		
	Calif. Ponderada	2	6	3	3	2	9	1.5	**26.5**	4

El puntaje total obtenido por cada atractivo refleja su desempeño general en todos los criterios evaluados. La jerarquía asignada a cada atractivo permite clasificarlos de acuerdo con su potencial turístico. Los atractivos con los puntajes más altos se consideran los más atractivos y con mayor potencial turístico. En base a los puntajes obtenidos podemos clasificar los recursos turísticos en recursos turísticos establecidos y recursos turísticos potenciales de la siguiente forma:

Recursos turísticos establecidos:

- La puerta del diablo
- Parque Balboa
- Parque de la Familia
- Iglesia Santa Cruz de Roma
- Mirador los Planes de Renderos
- Cofradía de las Flores y las Palmas
- Plaza el obelisco

Recursos turísticos potenciales:

- El borbollón
- Poza el Amate
- El tembladero
- Cerros y montañas
- Parque Escultórico La Puerta del Sol
- Ruta animal
- Casa de la Cultura
- Casa Taller Encuentro
- Telares de cintura
- Festival del tamarindo, anona y cerdo

F. Inventario de planta turística

El inventario de la planta turística constituye un censo detallado de todos aquellos establecimientos y equipamientos que conforman la oferta turística de un destino. La planta turística es el conjunto de bienes y servicios que satisfacen las necesidades del turista durante su viaje, en otras palabras, es el motor económico que impulsa el desarrollo turístico de una región. Este análisis se limita a datos físicos, sin valorar la calidad de los servicios, sin embargo, es un primer paso fundamental para diagnosticar la oferta turística e identificar las fortalezas y debilidades del destino.

Componentes de la Planta Turística:

- **Alojamiento:** Hoteles, hostales, campamentos, etc.
- **Alimentación:** Restaurantes, bares, cafeterías, etc.
- **Transporte:** Empresas de transporte terrestre, marítimo y aéreo, alquiler de vehículos, etc.
- **Recreación:** Parques temáticos, playas, centros deportivos, etc.
- **Servicios de apoyo:** Agencias de viajes, guías turísticos, servicios de renta de equipos, etc.

En resumen, el inventario de la planta turística es un retrato fiel de la infraestructura turística de un destino. Al conocer en detalle los componentes de la planta, es posible optimizar la gestión turística y garantizar una experiencia satisfactoria. A continuación, se detalla el inventario de planta turística del territorio de Panchimalco:

Tabla 28. Ficha de Hotel Boutique Amatechan perteneciente al inventario de planta turística

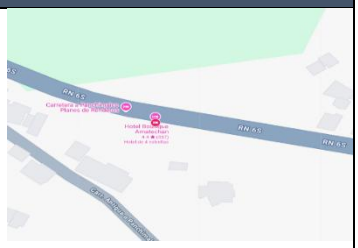
Nombre: Hotel Boutique Amatechan	
Categoría: Alojamiento	
Dirección: Finca Santa Rosa, Km. 10 1/2 Planes de Renderos, San Salvador.	
Horarios: Horarios Oficina Lunes a sábado de 8:00am a 4:00pm Horarios Habitaciones Check in: 3:00 PM - Check out: 11:30 MD	
Ubicación en Maps de Google: JRRC+79 San Salvador	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/amatechan/ Instagram: https://www.instagram.com/hotelboutiqueamatechan/	
Descripción del establecimiento	
Hotel y boutique que ofrece servicios de: Habitaciones (Suite Amatechan, Suite Standar Deluxe, Suite Doble Deluxe, Suite Standard) Eventos (Salones y terrazas, Pastelería) Amatechan cuenta con tres jardines y dos terrazas en las cuales se pueden ofrecer eventos sociales y además cuenta con habitaciones para que se puedan alojar en el establecimiento	

Tabla 29. Ficha de Cabaña Cielo y Luna perteneciente al inventario de planta turística

Nombre: Cabaña Cielo y Luna	
Categoría: Alojamiento	
Dirección: Calle. Loma Larga 14, Los Planes de Renderos	
Horarios: Horarios Oficina Lunes a sábado de 8:00am a 4:00pm Horarios Habitaciones Check in: 14:00-18:00 Check out: 12:00-13:00	
Ubicación en Maps de Google: JRVC+PM Los Planes de Renderos	

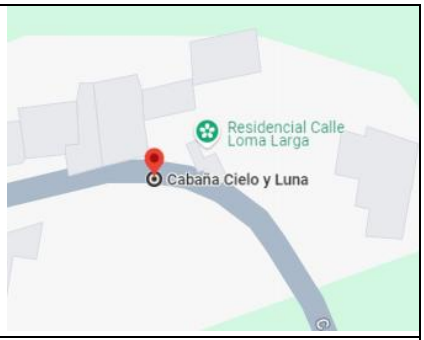
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100084353050519 Instagram: https://www.instagram.com/cabanacieloyluna_/	
Descripción del establecimiento	
La villa Cabaña Cielo Y Luna de 2 dormitorios ofrece habitaciones con vistas al lago. Alojándose en la villa Cabaña Cielo Y Luna, los huéspedes tienen acceso a patio, balcón y zona de estar, así como a una cocina completa.	

Tabla 30. Ficha de Albaclara perteneciente al inventario de planta turística

Nombre: Albaclara	
Categoría: Alojamiento	
Dirección: km 12.8 Carretera hacia Panchimalco, El Salvador	
Horarios: Lunes a sábado: 9:00 am a 12:30 pm / 1:30 pm a 5:00 pm Sábado y domingo: 9:00 am a 4:30 pm sin cerrar al mediodía	
Ubicación en Maps de Google: JRFH+R4 Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/Albaclara Instagram: https://www.instagram.com/albaclara.sv/?hl=es	
Descripción del establecimiento	
-Sala de estar con baño completo, comedor familiar y un diseño particular dedicado a nuestros huéspedes. -2 recámaras: La primera recámara cuenta con 2 literas y una cama individual, así como una cama King-size, servicio de televisión y baño completo. La segunda recámara está equipada con una 2 cama twin y servicio de T.V. Además, cuenta con un salón con capacidad para más de 250 personas, gramal con capacidad de más de 500 personas, parqueo privado, vista panorámica y todos los servicios requeridos para un evento.	

Tabla 31. Ficha de Cueva de Monticello perteneciente al inventario de planta turística

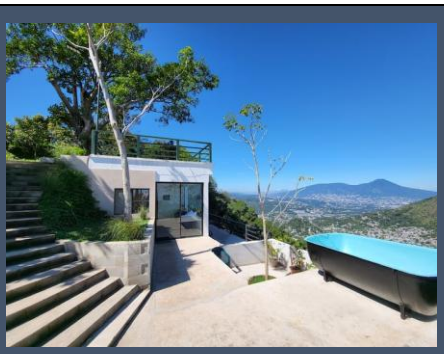
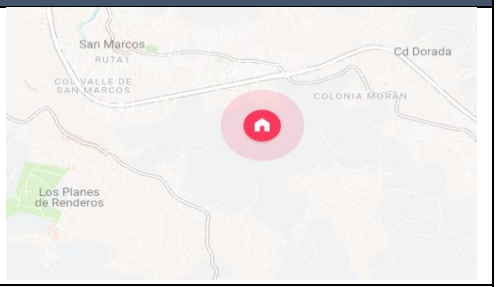
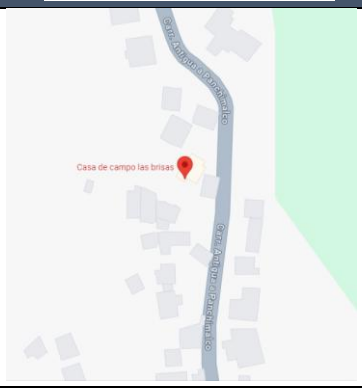
Nombre: Cueva de Monticello	
Categoría: Alojamiento	
Dirección: Calle loma larga, los Planes de Renderos	
Horarios: Horarios Habitaciones Check in: a partir de las 15:00 Check out: antes de las 11:00	
Ubicación en Maps de Google: Planes de Renderos	
Redes Sociales: Instagram: https://www.instagram.com/cueva.monticello/	
Descripción del establecimiento	
Alojamiento tipo Airbnb en el cual se encuentra ubicado en una finca dentro de lo cual ofrece una habitación, alberca exterior privada, área para trabajar, esta cueva en la cima tiene vistas, flor y fauna.	

Tabla 32. Ficha de Casa Campo las Brisas perteneciente al inventario de planta turística

Nombre: Casa de campo las brisas	
Categoría: Alojamiento	
Dirección: Km. 14 y medio Carretera antigua a Panchimalco	
Horarios: Horarios depende del servicio a utilizar	
Ubicación en Maps de Google: JRFF+V65, Carr. Antigua a Panchimalco, Los Planes de Renderos.	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/p/Casa-De-Campo-Las-Brisas-100063964002385/ Instagram: https://www.instagram.com/casadecampolasbrisas/?hl=es	

Descripción del establecimiento
Casa con alojamiento el cual cuenta con 3 habitaciones, 7 camas, 2 baños, 1 sala de juego, 1 piscina, 2 terrazas, 1 quiosco, además en esta casa se puede realizar todo tipo de eventos como baby shower, bodas, cumpleaños y mas

Tabla 33. Ficha de Pedacito de Cielo perteneciente al inventario de planta turística

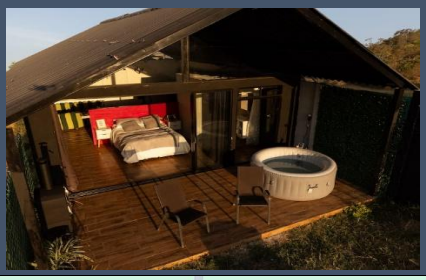
Nombre: Pedacito de cielo	
Categoría: Alojamiento	
Dirección: Cantón Quezalapa lote #2 Panchimalco, San Salvador CP 1101	
Horarios: Horarios depende del servicio a utilizar	
Ubicación en Maps de Google: JR64+QJ San Salvador	
Nùmero telefonico: +503 7913 8705	
Descripción del establecimiento	
Apartamento el cual está situado a 3 km del Parque Balboa y a una distancia de 7 km de la Puerta del Diablo. Este apartamento cuenta con Wifi, además de un aparcamiento privado gratuito para los que viajan en coche, cuenta con cocina completa y el apartamento incluye un balcón, así como vistas al jardín.	

Tabla 34. Ficha del restaurante Masakali perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: Masakali	Masakali Un sabor a tu gusto
Categoría: Restaurante	
Dirección: Barrio Concepción casa n°1, primera calle poniente, Panchimalco	
Horarios: De martes a domingo abierto de 11 am – 9 pm y lunes cerrado	
Ubicación en Maps de Google: JR6C+H4V, primera calle poniente, Panchimalco	

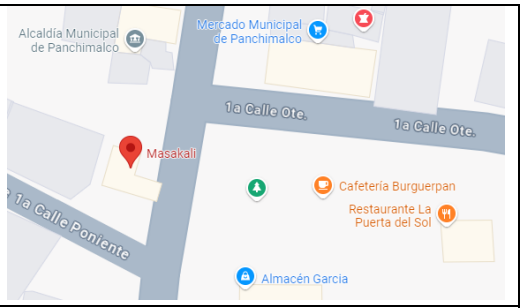
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/Masakali-106846961904537/	
Descripción del establecimiento	
Restaurante familiar ofrece servicios de alimentación específicamente de comida mexicana, entre sus especialidades destacan tacos, tortas, burritos y más. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, así como con servicio de entrega a domicilio en puntos específicos del casco urbano.	

Tabla 35. Ficha del restaurante Jimmy´s Pizza perteneciente al inventario de planta turístico

Nombre: Jimmy´s Pizza	
Categoría: Restaurante	
Dirección: 1 calle poniente, Barrio San Esteban, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo abierto de 10:00 am – 8:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: 1101 San Salvador, Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/jimmyspizzaa Instagram: https://www.instagram.com/_jimmyspizza/ Correo electrónico: jimmyspizzagerencia@gmail.com	
Descripción del establecimiento	
Restaurante familiar ofrece servicios de alimentación específicamente de pizzas artesanales de diferentes especialidades y tamaños. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, así como con servicio de entrega a domicilio.	

Tabla 36. Ficha del restaurante la puerta del sol perteneciente al inventario de planta turístico

Nombre: Restaurante La Puerta del Sol Panchimalco.	
Categoría: Restaurante y café	
Dirección: Calle principal Barrio San Esteban, frente a Alcaldía Municipal dentro del Parque Escultórico La Puerta del Sol, Panchimalco, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo abierto de 7:00 am – 5:30 pm	
Ubicación en Maps de Google: JR6C+G8V, Calle principal Barrio San Esteban	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/lapuertadelsolpanchimalco/ Correo electrónico: lapuertadelsolpanchimalco@gmail.com	
Descripción del establecimiento	
Restaurante familiar ofrece servicios de alimentación y cafetería, su menú incluye desayunos, almuerzos, cenas y platillos tradicionales salvadoreños. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, pero no cuentan con servicio de entrega a domicilio.	

Tabla 37. Ficha de la panadería y pastelería Amyli perteneciente al inventario de planta turístico

Nombre: Panadería Y Pastelería Amyli	
Categoría: Cafetería	
Dirección: 3ra calle poniente, Panchimalco, San Salvador	
Horarios: De lunes a domingo abierto de 5:00 am – 8:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JR5C+Q78, Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/panaderiaypasteleriaamily/	

Descripción del establecimiento
Panadería y pastelería local, ofrece servicios de cafetería, ofrece variedad en pan dulce, pan francés y pasteles

Tabla 38. Ficha de la pastelería y cafetería Hojaldre perteneciente al inventario de planta turístico

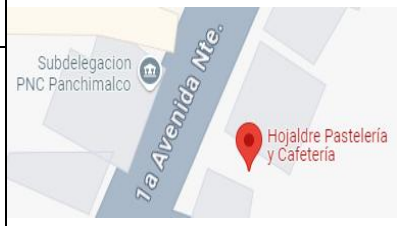
Nombre: Hojaldre Pastelería y Cafetería	
Categoría: Cafetería	
Dirección: Panchimalco 1a Avenida Norte, Frente a Subdelegación PNC Panchimalco, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo abierto de 7:00 am – 7:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: 1a Avenida Nte., Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/Panaderiaypasteleriahojaldre/ Tik tok: https://www.tiktok.com/@hojaldre_	
Descripción del establecimiento	
Pastelería y cafetería local, ofrece variedad en pan dulce, pan francés y pasteles. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, además de servicio de entrega a domicilio.	

Tabla 39. Ficha del restaurante curva los quemados pertenecientes al inventario de planta turístico

Nombre: Curva Los Quemados	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Barrio San Esteban, Carretera a San Salvador, Panchimalco	
Horarios: jueves a domingo abierto de 6:00 pm a 10:00 pm, lunes, martes y miércoles cerrado	
Ubicación en Maps de Google: JR7C+628, Panchimalco	

Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/p/Curva-Los-Quemados-100066402973590/ Instagram: https://www.instagram.com/curvalosquema2/	
Descripción del establecimiento	
Pupusería local ofrece servicios de alimentación, ofrece platillos tradicionales salvadoreños. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, pero no cuentan con servicio de entrega a domicilio.	

Tabla 40. Ficha del restaurante curva los boomwalos perteneciente al inventario de planta turístico

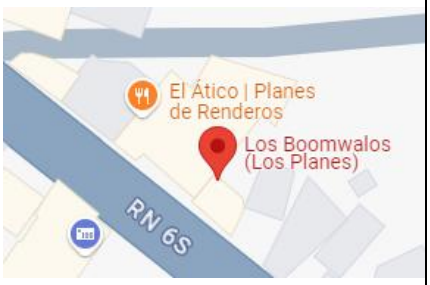
Nombre: Los boomwalos	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Km 10 1/2 Planes de Renderos, San Salvador, El Salvador	
Horarios: lunes a domingo de 10:00 am - 10:00 pm, fin de semana de 7:00 am a 10:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JR7C+7CM, Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/LosBoomwalos/ Instagram: https://www.instagram.com/losboomwalos/ Tik tok: https://www.tiktok.com/@losboomwalossv	
Descripción del establecimiento	
Restaurante que ofrece servicios de alimentación, ofrece platillos tradicionales salvadoreños como platillo principal las pupusas, pero además una variedad de tacos, tortas, entre otros. Así como desayunos, almuerzos y cenas. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, pero no cuentan con servicio de entrega a domicilio.	

Tabla 41. Ficha de la cafetería Polos garden & café perteneciente al inventario de planta turístico

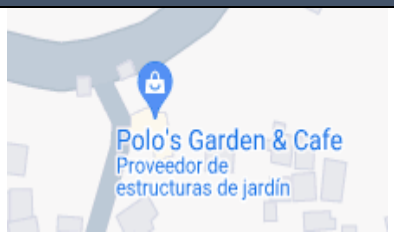
Nombre: Polos Garden & Café	
Categoría: Cafetería	
Dirección: La Flecha, Panchimalco, Km 16 por el Desvío, San Salvador, El Salvador	
Horarios: lunes a viernes abierto de 1:00 pm a 6:30 pm, fin de semana de 8:30 am – 6:30 pm	
Ubicación en Maps de Google: Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/polos.garden.and.cafe/ Instagram: https://www.instagram.com/poloscoffeesv/	
Descripción del establecimiento	
Cafetería que ofrece servicios de alimentación, ofrece platillos variedad de postres y café, además de la oportunidad de comprar diferentes tipos de plantas. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, pero no cuentan con servicio de entrega a domicilio.	

Tabla 42. Ficha del ecoparque y restaurante mi finca Guadalupe perteneciente al inventario de planta turístico

Nombre: Mi Finca Guadalupe	
Categoría: Restaurante y Ecoparque	
Dirección: Km 15.6, Carretera a Panchimalco, San Salvador, El Salvador.	
Horarios: lunes a domingo abierto de 8:00 am – 4:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JR98+CJV, RN 6S, Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/mifincaguadalupe/ Instagram: https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Restaurante y ecoparque que ofrece servicios de alimentación, camping, senderismo, barbacoa y espacios recreativos. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, pero no cuentan con servicio de entrega a domicilio.	

Tabla 43. Ficha del restaurante y café Santa Cruz perteneciente al inventario de planta turístico

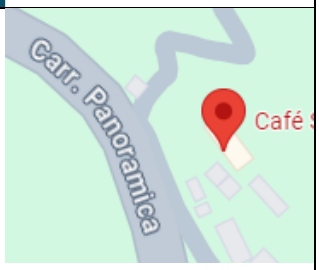
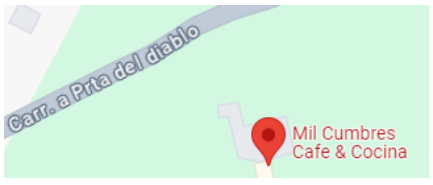
Nombre: Café Santa Cruz	
Categoría: Restaurante y Café	
Dirección: Kilometro 24 carretera panorámica, San Francisco Chinameca	
Horarios: De lunes a viernes abierto de 11:00 am – 8:00 pm, fines de semana de 8:00 am – 10:00 pm.	
Ubicación en Maps de Google: Mil cumbres, Calle principal, Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/CafeSantaCruzsv/ Instagram: https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/https://www.instagram.com/cafesantacruzsv/	
Descripción del establecimiento	
Restaurante y café que ofrece servicios de alimentación, bebidas frías y calientes, postres, pupusas de especialidad y asados. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, pero no cuentan con servicio de entrega a domicilio.	

Tabla 44. Ficha del restaurante y café mil cumbres café y cocina del campo perteneciente al inventario de planta turístico

Nombre: Mil Cumbres Café & Cocina del Campo	
Categoría: Restaurante y Café	
Dirección: 700 metros adelante de la Puerta del Diablo, Planes de Renderos, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo de 8:00 am – 7:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JR94+HC9, Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/MilCumbresCafe/ Instagram: https://www.instagram.com/milcumbrescafeycocina/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	

Descripción del establecimiento
Restaurante y café, su especialidad son las carnes asadas a la parrilla, que son preparadas en una parrilla al aire libre, además cuenta con una amplia selección de vinos y cervezas artesanales para complementar tu comida. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, pero no cuentan con servicio de entrega a domicilio.

Tabla 45. Ficha del restaurante Quinta Los Gabos perteneciente al inventario de planta turístico

Nombre: Quinta Los Gabos	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Carretera a la puerta del diablo, Planes de Renderos, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo de 8:00 am – 7:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JRJ6+F43, Carretera a Puerta del diablo, Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/quintalosgabos/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Es una casa de campo que ha sido adecuada para funcionar como restaurante, vivero y café donde también se realizan eventos sociales a partir de reservaciones para eventos privados.	

Tabla 46. Ficha de la cafetería Kauani perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: Café Kauani	
Categoría: Cafetería	
Dirección: Colonia Las Neblinas N 14-15, km 11 1/2 Carretera a La Puerta del diablo, Planes de Renderos, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: miércoles y jueves abierto de 1:00 pm – 8:00 pm y de viernes a domingo abierto de 8:00 am a 8:00 pm, lunes y martes cerrado.	
Ubicación en Maps de Google: Planes de Renderos sobre carretera a La, Carretera a puerta del diablo, Los Planes de Renderos	

Redes Sociales: Facebook: https://es-es.facebook.com/CafeKauani/ Correo electrónico: cafe.kauani@gmail.com https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Café 100% salvadoreño de la cordillera de Ilamatepec y Volcán de San Vicente. grano selecto de línea Gourmet, además brinda variedad de postres y más. Cuenta con servicio para disfrutar de sus platillos en su local, servicio para llevar, pero no cuentan con servicio de entrega a domicilio.	

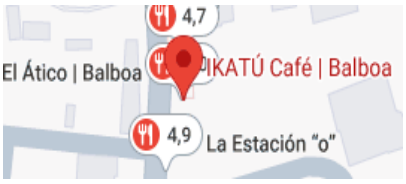
Tabla 47. Ficha de la pupusería Lo Nuestro perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: Pupusería Lo Nuestro	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Pupusodromo Parque Balboa, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: De martes a domingo abierto de 9:00 am – 9:00 pm y el lunes de 11:00 am – 9:00 pm.	
Ubicación en Maps de Google: Carretera a puerta del diablo, Los Planes de Renderos CP 1101	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/p/Pupuseria-Lo-Nuestro-100054172106224/ Correo electrónico: pupuserialonuestro_1980@hotmail.com https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Pupusería con larga trayectoria y con un excelente sabor y servicio a sus clientes.	

Tabla 48. Ficha del restaurante La estación “O” perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: La Estación “O”	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Rn6, Carretera Puerta Del Diablo, a un costado del Parque Balboa, Planes de Renderos, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: De miércoles a domingo abierto de 12:00 pm – 8:30 pm, y lunes y martes cerrado.	
Ubicación en Maps de Google: JRR7+P5W, Carretera a puerta del diablo, Los Planes de Renderos	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/laestaciono/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Restaurante que ofrece comida mexicana, papas y hamburguesas, sus instalaciones son formadas por un bus convertido en restaurante, ubicado en la altura y aire fresco.	

Tabla 49. Ficha del restaurante y cafetería Ikatú Café perteneciente al inventario de planta turístico.

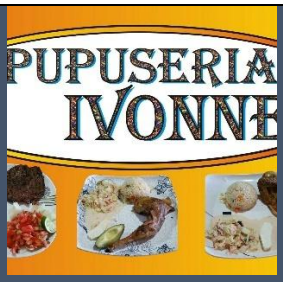
Nombre: IKATÚ Café Balboa	
Categoría: Restaurante y cafetería	
Dirección: Redondel Obelisco, Los planes de Renderos, calle, Panchimalco CP 1127	
Horarios: De lunes a domingo abierto de 7:00 am – 10:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JRR7+R6 Panchimalco	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/ikatucafesv/ Instagram: https://www.instagram.com/ikatucafesv/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	

Café Ecológico rodeado de naturaleza, ambiente y clima fresco que caracteriza Los Planes de Renderos. Ubicados a sólo 20 minutos de la capital, ofrece café de altura, típicos, pupusas, asados, pizzas artesanales, pastas, ensaladas, sándwiches, desayunos, bebidas frías, calientes, y amplia variedad en postres.

Tabla 50. Ficha del restaurante Frida comida mexicana perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: Frida Cocina Mexicana	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Residencial Balboa, Planes de Renderos, Calle al Parque Balboa, #25, San Salvador, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo abierto de 11:00 am – 9:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JRR7+V55 Residencial Balboa, Planes de Renderos, Calle 25, San Salvador	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/Fridacocinamexicanasv/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Restaurante que ofrece comida mexicana y ambiente atractivo para sus clientes.	

Tabla 51. Ficha de la pupusería Ivonne perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: Pupusería Ivonne	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Casa matriz Parque Balboa sector "la meta" local #2 Suc. Obelisco, Carr. parque Balboa #26, San Salvador, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo abierto de 7:00 am – 9:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JRR7+X4J, Los Planes de Renderos	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/pupuseria.ivonne/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	

Descripción del establecimiento
Pupusería con larga trayectoria y con un excelente sabor y servicio a sus clientes.

Tabla 52. Ficha de la pupusería ABBI perteneciente al inventario de planta turístico.

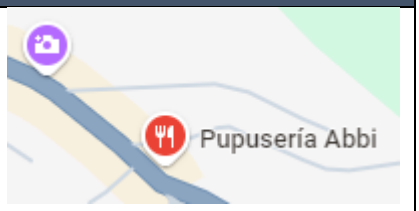
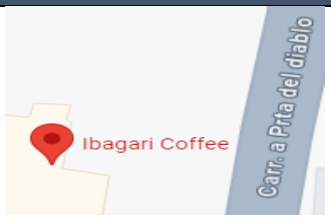
Nombre: Pupusería ABBI	
Categoría: Restaurante	
Dirección: San Salvador, Los planes de Renderos, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo abierto de 8:00 am – 10:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: RN 6S KM 10, Planes de Renderos	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/abbipupuseria https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Pupusería con larga trayectoria y con un excelente sabor y servicio a sus clientes.	

Tabla 53. Ficha del restaurante y cafetería Ibagari Coffee perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: Ibagari Coffee	
Categoría: Restaurante y café	
Dirección: Calle al Parque Balboa, #295, Km 9.5, Los Planes de Renderos, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo abierto de 7:00 am – 10:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: Calle al Parque Balboa, #295, Km. 9.5, Los Planes de Renderos CP 1127	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/ibagaricoffeesv/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	

El lugar es una combinación de bistró, es decir, un pequeño restaurante popular en Francia, que ofrece deliciosos postres y bebidas a base de café entre otras. Eso lo rescata Ibagari y agrega un menú más amplio, con un giro que lo hace diferente: una terraza acogedora a cielo abierto que tiene por vista las curvas de los cerros de Huizúcar.

Tabla 54. Ficha del restaurante Mary perteneciente al inventario de planta turístico.

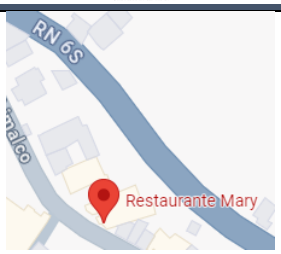
Nombre: Restaurante Mary	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Km 10 1/2 Carretera Antigua a Panchimalco, Panchimalco, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo de 11:30 am – 11:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JRR9+Q6R, Carretera Antigua a Panchimalco, Los Planes de Renderos	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/RestauranteMaryPupuseria/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Restaurante de los Planes de Renderos, con la amplia variedad en platos de carnes, mariscos, cocteles, entre otros.	

Tabla 55. Ficha de Pizzería Franck perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: Pizzería Franck	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Calle al parque Balboa frente a la iglesia de Fátima, San Salvador, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo de 11:00 am – 8:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: JRV6+HW4, Carretera, Panchimalco	

Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/people/Pizzeria-Franck/100067178156790/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Restaurante de pizza artesanal con gran trayectoria en los Planes de Renderos	

Tabla 56. Ficha de pupusería El Ático perteneciente al inventario de planta turístico.

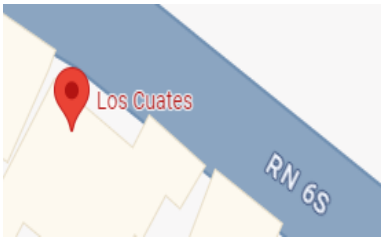
Nombre: El Ático	
Categoría: Restaurante	
Dirección: El Ático RN 6S, Planes de Renderos, Los Planes, El Salvador	
Horarios: De lunes a domingo de 8:00 am – 11:00 pm	
Ubicación en Maps de Google: RN 6S, Planes de Renderos	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/elaticorestaurante/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Pupusería y restaurante familiar, con larga trayectoria y reconocimiento por su sabor y calidad por visitantes nacionales y extranjeros.	

Tabla 57. Ficha del restaurante Buena vista perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: Restaurante Buena Vista	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Calle al mirador de los planes de Renderos, Panchimalco	
Horarios: De lunes a domingo de 11:00 am – 10:30 pm	

Ubicación en Maps de Google: JRV8+P57, Los Planes de Renderos	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/PUPUSERIABUENAVISTA/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Restaurante de comida mexicana, ofrece asados a la parrilla, mariscos, pupusas, cocteles y refrescos, acompañados de una increíble vista.	

Tabla 58. Ficha del restaurante Los Cuates perteneciente al inventario de planta turístico.

Nombre: Los Cuates	
Categoría: Restaurante	
Dirección: Plaza Torola local #5 colonia Miramar, san salvador, Planes de Renderos, El Salvador	
Horarios: De miércoles a lunes de 11:30 am – 8:30 pm, martes cerrado	
Ubicación en Maps de Google: JRW7+377, RN 6S, San Salvador	
Redes Sociales: Facebook: https://www.facebook.com/loscuatessv/ https://www.instagram.com/mifincaguadalupe/	
Descripción del establecimiento	
Los Cuates ofrece platillos con el auténtico sabor de la comida mexicana, tacos, burritos, tortas y más.	

Además, se consideran los siguientes lugares con menor alcance en redes sociales y la web que brindan servicios de alimentación en el territorio de Panchimalco:

Tabla 59. Ficha de servicios de alimentación que pertenecen al inventario de planta turística

Nombre	Categoría	Tipo de comida	Especialidades	Dirección	Horario de atención
Bamboo Típicos y Más	Restaurante	Comida típica salvadoreña	Pupusas, platos a la parrilla	JR6C+83W, Panchimalco, El Salvador.	Lun-Dom: 9:00 AM - 9:00 PM
Cafetería Burguerpan	Cafetería	Comida rápida	Hamburguesas, sándwiches	1a Calle Ote. 50, Panchimalco CP 1127, El Salvador.	Lun-Vie: 10:00 AM - 6:00 PM
Pancho's fast food	Restaurante	Comida rápida	Hamburguesas, papas fritas	2a Avenida Nte., Panchimalco, El Salvador.	Lun-Vie: 10:00 AM - 6:00 PM
Azados Mary	Restaurante	Comida hondureña	Asados, baleadas	Km 10 1/2 Carretera Antigua a Panchimalco, Panchimalco, El Salvador	Lun-Dom: 11:00 AM - 9:00 PM
Comedor Cintia	Restaurante	Comida típica salvadoreña	Platos caseros	JR5C+FHW, Av. La Paz, Panchimalco	Lun-Dom: 10:00 AM - 8:00 PM
DELICIOUS Comida Peruana	Restaurante	Comida peruana	Ceviche, lomo salteado	En la parada del indio, pegado a la PNC, Panchimalco # 6, carretera a San Salvador	Lun-Dom: 11:00 AM - 9:00 PM
Pupusería Angélica	Pupusería	Pupusas, comida típica	Pupusas revueltas, loroco	Parque Balboa, Los Planes de Renderos	Lun-Dom: 7:00 AM - 9:00 PM
Mamatey cocina típica salvadoreña	Restaurante	Comida típica salvadoreña	Platos tradicionales	Sector la meta, Parque Balboa local 3, Planes de Renderos	Lun-Dom: 9:00 AM - 9:00 PM
La Plazuela	Restaurante	Comida típica salvadoreña	Pupusas, platos a la carta	JRP6+HQ5, Los Planes de Renderos	Lun-Dom: 10:00 AM - 8:00 PM
Pupusería Ely	Pupusería	Pupusas, comida típica	Pupusas de queso, revueltas	JRP6+MHR, Los Planes de Renderos	Lun-Dom: 7:00 AM - 9:00 PM

Pupusodromo Parque Balboa	Pupusería	Pupusas, comida rápida	Pupusas variadas, hamburguesas	JRR6+523 Pupusodromo Parque Balboa, Parque Balboa, Los Planes de Renderos	Lun-Dom: 8:00 AM - 10:00 PM
Taquería El Obelisco	Taquería	Comida mexicana	Tacos, burritos	Carretera a Puerta del diablo, San Salvador	Lun-Dom: 11:00 AM - 9:00 PM
Del Carmen terraza	Restaurante	Comida típica salvadoreña	Platos a la carta, mariscos	calle a, Parque Balboa, Los Planes de Renderos	Lun-Dom: 7:00 AM - 10:00 PM
Tortas Sarita	Restaurante	Comida rápida	Tortas, sándwiches	JRV8+5WM, Carretera Antigua a Panchimalco, Los Planes de Renderos	Lun-Dom: 7:00 AM - 7:00 PM
Pupusería La Skina	Pupusería	Pupusas, comida típica	Pupusas, platillos combinados	Carretera Antigua a Panchimalco 1, Panchimalco	Mar-Dom: 11:00 AM - 10:00 PM
Pupusería Tampiqueña	Pupusería	Pupusas, comida típica	Pupusas revueltas, loroco	JRV8+HC2, RN 6S, San Salvador	Lun-Dom: 2:00 PM - 9:00 PM
Pupusería La Carmencha	Pupusería	Pupusas, comida típica	Pupusas, platillos combinados	JRV8+J9X, Calle a Planes de Renderos, Panchimalco	Mar-Dom: 12:00 AM - 10:00 PM
Café 1,200	Cafetería	Café, repostería	Café especial, postres	Carretera a Panchimalco km 10.5 frente a mirador, San Salvador	Lun-Dom: 8:00 AM - 8:00 PM
Restaurante Mi Familia	Restaurante	Comida típica salvadoreña	Platos caseros, pupusas	JRV7+QW2, RN 6S, San Salvador	Lun-Dom: 10:00 AM - 8:00 PM
Pupusería Jerusalén	Pupusería	Pupusas, comida típica	Pupusas revueltas, loroco	JRW7+2HC, Carretera Antigua a Panchimalco, Los Planes de Renderos	Lun-Dom: 7:00 AM - 9:00 PM
Taquería tito's	Taquería	Comida mexicana	Tacos, burritos	Calle al mirador planes de Renderos, Panchimalco	Lun-Dom: 11:00 AM - 9:00 PM
Casa KuKu I Planes de Renderos	Restaurante	Comida internacional	Platos fusión, mariscos	Carretera a los Planes de Renderos Km 10, Los Planes de Renderos	Lun-Dom: 12:00 PM - 10:00 PM

Paradas de transporte público.

Es importante conocer las rutas que circulan dentro del territorio de Panchimalco debido a que es medio de transporte por el cual los turistas pueden ingresar al territorio aclarando que no es la única forma.

Para conocer las rutas que circulan en el territorio se verifican las rutas a nivel nacional por medio de la información emitida por el Viceministerio de transporte, consultando esta información, se debe de conocer la trayectoria que estas rutas siguen, para ello es importante realizar lo siguiente:

Paso 1.

Se busca el código de la ruta que se desea conocer el trayecto, para ello se ha tomado en cuenta la página web “Bus.sv”, la cual recopila todas las rutas a nivel nacional y entre la información proporcionada se obtienen los códigos de cada ruta.

Ilustración 25. Entorno de la página web bus sv.

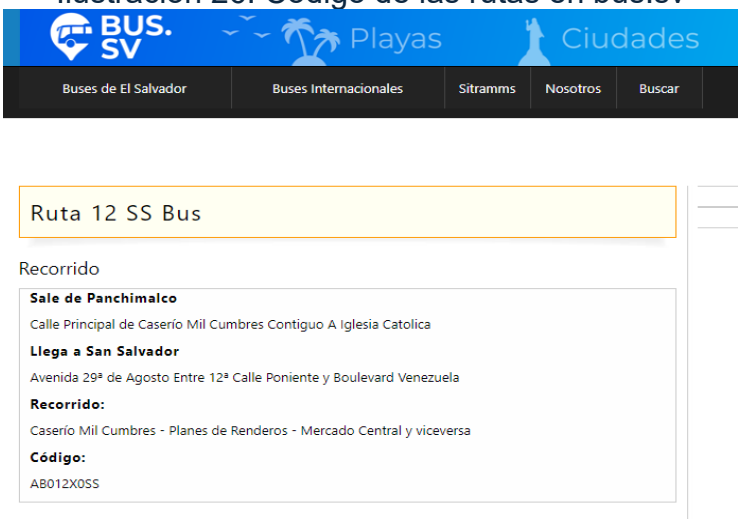


Fuente: Página web Bus.sv

Es importante señalar que se puede filtrar las rutas según el departamento, en la parte izquierda de la tabla se encuentra el número de la ruta, mientras en la parte derecha el recorrido que realizan.

Una vez encontrada la ruta que se necesita conocer la información, se debe de dar clic en esta ruta y se obtiene lo siguiente:

Ilustración 26. Código de las rutas en bus.sv



Fuente: Página web Bus.sv

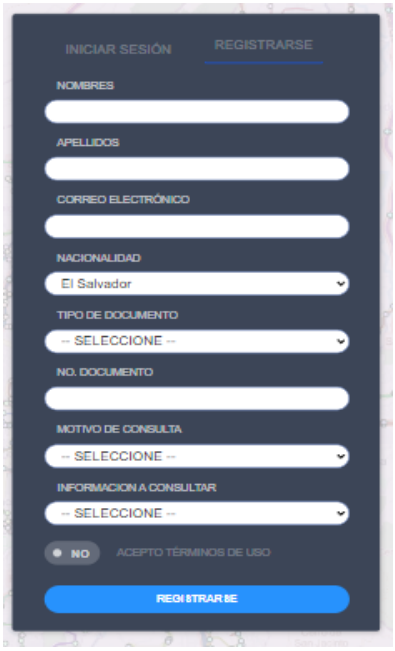
Paso 2

Se ingresa a la página web del Viceministerio de transporte, donde se muestra un mapa donde se encuentran todas las rutas de buses a nivel nacional, para ello es necesario ingresar a la siguiente página: https://www.vmt.gob.sv/transporte-colectivo-en-el-salvador/

Paso 3

Se debe de registrar en la página según la finalidad de la búsqueda, para efectos del trabajo de investigación esta ha sido por fines académicos

Ilustración 27. Registro de la página del VMT

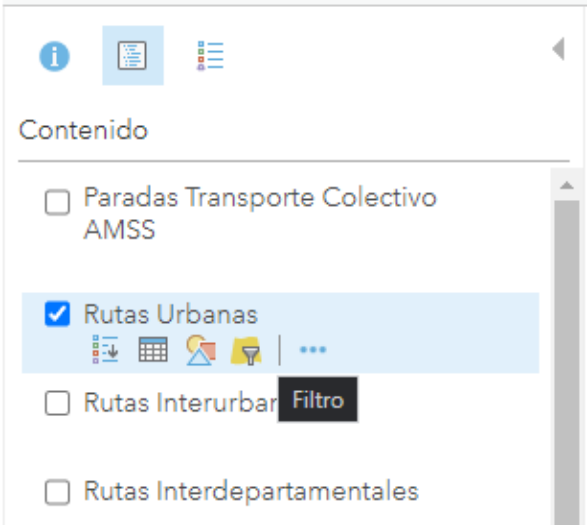


Fuente: Página web Bus.sv

Paso 4

Una vez ingresado en el mapa, en el lateral izquierdo se selecciona la opción de filtrar, ya sea ruta urbana, interurbana o interdepartamental.

Ilustración 28. Opciones de rutas a conocer.



Fuente: Página web Bus.sv

Paso 5

Se selecciona la opción de filtro ubicada en la parte inferior de cada opción de ruta, una vez seleccionada se verá la siguiente ventana emergente:

Ilustración 29. Filtro de las rutas



Fuente: Página web Bus.sv

Se coloca el código de la ruta y debe de dar clic a la opción aplicar filtro y hacer zoom, con ello obtendrán el siguiente resultado.

Ilustración 30. Resultado del filtro



Fuente: Página web Bus.sv

Este proceso se repite para cada una de las rutas que se desean investigar.

Las rutas identificadas para el territorio de Panchimalco son las siguientes:

Ruta 12 (Ruta Interurbana).

Ilustración 31. Información de ruta 12



Recorrido

Sale de Panchimalco

Calle Principal de Caserío Mil Cumbres Contiguo A Iglesia Catolica

Llega a San Salvador

Avenida 29ª de Agosto Entre 12ª Calle Poniente y Boulevard Venezuela

Recorrido:

Caserío Mil Cumbres - Planes de Renderos - Mercado Central y viceversa

Código:

AB012X0SS

Fuente: Página web Bus.sv

Ruta 17-B (Ruta urbana)

Ilustración 32. Información de ruta 17-B



Recorrido

Sale de Panchimalco

Avenida La Paz y Calle Atlacatl

Llega a San Salvador

Avenida Cuscatlan Entre 8ª y 10ª Calle Poniente

Recorrido:

Panchimalco - Planes de Renderos - San Salvador y viceversa

Código:

MB017B0SS

Fuente: Página web Bus.sv

Ruta 17-A (Ruta Urbana)

Ilustración 33. Información de ruta 17-A



Recorrido

Sale de Panchimalco

Calle Principal de Cantón Azacualpa Frente A Iglesia Catolica

Llega a Panchimalco

Calle Hacia Canton San Isidro y Calle La Ronda Base Central

Recorrido:

Cantón Azacualpa - Panchimalco y viceversa

Código:

MB017A0SS

Fuente: Página web Bus.sv

Ruta-17 A 1 (Ruta Urbana)

Ilustración 34. Información de la ruta 17-A1



Recorrido

Sale de Panchimalco

Calle Principal de Cantón Los Troncones Frente A Iglesia Catolica

Llega a Panchimalco

Calle de Canton San Isidro y Calle La Ronda

Recorrido:

Cantón Los Troncones - Panchimalco y viceversa

Código:

MB017A1SS

Fuente: Página web Bus.sv

Es importante tener en cuenta varias condicionantes con respecto a la información obtenida, como las siguientes:

- El sistema de transporte público de Panchimalco no abarca todo el territorio, lo cual lleva a que existen zonas que para el VMT se encuentren incomunicadas.
- No se brinda con certeza los puntos de finalización de la trayectoria de algunas rutas, esto el VMT no lo deja en claro por lo cual puede estar ligado a un cambio en la realidad.

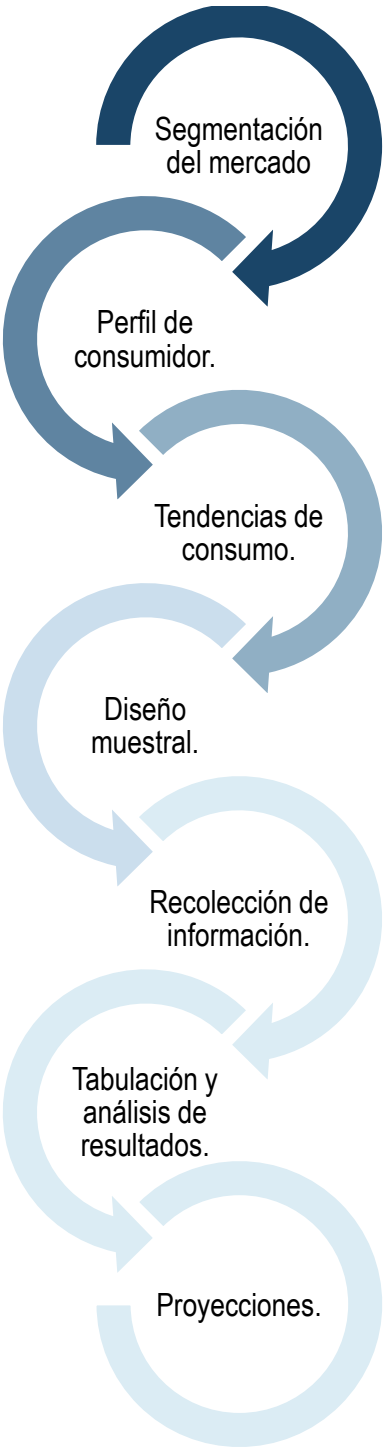
CAPITULO IV:
INVESTIGACIÓN DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS

CAPITULO IV: INVESTIGACIÓN DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS

I. Mercado consumidor

A. Metodología del mercado consumidor

Ilustración 35. Metodología del mercado consumidor



Por medio de un análisis cualitativo se profundizará las diferentes características, necesidades y comportamientos que debe de poseer un grupo de turistas en el mercado los cuales estén interesados en la propuesta turística de Panchimalco.

El perfil del consumidor se dictará según la segmentación del mercado, debido a que con ello se plasman de manera más didáctica las características de los turísticas.

Implica identificar comportamientos, patrones o situaciones que impulsan al turista al consumo de un bien o servicio turístico.

Recolectar una muestra representativa de la población utilizando los datos suministrados por el segmento de mercado y perfil de consumidor, con ello se formula un sistema de recolección de información fidedigna.

Para ello se utilizará la técnica de recolección de información llamada encuesta, se establecerá un sondeo que brinde una primera perspectiva sobre las necesidades y tendencias del turista

En este punto se recopilará de manera clara y ordenada los datos obtenidos para brindar un posterior análisis el cual de paso a las bases de los siguientes apartados del trabajo de investigación.

Para brindar una mayor validez al trabajo realizado se debe de presentar una tendencia esperada del consumo del turismo para así conocer la importancia del proyecto y tomar medias sobre ello.

B. Segmentación de mercado y mercado meta

El objetivo principal de hacer un estudio del mercado de consumo es Indagar sobre las preferencias y tendencias de compra de los consumidores identificando patrones de consumo que se ajusten a las expectativas y necesidades de estos, por esta razón y para tener un mejor análisis se dividirá el mercado en grupos más pequeños según sus intereses y necesidades compartidas como estrategia fundamental para el éxito del plan turístico en el territorio de Panchimalco. Al comprender mejor a los diferentes segmentos de consumidores, el plan podrá adaptar sus estrategias y procesos de manera efectiva para atraer a los visitantes ideales.

En este sentido, el estudio de mercado se enfocará en identificar aquellos segmentos del mercado que se muestren más inclinados hacia las actividades turísticas que se busca ofrecer. De esta manera, podrá optimizarse los recursos y esfuerzos para crear experiencias memorables que satisfagan las expectativas de sus visitantes objetivo.

Tabla 60. Segmentación de mercado según variables.

Perfil demográfico	
Edad	De 14 años en adelante
Sexo	Hombre – Mujer
Nivel socioeconómico	Población económicamente activa (PEA)
Ocupación	Indiferente
Residencia	Nacionales y extranjeros
Perfil psicográfico	
Necesidades	Realizar actividades de ocio y relajación Disfrutar de la naturaleza, infraestructura y gastronomía local, cultura, etc.
Personalidad	Indiferente
Percepción	Indiferente
Actitudes	Indiferente
Perfil conductual	
Expectativas	Servicios turísticos de calidad. Seguridad en los lugares a visitar.

	Experiencias inolvidables.
Valores	Indiferente
Creencias	Indiferente
Estilo de vida	
Actividades	Interés por visitar lugares únicos en El Salvador
Intereses	Realizar turismo interno.
De la actividad turística	
Tipos de turismo	Turismo de naturaleza, Turismo cultural, Turismo rural
Tiempo de realizar	Ocasional, Frecuente
Tiempo dedicado	Por un día o más

C. Perfil preliminar del consumidor

Ilustración 36. Perfil preliminar del encuestado nacional

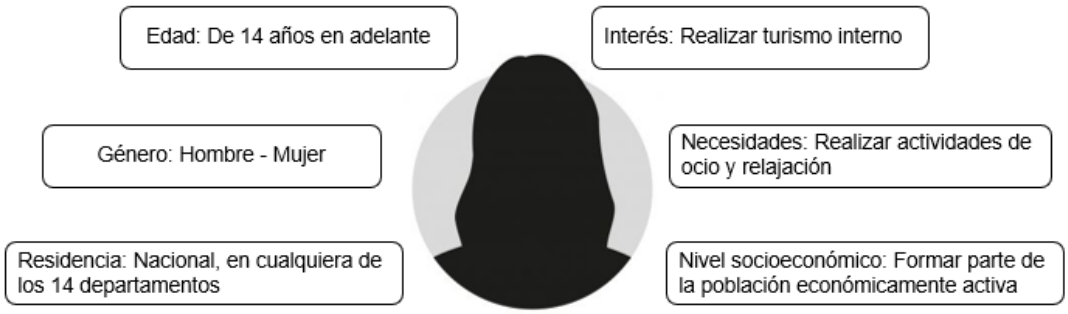
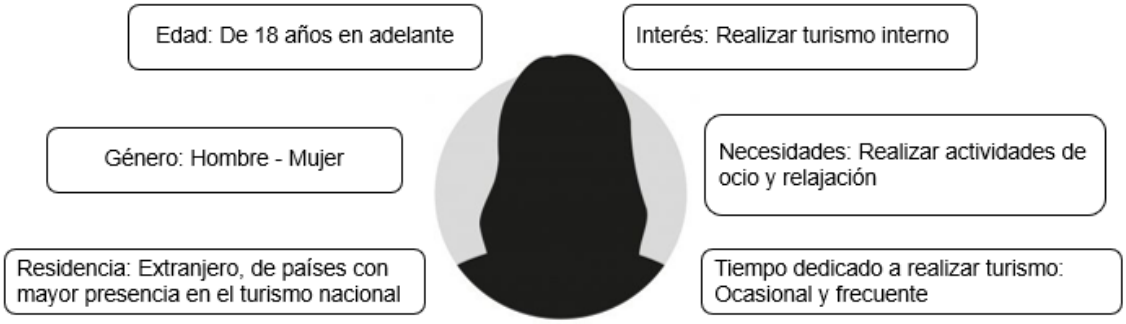


Ilustración 37. Perfil preliminar del encuestado extranjero.



D. Tendencias de consumo

Para conocer acerca de las tendencias en la actualidad que presentan los turistas al momento de consumir un producto o servicio turístico, se hará uso del Curso de marketing en línea para destinos turísticos, realizado con el apoyo de la CEPAL, CORSATUR, STA Consultores y Grupo Turespacio.

Las crisis económicas han replanteado la forma de viajar, por ello se muestran las siguientes tendencias:

1. Destinos más cercanos: estancias más cortas y más viajes al año.

Los viajeros prefieren hacer múltiples viajes cortos a destinos cercanos en lugar de uno o dos viajes largos al año. Esto permite una mayor flexibilidad y la posibilidad de explorar diversos lugares en periodos cortos de tiempo. Esto avalado por la OMT la cual en su informe especifica que el turismo doméstico mundial ha crecido en el periodo post COVID, la cual incentivo a varios turistas a consumir sus propios productos turísticos debido a las limitaciones con las que se contaban.

2. Consumidor más cauteloso con su dinero – Valor por el dinero.

Para este punto, el turista en la actualidad busca la mejor relación calidad-precio del mercado, el uso de plataformas que permiten comparar precios entre diferentes establecimientos para satisfacer sus necesidades a cambio de un precio asequible va en aumento permite al turista tener un abanico de opciones de las cuales escoger.

3. Modalidad de viaje que combina negocios + placer (Bleisure)

Los viajes que combinan negocios con placer, conocidos como "bleisure", están en aumento. Los turistas aprovechan los viajes que tienden a realizar por cuestiones de trabajo para poder realizar turismo en lugares cercanos a su estadía.

4. Aplicaciones Móviles para la planeación de viajes.

El uso de aplicaciones móviles y plataformas en línea para planificar y reservar viajes ha aumentado significativamente. Así como se mencionaba en puntos anteriores el uso de estas plataformas para obtener la mejor oferta calidad-precios,

los turistas también utilizan estas herramientas para leer reseñas y hacer reservas directas, lo que facilita la planificación de sus viajes.

5. Turista más experimentado, se informa más.

Debido a la creciente ola de información con la que se cuenta en la actualidad los turistas son cada vez más informados y experimentados. Investigan antes de viajar, buscan opiniones, recomendaciones y comparan opciones para asegurarse de que su experiencia de viaje sea la mejor posible.

6. Mayor conciencia medioambiental, se buscan lugares no contaminados.

En los últimos años ha existido una corriente ambientalista que ha sido promovida por diferentes gobiernos en diferentes países, esto provoca una mayor conciencia sobre el impacto ambiental del turismo. Los viajeros prefieren destinos que sean ecológicamente sostenibles y no contaminados, buscando minimizar su huella ecológica.

7. Rechazo de la masificación.

Algunos turistas que prefieren vacacionar para evitar el ajetreo de las ciudades y desconectar sobre sus ocupaciones diarias evitan los destinos masificados y prefieren lugares menos conocidos y concurridos para tener una experiencia más tranquila y auténtica.

8. Búsqueda de autenticidad y lugares diferentes, ya no se busca una repetición de lo que se tiene en casa.

Los turistas buscan experiencias únicas, que sean diferentes de lo que pueden encontrar en casa o en sus ciudades de origen, por ello prefieren destinos que ofrezcan una experiencia cultural y social que pueda brindarles experiencias nuevas.

9. Incremento notable en el poder de compra.

Con un mayor poder adquisitivo, los turistas están dispuestos a gastar más en experiencias de viaje, buscando calidad y exclusividad en sus destinos y servicios, esto va de la mano con el crecimiento e importancia que el turismo repercute en diferentes economías, cada vez ganando más importancia y aportando mucho más a los valores del PIB.

10. Amplia variedad de bienes y servicios disponibles.

A medida la demanda va creciendo y el turismo gana mayor relevancia, la oferta crece de la misma manera, la diversidad de bienes y servicios disponibles para los turistas ha aumentado, ofreciendo diferentes opciones para satisfacer gustos de los turistas.

11. Facilidad de compra.

La facilidad para reservar y comprar servicios turísticos en línea ha mejorado, simplificando el proceso de planificación y permitiendo a los turistas realizar transacciones de manera rápida y segura.

12. Voz con peso suficiente para influir en la opinión pública.

Las opiniones de los viajeros tienen un impacto significativo en la opinión pública. Las reseñas y recomendaciones en plataformas digitales pueden influir en la reputación de destinos y proveedores de servicios.

13. Internet y Redes Sociales se han establecido como una de las principales fuentes de información para los consumidores, antes, durante y después de sus viajes.

Esto se percibe con el crecimiento de las nuevas generaciones al consumo del turismo, generaciones que están más ambientadas al uso de las tecnologías permite que la información en redes sociales tenga un mayor alcance a diferentes usuarios y que esta posee un peso importante al momento de tomar decisiones.

14. Mayor especialización en la creación de productos turísticos para segmentos de diferentes tipos (en especial por nivel de ingreso).

La industria del turismo se está especializando más en crear productos y servicios adaptados a diferentes segmentos de mercado, especialmente según el nivel de ingreso, para satisfacer las necesidades específicas de cada grupo de consumidores.

E. Diseño muestral

1. Universo de estudio

Conocer las opiniones, necesidades y expectativas de los turistas es importante para la correcta realización del trabajo de investigación para Panchimalco, para ello se usarán dos técnicas de recolección de información como el sondeo y la encuesta.

Para nutrir de información el sondeo y encuesta además de obtener de manera fidedigna un número de encuestas mínimas necesarias donde cada segmento se vea correctamente representado, para ello se hará uso de dos fuentes de información:

Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) se desarrolla la Dirección General de Estadísticas y censos junto con otras entidades. Esta encuesta se desarrolla año a año y sus resultados son de acceso público para toda la población.

A la fecha de realización del presente trabajo se cuenta con los resultados de la encuesta realizada en 2022, los resultados de la encuesta del año 2023 aún no han sido publicados, sin embargo, se cuenta con la base de datos en la página web de BCR. Con el fin de presentar datos lo más actualizados posibles se hará uso de la base de datos de la encuesta del 2023, para ello debido a la cantidad de datos que posee la base de datos se utilizará el programa IBM SPSS Statistics.

Informe estadístico de turismo.

Este informe es realizado por la Corporación Salvadoreña de Turismo, donde recopila los datos anuales sobre el turismo internacional y el turismo emisor, así como datos derivados de estos dos grupos.

Para el presente trabajo se tomarán las cifras oficiales mostradas en el informe correspondiente al año 2023 y se desglosara según requiera los segmentos de mercado obtenidos en los apartados anteriores.

Segmento de turistas nacionales.

Los turistas nacionales que se tomarán en cuenta para determinar el universo muestral para este segmento deberán cumplir las siguientes características:

- ✓ Poseer nacionalidad salvadoreña.
- ✓ Ser hombre o mujer.
- ✓ Ser Población Económicamente Activa (PEA).

Para ello, los datos que presenta EHPM, arroja la cantidad de habitantes a nivel nacional, para fines de la investigación la cantidad de habitantes serán divididos por los 14 departamentos, obteniendo lo siguiente:

Ilustración 38. Población salvadoreña en los 14 departamentos según EHPM

Código de departamento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ahuachapán	367811	5.8	5.8	5.8
	Santa Ana	560508	8.8	8.8	14.6
	Sonsonate	506682	8.0	8.0	22.6
	Chalatenango	178166	2.8	2.8	25.4
	La Libertad	803933	12.7	12.7	38.1
	San Salvador	1730449	27.3	27.3	65.4
	Cuscatlán	267797	4.2	4.2	69.7
	La Paz	359545	5.7	5.7	75.3
	Cabañas	153571	2.4	2.4	77.7
	San Vicente	174693	2.8	2.8	80.5
	Usulután	348882	5.5	5.5	86.0
	San Miguel	464171	7.3	7.3	93.3
	Morazán	194287	3.1	3.1	96.4
	La Unión	228386	3.6	3.6	100.0
	Total	6338881	100.0	100.0	

Fuente: Resultados de la EHPM

Con esta primera obtención de datos, se tiene que a nivel nacional El Salvador tiene 6,338,881 habitantes, que la mayor parte de la población está conglomerada en el departamento de San Salvador.

Para continuar desglosando los datos obtenidos gracias a la base de datos de la EHPM, se seleccionara como característica la PEA, esta población se obtendrá

mediante la edad de vida de cada habitante, la PEA a nivel legal comienza a los 14 años de edad según lo recogido en la Ley de Protección integral de la Niñes y Adolescencia (LEPINA), en su artículo 59 establece: “La edad mínima para que una persona pueda realizar actividades laborales es de catorce años de edad, siempre y cuando se garantice el respeto de sus derechos y no perjudique el acceso y derecho a la educación. Bajo ningún concepto se autorizará el trabajo para las niñas, niños y adolescentes menores de catorce años.”

Como edad máxima a tomar en cuenta, si bien la edad mínima de jubilación es de 60 años para hombres y 55 para las mujeres, esta relación no evita que los pensionados no sigan perteneciendo a PEA, por lo cual se tomaran los datos de todos los extractos obtenidos en la base de datos.

Para ello se contará únicamente con las edades de 14 años en adelante, obteniendo lo siguiente:

Ilustración 39. Datos estadísticos de la población mayor o igual de 14 años

Estadísticos

Edad en años cumplidos

N	Válido	4612176
	Perdidos	0
Media		43.33
Mediana		41.00
Desv. estándar		17.943
Rango		80
Mínimo		18
Máximo		98

Fuente: Resultados de la EHPM

Ilustración 40. Población económicamente activa mayor o igual a 14 años

Código de departamento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ahuachapán	281011	5.6	5.6	5.6
	Santa Ana	443585	8.9	8.9	14.5
	Sonsonate	393582	7.9	7.9	22.4
	Chalatenango	138432	2.8	2.8	25.1
	La Libertad	630295	12.6	12.6	37.7
	San Salvador	1419691	28.4	28.4	66.1
	Cuscatlán	209650	4.2	4.2	70.3
	La Paz	280561	5.6	5.6	75.9
	Cabañas	115617	2.3	2.3	78.2
	San Vicente	136577	2.7	2.7	80.9
	Usulután	270144	5.4	5.4	86.3
	San Miguel	361150	7.2	7.2	93.6
	Morazán	147976	3.0	3.0	96.5
	La Unión	173729	3.5	3.5	100.0
	Total	5002000	100.0	100.0	

Fuente: Resultados de la EHPM

Con los datos filtrados de la población, se obtiene los siguientes filtros por medio de tablas cruzadas donde se necesita conocer el porcentaje de la población económicamente activa

Ilustración 41. Resumen de datos de PEA

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Código de departamento * Estado ocupacional	2070960	41.4%	2931039.706	58.6%	5001999.706	100.0%

Fuente: Resultados de la EHPM

Con respecto a los datos válidos y perdidos, se tiene que los datos validos son aquellos que cumplen con las condiciones impuestas según los segmentos de mercado, por ende, los datos perdidos son aquellos que no cumplen con las condiciones.

Con esto obtenido, se desglosa la población que cumpla con las condiciones del segmento de mercado desglosado por departamento según el tipo de PEA que posea.

Ilustración 42. Ocupación del segmento según PEA

Tabla cruzada Código de departamento*Estado ocupacional

Recuento

		Estado ocupacional					
		Ocupado pleno	Subempleo visible	Subempleo invisible	Cesante	Aspirante	Total
Código de departamento	Ahuachapán	31380	15632	33744	5834	2586	89176
	Santa Ana	67548	27657	60190	11768	2489	169652
	Sonsonate	68743	25583	51744	9624	3777	159471
	Chalatenango	9131	6297	11453	2506	910	30297
	La Libertad	139553	35730	81484	14716	4530	276013
	San Salvador	526307	49522	213798	34731	10579	834937
	Cuscatlán	26850	3280	17774	6381	1517	55802
	La Paz	48896	7065	35459	7662	1497	100579
	Cabañas	11394	1913	8631	2713	804	25455
	San Vicente	18243	4309	15257	3277	882	41968
	Usulután	40332	8225	33051	11748	1640	94996
	San Miguel	71592	7477	37053	6651	2425	125198
	Morazán	12350	2846	8782	4706	1582	30266
	La Unión	17972	2748	11061	4230	1139	37150
Total		1090291	198284	619481	126547	36357	2070960

Fuente: Resultados de la EHPM

Para fines didácticos se comprende como PEA lo siguiente:

PEA= Ocupado pleno + subempleo visible+ subempleo invisible + cesante + aspirante

Donde:

Ocupado pleno: Es aquella población que posee empleo, con este cubren sus necesidades básicas y no buscan otro empleo.

Subempleo visible: Son aquellos que poseen empleo, pero están en busca de otro empleo o un segundo empleo para cubrir sus necesidades básicas.

Subempleo invisible: Este tipo de población es aquella que poseen un empleo, pero sus necesidades no son cubiertas, sin embargo, estos no buscan un segundo empleo o ampliar su horario de trabajo.

Cesante: Está conformado por la población que ha sido despedida y están en busca de un nuevo empleo.

Aspirante: Corresponde a los graduados que están en búsqueda de su primer empleo.

Conociendo estas denominaciones, se obtiene la siguiente tabla:

Tabla 61. PEA y PEI

Departamento	Total	PEA %	PEA	PEI %	PEI
Ahuachapán	281011	32%	89176	68%	191835
Santa Ana	443585	38%	169652	62%	273933
Sonsonate	393582	41%	159471	59%	234111
Chalatenango	138432	22%	30297	78%	108135
La Libertad	630295	44%	276013	56%	354282
San Salvador	1419691	59%	834937	41%	584754
Cuscatlán	209650	27%	55802	73%	153848
La Paz	280561	36%	100579	64%	179982
Cabañas	115617	22%	25455	78%	90162
San Vicente	136577	31%	41968	69%	94609
Usulután	270144	35%	94996	65%	175148
San Miguel	361150	35%	125198	65%	235952
Morazán	147976	20%	30266	80%	117710
La Unión	173729	21%	37150	79%	136579
Total	5002000	41%	2070960	59%	2931040

El universo se los turistas nacionales son de 2,070,960 habitantes que se tomarán en cuenta para la obtención de la muestra para la encuesta.

Segmento de turistas extranjero.

El universo de los turistas extranjeros se obtendrá del informe estadísticos de turismo del 2023, donde se tomará en cuenta lo siguiente:

- ✓ Residir en el extranjero.
- ✓ Ser hombre o mujer.
- ✓ Todas las edades.
- ✓ Turismo de ocio.

En el informe estadístico de turismo se muestra la afluencia de turista extranjero que ingreso al país en el año 2023, el ingreso es tanto aéreo como terrestre por lo cual se obtienen los siguientes datos:

Ilustración 43. Datos de turismo receptor

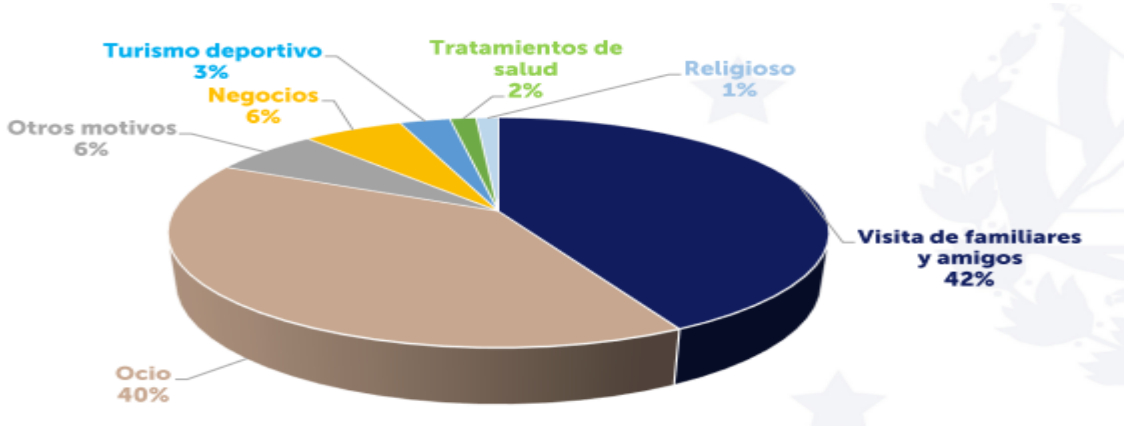


Fuente: Encuesta de movimientos turísticos en fronteras terrestres y aeropuerto, CORSATUR y datos Migración y Extranjería

La llegada de los turistas extranjeros en el año 2023 fue mayor al año anterior, registrando una cifra de 2,479,100 turistas extranjeros.

Para clasificar los intereses de los turistas y los segmentos de interés para la encuesta a realizar, se cuentan con los siguientes datos:

Ilustración 44. Intereses del turista receptor



Fuente: Encuesta de movimientos turísticos en fronteras terrestres y aeropuerto, CORSATUR y datos Migración y Extranjería

El total de turistas en el año 2023 son 2,479,100 turistas extranjeros, dado al segmento de mercado en el cual se enfoca el estudio solo se tomarán en cuenta el

40% correspondiente al turismo de ocio, lo cual es equivalente a 991,640 turistas internacionales.

2. Determinación de proporcionalidad p y q

Para determinar la probabilidad de éxito (p) que representa en el estudio la proporción esperada de turistas que se encuentren interesados en visitar el territorio de Panchimalco, y la probabilidad de fracaso (q) por complemento, se realizará un sondeo preliminar a 20 personas seleccionadas bajo el criterio de los investigadores a nivel nacional, de los resultados obtenidos se tomará los casos favorables para estimar los valores correspondientes a las proporciones en base a las ecuaciones siguientes:

$$p = \frac{Casos\ favorables}{Casos\ posibles} \qquad q = 1 - p$$

Diseño del sondeo preliminar

¿Estaría usted interesado en realizar turismo en el territorio de Panchimalco, en donde se encuentran lugares como el parque balboa, parque de la familia, la puerta del diablo, entre otros?

Si ☐ No ☐

Resultados del sondeo preliminar

Como se observa en el diseño del sondeo se sometió a interrogante el interés que genera el visitar el territorio de Panchimalco, el valor de p se estimará directamente de los resultados en donde la respuesta “Si” se colocarán como “Favorable” y la respuesta “No” se colocará como “Desfavorable”. (Anexo 6)

Tabla 62. Recuento de los resultados obtenidos del sondeo

N°	Favorable	Desfavorable	N°	Favorable	Desfavorable
1	X		11	X	
2	X		12	X	
3	X		13		X
4	X		14	X	

5	X		15	X	
6		X	16	X	
7	X		17	X	
8		X	18	X	
9	X		19		X
10	X		20	X	
Total	8	2	Total	8	2

Cálculo de la probabilidad de ocurrencia (p)

$$p = \frac{Casos\ favorables}{Casos\ posibles} = \frac{16}{20} = 0.80 = 80\%$$

Cálculo de la probabilidad de no ocurrencia (q), por complemento se establece

$$q = 1 - 0.80 = 0.20 = 20\%$$

3. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se cuenta con dos segmentos identificados, los turistas nacionales y los turistas extranjeros, debido a que los dos segmentos comparten la característica de poseer una población infinita, el cuestionario de recolección de datos fue diseñado para medir las mismas variables en los dos segmentos de estudio, la única diferencia en los formularios es la pregunta referente al lugar de residencia, en la cual se busca obtener el departamento de residencia del turista nacional y el país de residencia de los turistas extranjeros, esta pregunta no afecta el análisis de las preguntas siguientes y del desarrollo de la encuesta ya que se consideraron temas de interés para turistas nacionales y extranjeros tales como preferencias de consumo de destinos turísticos y percepción sobre el territorio de Panchimalco como destino turístico, estos elementos son de igual relevancia para ambos segmentos.

Es importante destacar la complejidad que implica recolectar información de turistas extranjeros por lo que según la finalidad del trabajo de investigación se considera adecuado unificar las respuestas con el fin de ofrecer una visión más amplia de los

visitantes en conjunto. Esta unificación facilita la identificación de patrones comunes en las percepciones turísticas, proporcionando conclusiones útiles para el desarrollo de estrategias de mejora que beneficien a todo tipo de turistas

A partir de los datos obtenidos anteriormente se procede con el cálculo de la muestra, en donde se retoman los valores siguientes:

P=0.8 Q=0.2

Z=1.96 E=7%

Justificación del error del 7%

En investigaciones con poblaciones muy grandes, obtener una muestra que permita un margen de error más pequeño puede ser logística y financieramente inviable. Un error muestral del 7% puede ser adecuado si los recursos disponibles no permiten una muestra más grande.

A menudo, un margen de error más bajo requiere un tamaño de muestra mucho mayor, lo cual incrementa significativamente los costos y tiempo de recopilación de datos.

En esta investigación, se opta por un margen de error del 7% debido a las limitaciones para alcanzar un tamaño de muestra mayor. Este margen de error es adecuado para identificar tendencias generales y áreas clave para estudios futuros.

$$n = \frac{z^2 * p * (1-p)}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.8 * (1-0.8)}{0.07^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.8 * (1-0.8)}{0.07^2}$$

$$n = \frac{0.614656}{4.9x10^{-3}}$$

$$\boldsymbol{n = 125.44}$$

El número de encuestados es de 125.44, redondeado la cantidad seria de 126 encuestados.

4. Distribución de la muestra

En la siguiente tabla se presenta la cantidad de habitantes y la proporción de la muestra a tomar por cada uno de los departamentos de El Salvador, así como la muestra para los turistas extranjeros.

Tabla 63. Distribución de la muestra por departamento en base a la población estimada

Departamento	Población de interés estimada	% Factor	Total de encuestas
Ahuachapán	89176	3%	4
Santa Ana	169652	6%	7
Sonsonate	159471	5%	7
Chalatenango	30297	1%	1
La Libertad	276013	9%	11
San Salvador	834937	27%	34
Cuscatlán	55802	2%	2
La Paz	100579	3%	4
Cabañas	25455	1%	1
San Vicente	41968	1%	2
Usulután	94996	3%	4
San Miguel	125198	4%	5
Morazán	30266	1%	1
La Unión	37150	1%	2
Extranjeros	991640	32%	41
Total	3062600	1	126

a. Diseño de las herramientas de recolección de información

Fuentes de información primaria:

La obtención de información se hará mediante fuentes primarias, el instrumento para recolectar información primaria será la encuesta, que se aplicará a los segmentos determinados preliminarmente que son turistas nacionales y extranjeros.

Los tipos de encuesta que se utilizarán para la investigación del mercado consumidor son los siguientes:

1- Encuesta personal: Se ha determinado la aplicación de este tipo de encuesta, ya que permite al encuestador interactuar directamente con el participante,

realizando preguntas y registrando las respuestas, además permite obtener información detallada y explorar temas en profundidad.

2- Encuesta en línea: Se ha determinado la aplicación de este tipo de encuesta, ya que permite llegar de una forma rápida y accesible a los encuestados que viven en diferentes zonas del país, además que se adecua al tiempo del encuestado y tienen más confianza al brindar las respuestas de forma anónima, la plataforma a utilizarse es “Google Forms”

Se diseñará un instrumento, con una única pregunta de diferenciación para cada segmento de mercado, esto en relación al país/departamento de residencia. El cuestionario se diseñará de tal forma que permita recopilar la información necesaria para determinar la demanda del plan turístico.

Fuentes de información secundaria:

1- Investigación bibliográfica de gustos, preferencias y tendencias de consumo a través de libros, internet y otras fuentes secundarias de recolección de información

Los instrumentos de recolección de datos se encuentran en el anexo 7 respectivamente, las fichas técnicas de los instrumentos se presentan a continuación:

Tabla 64. Ficha técnica de recolección de información para el segmento de turista nacional

Ficha técnica del estudio de turistas nacionales	
Objetivo	Recopilar información sobre el interés nacional sobre el turismo y sus principales preferencias al realizarlo.
Ámbito	Nacional
Universo	Población nacional de El Salvador económicamente activa
Marco muestral	DIGESTYC- Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM)
Tipo de muestra	Muestreo aleatorio simple para la realización presencial se selecciona el área del centro histórico de San Salvador ya

	que es una zona turística concurrida y se selecciona aleatoriamente a las personas a encuestar, en el caso de las encuestas en línea se realiza el muestro aleatorio simple a través de publicaciones en las que se comparte el link y personas al azar deciden responder la encueta. Además, se ocupa una distribución estratificada por cuotas con relación al porcentaje de habitantes económicamente activos de cada departamento.
Método de muestreo	Muestreo por zona geográfica
Tamaño de la muestra	85 encuestado
Margen de error	+/- 7%
Probabilidad de éxito	80%
Probabilidad de fracaso	20%
Nivel de confianza	95%
Instrumento	Encuesta
Método de recolección	Encuesta personal y encuesta en línea, ambas por medio de Google Forms
Fecha	15/05/2024 al 15/06/2024
Encuestadores	David Castillo Alicia Maravilla William López
Departamentos	Ahuachapán, Santa Ana, Sonsonate, Chalatenango, La Libertad, San Salvador, Cuscatlán, La Paz, Cabañas, San Vicente, Usulután, San Miguel, Morazán, La Unión

Tabla 65. Ficha técnica de recolección de información para el segmento de turista extranjero

Ficha técnica del estudio de turistas extranjero	
Objetivo	Recopilar información sobre el interés de turistas extranjeros sobre el turismo y sus principales preferencias al realizarlo.
Ámbito	Internacional
Universo	Extranjeros que visitan al país para realizar turismo

Marco muestral	Informe estadístico de turismo
Tipo de muestra	Muestreo aleatorio simple para la realización presencial se selecciona el área del centro histórico de San Salvador ya que es una zona turística concurrida y se selecciona aleatoriamente a las personas a encuestar, en el caso de las encuestas en línea se realiza el muestro aleatorio simple a través de publicaciones en las que se comparte el link y personas al azar deciden responder la encueta.
Método de muestreo	Muestreo por zona geográfica
Tamaño de la muestra	41 encuestado
Margen de error	+/- 7%
Probabilidad de éxito	80%
Probabilidad de fracaso	20%
Nivel de confianza	95%
Instrumento	Encuesta
Método de recolección	Encuesta en línea, las dos por medio de Google Forms
Fecha	15/05/2024 al 15/06/2024
Encuestadores	David Castillo Alicia Maravilla William López
Encuestados	Turistas residentes en Estados Unidos, Canadá, México, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica entre otros Países

b. Tabulación y análisis de información de investigación de campo

La cuota de encuestas era de 85 nacionales y 41 extranjeros. En la siguiente tabla se presenta la distribución de las encuestas nacionales y su cumplimiento de la cuota planificada en el diseño de la herramienta de recolección de datos.

Tabla 66. Cumplimiento de las encuestas planificadas y realizadas

Departamento	Encuestas Planificadas	Encuestas Realizadas	% de cumplimiento
Ahuachapán	4	4	100%

Santa Ana	7	7	100%
Sonsonate	7	7	100%
Chalatenango	1	1	100%
La Libertad	11	11	100%
San Salvador	34	34	100%
Cuscatlán	2	2	100%
La Paz	4	4	100%
Cabañas	1	1	100%
San Vicente	2	2	100%
Usulután	4	4	100%
San Miguel	5	5	100%
Morazán	1	1	100%
La Unión	2	2	100%
Extranjeros	41	41	100%
Total	126	126	

1. Tabulación de encuestas nacionales

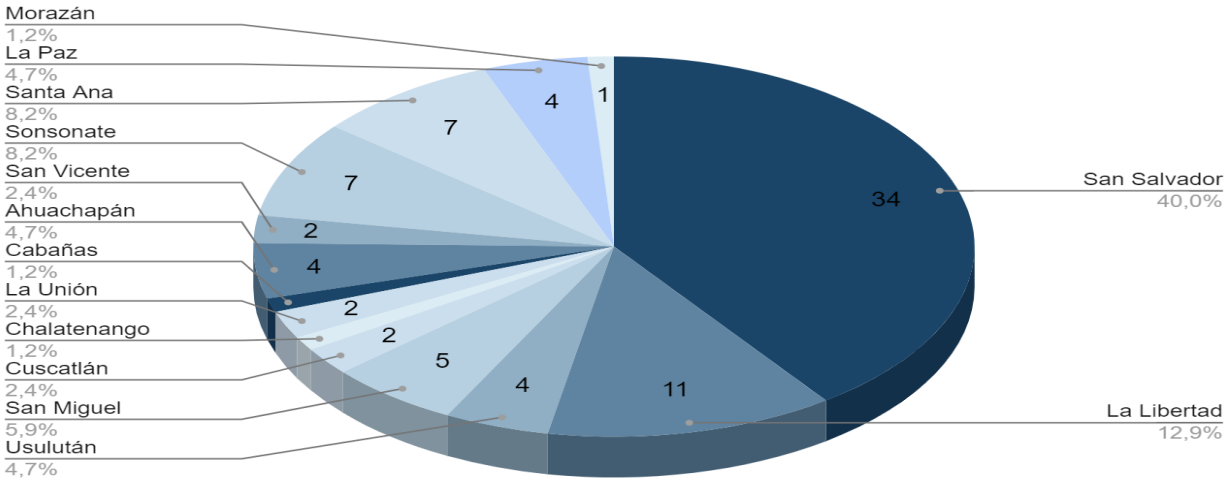
A continuación, se presenta los resultados de la información recopilada de la investigación del turista nacional. (Ver anexo 8, aplicación de encuesta personal)

Datos generales del encuestado

Sección 1 datos demográficos y preferencias turísticas de los encuestados

1- Departamento de residencia

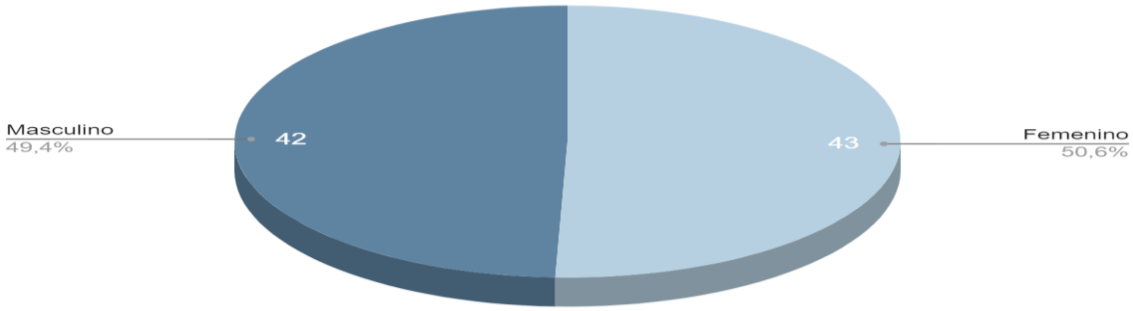
Gráfico 6. Departamento de residencia de los encuestados salvadoreños.



Análisis: La muestra de 85 encuestas nacionales se distribuye en los diferentes departamentos con respecto al nivel de habitantes que tienen buscando establecer cantidades representativas de los mismos, en el caso de San Salvador es el que proporciona el mayor número de encuestados con 34 representando más de la tercera parte de la muestra de la población de encuestados nacionales, el departamento de la libertad es el segundo con mayor número de personas encuestadas con un total de 11 y un 12.9%, Santa Ana y Sonsonate son los siguientes con mayor representatividad de la muestra con un total de 7 personas con un 8.2% de cada departamento, en la tabla 55 se detalla el número de encuestados por departamento.

2- Género de los encuestados

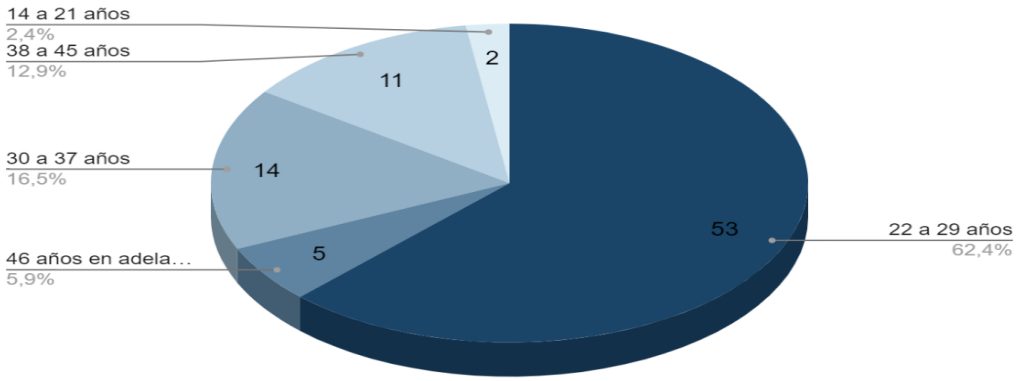
Gráfico 7. Género de los encuestados del segmento nacional



Análisis: De las encuestas realizadas al segmento de turistas nacionales se tiene un total de 42 hombres y 43 mujeres encuestadas, cada uno con un porcentaje de 49.4% y 50.6% respectivamente, lo cual brinda heterogeneidad a los resultados obteniendo la perspectiva de ambos géneros en una proporción similar.

3- Edad de los encuestados:

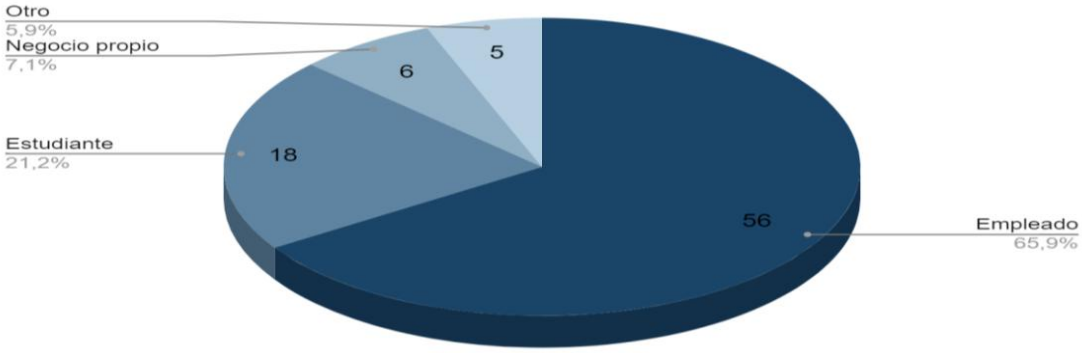
Gráfico 8. Edad de los encuestados del segmento nacional.



Análisis: El rango de edad más significativo en nuestra muestra son las personas desde los 22 años hasta los 29 representando el 62.4% equivalente a 53 encuestados, 14 de los encuestados pertenecen al rango de edad de 30 a 37 años equivalente al 16.5% de la muestra y el tercer rango representativo son las personas entre 38 a 45 años que equivale al 12.9% de los encuestados con 11 personas.

4- Ocupación del encuestado

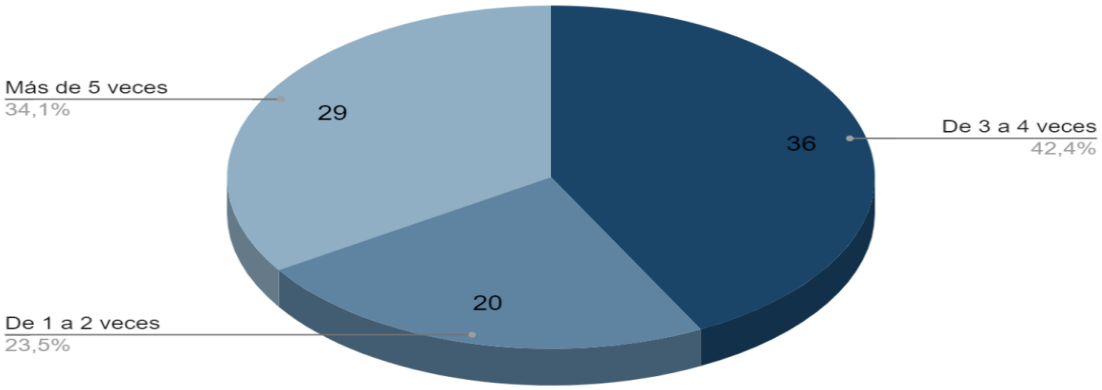
Gráfico 9. Ocupación de los encuestados del segmento nacional.



Análisis: 56 de los encuestados nacionales son empleados actualmente con un 65.9%, seguido de 18 encuestados que estudian con un 21.2%, 6 poseen un negocio propio y los últimos 5 que se dedican a otro tipo de ocupación con un 7.1% y un 5.9% respectivamente.

5- En el periodo de un año ¿Con qué frecuencia realiza turismo en el interior del país?

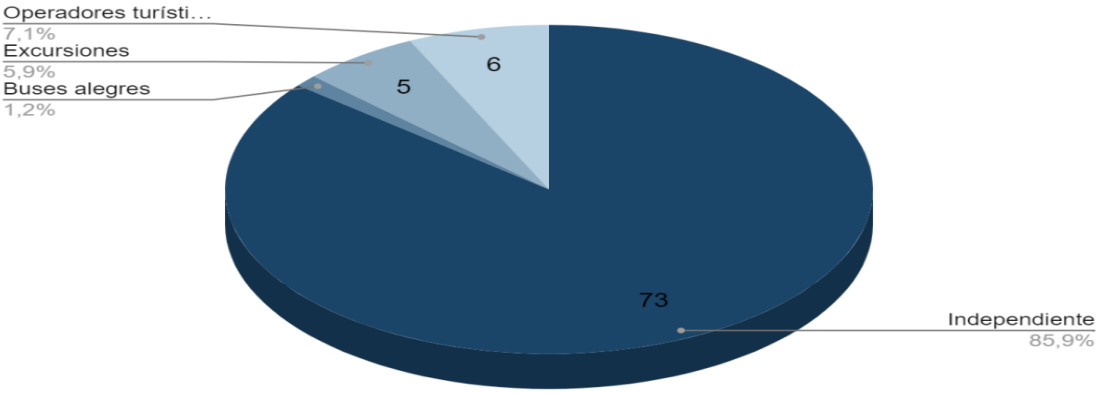
Gráfico 10. Frecuencia en que realiza turismo el segmento nacional.



Análisis: De los encuestados 36 personas realizan visitas a destinos turísticos de 3 a 4 veces al año representando al 42.4% de los 85 encuestados nacionales, el 34.1% de los encuestados realiza estas visitas más de 5 veces en un año representado por 29 personas, y 20 personas realizan visitas entre 1 y 2 veces en el año con un 23.5%. Lo que indica que menos de la cuarta parte no tiene como actividad recurrente realizar actividades turísticas.

6- ¿De qué forma acostumbra a realizar turismo?

Gráfico 11. Forma de preferencia de realizar turismo por el segmento nacional.

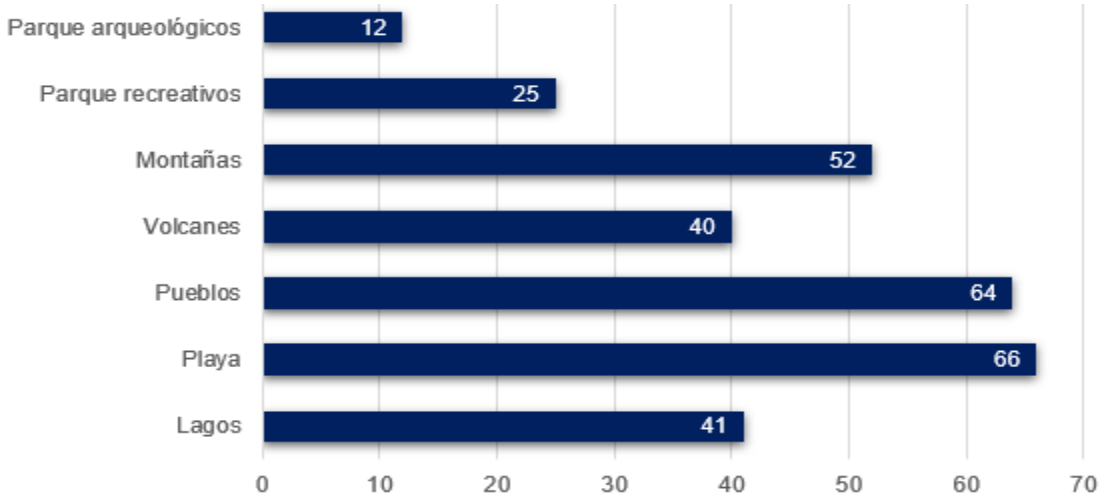


Análisis: De la muestra podemos inferir que la mayor parte de las personas realizan turismo de manera independiente ya que corresponde a 73 de 85 encuestados que representan el 85.9%, el siguiente grupo es el de personas que

realizan turismos con operadores turísticos con un total de 6 personas que corresponde al 7.1%, luego se tiene a aquellos que lo realizan por medio de excursiones con 5 personas y un 5.9%, por último el 1.2% con 1 de los encuestados acostumbran a realizar sus visitas turística a través de la modalidad de buses alegres. Por tanto, se debe considerar que el turismo independiente tiene un mayor potencial que debe considerar en el plan.

7- ¿Qué tipo de destinos turísticos frecuenta?

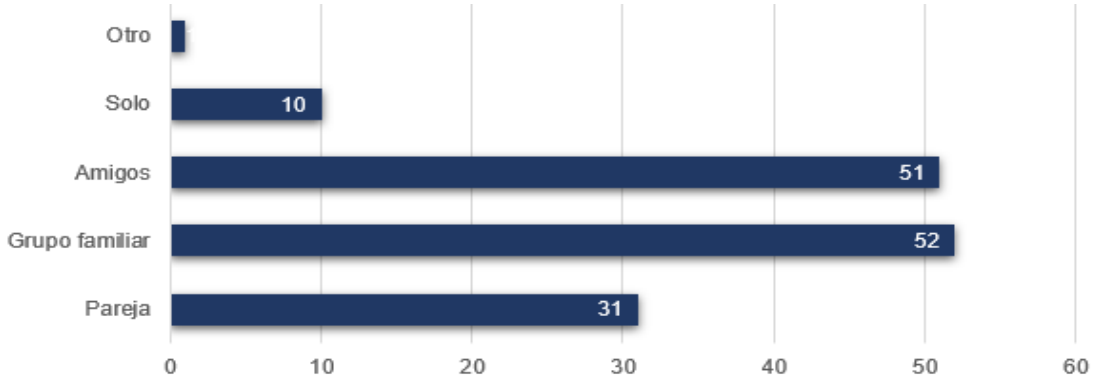
Gráfico 12. Destinos turísticos que frecuenta el segmento nacional.



En primer lugar, entre los destinos turísticos se tiene preferencia por la playa con un total de 77.6% con 66 de los encuestados, muy seguido a solo 2 puntos porcentuales se encuentran los pueblos con un total de 75.3% con 64 de los encuestados y en tercer lugar la categoría de montañas con un total de 61.2% de preferencia con 52 de los encuestados. La zona costera del país debido a su gran extensión territorial en playas es la preferida y la más frecuente para los salvadoreños a la hora de elegir lugares para hacer turismos. Sin embargo, los pueblos y montañas se encuentran en porcentajes muy cercanos de preferencias, lo que muestra una gran oportunidad para explotar los atractivos con los que cuenta el territorio de Panchimalco.

8- ¿Con quién suele realizar sus actividades turísticas?

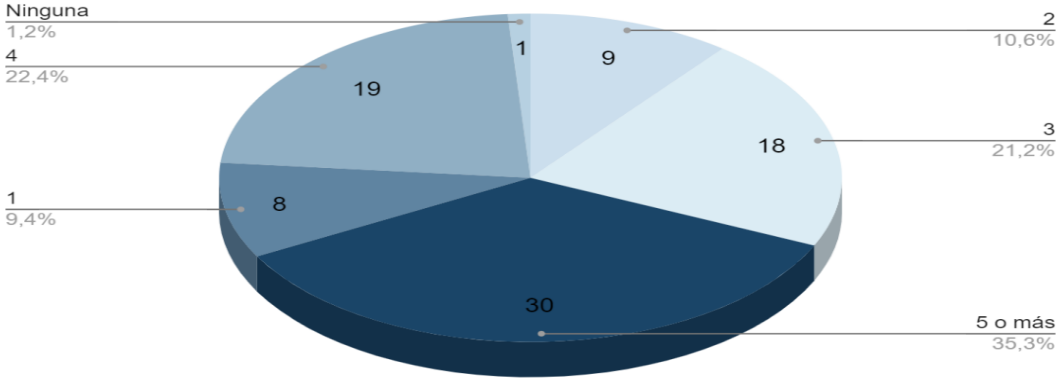
Gráfico 13. Compañía de preferencia para realizar turismo del segmento nacional



Análisis: El 61.2% de los encuestados prefiere realizar actividades turísticas acompañado de su grupo familiar, seguido de un 60.0% que prefiere realizarlas acompañados de sus amigos, en tercer lugar, tenemos un 36.5% que prefiere hacerlo acompañado de su pareja y, por último, un 11.8% prefiere realizarlas sin ningún tipo de compañía. Lo cual indica una clara preferencia a realizar actividades turísticas en grupos ya sea familiares o de amigos.

9- ¿Con compañía de cuántas personas en promedio visita los destinos turísticos?

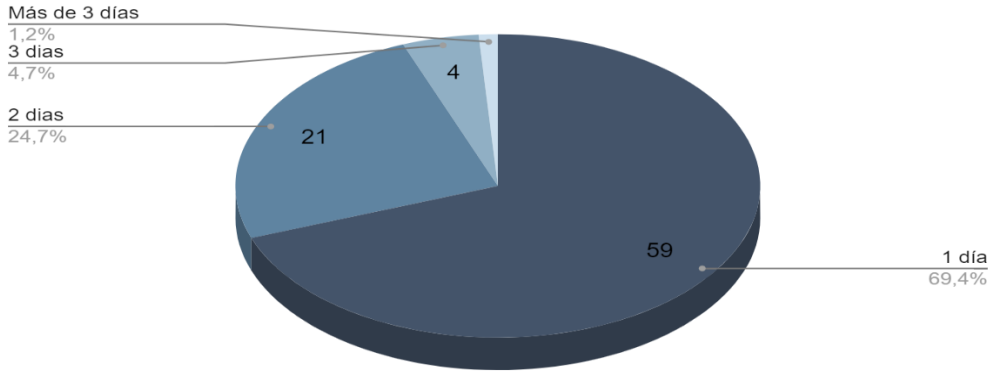
Gráfico 14. Cantidad de acompañantes en promedio que prefiere para realizar turismo el segmento nacional.



Análisis: En promedio los turistas nacionales en un 35.3% suelen ser acompañados por 5 o más personas al realizar sus actividades turísticas, luego se tiene en un 22.4% un total de 4 personas, seguido de un 21.2% acompañado de 3 personas, el resto de los encuestados en un 10.6% y 9.4% prefieren ser acompañados por 2 y 1 persona respectivamente, y el ultimo 1.2% prefiere no ser acompañado. Los resultados reafirman lo indicado en la pregunta anterior en donde un 63.3% y un 57.8% dicen preferir realizar sus actividades turísticas acompañados de familiares y amigos.

10- ¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?

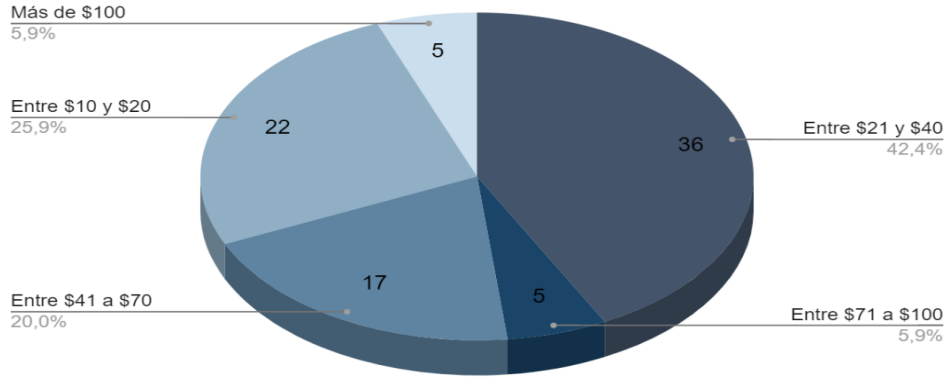
Gráfico 15. Duración de los paseos turísticos del segmento nacional.



Análisis: La muestra arroja que un 69.4% de personas prefiere rutas y recorridos de un día en los destinos turísticos que visitan, este porcentaje es conformado por 59 de los 85 encuestados, los turistas nacionales que prefieren permanecer dos días son el 24.7% representado por 21 encuestado, el 4.7% muestra una preferencia por permanecer tres días en los atractivos turísticos, mientras que el menor porcentaje de la muestra de 1.2% se mantienen por más de tres días en los lugares que visitan. Esto brinda un parámetro de cuánto tiempo prefieren los turistas quedarse en los lugares que visitan siendo una minoría las persona que se quedan más de dos días.

11-¿Cuál es el gasto promedio individual diario que invierte en realizar actividades turísticas?

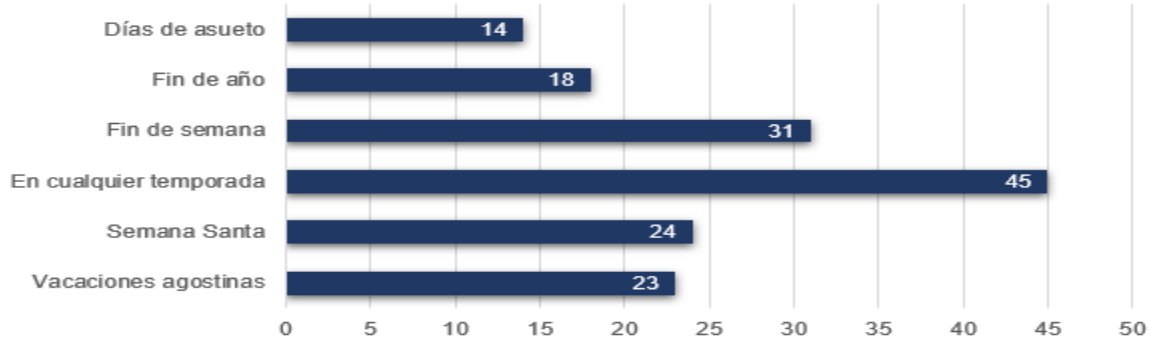
Gráfico 16. Gasto promedio individual diario del segmento nacional.



Análisis: En primer lugar, se encuentran el 42.4% de encuestados que gastan en promedio entre $21 a $40 dólares en sus actividades turísticos, en segundo lugar, se ubican las personas con gastos entre $10 y $20 dolores y representan el 25.9% de la muestra, el 20% gasta entre $41 y $70 dólares, con un porcentaje de 5.9% se colocan aquellas personas que gastan entre $71 a $100 y más de $100 en igual proporción. La mayoría de encuestados gastan entre $10 a $40 dólares siendo un total de 68.3% de la muestra nacional.

12-¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?

Gráfico 17. Temporada del año preferida para realizar turismo del segmento nacional.

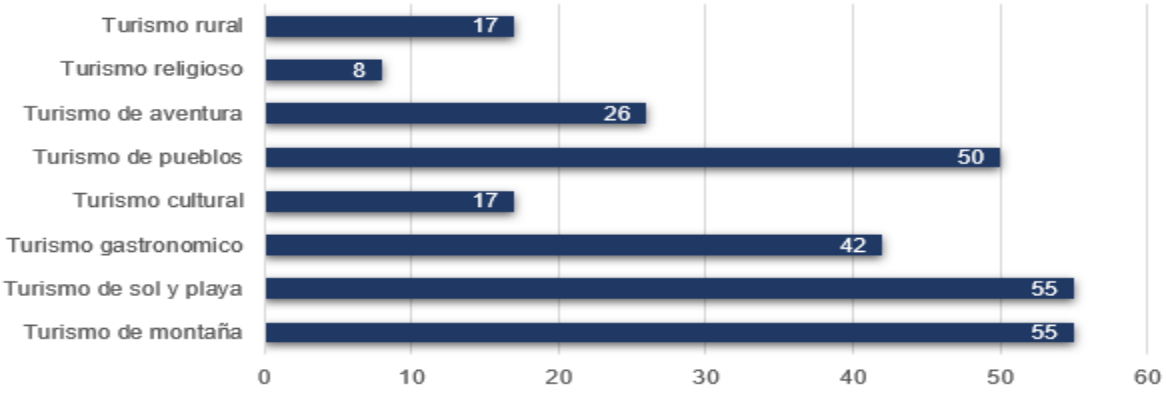


Análisis: De los 85 encuestados el 52.9% con 45 encuestados realiza turismo en cualquier temporada del año, no importando fechas en específico, seguido por

36,5% con 31 encuestados que realizan turismo en los fines de semana, y un 28.2%, 27.1% y 21.2% prefiere el turismo en épocas vacacionales, semana santa, vacaciones agostinas, vacaciones de fin de año con 24, 23 y 18 encuestados respectivamente. En último, lugar con 16.5% y 14 encuestados realizan en los días de asueto. Esto muestra que el turismo se realiza dentro de todo el año y no en fechas específicas y se adapta a los tiempos de cada persona, siendo el mayor número de personas las que realizan visitas a destinos turísticos en cualquier temporada.

13-¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

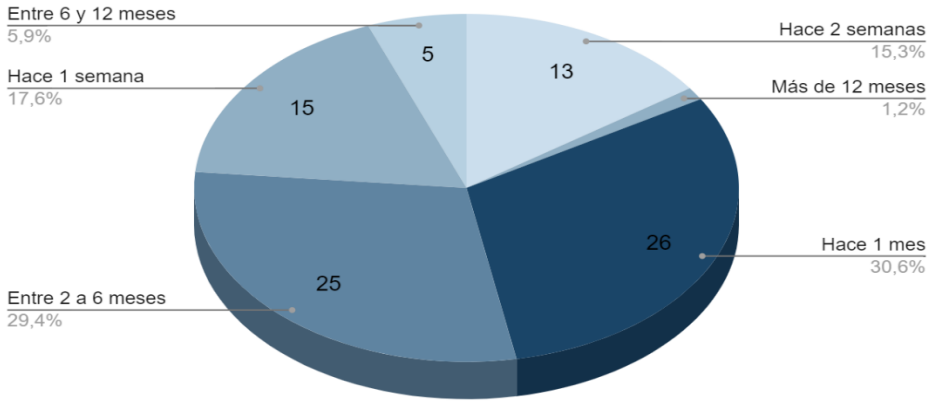
Gráfico 18. Tipo de turismo que prefiere realizar el segmento nacional



Análisis: Entre los encuestados el tipo de turismo que tiene una mayor preferencia es el turismo de sol y playa en un empate con el turismo de montaña, resultado que va en sintonía con los sitios turísticos que más se frecuentan, en donde el 77.6% de los encuestados prefiere visitar la playa y un 61.2% la montaña y ahora se tiene que el 64.7% de los encuestados prefiere el turismo de sol y playa, seguido de un 64.7% que prefiere realizar turismo de montaña, en tercer lugar se tiene que existe preferencia a realizar turismo de pueblos en un 58.8% con 50 encuestados y luego se tiene con un 49.4% con 42 encuestados con preferencia hacia el turismo gastronómico. Para los restantes se tiene un 30.6% para el turismo de aventura, 20% para el turismo cultural, un 20% de turismo rural y en último lugar el 9.4% prefiere el turismo religioso.

14-¿Cuándo fue la última vez que visitó un destino turístico en El Salvador?

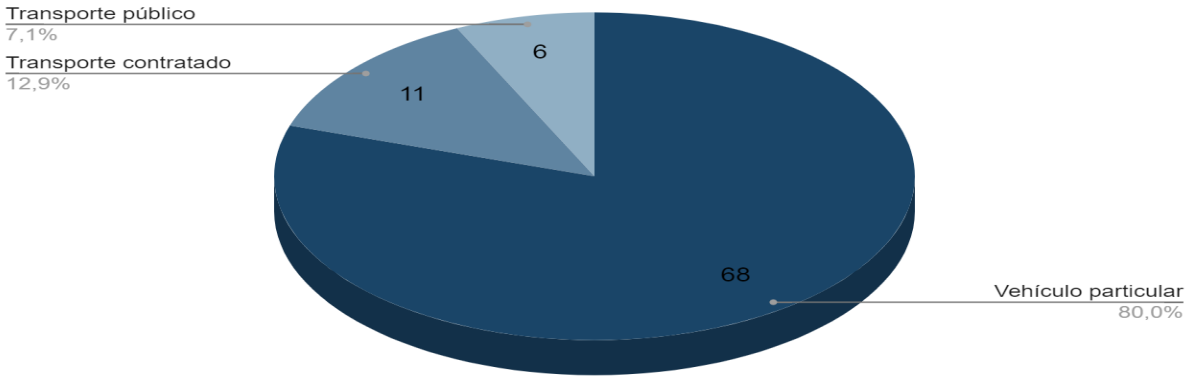
Gráfico 19. Tiempo desde la última visita a un destino turístico del segmento nacional.



Análisis: Los resultados muestran que un 30.6% visitó por última vez un destino turístico hace 1 mes, el siguiente 29.4% entre 2 a 6 meses, en tercer lugar, el 17.6% que realizó su última visita hace una semana, del resto el 15.3% hace 2 semanas, el 5.9% entre 6 y 12 meses y en el último lugar 1.2% más de 12 meses. Esto muestra como el turismo es frecuente en los salvadoreños y se realiza dentro de todas las temporadas del año también corrobora la información recolectada en la pregunta 5 en donde la frecuencia de visita a lugares turísticos refleja un 42.4% que realizan de 3 a 4 veces en el año y el 34.1% más de 5 veces en un año.

15-¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?

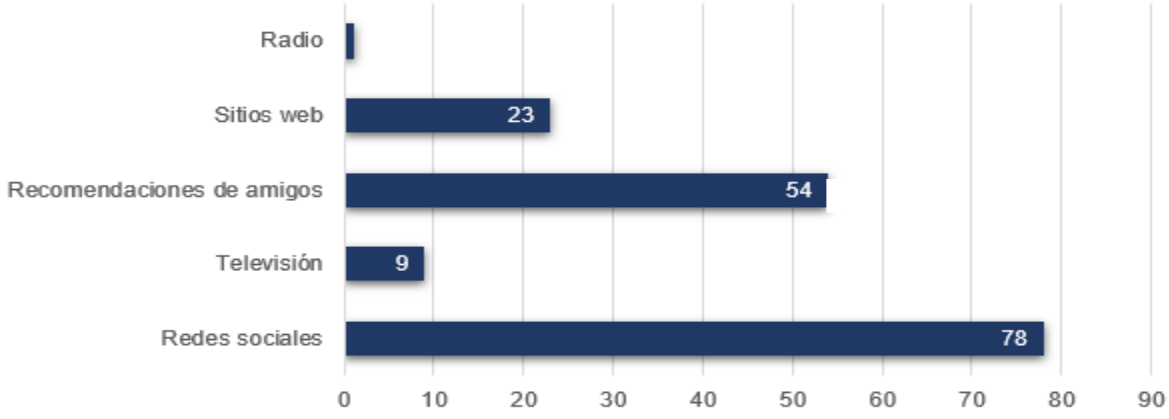
Gráfico 20. Medio de transporte que utiliza para realizar las actividades turísticas del segmento nacional.



Análisis: La mayoría de los turistas nacionales utilizan para realizar turismo vehículo particular con un 80%, un 12.9% utiliza transporte contratado y un 7.1% transporte público. Esto se relaciona con la manera en que se acostumbra a realizar turismo en donde la mayoría prefiere realizarlo de forma independiente, en segundo lugar, los operadores turísticos y excursiones que corresponden al sector de transporte contratado y la minoría que corresponde al transporte público.

16-¿Por cuál medio se informa de los destinos turísticos que visita?

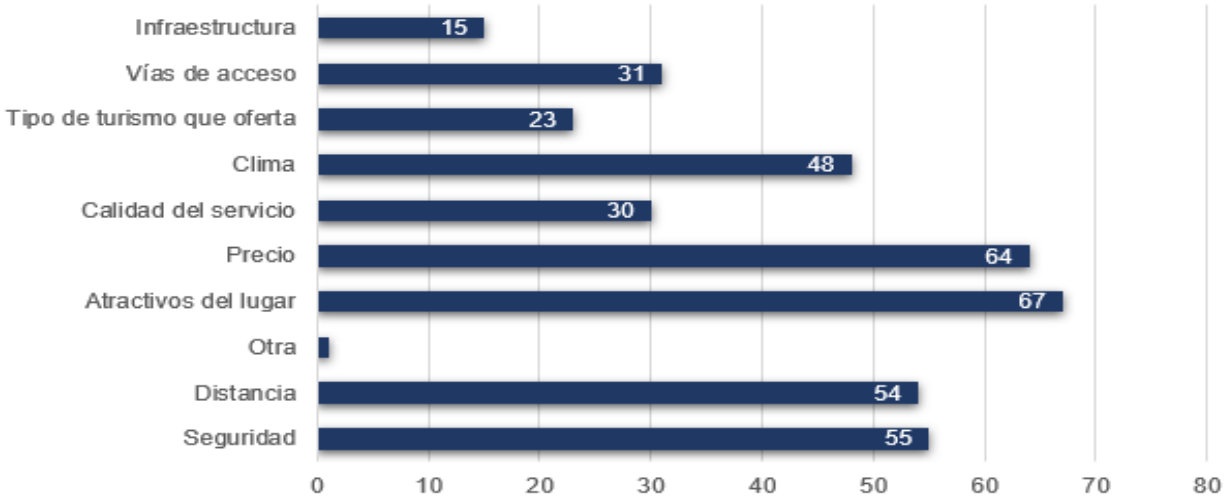
Gráfico 21. Medio de información de los turistas del segmento nacional.



Análisis: Los encuestados que realizan turismo nacional el 91.8% con 78 encuestados se informa por medio de redes sociales, el 63.5% con 54 lo hace por medio de recomendaciones de amigos, el 27.0% con 23 por medio de sitios web, el 10.6% con 9 por medio de la TV, y el 1.2% para radio y 0% para periódicos. Este resultado muestra la gran influencia de las redes sociales como medio informativo para las personas y como los lugares turísticos la utilizan para llegar a un mayor número de personas y hacer visibles sus negocios.

17-¿Qué factores considera importantes al momento de escoger visitar un destino turístico?

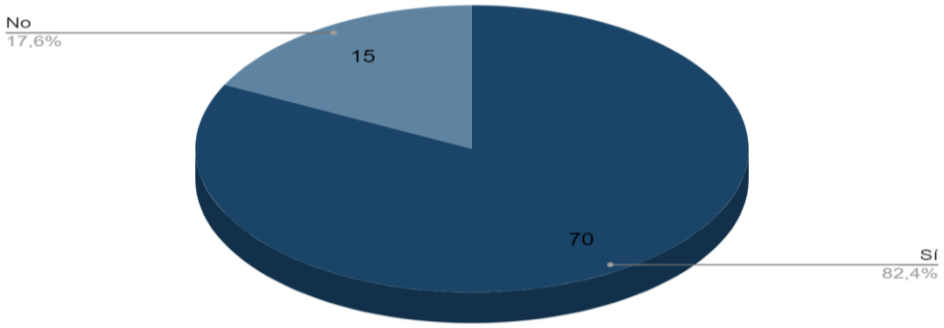
Gráfico 22. Factores que impulsan la visita a los destinos turísticos del segmento nacional.



Análisis: Entre los principales factores que consideran los turistas nacionales para escoger un destino turístico se tiene en primer lugar los atractivos del lugar con 67 encuestados con 78.8%, muy seguido de un 75.3% en donde el importante es el precio, luego se tiene la seguridad con un total de 55 con 64.7% y la distancia con 54 y un 63.5%, seguido de 56.5% con 48 encuestados para el clima, 36.5% para las vías de acceso con 31 encuestados, con un 35.3% y 30 encuestados la calidad del servicio, el 27.1% con 23 encuestados para el tipo de turismo que oferta, y por último se tiene la infraestructura con un total de 15 encuestados y un 17.6% y la opción otras con un 1.2%. Estos resultados muestran como los turistas nacionales buscan frecuentar los lugares que les ofrezcan atractivos que llamen su atención, precios accesibles y posea seguridad y distancia que los haga sentir cómodos.

18-Panchimalco comprende lugares como la puerta del diablo, el parque balboa, parque de la familia, la iglesia Santa Cruz de Roma, entre otros, considerando lo anterior ¿Ha visitado el territorio de Panchimalco?

Gráfico 23. Recuento de turistas que han visitado Panchimalco del segmento nacional.

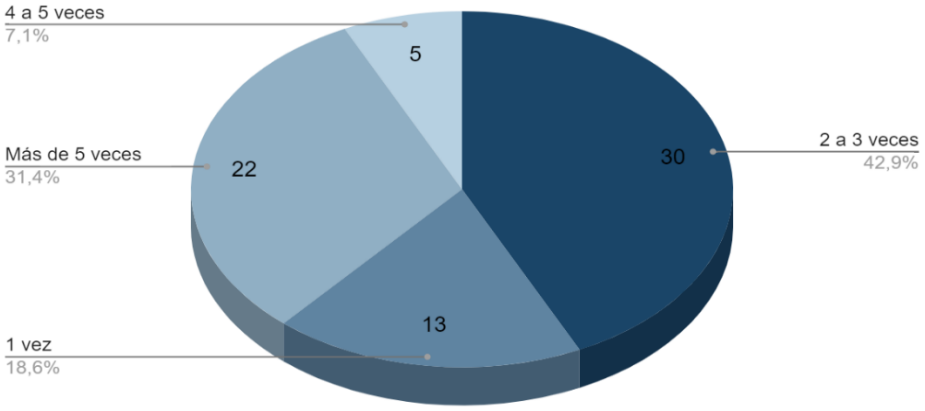


Análisis: Entre los lugares turísticos que los encuestados visitan se encuentra el territorio de Panchimalco posicionado de gran manera ya que se tiene que el 82.4% ha visitado el territorio con 70 respuestas, y el restante 17.6% con 15 encuestados no lo ha visitado. Por lo que se evidencia que el territorio de Panchimalco es una opción frecuente en los destinos turísticos que suelen visitar los turistas nacionales.

Sección 2: encuestados que si han visitado el territorio de Panchimalco

19-¿Cuántas veces ha visitado el territorio de Panchimalco?

Gráfico 24. Cantidad de visitas de los turistas que han visitado Panchimalco del segmento nacional.

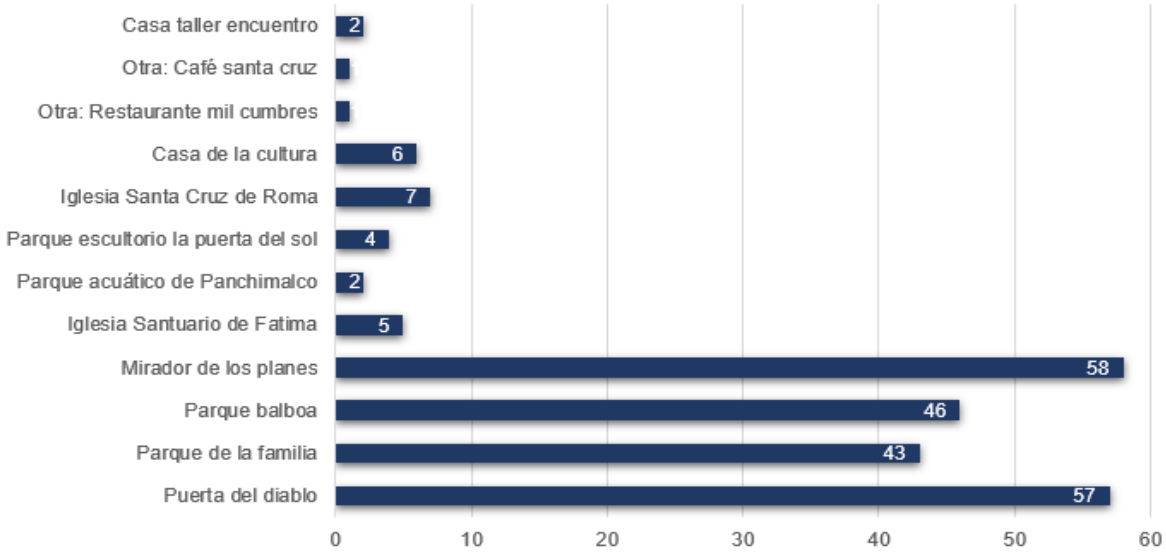


Análisis: De los 70 turistas que han realizado visitas a Panchimalco, se tiene que 30 con el 42.9% lo ha visitado de 2 a 3 veces, seguido del 31.4% con 22 encuestados que lo ha visitado más de 5 veces, luego el 18.6% con 13 encuestados

lo ha visitado solo 1 vez y el restante 7.1% lo ha visitado de 4 a 5 veces. Esto hace inferir que alrededor del 81.4% ha sido motivado a visitar nuevamente el territorio de Panchimalco luego de su primera visita lo que hace ver que es un atractivo sólidamente establecido y con cierto posicionamiento dentro de los turistas nacionales.

20-¿Cuáles son los destinos turísticos que ha visitado en el territorio de Panchimalco?

Gráfico 25. Destinos turísticos que han visitado en Panchimalco los turistas del segmento nacional.

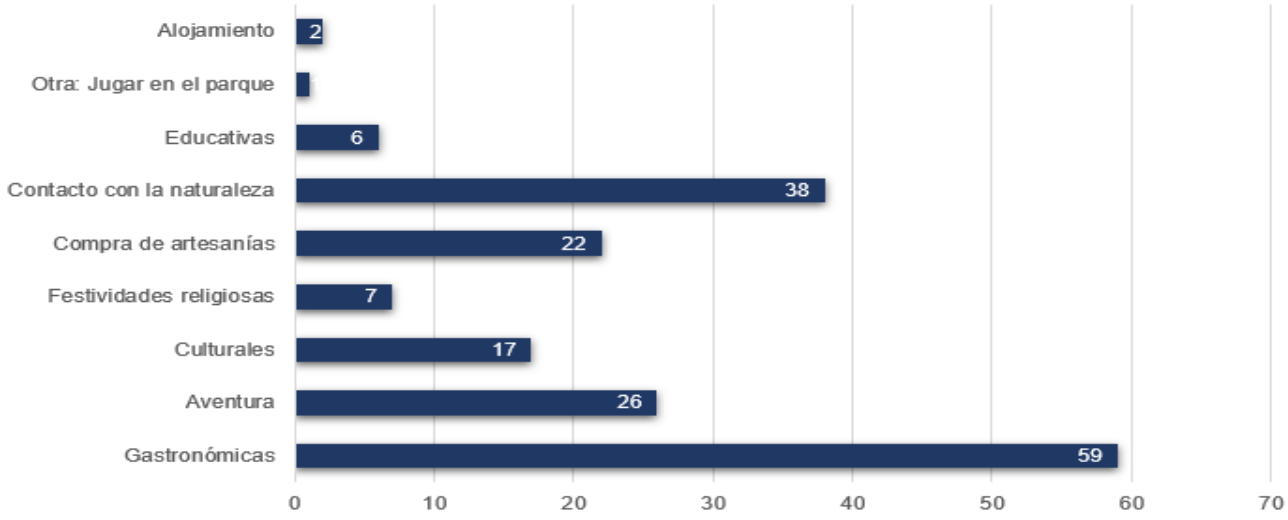


Análisis: Los lugares más populares en las visitas que han realizado los turistas nacionales en el territorio de Panchimalco son el mirador de los planes con 58 y un 82.9%, en segundo lugar la puerta del diablo con 57 y un porcentaje de 81.4%, en tercer lugar el parque balboa con 46 y un 65.7% y en cuarto lugar el parque de la familia con 43 y un 61.4%, estos lugares poseen una mayor preferencia por parte de los encuestados, esto debido a que forman parte de los Planes de Renderos, que es la zona más comercial de Panchimalco. De los destinos turísticos ubicados en el centro urbano del pueblo de Panchimalco se tiene que la más visitada es la iglesia Santa Cruz de Roma con 10%, luego la casa de la cultura con 8.6%, la iglesia el Santuario de Fátima con 7.1%, el parque escultórico con 5.7%, el parque acuático

con un 2.9% junto a la casa taller encuentro y por último en la opción otra se obtuvo el café santa cruz y el restaurante mil cumbres con 1.4% cada uno.

21-¿Qué actividades turísticas ha realizado en sus visitas al territorio de Panchimalco?

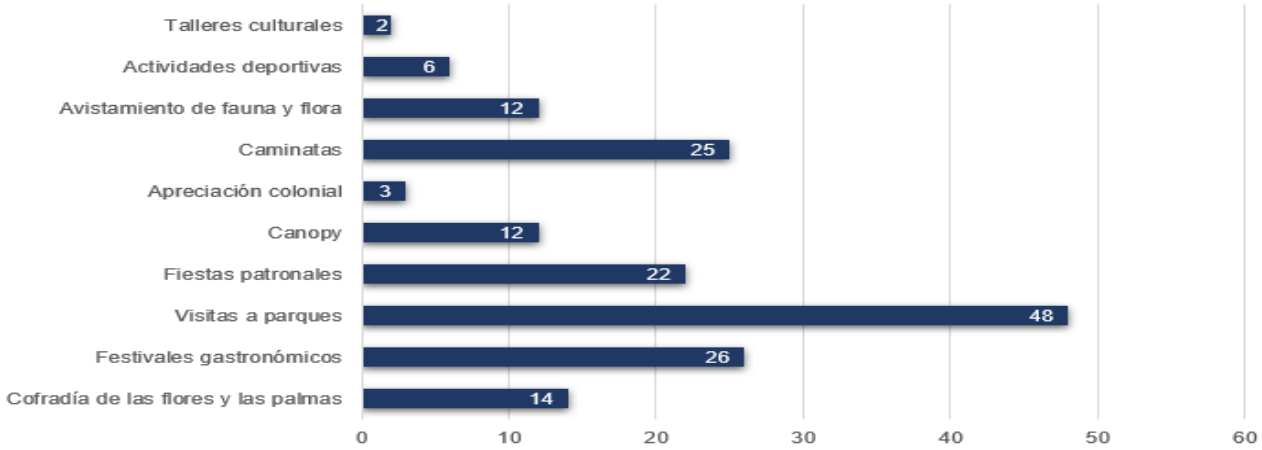
Gráfico 26. Actividades turísticas que han realizado en Panchimalco los turistas del segmento nacional.



Análisis: De las actividades que han realizado los turistas nacionales en el territorio de Panchimalco la de mayor relevancia son las actividades gastronómicas con 59 encuestados con un 84.3%, en segundo lugar las actividades que implican contacto con la naturaleza con 38 encuestados y 54.3%, en tercer lugar las actividades de aventura con un 37.1%, luego se tiene la compra de artesanías con un 31.4%, del resto de actividades se tiene 24.3% para las actividades culturales, 10% para las festividades religiosas, 8.6% para las actividades educativas, el 2.9% para las actividades de alojamiento y por último en la opción otras se tiene realizar actividades de juegos en el parque con un 1.4%.

22-¿Cuáles de las siguientes actividades que se realizan en el territorio de Panchimalco conoce?

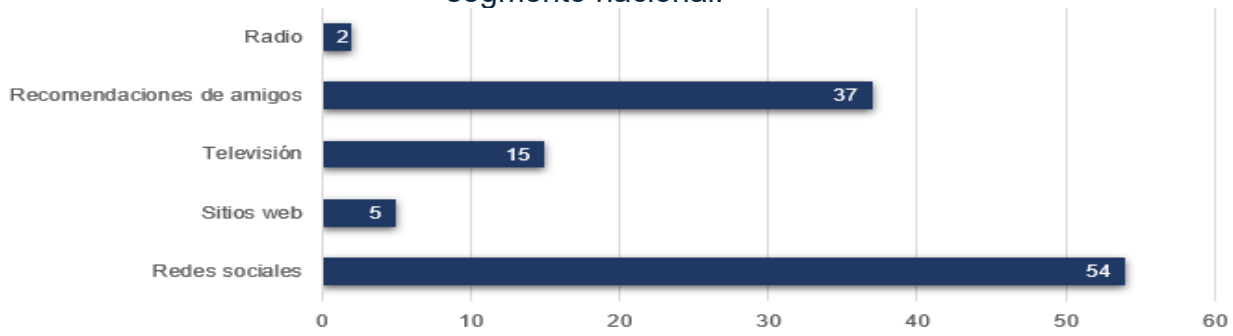
Gráfico 27. Conocimiento de actividades turísticas que han realizado en Panchimalco los turistas del segmento nacional.



Análisis: De las actividades que conocen las personas que han visitado el territorio de Panchimalco se tiene que la más popular es la visita a parques con 48 encuestados y un porcentaje de 68.6%, en segundo lugar se tiene los festivales gastronómicos con 26 encuestados y 37.1%, luego se tiene las caminatas con 25 encuestados y un porcentaje de 35.7% y con 22 encuestados y 31.4% las fiestas patronales, de las menos reconocidas se mencionan la cofradía de las flores y las palmas con 20%, avistamiento de flora y fauna junto con canopy con un 17.1% cada uno, actividades deportivas con 8.6%, apreciación colonial con 4.3% y por ultimo talleres culturales con 2.9%.

23-¿Por qué medio ha conocido los destinos turísticos y actividades turísticas que posee Panchimalco?

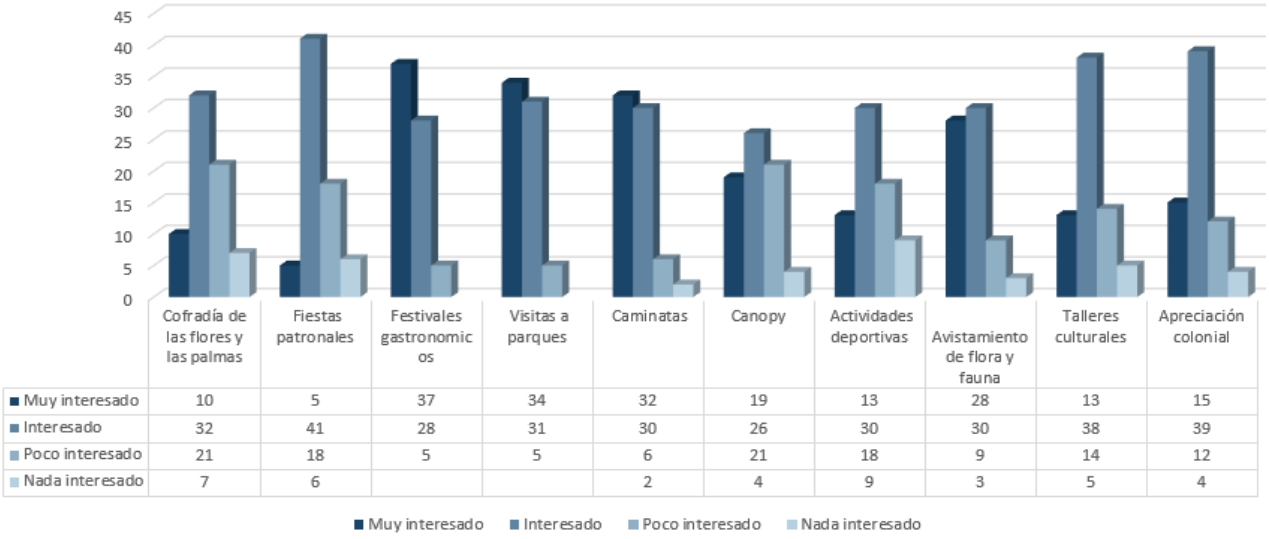
Gráfico 28. Medios de información por el que los turistas se informan en el segmento nacional.



Análisis: Los medios por los que los turistas del territorio de Panchimalco han conocido sus destinos turísticos son las redes sociales con 54 encuestados y un 77.1%, en segundo lugar, por recomendaciones de amigos con 37 encuestados y 52.9%, en tercer lugar, la televisión con 15 y un 21.4%, las últimas posiciones para los sitios web con 7.1% y la radio con 2.9%.

24-¿Qué tan interesado estaría en realizar las siguientes actividades en Panchimalco?

Gráfico 29. Escala de interés en las actividades turísticas de Panchimalco en el segmento nacional.

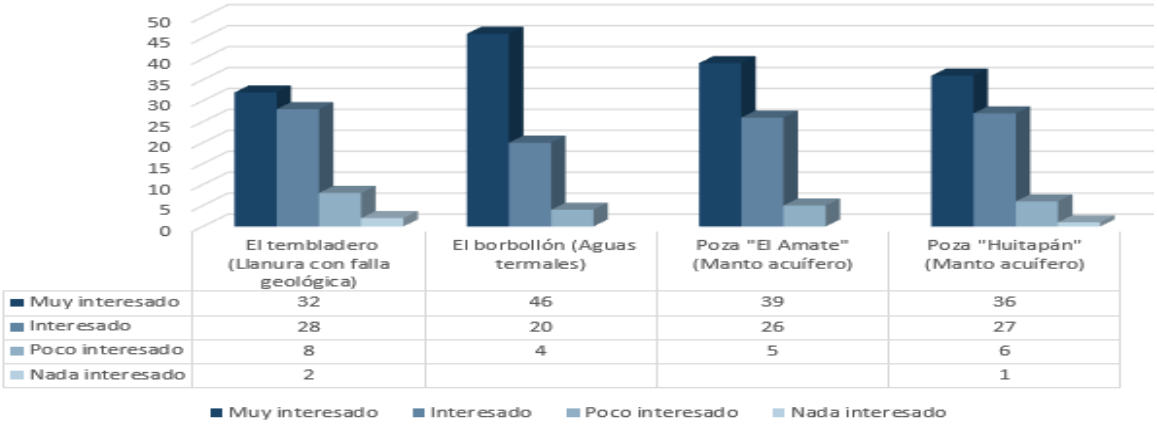


	Cofradía de las flores y las palmas	Fiestas patronales	Festivales gastronomicos	Visitas a parques	Caminatas	Canopy	Actividades deportivas	Avistamiento de flora y fauna	Talleres culturales	Apreciación colonial
Muy interesado	10	5	37	34	32	19	13	28	13	15
Interesado	32	41	28	31	30	26	30	30	38	39
Poco interesado	21	18	5	5	6	21	18	9	14	12
Nada interesado	7	6			2	4	9	3	5	4

Análisis: Para esta interrogante se presentó una matriz de escala “Muy interesado” hasta “Nada interesado”, para diferentes actividades que se realizan en Panchimalco. En resumen de la gráfica se tiene que las actividades con la mejor escala son los festivales gastronómicos, las visitas a parques, las caminatas y el avistamiento de flora y fauna con porcentajes que van desde el 40% hasta 52.8%, seguidamente en la escala de interesado se tiene en el top 3 las fiestas patronales, los talleres culturales y la apreciación colonial con porcentajes desde el 54.3% hasta el 58.6%, en las actividades que despiertan poco interés se tienen como principales la cofradía de las flores y las palmas y las actividades de canopy con el 30% cada una.

25-¿Qué tan interesado estaría en conocer los siguientes lugares?

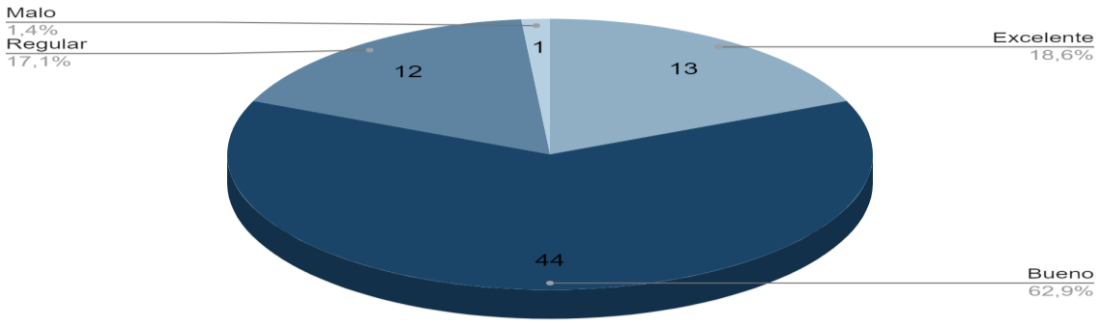
Gráfico 30. Escala de interés en conocer los lugares de Panchimalco por el segmento nacional.



Análisis: Para esta interrogante al igual que la pregunta anterior se presentó una matriz de escala “Muy interesado” hasta “Nada interesado”, para diferentes lugares que se encuentran en Panchimalco, es importante destacar que son lugares poco conocidos actualmente y por ello interesa la perspectiva que los turistas nacionales tienen hacia este tipo de atractivos, se tiene entonces que entre el 45.7% y el 65.7% se encuentran muy interesados en visitar estos lugares y entre el 28.6% y el 40% se encuentran interesados en visitarlos, del resto entre el 1.4% al 11.4% se encuentran entre poco a nada interesados en conocer estos lugares en el territorio de Panchimalco.

26-¿Cómo calificaría la infraestructura turística en Panchimalco?

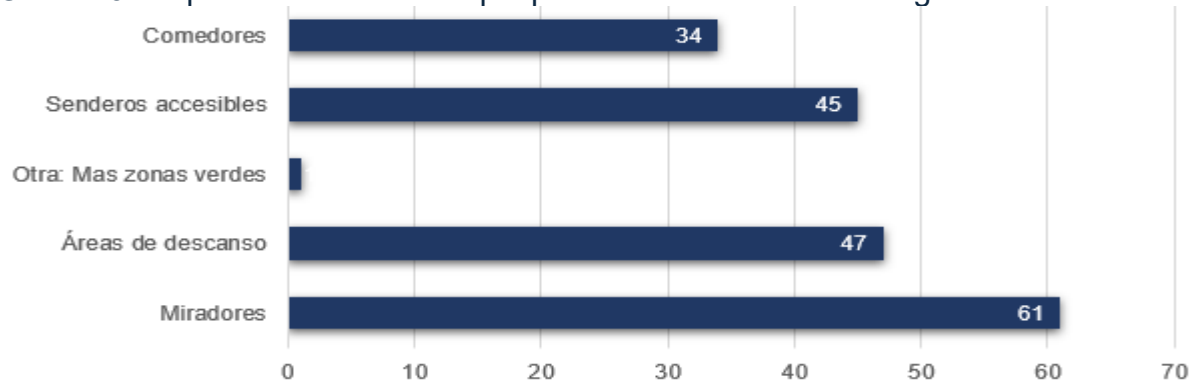
Gráfico 31. Calificación de la infraestructura de Panchimalco por el segmento nacional.



Análisis: Respecto a la percepción de la infraestructura que tienen los turistas nacionales, el 18.6% con 13 encuestados considera que la infraestructura es excelente, el 62.9% con 44 encuestados considera que es buena, 12 encuestados con el 17.1% considera que es regular y solo el 1.4% considera que es malo representado por un encuestado. Esto indica que hay una oportunidad de mejora considerable ya que más del 80% considera que la infraestructura de Panchimalco podría ser mejor con respecto a su estado actual.

27-¿Qué tipo de instalaciones prefiere que se encuentren cerca de las áreas naturales de Panchimalco?

Gráfico 32. Tipo de instalaciones que prefieren los turistas del segmento nacional.



Análisis: Las instalaciones que los turistas nacionales prefieren cerca de las áreas naturales son miradores en un 87.1% con 61 encuestados, seguidas de áreas de descanso con 47 y 67.1% y los senderos accesibles con 45 y 64.3%, por último, se tiene como preferencia comedores con un 48.6% con 34 de los encuestados y la opción otros con 1.4%.

Sección 3 encuestados que no han visitado el territorio de Panchimalco.

28-¿Por qué motivo no ha visitado el territorio de Panchimalco?

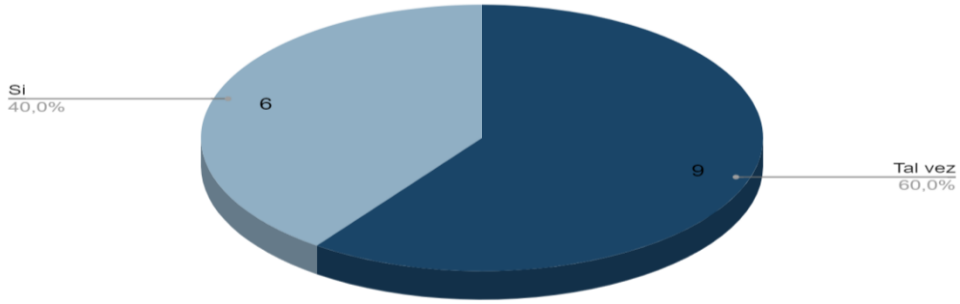
Gráfico 33. Motivos de no visita a Panchimalco del segmento nacional.



Análisis: De los turistas nacionales que no han visitado el territorio de Panchimalco se tiene que el 66.7% con 10 encuestados no conoce nada del lugar, el 53.3% con 8 encuestados no se encuentra informado de los atractivos y servicios turísticos y el restante con un 26.7% y 4 de los encuestados tiene la limitante de la distancia con relación a su lugar de residencia.

29-¿Está interesado en realizar turismo en el territorio de Panchimalco?

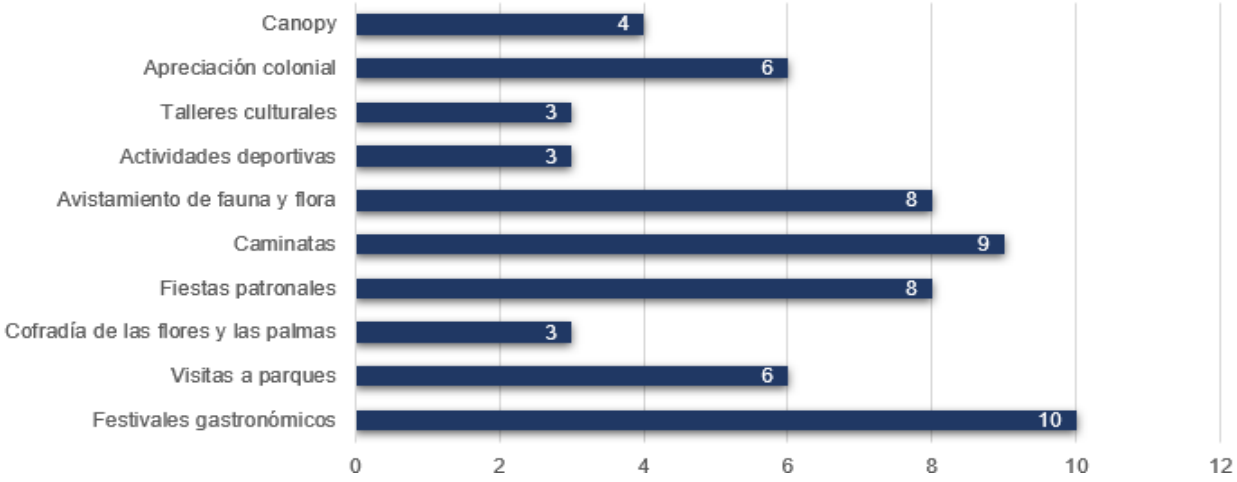
Gráfico 34. Interés del turista que no ha visitado Panchimalco en poder realizarlo en el segmento nacional.



Análisis: El 40% de los encuestados que aún no han visitado el territorio de Panchimalco se encuentra interesado en realizar turismo en el lugar y el 60% se encuentra indeciso respecto a realizarlo o no, pero no se tiene a ningún encuestado que se encuentre rechazando la idea por completo lo que indica una oportunidad para atraerlos a visitar Panchimalco como destino turístico.

30-¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría realizar en el territorio de Panchimalco?

Gráfico 35. Actividades del turista que no ha visitado Panchimalco que le gustaría realizar del segmento nacional.



Análisis: De las actividades que les gustaría realizar a las personas que aún no visitan el territorio de Panchimalco se tiene con una mayor preferencia los festivales gastronómicos con 10 encuestados y un 66.7%, seguido de las caminatas, las fiestas patronales y el avistamiento de flora y fauna con 60%, y 53.3% para los últimos dos. Luego se tienen las visitas a parques y la apreciación colonial con 40%, el canopy con 26.7% y talleres culturales, actividades deportivas y la cofradía de las flores y las palmas con 20% para cada una.

31-¿Qué le motivaría a visitar Panchimalco en el futuro?

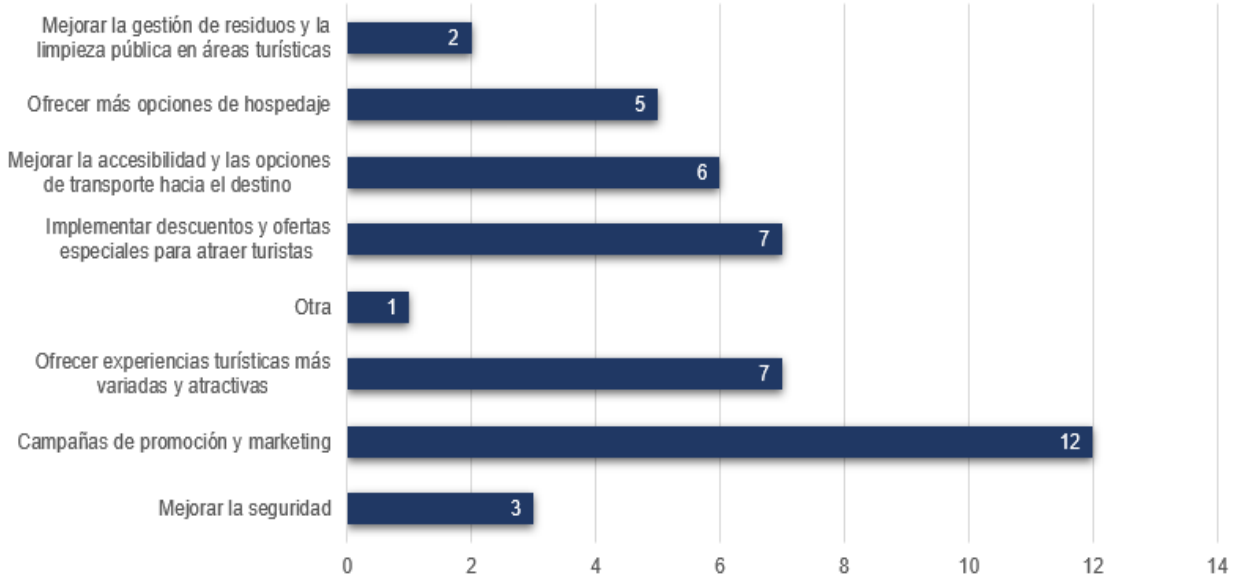
Gráfico 36. Factores de motivación para los turistas que no han visitado Panchimalco del segmento nacional



Análisis: según los encuestados se sentirían motivados a realizar turismo en Panchimalco en un 53.3% si se realizarán tours guiados por los principales atractivos turísticos, en un 46.7% si se ampliaran las actividades recreativas, en un 40% si se ofertara más actividades culturales y festivales, y el resto en 20%, 13.3% y 6.7% si se promoviera prácticas de turismo sostenible, se mejorará la infraestructura turística y se presentara mayor publicidad respectivamente.

32-¿Qué podría hacer Panchimalco para mejorar su imagen como destino turístico?

Gráfico 37. Factores para mejorar de la imagen de Panchimalco según los turistas que no lo han visitado del segmento nacional.

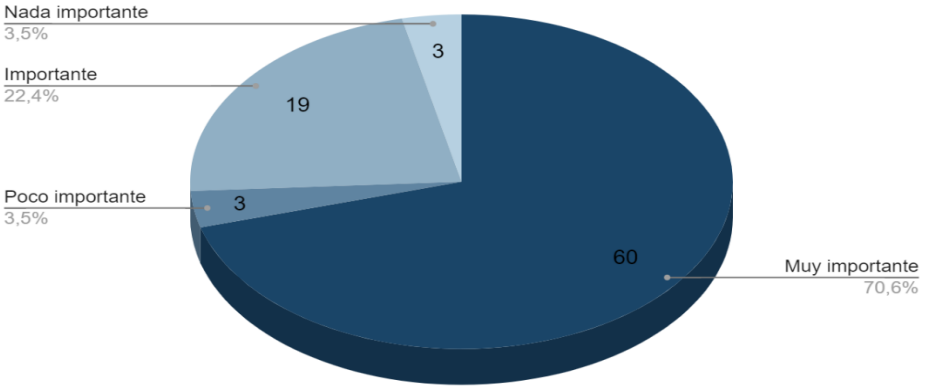


Análisis: Las acciones más importantes que los encuestados consideran debe tener en cuenta Panchimalco para mejorar su imagen son en primer lugar las campañas de promoción y marketing con un 80% y 12 de los encuestados, en segundo lugar hay un empate entre ofrecer experiencias turísticas más variadas a tractivas e implementar descuentos y ofertas especiales con 46.7% cada una, y finalizando el top tres se tiene mejorar la accesibilidad y las opciones de transporte con 40% y 6 de los 15 encuestados.

Sección 4: turismo sostenible para todos los encuestados

33-¿Qué tan importante es para usted que los destinos turísticos promuevan la sostenibilidad?

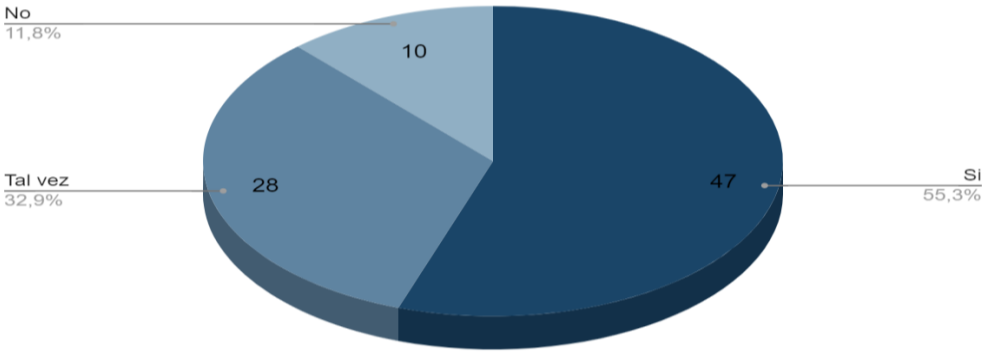
Gráfico 38. Nivel de importancia de la sostenibilidad según el segmento nacional.



Análisis: Al hablar de sostenibilidad ambiental, 60 de los 85 encuestados considera muy importante que se promueva en los destinos turísticos que visitan, esto representado por un 70.6%, luego se tiene que el 22.4% lo considera importante con 19 encuestados y el 3.5% lo considera de poco a nada importante en cada categoría. Esto indica que alrededor del 93% se siente convencido de que la sostenibilidad ambiental juega un papel importante dentro del turismo.

34-¿Estaría dispuesto a pagar más por servicios turísticos que garanticen la sostenibilidad ambiental?

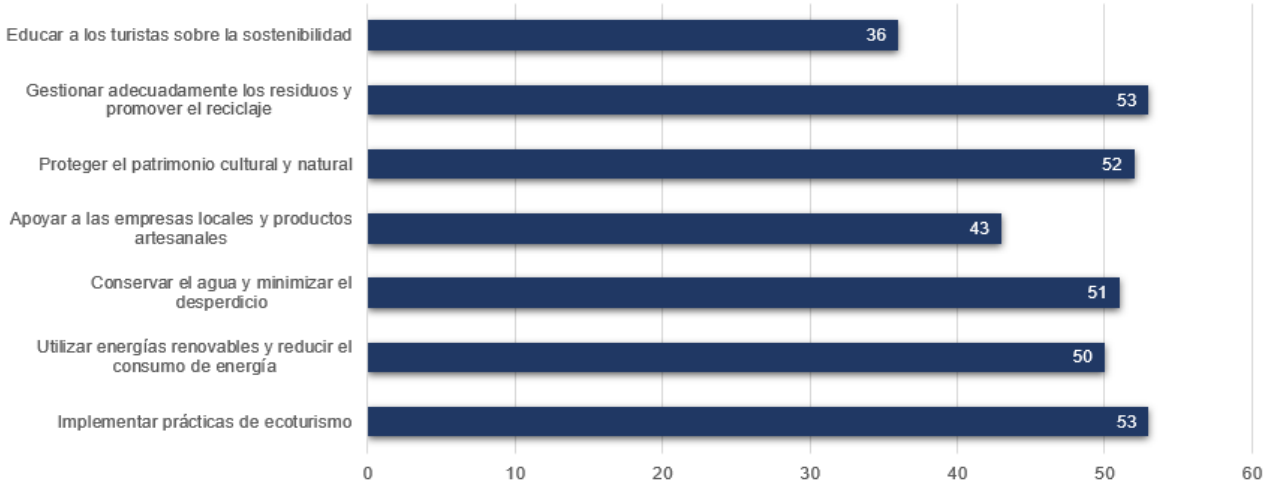
Gráfico 39. Disposición a pagar un recargo por servicios turísticos sostenibles del segmento nacional.



Análisis: De los 85 encuestados el 55.3% correspondiente a 47 encuestados estaría dispuesto a pagar más por servicios que promuevan la sostenibilidad ambiental, el 32.9% con 28 encuestados consideran que tal vez pagarían más por dichos servicios y solamente el 11.8% con 10 encuestados se encuentra en la negativa de no considerar pagar más por servicios con sostenibilidad ambiental, esto es importante dado que el enfoque del plan es hacia el turismo sostenible, de primera mano se puede obtener que entre un 32.9% a un 88.2% estaría por lo menos interesado en la sostenibilidad de los servicios que consume.

35-¿Qué acciones considera que los destinos turísticos deberían tomar para ser más sostenibles?

Gráfico 40. Acciones de turismo sostenibles recomendadas por el segmento nacional.



Análisis: En las acciones que los turistas nacionales consideran debería tomar el territorio de Panchimalco para ser sostenible se tiene en primer lugar un empate entre gestionar adecuadamente los residuos y promover el reciclaje e implementar prácticas de ecoturismo con 53 encuestados y 62.4% por ciento, seguido de proteger el patrimonio cultural y natural con un 61.2%, conservar el agua y minimizar el desperdicio con un 60%, utilizar energías renovables y reducir el consumo de energía con un 58.8%, apoyar a las empresas locales y productos artesanales con 50.6% y por último, educar a los turistas sobre la sostenibilidad con un 42.4%, como se observa en la gráfica, existe fuerte interés por parte de los turistas en volver sus

destinos sostenibles y las medidas que se consideran adecuadas deberían estar a disposición de los lugares turísticos de mayor afluencia.

2. Tabulación de encuestas extranjeras

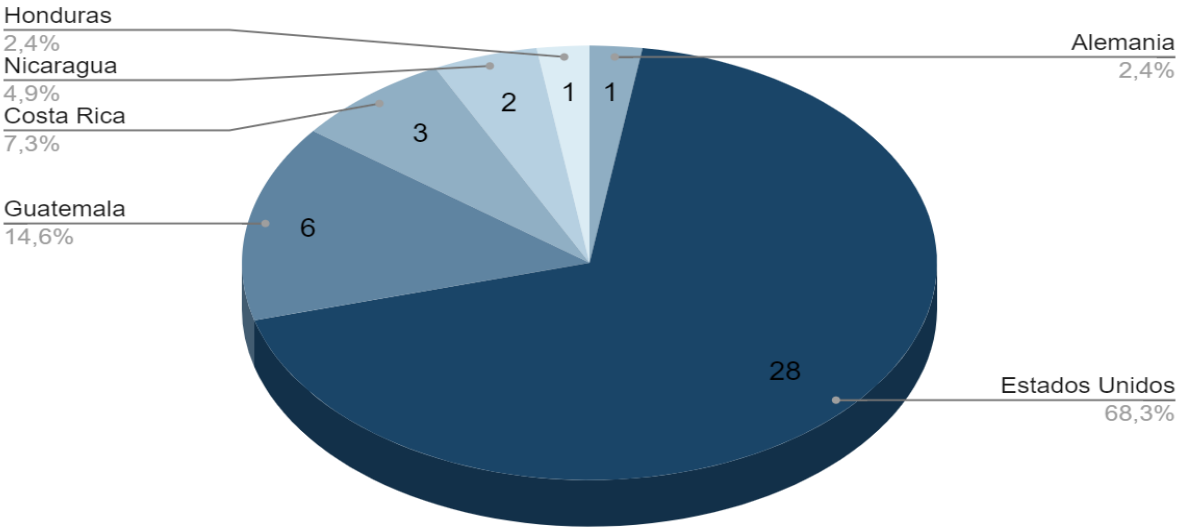
A continuación, se presenta los resultados de la información recopilada de la investigación del turista extranjero.

Datos generales del encuestado

Sección 1 datos demográficos y preferencias turísticas de los encuestados

1- ¿Cuál es su país de residencia?

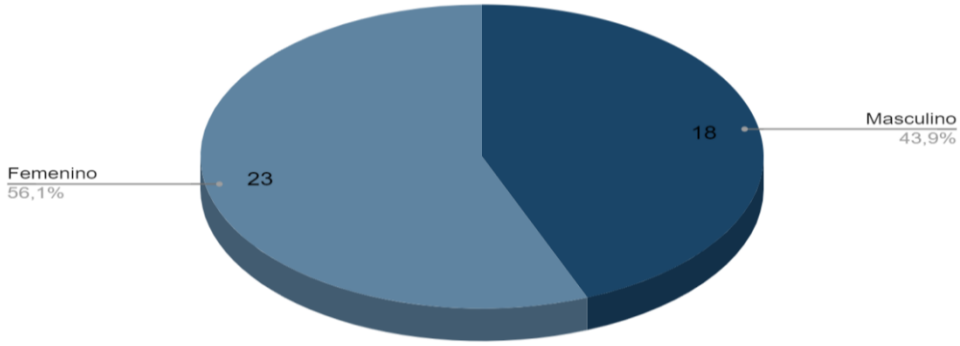
Gráfico 41. País de residencia de los encuestados del segmento extranjero.



Análisis: De los 41 encuestados extranjeros se tiene que la mayor parte son de Estados Unidos con un 68.3% correspondiente a 28 de los encuestados, en segundo lugar, se tiene a los turistas de Guatemala con 14.6%, luego Costa Rica con 7.3%, seguido de Nicaragua con un 4.9% correspondiente a 2 de los encuestados y, por último, se tiene con 2.4% en igual proporción y cantidad a Honduras y Alemania.

2- ¿Cuál es su género?

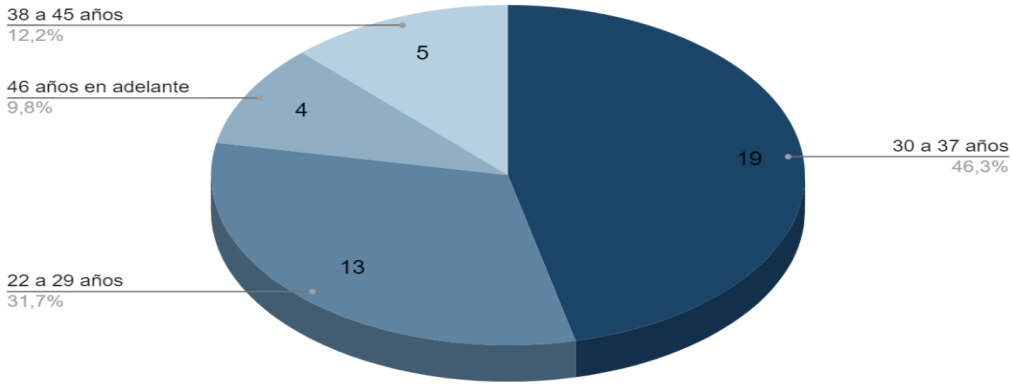
Gráfico 42. Género de los encuestados del segmento extranjero.



Análisis: De las encuestas realizadas al segmento de turistas extranjeros se tiene un total de 18 hombres y 23 mujeres encuestadas, cada uno con un porcentaje de 43.9% y 56.1% respectivamente, lo cual brinda heterogeneidad a los resultados obteniendo la perspectiva de ambos géneros en una proporción similar.

3- ¿Cuál es su edad?

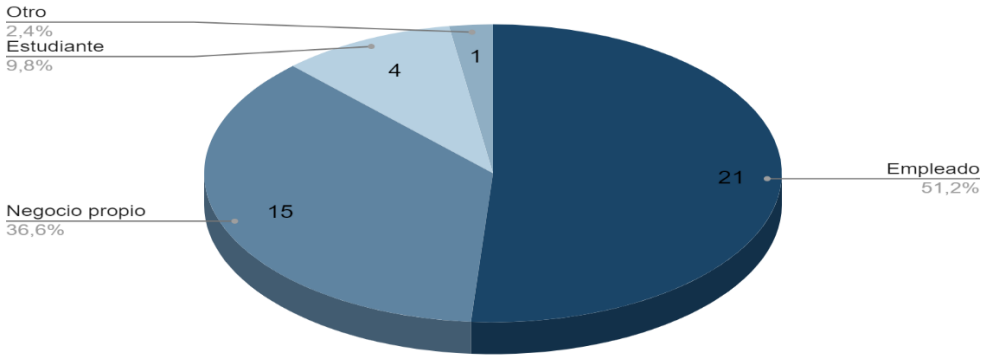
Gráfico 43. Edad de los encuestados del segmento extranjero.



Análisis: El rango de edad de los turistas extranjeros se compone en su mayoría por edades de 30 a 37 años con un porcentaje de 46.3%, seguido del grupo de 22 a 29 años con 31.7%, en tercer lugar, se encuentran los de 38 a 45 años con un 12.2% y un 9.8% que se encuentra sobre los 46 años en adelante. La variación a diferencia del segmento nacional tiene un mayor porcentaje de turistas sobre los treinta años.

4- ¿Cuál es su ocupación?

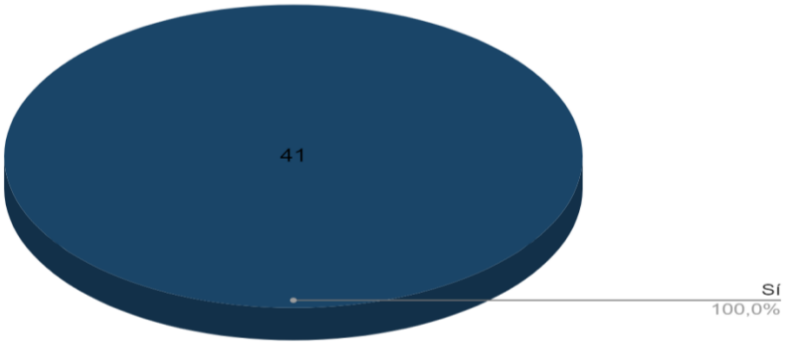
Gráfico 44. Ocupación de los encuestados del segmento extranjero.



Análisis: La ocupación de los turistas extranjeros está compuesta de empleado en un 51.2% con 21 de los encuestados, por un 36.6% que, de 15 encuestados con negocio propio, estudiante con 9.8% por 4 de los encuestados, y por último el 2.4% compuesto por otros.

5- ¿Usted ha realizado en al menos una ocasión turismo en El Salvador?

Gráfico 45. Confirmación de la realización de turismo por el segmento extranjero.

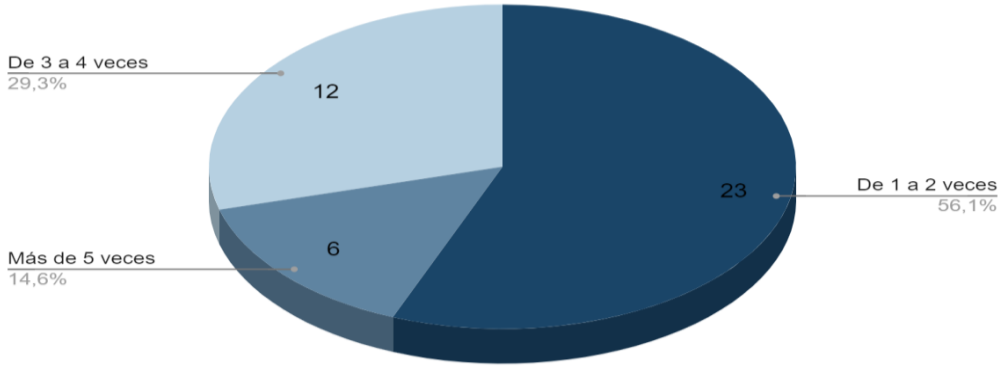


Análisis: Los turistas extranjeros en un 100% de los 41 encuestados ha visitado El Salvador, dato esperado dado el segmento determinado en base al perfil del turista extranjero.

Sección 2: encuestados que si han realizado turismo en El Salvador

6- En el periodo de un año ¿Con qué frecuencia realiza turismo en el interior del país?

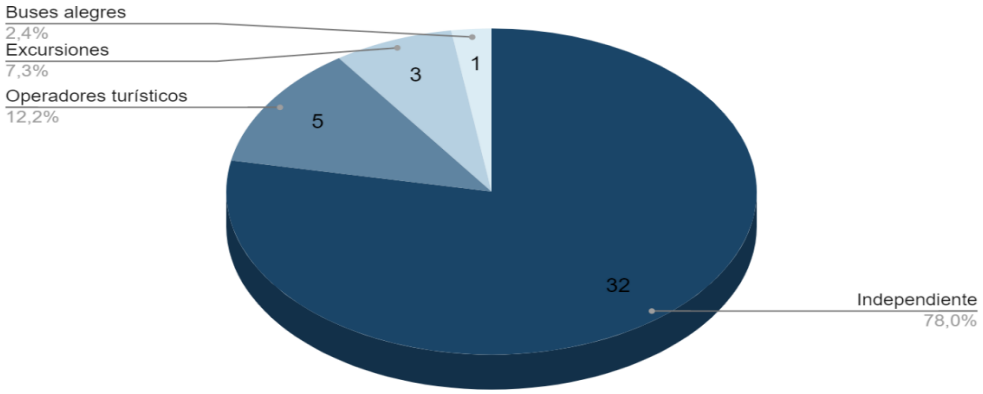
Gráfico 46. Frecuencia de realización de turismo del segmento extranjero.



Análisis: Los turistas extranjeros suelen realizar turismo en el interior del país de 1 a 2 veces con un porcentaje de 56.1% y 23 de los 41 encuestados, en segundo lugar, de 3 a 4 veces con un porcentaje de 29.3% y 12 encuestas y en último lugar más de 5 veces con un porcentaje de 14.6% y 6 de los encuestados.

7- ¿De qué forma acostumbra a realizar turismo?

Gráfico 47. Forma de preferencia para realizar turismo del segmento extranjero.

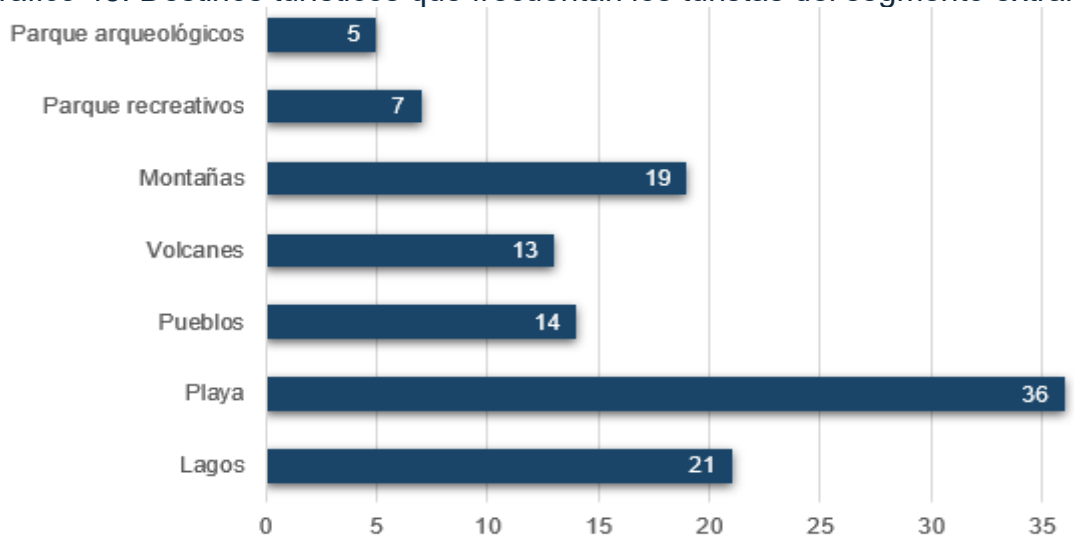


Análisis: De la muestra podemos inferir que la mayor parte de las personas realizan turismo de manera independiente ya que corresponde a 32 de 41 encuestados que representan el 78%, el siguiente grupo es el de personas que realizan turismos con operadores turísticos con un total de 5 personas que corresponde al 12.2%, luego se tiene a aquellos que lo realizan por medio de excursiones con 3 personas y un 7.3%, por último el 2.4% con 1 de los encuestados

acostumbran a realizar sus visitas turística a través de la modalidad de buses alegres.

8- ¿Qué tipo de destinos turísticos frecuenta?

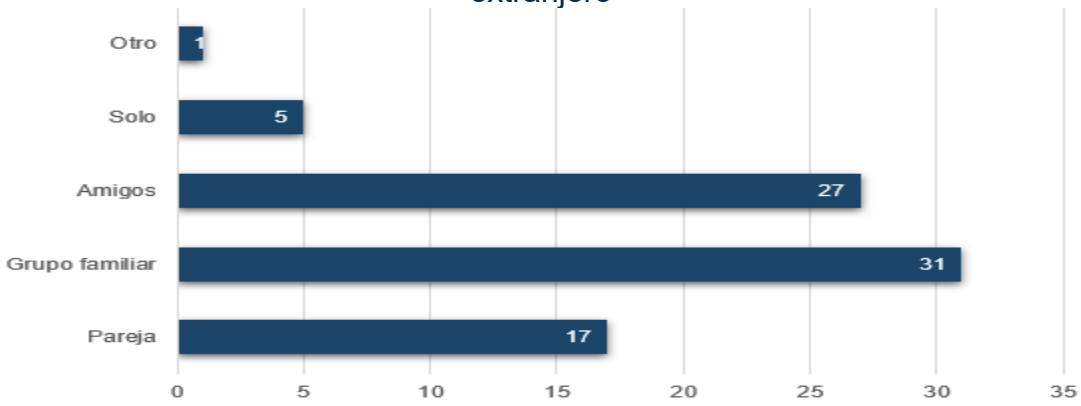
Gráfico 48. Destinos turísticos que frecuentan los turistas del segmento extranjero.



Análisis: En primer lugar, entre los destinos turísticos se tiene preferencia por la playa con un total de 87.8% con 36 de los encuestados, seguido de los lagos con un total de 51.2% con 21 de los encuestados y en tercer lugar la categoría de montañas con un total de 46.3% de preferencia con 19 de los encuestados. La zona costera del país debido a su gran extensión territorial en playas es la preferida y la más frecuente a la hora de elegir lugares para hacer turismo. Sin embargo, los lagos y montañas se encuentran en porcentajes muy cercanos de preferencias.

9- ¿Con quién suele realizar sus actividades turísticas?

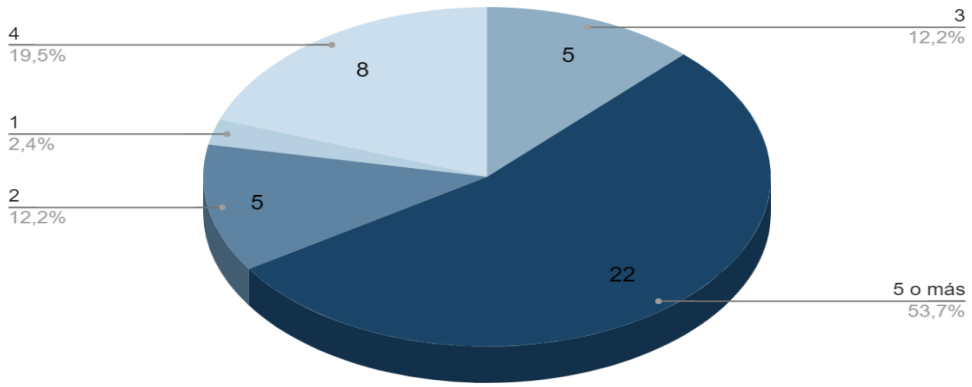
Gráfico 49. Compañía de preferencia para realizar turismo del segmento extranjero



Análisis: El 75.6% de los encuestados prefiere realizar actividades turísticas acompañado de su grupo familiar, seguido de un 65.9% que prefiere realizarlas acompañados de sus amigos, en tercer lugar, tenemos un 41.5% que prefiere hacerlo acompañado de su pareja, un 12.2% prefiere realizarlas sin ningún tipo de compañía y, por último, se tiene un 2.4% de la opción otros. Lo cual indica una clara preferencia a realizar actividades turísticas en grupos ya sea familiares o de amigos.

10-¿Con compañía de cuántas personas en promedio visita los destinos turísticos?

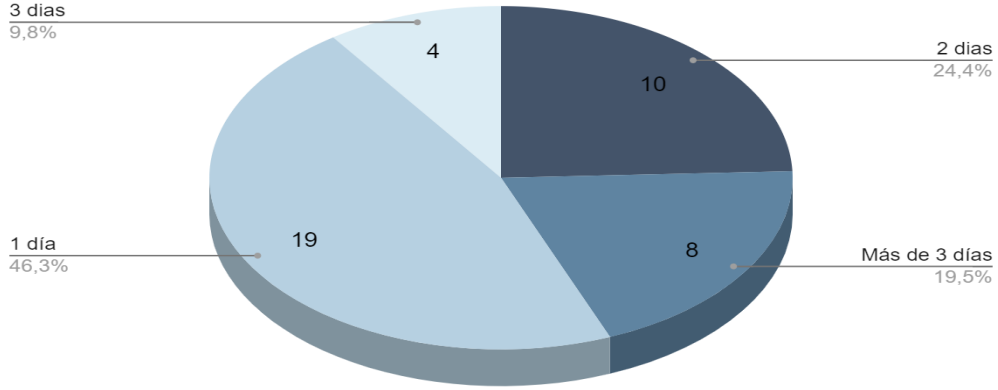
Gráfico 50. Cantidad de acompañantes en promedio que prefiere para realizar turismo el segmento extranjero.



Análisis: En promedio los turistas extranjeros en un 53.7% suelen ser acompañados por 5 o más personas al realizar sus actividades turísticas, luego se tiene en un 19.5% un total de 4 personas, seguido de un 12.2% acompañado de 3 personas, el resto de los encuestados en un 12.2% y 2.4% prefieren ser acompañados por 2 y 1 persona respectivamente. Los resultados reafirman lo indicado en la pregunta anterior en donde un 63.3% y un 57.8% dicen preferir realizar sus actividades turísticas acompañados de familiares y amigos.

11-¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?

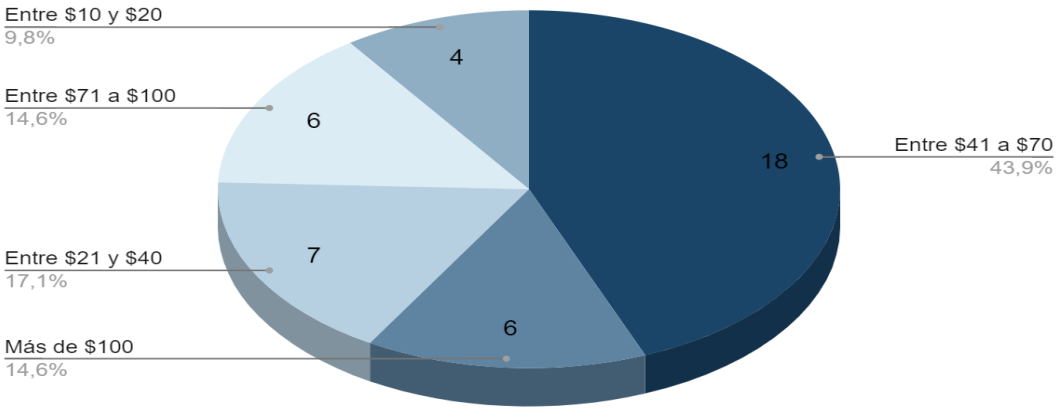
Gráfico 51. Duración de los paseos turísticos del segmento extranjero.



Análisis: La duración de los paseos turísticos en el interior del país para los turistas extranjeros es en un 46.3% de 1 día según consideran 19 encuestados, seguido de un24.4% de 2 días con 10 de los encuestados, en tercer lugar, se tiene de más de 3 días con un 19.5% y 8 de los encuestados, y para finalizar el 9.8% restante es de 3 días con 4 de los encuestados.

12-¿Cuál es el gasto promedio individual diario que invierte en realizar actividades turísticas?

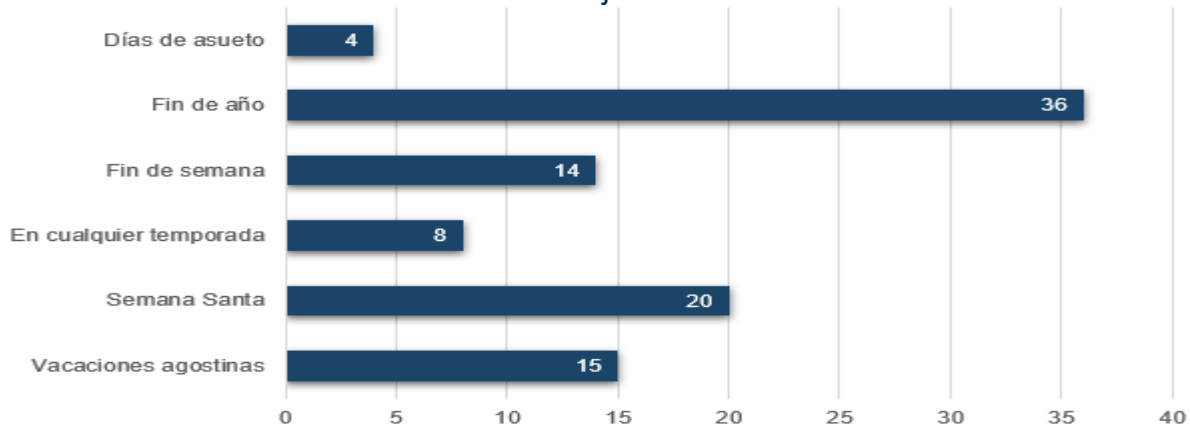
Gráfico 52. Gasto promedio individual diario del segmento extranjero



Análisis: En primer lugar, se encuentran el 43.9% de encuestados que gastan en promedio entre $41 a $70 dólares en sus actividades turísticas, en segundo lugar, se ubican las personas con gastos entre $21 y $40 dólares y representan el 17.1% de la muestra, el 14.6% gasta más de $100 dólares, al igual que los que gastan entre $71 a $100 con el mismo porcentaje de preferencia, por último, el 9.8% gasta entre $10 y $20 dólares.

13-¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?

Gráfico 53. Temporada del año preferida para realizar turismo del segmento extranjero

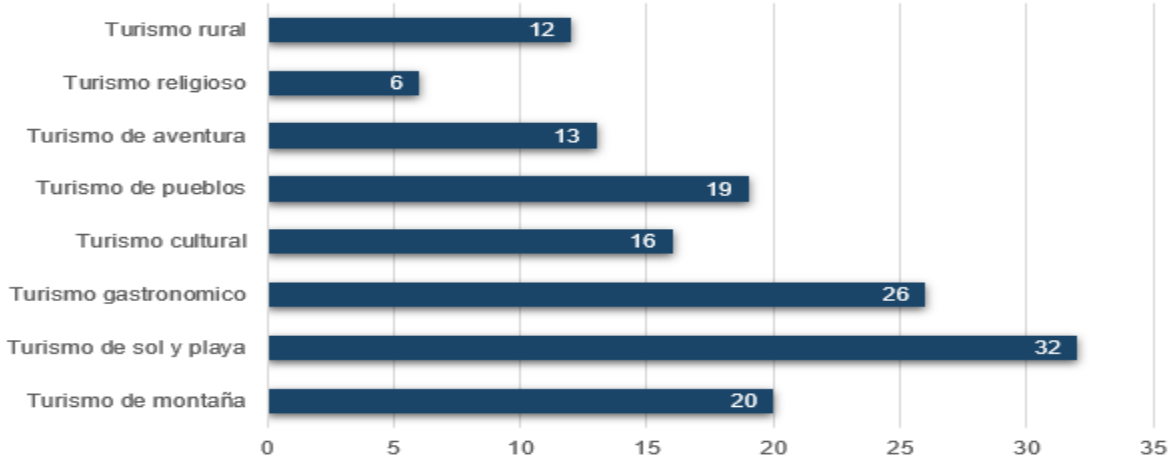


Análisis: De los 41 encuestados el 87.8% con 36 encuestados realiza turismo con preferencia en fin de año, seguido por 48.8% con 20 encuestados que realizan turismo en semana santa, el 36.6% con 15 encuestados prefiere realizarlo en

vacaciones agostinas, el 34.1% con 14 encuestados el fin de semana, el 19.5% no tiene preferencia por la temporada de vacaciones y lo realizan en cualquier temporada y el restante 9.8% lo prefiere en días de asueto. Esto indica que el segmento de turistas extranjeros tiene cierta preferencia a realizar turismo en las temporadas de vacaciones.

14-¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

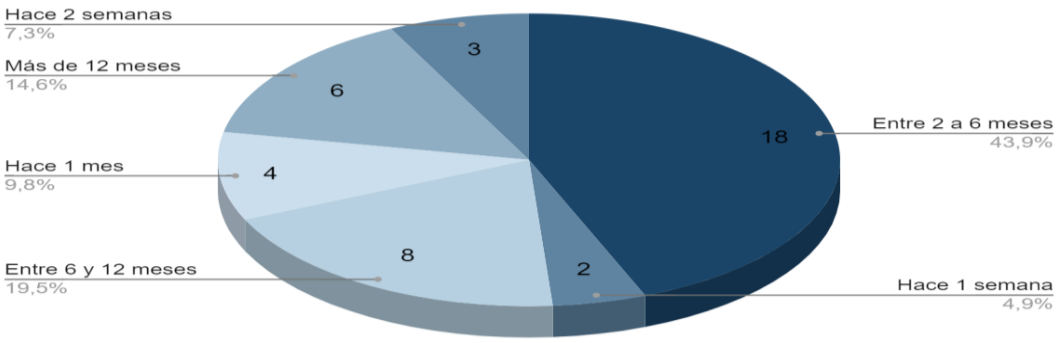
Gráfico 54. Tipo de turismo que prefiere realizar el segmento extranjero



Análisis: Entre los encuestados el tipo de turismo que tiene una mayor preferencia es el turismo de sol y playa con un 78.0% resultado que va en sintonía con los sitios turísticos que más se frecuentan, en donde el 87.8% de los encuestados prefiere visitar la playa, seguido de un 63.4% que prefiere realizar turismo gastronómico, en tercer lugar se tiene que existe preferencia a realizar turismo de montaña en un 48.8% con 20 encuestados y luego se tiene con un 46.3% con 19 encuestados con preferencia hacia el turismo de pueblos. Para los restantes se tiene un 39% para el turismo de cultural lo que demuestra que este tipo de turismo tiene mayor relevancia en el segmento extranjero en comparación al nacional, 31.7% para el turismo de aventura, un 29.3% de turismo rural y en último lugar el 14.6% prefiere el turismo religioso.

15-¿Cuándo fue la última vez que visitó un destino turístico en El Salvador?

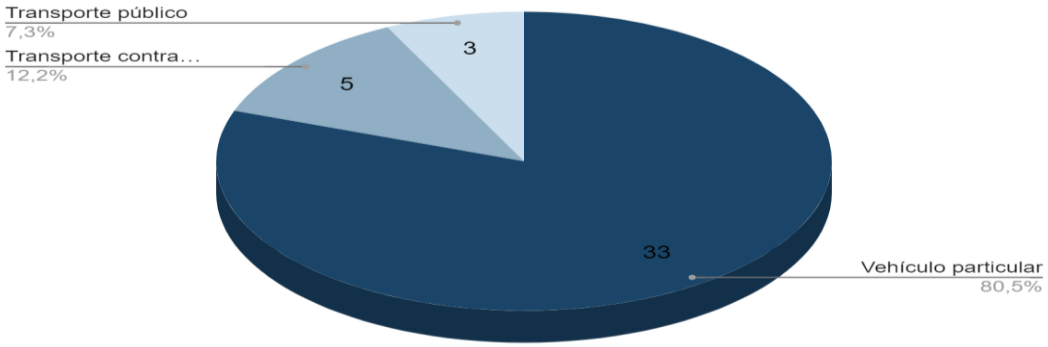
Gráfico 55. Tiempo desde la última visita a un destino turístico del segmento extranjero.



Análisis: Los resultados muestran que un 43.9% visitó por última vez un destino turístico hace 2 a 6 meses, el siguiente 19.5% entre 6 a 12 meses, en tercer lugar, el 14.6% que realizó su última visita hace más de 12 meses, del resto el 9.8% hace 1 mes, el 7.3% hace 2 semanas y, por último, el 4.9% hace 1 semana. Esto muestra como el turismo en el segmento extranjero se realiza dentro de las temporadas de vacaciones como indicaba la preferencia en la pregunta 13.

16- ¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?

Gráfico 56. Medio de transporte que utiliza para realizar las actividades turísticas del segmento extranjero

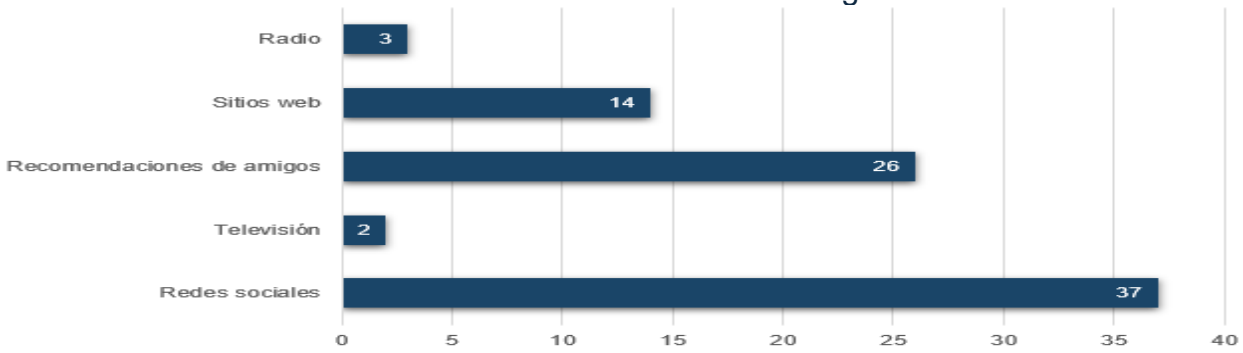


Análisis: La mayoría de los turistas extranjeros utilizan para realizar turismo vehículo particular con un 80.5%, un 12.2% utiliza transporte contratado y un 7.3% transporte público. Esto se relaciona con la manera en que se acostumbra a realizar turismo en donde la mayoría prefiere realizarlo de forma independiente, en segundo

lugar, los operadores turísticos y excursiones que corresponden al sector de transporte contratado y la minoría que corresponde al transporte público.

17-¿Por cuál medio se informa de los destinos turísticos que visita?

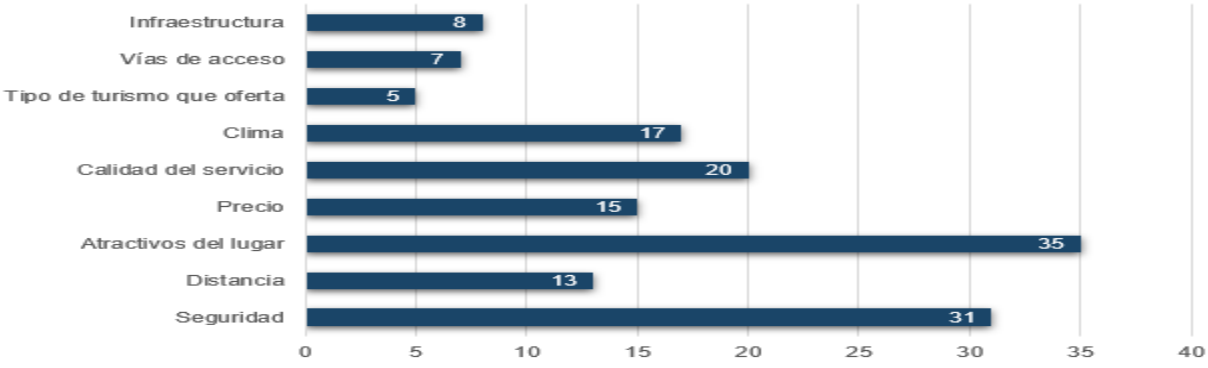
Gráfico 57. Medio de información de los turistas del segmento extranjero



Análisis: De los encuestados extranjeros el 90.2% con 37 encuestados se informa por medio de redes sociales, el 63.4% con 26 encuestados lo hace por medio de recomendaciones de amigos, el 34.1% con 14 por medio de sitios web, el 7.3% con 3 por medio de la radio, y el 4.9% por medio de la TV. Este resultado muestra la gran influencia de las redes sociales como medio informativo para las personas y como los lugares turísticos la utilizan para llegar a un mayor número de personas y hacer visibles sus negocios.

18-¿Qué factores considera importantes al momento de escoger visitar un destino turístico?

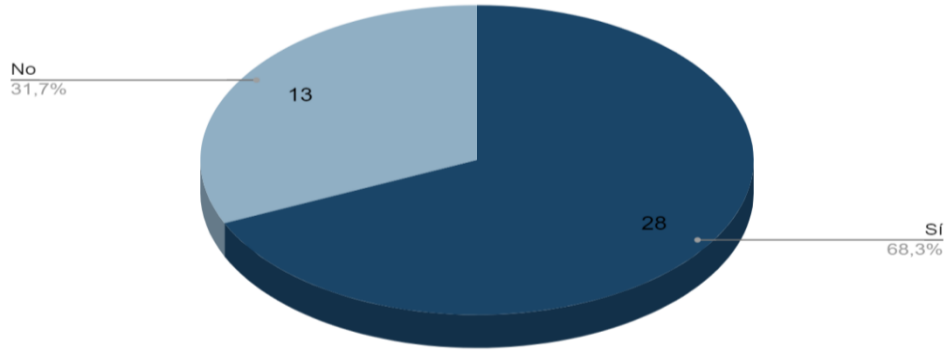
Gráfico 58. Factores que impulsan la visita a los destinos turísticos del segmento extranjero



Análisis: Entre los principales factores que consideran los turistas extranjeros para escoger un destino turístico se tiene en primer lugar los atractivos del lugar con 35 encuestados con 85.4%, muy seguido de un 75.6% en donde el importante es la seguridad, luego se tiene la calidad del servicio con un total de 20 con 48.8% y el clima con 17 y un 41.5%, seguido de 36.6% con 15 encuestados para el precio, 31.7% para la distancia con 13 encuestados, con un 19.5% y 8 encuestados la infraestructura, el 17.1% con 7 encuestados para las vías de acceso, y por último se tiene el tipo de turismo que oferta con un total de 5 encuestados y un 12.2%. Estos resultados muestran como los turistas extranjeros buscan frecuentar los lugares que les ofrezcan atractivos que llamen su atención, con seguridad y calidad del servicio que los haga sentir cómodos aun por encima del precio que se oferte.

19-Panchimalco comprende lugares como la puerta del diablo, el parque balboa, parque de la familia, la iglesia Santa Cruz de Roma, entre otros, considerando lo anterior ¿Ha visitado el territorio de Panchimalco?

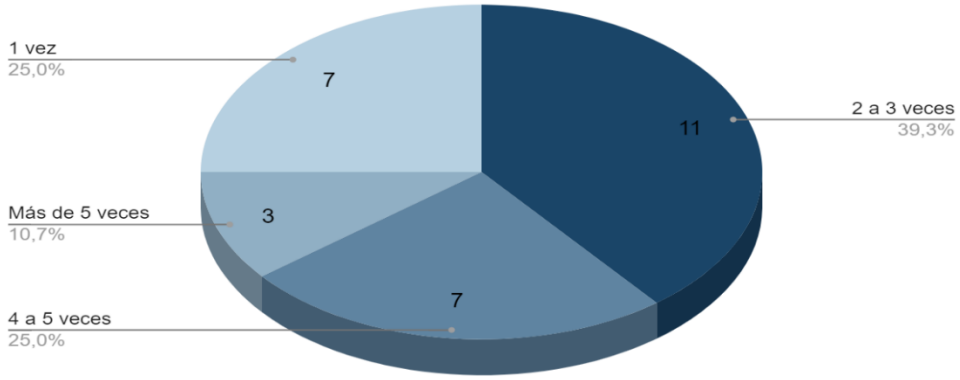
Gráfico 59. Recuento de turistas que han visitado Panchimalco del extranjero.



Análisis: Entre los encuestados extranjeros se tiene que el 68.3% ha visitado el territorio de Panchimalco con 28 respuestas positivas, y el restante 31.7% con 13 encuestados no lo ha visitado. Por lo que se evidencia que el territorio de Panchimalco es menos visitado por los turistas extranjeros que los nacionales, sin embargo, no deja de ser la mayoría los turistas extranjeros que si lo han visitado.

20-¿Ha visitado el territorio de Panchimalco?

Gráfico 60. Cantidad de visitas de los turistas que han visitado Panchimalco del segmento extranjero

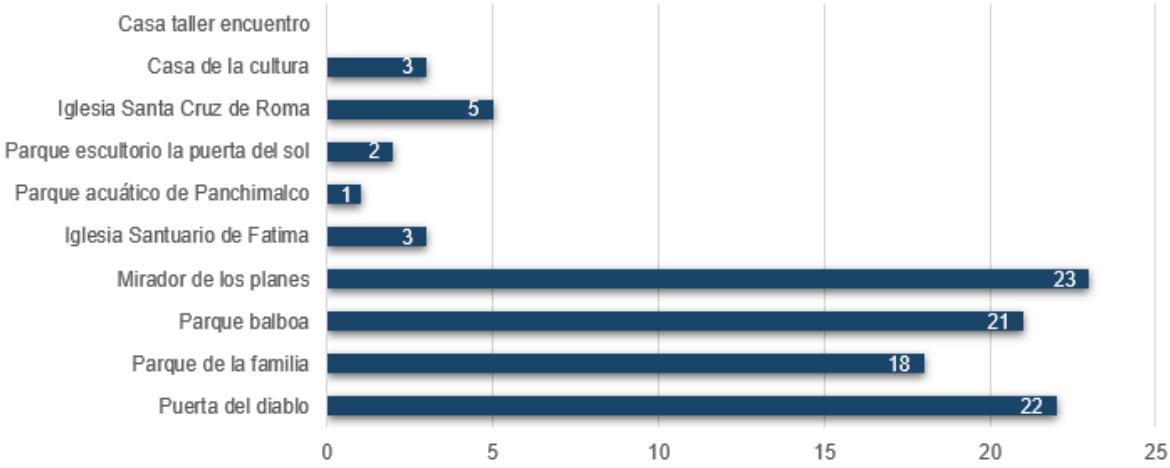


Análisis: De los 28 turistas extranjeros que han realizado visitas a Panchimalco, se tiene que 11 con el 39.3% lo ha visitado de 2 a 3 veces, seguido del 25% con 7 encuestados que lo ha visitado de 4 a 5 veces y así mismo el otro 25% que lo ha visitado 1 vez, luego el 10.7% con 3 encuestados lo ha visitado solo más de 5 veces. Esto hace inferir que alrededor del 75% ha sido motivado a visitar nuevamente el territorio de Panchimalco luego de su primera visita.

Sección 3: encuestados que si han visitado el territorio de Panchimalco

21-¿Cuáles son los destinos turísticos que ha visitado en el territorio de Panchimalco?

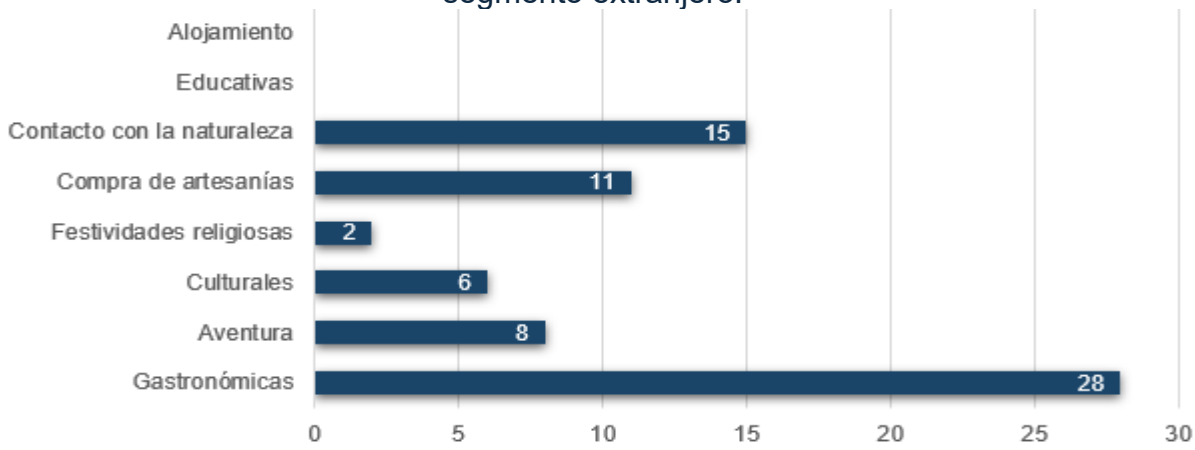
Gráfico 61. Destinos turísticos que han visitado en Panchimalco los turistas del segmento extranjero.



Análisis: Los lugares más populares en las visitas que han realizado los turistas extranjeros en el territorio de Panchimalco son el mirador de los planes con 23 encuestados y un 82.1%, en segundo lugar la puerta del diablo con 22 encuestados y un porcentaje de 78.6%, en tercer lugar el parque balboa con 21 encuestados y un 75% y en cuarto lugar con 18 encuestados y un 64.3% el parque de la familia, estos lugares poseen una mayor preferencia por parte de los encuestados, esto debido a que en los últimos años han sufrido remodelaciones por lo que tienden a ser mucho más comerciales que el resto, de los ubicados en el centro del pueblo de Panchimalco se tiene que la más visitada es la iglesia Santa Cruz de Roma con 17.9%, luego la casa de la cultura con 10.7% al igual que la iglesia el Santuario de Fátima, el parque escultórico con 7.1%, el parque acuático con un 3.6% y 0 % a la casa taller encuentro.

22-¿Qué actividades turísticas ha realizado en sus visitas al territorio de Panchimalco?

Gráfico 62. Actividades turísticas que han realizado en Panchimalco los turistas del segmento extranjero.

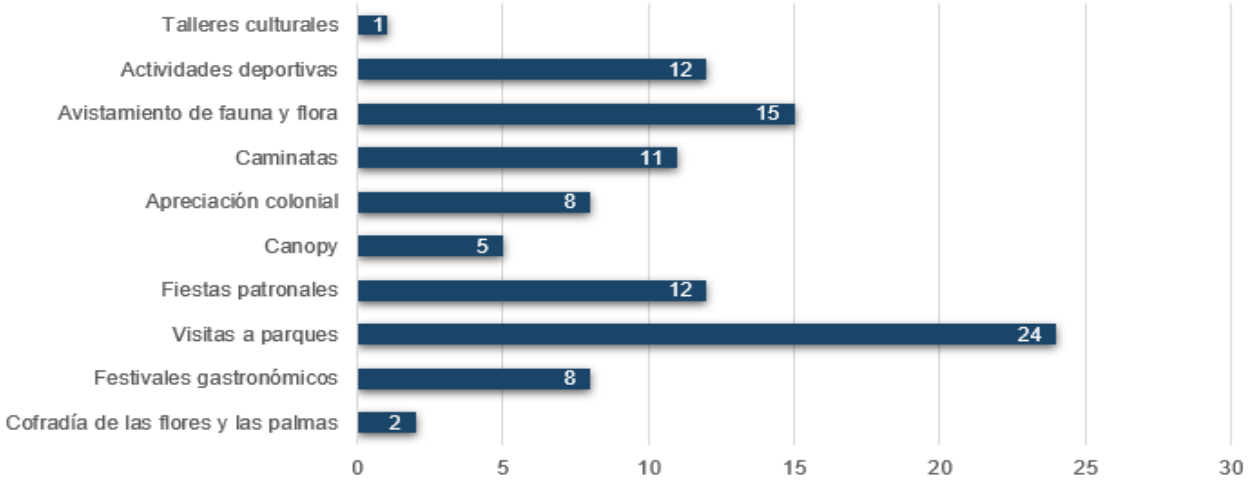


Análisis: De las actividades que han realizado los turistas extranjeros en el territorio de Panchimalco la de mayor relevancia son las actividades gastronómicas con 28 encuestados con un 100%, en segundo lugar las actividades que implican contacto con la naturaleza con 15 encuestados y 53.6%, en tercer lugar la compra de artesanías con un 39.3%, luego se tiene las actividades de aventura con un 28.6%,

del resto de actividades se tiene 21.4% para las actividades culturales, y un 7.1% para las festividades religiosas.

23-¿Cuáles de las siguientes actividades que se realizan en el territorio de Panchimalco conoce?

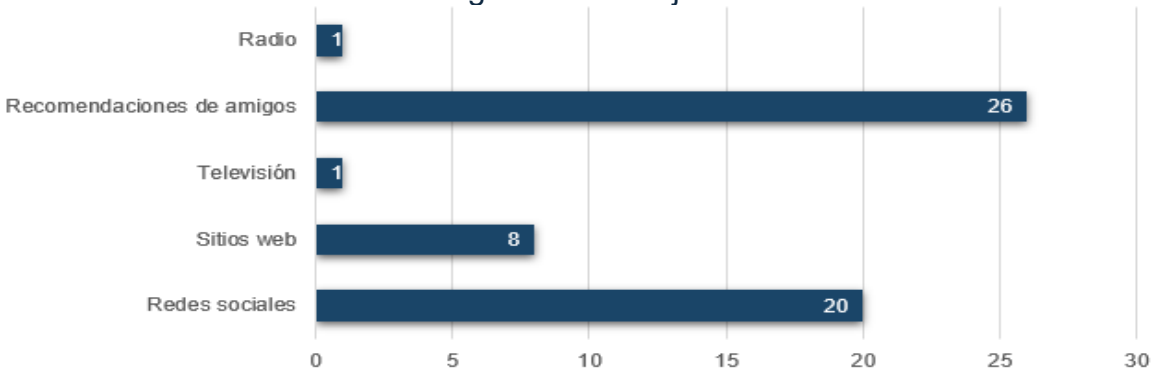
Gráfico 63. Conocimiento de actividades turísticas que han realizado en Panchimalco los turistas del segmento extranjero



Análisis: De las actividades que conocen las personas que han visitado el territorio de Panchimalco se tiene que la más popular es la visita a parques con 24 encuestados y un porcentaje de 85.7%, en segundo lugar se tiene el avistamiento de flora y fauna con 15 encuestados y 53.6%, luego se tiene las actividades deportivas y las fiestas patronales con 12 encuestados y un porcentaje de 42.9% para cada una y con 11 encuestados, 39.3% las caminatas, seguido de la apreciación colonial y los festivales gastronómicos con 8 encuestados y 28.6% para cada una, de las menos reconocidas se mencionan el canopy con un 17.9%, la cofradía de las flores y las palmas con un 7.1% y por último talleres culturales con 3.6%.

24-¿Por qué medio ha conocido los destinos turísticos y actividades turísticas que posee Panchimalco?

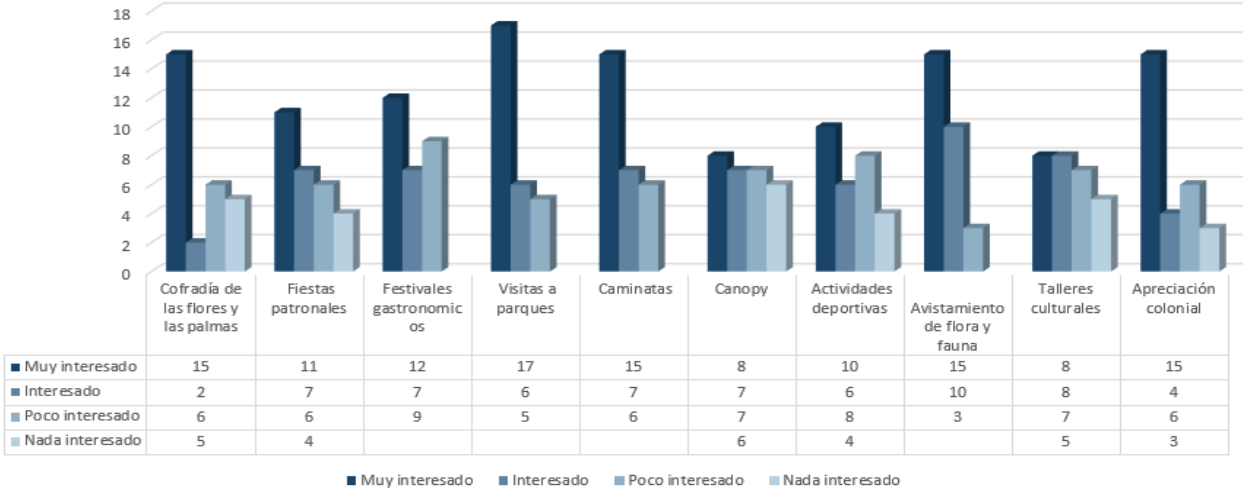
Gráfico 64. Escala de interés en las actividades turísticas de Panchimalco en el segmento extranjero



Análisis: Los medios por los que los turistas del territorio de Panchimalco han conocido sus destinos turísticos son recomendaciones de amigos con 26 encuestados y un 92.9%, en segundo lugar, por redes sociales con 20 encuestados y 71.4%, en tercer lugar, los sitios web con 8 encuestados y un 28.6%, las últimas posiciones para la TV y la radio con 3.6%.

25-¿Qué tan interesado estaría en realizar las siguientes actividades en Panchimalco?

Gráfico 65. Escala de interés en conocer los lugares de Panchimalco por el segmento extranjero

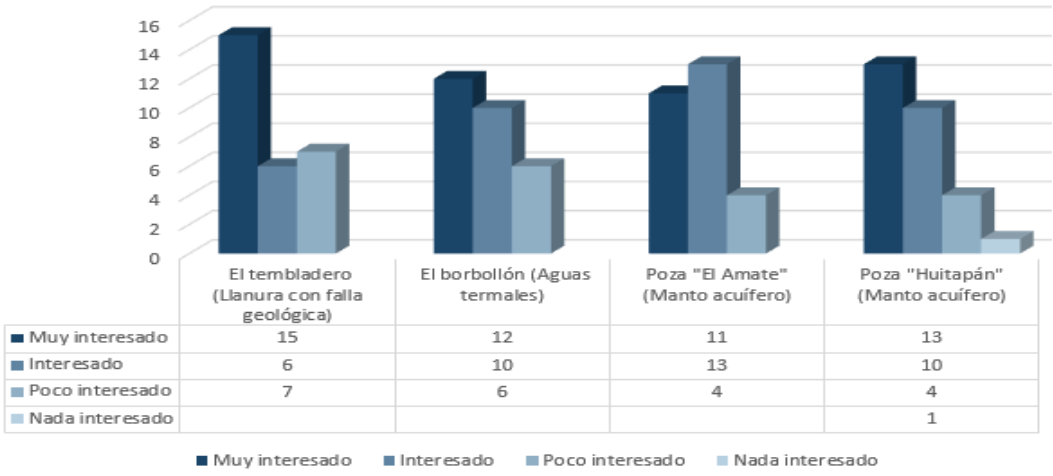


	Cofradía de las flores y las palmas	Fiestas patronales	Festivales gastronomicos	Visitas a parques	Caminatas	Canopy	Actividades deportivas	Avistamiento de flora y fauna	Talleres culturales	Apreciación colonial
Muy interesado	15	11	12	17	15	8	10	15	8	15
Interesado	2	7	7	6	7	7	6	10	8	4
Poco interesado	6	6	9	5	6	7	8	3	7	6
Nada interesado	5	4				6	4		5	3

Análisis: Para esta interrogante se presentó una matriz de escala “Muy interesado” hasta “Nada interesado”, para diferentes actividades que se realizan en Panchimalco. En resumen de la gráfica se tiene que las actividades con la mejor escala son la cofradía de las flores y las palmas, las visitas a parques, las caminatas, el avistamiento de flora y fauna y la apreciación colonial con porcentajes que van desde el 53.6% hasta 60.7%, seguidamente en la escala de interesado se tiene el avistamiento de flora y fauna y los talleres culturales con porcentajes desde el 28.6% hasta el 35.7%, en las actividades que despiertan poco interés se tienen como principales los festivales gastronómicos y las actividades deportivas con porcentajes de 32.1% y 28.6% respectivamente.

26-¿Qué tan interesado estaría en conocer los siguientes lugares?

Gráfico 66. Calificación de la infraestructura de Panchimalco por el segmento extranjero

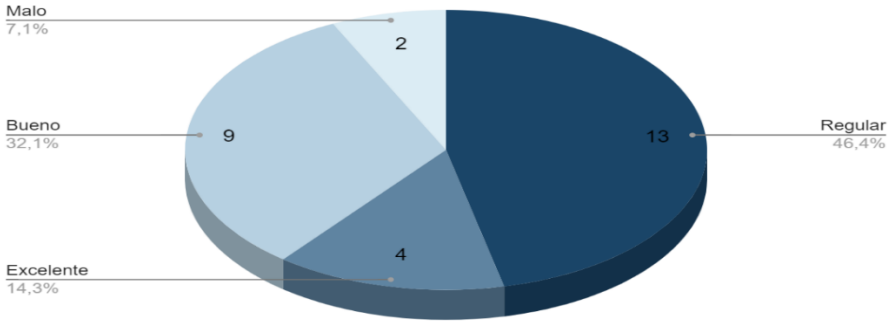


Análisis: Para esta interrogante al igual que la pregunta anterior se presentó una matriz de escala “Muy interesado” hasta “Nada interesado”, para diferentes lugares que se encuentran en Panchimalco, es importante destacar que son lugares poco conocidos actualmente y por ello interesa la perspectiva que los turistas extranjeros tienen hacia este tipo de atractivos, se tiene entonces que entre el 42.9% y el 53.6% se encuentran muy interesados en visitar estos lugares y entre el 21.4% y el 46.4% se encuentran interesados en visitarlos, del resto entre el 1% al 14.3% se

encuentran entre poco a nada interesados en conocer estos lugares en el territorio de Panchimalco.

27- ¿Cómo calificaría la infraestructura turística en Panchimalco?

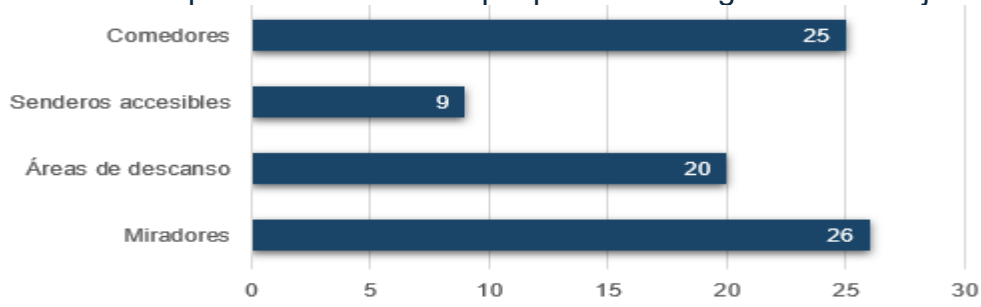
Gráfico 67. Tipo de instalaciones que prefieren los turistas del segmento extranjero



Análisis: Respecto a la percepción de la infraestructura que tienen los turistas extranjeros, el 46.4% con 13 encuestados considera que la infraestructura es regular, el 32.1% con 9 encuestados considera que es buena, 4 encuestados con el 14.3% considera que es excelente y solo el 7.1% considera que es malo representado por 2 encuestados. Esto indica que hay una oportunidad de mejora considerable ya que la percepción actual se mantiene por debajo de la categoría bueno o excelente.

28-¿Qué tipo de instalaciones prefiere que se encuentren cerca de las áreas naturales de Panchimalco?

Gráfico 68. Tipo de instalaciones que prefiere el segmento extranjero



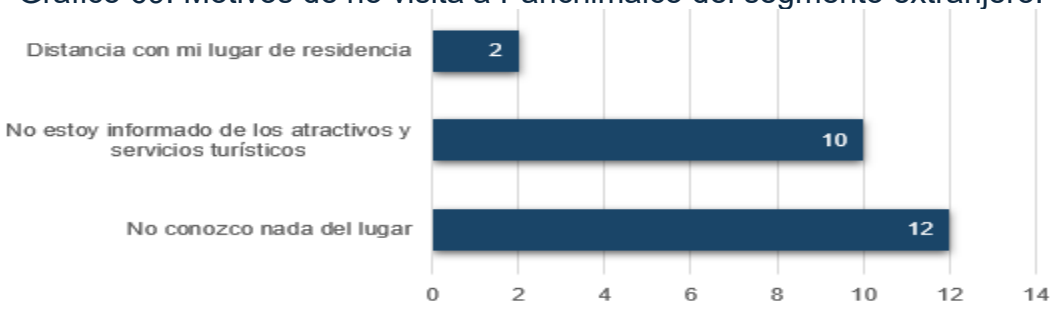
Análisis: Las instalaciones que los turistas nacionales prefieren cerca de las áreas naturales son miradores en un 92.9% con 26 encuestados, seguidos de comedores

con 25 y 89.3%, luego las áreas de descanso con 20 y 71.4%, por último, se tiene como preferencia senderos accesibles con un 32.1% con 9 de los encuestados.

Sección 4: encuestados que no han visitado el territorio de Panchimalco

29-¿Por qué motivo no ha visitado el territorio de Panchimalco?

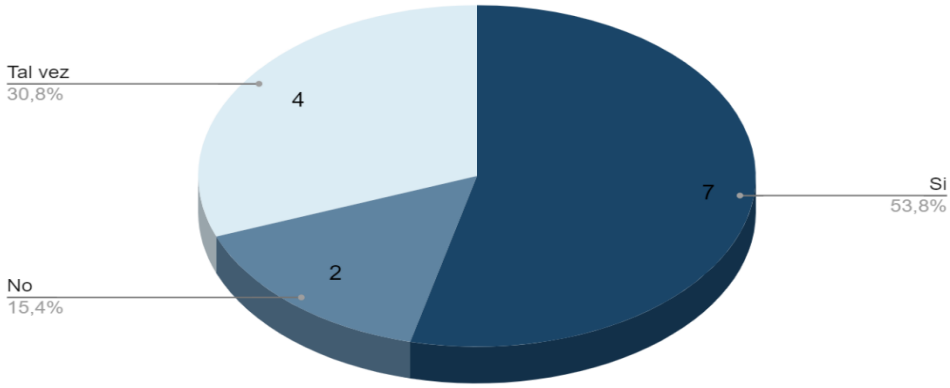
Gráfico 69. Motivos de no visita a Panchimalco del segmento extranjero.



Análisis: De los turistas nacionales que no han visitado el territorio de Panchimalco se tiene que el 92.3% con 12 encuestados no conoce nada del lugar, el 76.9% con 10 encuestados no se encuentra informado de los atractivos y servicios turísticos y el restante con un 15.4% y 2 de los encuestados tiene la limitante de la distancia con relación a su lugar de residencia.

30-¿Está interesado en realizar turismo en el territorio de Panchimalco?

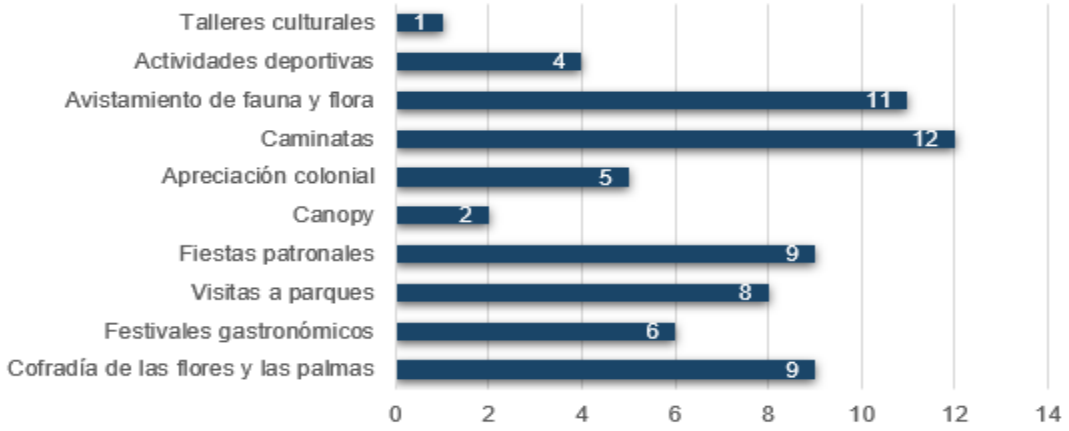
Gráfico 70. Interés del turista que no ha visitado Panchimalco en poder realizarlo en el segmento extranjero



Análisis: El 53.8% de los encuestados que aún no han visitado el territorio de Panchimalco se encuentra interesado en realizar turismo en el lugar y el 30.8% se encuentra indeciso respecto a realizarlo o no, y solo un 15.4% no se encuentra interesado en realizar turismo en la zona.

31-¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría realizar en el territorio de Panchimalco?

Gráfico 71. Actividades del turista que no ha visitado Panchimalco que le gustaría realizar del segmento extranjero



Análisis: De las actividades que les gustaría realizar a los turistas que aún no visitan el territorio de Panchimalco se tiene con una mayor preferencia las caminatas con 12 encuestados y un 92.3%, seguido del avistamiento de flora y fauna, las fiestas patronales y la cofradía de las flores y las palmas con 84.6%,69.2% para los últimos dos. Luego se tienen las visitas a parques con 61.5%, los festivales gastronómicos con 46.2%, la apreciación colonial con 38.5%, actividades deportivas con 30.8%, canopy con 15.4% y, por último, los talleres culturales con 7.7%

32-¿Qué le motivaría a visitar Panchimalco en el futuro?

Gráfico 72. Factores de motivación para los turistas que no han visitado Panchimalco del segmento extranjero.



Análisis: según los encuestados se sentirían motivados a realizar turismo en Panchimalco en un 92.3% si se realizarán tours guiados por los principales atractivos turísticos, y si se ampliaran las actividades recreativas, en un 84.6%si se ofertara más actividades culturales y festivales, y el resto en 38.5% y 30.8% si se mejorará la infraestructura turística y se promoviera prácticas de turismo sostenible respectivamente.

33-¿Qué podría hacer Panchimalco para mejorar su imagen como destino turístico?

Gráfico 73. Factores para mejorar de la imagen de Panchimalco según los turistas que no lo han visitado del segmento extranjero



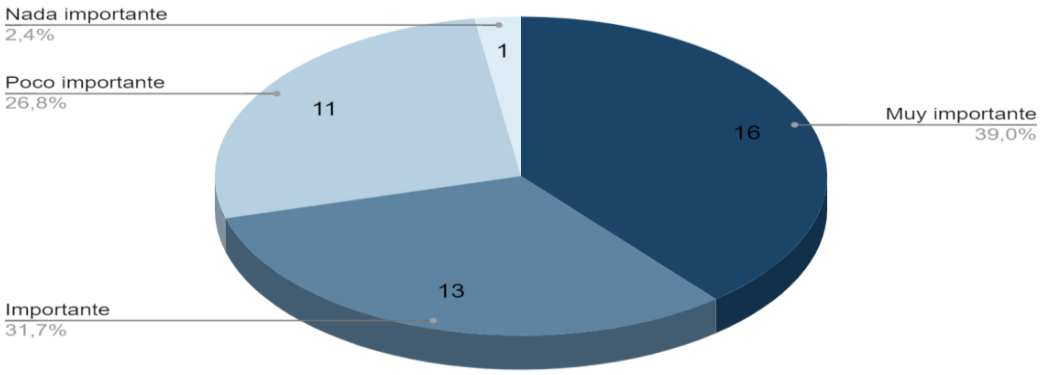
Análisis: Las acciones más importantes que los encuestados consideran debe tener en cuenta Panchimalco para mejorar su imagen son en primer lugar ofrecer

experiencias turísticas más variadas a tractivas con un 92.3% y 12 de los encuestados, en segundo lugar presentar las campañas de promoción y marketing con 69.2% con 9 de los encuestados, luego implementar descuentos y ofertas especiales con 53.8%, se tiene también mejorar la accesibilidad y las opciones de transporte con 46.2%, los restantes son ofrecer más opciones de hospedaje, mejorar la seguridad con 23.1% y 15.4% respectivamente.

Sección 5: turismo sostenible para todos los encuestados

34-¿Qué tan importante es para usted que los destinos turísticos promuevan la sostenibilidad?

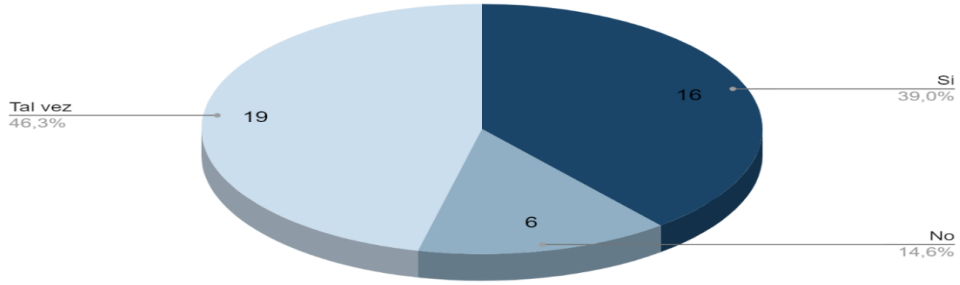
Gráfico 74. Nivel de importancia de la sostenibilidad según el segmento extranjero



Análisis: Al hablar de sostenibilidad ambiental, 16 de los 41 encuestados considera muy importante que se promueva en los destinos turísticos que visitan, esto representado por un 39.0%, luego se tiene que el 31.7% lo considera importante con 13 encuestados, el 26.8% lo considera de poco importante, y el ultimo 2.4% lo considera no importante. Esto indica que alrededor del 70% se siente convencido de que la sostenibilidad ambiental juega un papel importante dentro del turismo.

35-¿Estaría dispuesto a pagar más por servicios turísticos que garanticen la sostenibilidad ambiental?

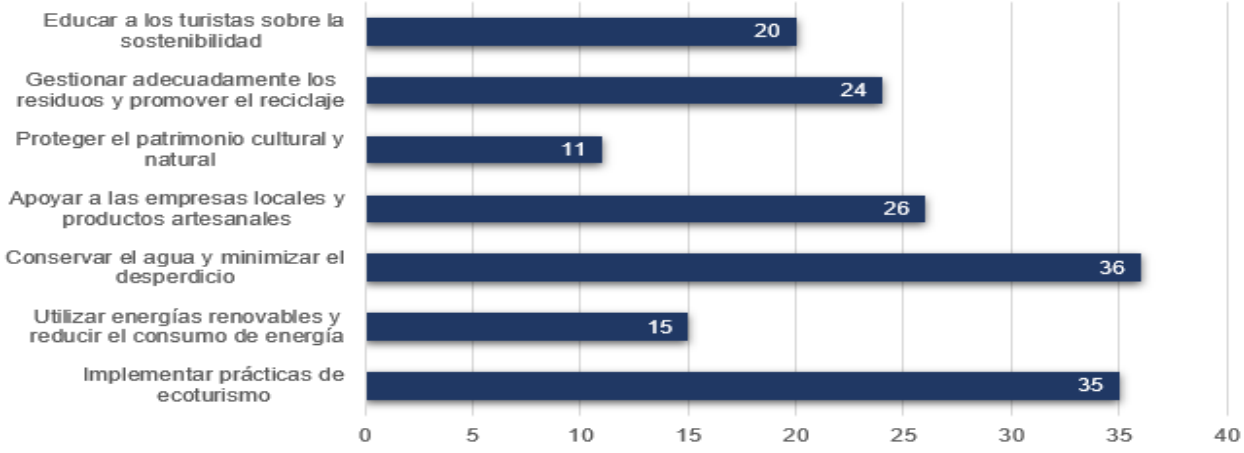
Gráfico 75. Disposición a pagar un recargo por servicios turísticos sostenibles del segmento extranjero



Análisis: De los 41 encuestados el 46.3% correspondiente a 19 encuestados estaría dispuesto a pagar más por servicios que promuevan la sostenibilidad ambiental, el 39.0% con 16 encuestados consideran que tal vez pagarían más por dichos servicios y solamente el 14.6% con 6 encuestados se encuentra en la negativa de no considerar pagar más por servicios con enfoque a la sostenibilidad ambiental, esto es importante dado que el enfoque del plan es hacia el turismo sostenible, de primera mano se puede obtener que aproximadamente un 85% estaría por lo menos interesado en la sostenibilidad de los servicios que consume.

36-¿Qué acciones considera que los destinos turísticos deberían tomar para ser más sostenibles?

Gráfico 76. Acciones propuestas del segmento extranjero



Análisis: En las acciones que los turistas extranjeros consideran debería tomar el territorio de Panchimalco para ser sostenible se tiene en primer lugar conservar el

agua y minimizar el desperdicio con un 87.8%, seguido de implementar prácticas de ecoturismo con un 85.4%, en tercer lugar apoyar a las empresas locales y productos artesanales con un 63.45%, en cuarto lugar se encuentra gestionar adecuadamente los recursos y promover el reciclaje con un 58.5%, seguido de educar a los turistas sobre la sostenibilidad con un 48.8%, y en las últimas posiciones se tiene utilizar energías renovables y recudir el consumo de energía y proteger el patrimonio cultural con 36.6% y 26.8% respectivamente.

a. Proyección de la demanda turística

La demanda, en términos generales se puede definir como aquellos actores económicos que se encuentran dispuestos a adquirir o consumir bienes o servicios. Para el turismo, la demanda es aquella en la cual un turista o conjunto de turistas están dispuestos a consumir ya sea servicios o productos turísticos.

Para establecer la demanda se hará uso de la información estadística disponible en el portal de transparencia del Instituto de Acceso a la Información en los correspondientes informes de “Datos Estadísticos Del Ingreso De Visitantes A Parques Recreativos” presentados por el ISTU del año 2010 al 2024. (Anexo 13). Además, se ha tomado a consideración excluir de los datos del año 2020, ya que como se observa en la tabla 59 es un dato atípico, debido a que en este año ocurrió la pandemia del virus covid-19 la cual obligo como medida de protección a la población a decretar cuarentena nacional lo cual afecto de manera directa los productos y servicios turísticos, por lo cual estos sufrieron un duro golpe a sus cifras.

Dado el modelo de proyección a utilizar, el año 2020 es recomendable omitirlo para representar de manera más certera la realidad del turismo en El Salvador, se considera lo mejor para el estudio ya que en la actualidad se ha confirmado la recuperación del turismo y además un crecimiento aun mayor de lo esperado por lo cual según los especialistas, El Salvador seguirá creciendo en materia de turismo por los próximos años.

De las tablas presentes en el anexo se ha recuperado específicamente los datos estadísticos de ingreso al “Parque Balboa” esto debido a que si bien “La puerta del diablo” también está situada en Panchimalco los ingresos registrados desde finales de 2023 hasta mediados de 2024 se ven afectados por la remodelación y reapertura, por lo anterior y buscando disminuir este sesgo se toma únicamente los datos del Parque Balboa, como se presentan a continuación:

Tabla 67. Recopilación de datos estadísticos de ingresos a parques a partir de los informes del ISTU

Datos estadísticos de Ingreso a Parque Balboa													
Año\Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
2010	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	308,374
2011	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	310,385
2012	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	387,295
2013	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	432,221
2014	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	417,090
2015	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	419,690
2016	57,709	17,112	67,899	14,264	25,514	15,542	18,398	41,436	14,767	18,528	18,299	31,410	340,878
2017	28,594	15,585	21,523	83,767	30,243	22,661	38,241	64,619	28,636	31,767	36,045	44,580	446,261
2018	51,752	34,722	66,943	48,570	30,243	30,722	34,242	57,686	31,734	22,853	35,321	48,563	493,351
2019	52,448	25,741	29,480	83,167	30,068	7,134	30,657	44,119	29,181	30,830	45,557	39,697	448,079
2020	6,993	31,878	10,352	0	0	0	0	0	14,639	30,163	10,257	34,868	139,150
2021	44,641	24,178	40,463	33,173	46,859	37,726	38,068	68,223	48,449	56,182	53,930	39,734	531,626
2022	62,024	61,471	70,181	75,249	61,865	58,055	77,944	82,339	57,302	60,213	62,078	59,548	788,269
2023	83,407	59,463	64,197	85,403	68,099	72,618	77,186	72,084	77,689	77,113	73,492	49,174	859,925
2024	58,844	62,214	87,547	235,383	88,200	53,781	76,091	94,196	94,050	76,801	81,361	64,843	1,073,311

Para el cálculo de la proyección de la demanda se considerará lo siguiente:

Las estadísticas obtenidas de los informes del ISTU se consideran la base de la estimación, sin embargo, se realizará un primer recalculo considerando los resultados de la encuesta en donde a través de las preguntas 20 de la encuesta al turista nacional y 21 al turista extranjero se obtiene que del 100% de encuestados que han visitado Panchimalco (filtro en la pregunta 18 y 19 de las encuesta nacional y extranjera) el 68.4% es quien visita el Parque Balboa, lo anterior se resume en la siguiente tabla:

Tabla 68. Estimación del porcentaje de turistas que visitan el Parque Balboa

Turista	# Total de Encuestados	# Encuestados que han visitado Panchimalco	# Encuestados que han visitado el parque Balboa	% individual	% Global
Nacional	85	70	46	65.7%	68.4%
Extranjero	41	28	21	75.0%	

A partir de lo anterior se obtienen las cifras base de la proyección:

Tabla 69. Estimación de los datos base de la proyección

Año	Visita ISTU	Estimación Visita Panchimalco
2010	308,374	450,839
2011	310,385	453,779
2012	387,295	566,221
2013	432,221	631,902
2014	417,090	609,781
2015	419,690	613,582
2016	340,878	498,360
2017	446,261	652,428
2018	493,351	721,273
2019	448,079	655,086
2021	531,626	777,231
2022	788,269	1,152,440
2023	859,925	1,257,200
2024	1,073,311	1,569,168

a partir de los datos del ISTU y el análisis del mercado consumidor

Analizando el comportamiento de la demanda por atractivo turístico para el año 2024 se tiene lo siguiente:

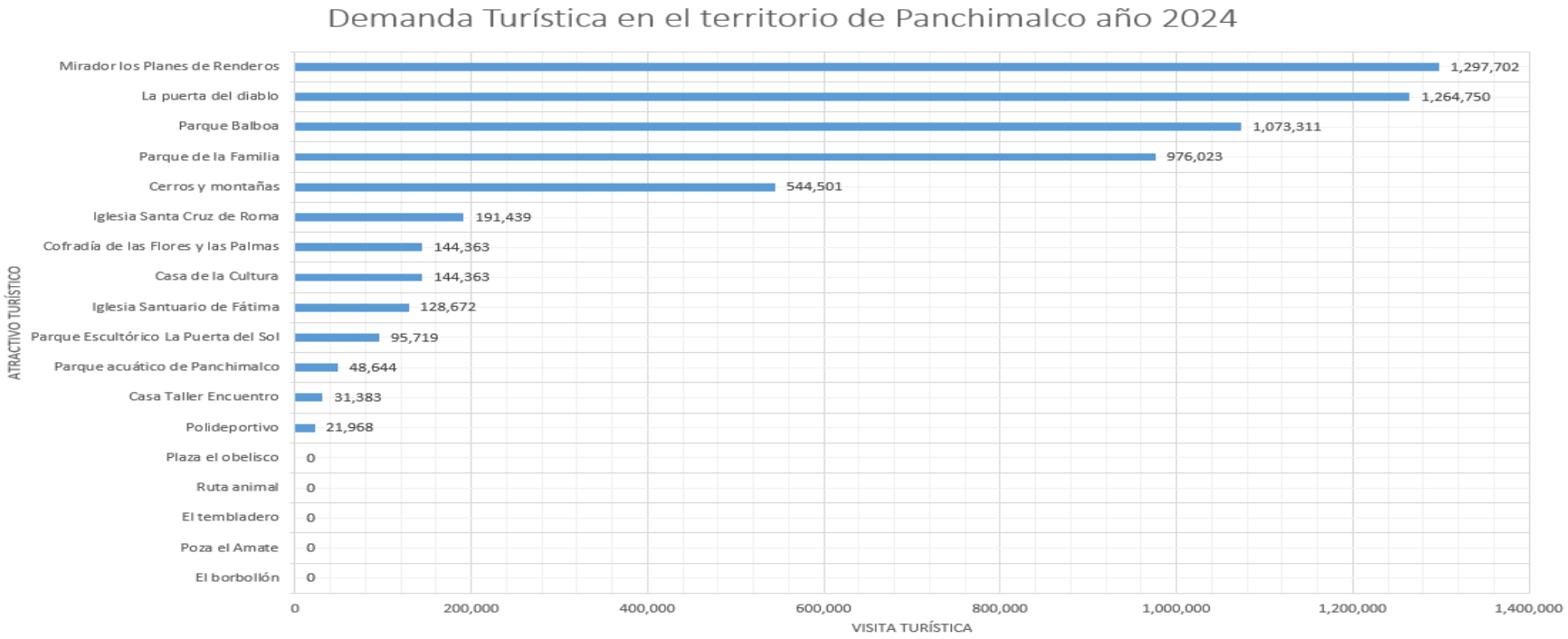
Tabla 70. Demanda estimada de los atractivos turísticos en 2024.

Atractivo Turístico	Visita Turística 2024
La puerta del diablo	1,264,750
Parque Balboa	1,073,311
Parque de la Familia	976,023
Parque acuático de Panchimalco	48,644
Polideportivo	21,968
El borbollón	-
Poza el Amate	-
El tembladero	-
Cerros y montañas	544,501
Iglesia Santa Cruz de Roma	191,439
Iglesia Santuario de Fátima	128,672
Mirador los Planes de Renderos	1,297,702
Parque Escultórico La Puerta del Sol	95,719
Ruta animal	-
Casa de la Cultura	144,363
Casa Taller Encuentro	31,383
Cofradía de las Flores y las Palmas	144,363
Plaza el obelisco	-

a partir de los datos del ISTU y el análisis del mercado consumidor

Como se puede observar en la tabla anterior, hay atractivos turísticos que no reflejan un dato de visita turística 2024, esto se debe a que durante el proceso de investigación y aplicación de la encuesta ningún turista nacional o extranjero manifestó haber visitado dichos lugares por lo que para evitar errores en las proyecciones se trabajará a partir de los turistas potenciales identificados en la encuesta, teniendo lo anterior en cuenta se presenta un gráfico para entender la distribución de la demanda con respecto al año 2024.

Ilustración 45. Demanda turística en el territorio de Panchimalco año 2024.



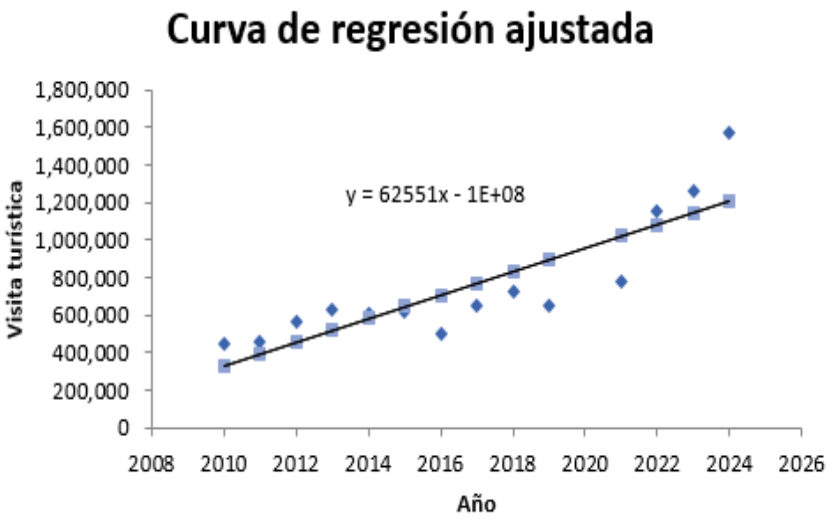
El gráfico revela una marcada concentración de visitantes en los principales atractivos, ubicados en la zona norte del territorio, donde Mirador Los Planes de Renderos, La Puerta del Diablo, Parque Balboa y Parque de la Familia acaparan la gran mayoría de las visitas, superando significativamente al resto de los destinos; lo cual muestra una clara preferencia de los turistas por la oferta de la zona norte, lo que sugiere una necesidad de analizar las razones detrás de esta concentración y sus implicaciones para el desarrollo turístico equilibrado del resto del territorio, especialmente considerando la baja o nula demanda en otros atractivos.

Luego de analizar la demanda histórica se procede a proyectar la demanda para los próximos 5 años, la proyección se realizó por medio de la herramienta de análisis de datos del software Microsoft Excel en donde se obtiene la siguiente curva ajustada por el método de regresión lineal.

Tabla 71. Curva ajustada de la visita turística a Panchimalco

Observación	Curva Ajustada
1	333,350
2	395,901
3	458,453
4	521,004
5	583,556
6	646,107
7	708,659
8	771,210
9	833,762
10	896,313
11	1,021,416
12	1,083,968
13	1,146,519
14	1,209,071

Ilustración 46. Gráfica de curva ajustada de la visita turística a Panchimalco



Tomando como base la ecuación de regresión ajustada se tiene las siguientes estimaciones para los años de desarrollo del plan turístico.

Tabla 72. Estimación de la visita turística para 2026 a 2031

Año	Proyección de la visita
2026	1,334,174
2027	1,396,725
2028	1,459,277
2029	1,521,828
2030	1,584,380
2031	1,646,931

Al calcular la demanda estimada por atractivo turístico en base a los resultados del estudio de mercado (Anexo 14) se tiene lo siguiente:

Tabla 73. Demanda estimada por atractivo turístico

Año	Estimación de la visita	Puerta del diablo	Parque Balboa	Casco urbano	Cerros
2026	1,075,344	912,575	939,367	462,958	1,075,344
2027	1,125,761	955,360	983,409	484,664	1,125,761
2028	1,176,177	998,145	1,027,450	506,369	1,176,177
2029	1,226,594	1,040,931	1,071,491	528,074	1,226,594
2030	1,277,010	1,083,716	1,115,533	549,780	1,277,010
2031	1,327,427	1,126,501	1,159,574	571,485	1,327,427
Año	Estimación de la visita	Iglesia Santa Cruz de Roma	Mirador los Planes de Renderos	Parque Escultórico La Puerta del Sol	Ruta animal
2026	1,334,173.76	162,769	1,103,362	81,385	148,242
2027	1,396,725.25	170,400	1,155,092	85,200	155,192
2028	1,459,276.73	178,032	1,206,822	89,016	162,142
2029	1,521,828.22	185,663	1,258,552	92,832	169,092
2030	1,584,379.71	193,294	1,310,282	96,647	176,042
2031	1,646,931.19	200,926	1,362,012	100,463	182,992
Año	Estimación de la visita	Casa de la Cultura	Casa Taller Encuentro	Telares de cintura	Plaza el Obelisco
2026	1,334,173.76	122,744	26,683	148,242	925753.223
2027	1,396,725.25	128,499	27,935	155,192	969156.295
2028	1,459,276.73	134,253	29,186	162,142	1012559.37
2029	1,521,828.22	140,008	30,437	169,092	1055962.44
2030	1,584,379.71	145,763	31,688	176,042	1099365.51
2031	1,646,931.19	151,518	32,939	182,992	1142768.58
Año	Estimación de la visita	Poza el Amate	Polideportivo	Iglesia Santuario de Fátima	Cofradía de las Flores y las Palmas
2026	1,334,173.76	680,701	18,678	109,402	122,744
2027	1,396,725.25	712,615	19,554	114,531	128,499
2028	1,459,276.73	744,529	20,430	119,661	134,253
2029	1,521,828.22	776,443	21,306	124,790	140,008
2030	1,584,379.71	808,357	22,181	129,919	145,763
2031	1,646,931.19	840,271	23,057	135,048	151,518

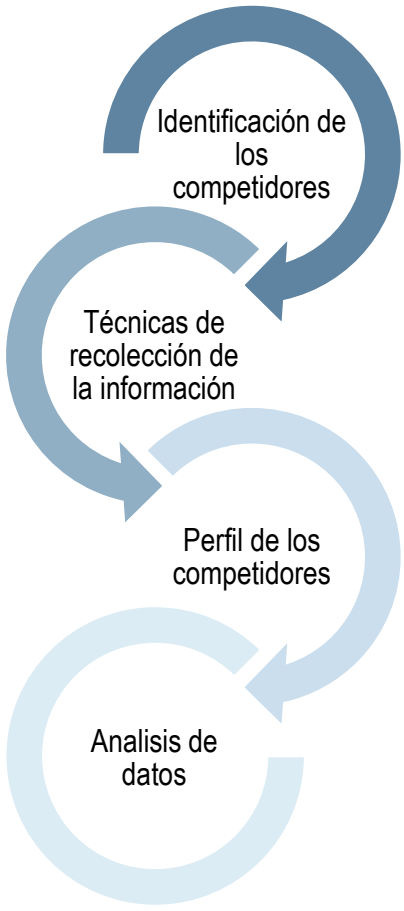
Año	Estimación de la visita	El Borbollón	El Tembladero
2026	1,334,173.76	789,613	639,859
2027	1,396,725.25	826,633	669,858
2028	1,459,276.73	863,654	699,857
2029	1,521,828.22	900,674	729,856
2030	1,584,379.71	937,694	759,856
2031	1,646,931.19	974,714	789,855

II. Mercado competidor

A. Metodología del mercado competidor

El mercado competidor es un entorno económico en el que varias empresas ofrecen productos o servicios similares que son sustitutos entre sí, compitiendo por los mismos clientes. La competencia en este mercado puede basarse en varios factores, como el precio, la calidad, la innovación, el servicio al cliente, la publicidad, entre otros.

Ilustración 47. Metodología del mercado competidos



Se identifica los competidores del territorio de Panchimalco para establecer posteriormente una serie de relaciones para clasificarlos a cada uno.

Por medio de las técnicas de recolección de información tanto primaria como secundaria se establece las características y puntos importantes a destacar de los competidores

Mediante la información obtenida y parámetros establecidos, se crearán perfiles de competidores según su clasificación y características.

Con la información obtenida y clasificada se realizará un análisis detallado de los resultados obtenidos mostrando la implicación de estos en el estudio.

B. Diseño de la herramienta de recolección de información.

Para la recolección de información del presente apartado correspondiente a la investigación del mercado competidor se considera idóneo utilizar la técnica del cliente misterioso. El cliente misterioso es una técnica utilizada para evaluar y medir la calidad del servicio al cliente, la presentación de sus productos o servicios. Este proceso implica enviar a una persona, la cual sería el cliente misterioso para actuar como un cliente regular, con el objetivo de observar y reportar sobre su experiencia en el lugar.

Para esta investigación se usará la técnica del cliente misterioso bajo una perspectiva de Benchmarking, para poder comparar las características de los destinos turísticos con los que posee Panchimalco, entre las ventajas que nos ofrece la técnica se obtiene lo siguiente:

1. Posibilidad de realizar una comparativa directa.
2. Describir la realidad de los lugares seleccionados mediante la observación y reseñas de otros clientes.
3. Identificación de oportunidades y mejoras.
4. Ideas de retención de clientes mediante programas de fidelización.
5. Reconocimiento del comportamiento de los clientes a diferentes productos o servicios turísticos.
6. Monitoreo del mercado turístico a nivel nacional.

Debido al tiempo y consumo de recursos que la técnica conlleva se ha realizado una serie de condicionantes para llevar acabo la técnica, para ello el grupo de investigadores establecerá sus experiencias propias de antiguas visitas realizadas a estos lugares, además se consultara con turistas pertenecientes al entorno de los investigadores y se tomaran en cuenta diferente tipo de reseñas de turistas en páginas especializadas en turismo y operadores turísticos que promocionen estos lugares para obtener una visión lo más apegada de la realidad posible

Tabla 74. Ficha técnica de cliente misterioso

Ficha técnica cliente misterioso a pueblos o ciudades en El Salvador	
Objetivo:	Recopilar información sobre los diferentes competidores a los cuales el territorio de Panchimalco se enfrenta evaluando los diferentes atractivos con los que cuentan, los servicios y productos turísticos que ofrece y su diferenciación hacia los demás competidores.
Ámbito	Nacional.
Tipo de muestreo	Muestreo no probabilístico.
Método de muestreo	Muestreo por juicio.
Instrumento	Observación.
Método de recolección	Observación y experiencias propias del grupo o ajenas a este, ya sea de manera presencial o por canales digitales.
Fecha de inicio	10/05/2024
Fecha de finalización	27/06/2024
Observadores	David Castillo, Alicia Galindo, William López
Objeto de estudio	Pueblos o ciudades a nivel nacional.

C. Identificación de la competencia.

Por medio de este apartado se busca las características que un sitio debe de cumplir para competir en el mercado turístico en Panchimalco, si bien es cierto Panchimalco posee sitios turísticos representativos a nivel nacional como puede ser la puerta del diablo, también cuenta con otros sitios turísticos que representan al territorio, por ello al comprobar la diversidad de tipos de turismo que establece anteriormente en este documento se considera evaluar varios territorios que posean diferentes tipos de turismo para considerarlos como competencia.

Para ello se hará uso de la página web administrada por el Ministerio de Turismo la cual es, El Salvador Travel la cual ofrece a turistas nacionales y extranjeros conocer los pueblos y ciudades más importantes en el país, los cuales son los siguientes:

Tabla 75. Lista de pueblos o ciudades de la identificación de la competencia

Pueblos o ciudades		
1. San Salvador. 2. Suchitoto. 3. Santa Ana. 4. Ahuachapán. 5. San Miguel. 6. Sonsonate. 7. La Unión. 8. La Libertad. 9. Chalatenango. 10. San Ignacio. 11. La Palma. 12. Concepción de Ataco. 13. Juayúa. 14. Nahuizalco.	15. Apaneca. 16. Izalco. 17. San Vicente. 18. Cuscatlán. 19. Usulután. 20. Alegría. 21. Berlín. 22. Morazán. 23. La paz. 24. Cabañas. 25. Antiguo Cuscatlán. 26. Tamanique. 27. Comasagua. 28. Chinameca	29. Panchimalco. 30. Planes de Renderos. 31. Santa Tecla. 32. Cuisnahuat. 33. Ilobasco. 34. Cinquera. 35. Arambala. 36. Perquín. 37. Meanguera. 38. Jayaque. 39. Salcoatitán. 40. Conchagua. 41. Santo Domingo de Guzmán.

Analizando el contenido que ofrece la página sobre los diferentes destinos turísticos ofrecidos, se comprueba el hecho que existen territorios que se cuenta a nivel departamental y no a nivel de distritos, por lo cual para los intereses de este trabajo se dejaran fuera debido a que abarcan extensiones de tierra muy amplias y las opciones de turismo se pueden incrementar de gran manera, de igual forma si dentro de estos departamentos no se encuentra un territorio que destaque dentro del turismo se considera que este no es lo suficientemente relevante dentro del estudio.

La selección de los sitios que se consideran más importantes es una selección realizada por el grupo mediante las investigaciones realizadas en diferentes fuentes relacionadas al mundo del turismo.

Santa Ana.

Para el departamento de Santa Ana, su cabecera departamental es considerada como el pueblo más importante debido a su ubicación con diferentes sitios turísticos y por la importancia historia y cultural que posee.

Tabla 76. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Santa Ana.

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
Santa Ana	Santa Ana	1. Santa Ana

Sonsonate

En el Departamento de Sonsonate se han considerado como opciones a evaluar el territorio de Juayúa e Izalco debido a que Juayúa está dentro de la llamada ruta de las flores e Izalco posee un mayor reconocimiento tanto histórico y cultural que el resto.

Tabla 77. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Sonsonate

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
Sonsonate	Sonsonate	1. Juayúa 2. Izalco.
	Juayúa	
	Nahuizalco	
	Izalco	
	Cuisnahuat	
	Salcoatitán	
	Santo Domingo de Guzmán	

Ahuachapán.

Para esta selección se tomó en cuenta que uno de los principales atractivos a nivel nacional es la ruta de las flores, por ello se seleccionaron Apaneca y Concepción de Ataco.

Tabla 78. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Ahuachapán

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
Ahuachapán	Ahuachapán	1. Apaneca 2. Concepción de Ataco.
	Concepción de Ataco	
	Apaneca	

La Libertad

Para el departamento de La Libertad se toma en cuenta uno de los mayores atractivos que tiene que son la zona costera, por ello se selecciona el territorio de La Libertad y a nivel de importancia para el departamento su cabecera departamental la cual es Santa Tecla.

Tabla 79. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de La Libertad.

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
La Libertad	La Libertad	1. La Libertad 2. Santa Tecla
	Tamanique	
	Comasagua	
	Antiguo Cuscatlán	
	Santa Tecla	
	Jayaque	

Chalatenango.

Para el departamento de Chalatenango, se selecciona su cabecera departamental junto con uno de sus sitios más emblemáticos el cual es La Palma.

Tabla 80. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Chalatenango

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
Chalatenango	Chalatenango	1. La Palma 2. Chalatenango
	San Ignacio	
	La Palma	

Cabañas.

Para el departamento de Cabañas, se selecciona Ilobasco y Cinquera debido a su valor cultural y colonial para el turista.

Tabla 81. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Cabañas

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
Cabañas	Ilobasco	1. Ilobasco 2. Cinquera
	Cinquera	

San Salvador.

En el departamento de San Salvador, se toma en cuenta la cabecera departamental San Salvador y el territorio de Panchimalco debido a que esta es conocida como la cuidad colonial más cercana al área metropolitana.

Tabla 82. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de San Salvador.

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
San Salvador	San Salvador	1. San Salvador 2. Panchimalco
	Panchimalco	
	Planes de Renderos	

Cuscatlán.

Para el departamento de Cuscatlán, su territorio más representativo en la lista es Suchitoto debido a su valor turístico mediante su aspecto colonial e increíbles atractivos.

Tabla 83. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Cuscatlán

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
Cuscatlán	Suchitoto	1. Suchitoto

La Paz

En la lista proporcionada por el Ministerio de Turismo no se destaca un pueblo o ciudad para el departamento de La Paz.

San Vicente

Para este departamento se ha seleccionado su cabecera departamental como el territorio más importante debido a su valor cultura y su ubicación.

Tabla 84. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de San Vicente

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
San Vicente	San Vicente	1. San Vicente

Usulután.

En el departamento de Usulután se han seleccionado los territorios de Alegría y Berlín debido a que estos son mayormente reconocidos, dejando fuera la cabecera departamental la cual no presenta el mismo nivel de reconocimiento.

Tabla 85. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Usulután

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
Usulután	Usulután	1. Alegría 2. Berlín
	Alegría	
	Berlín	

San Miguel

Para este departamento se selecciona dos territorios, uno al ser cabecera departamental y albergar una de las fiestas más importantes a nivel nacional y el otro por su valor cultura y colonial.

Tabla 86. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de San Miguel

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
San Miguel	San Miguel	1. San Miguel 2. Chinameca
	Chinameca	

Morazán.

El departamento de Morazán presenta como principales territorios seleccionados a Perquín debido a que posea mayor reconocimiento y Meanguera dado a su valor cultural e histórico.

Tabla 87. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de Morazán

Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
Morazán	Arambala	1. Perquín 2. Meanguera
	Perquín	
	Meanguera	

La Unión.

Para este departamento se selecciona La Unión como cabecera departamental y el territorio de Conchagua al ser uno de los más representativos del departamento.

Tabla 88. Identificación de la competencia en pueblos o ciudades en el departamento de La Unión

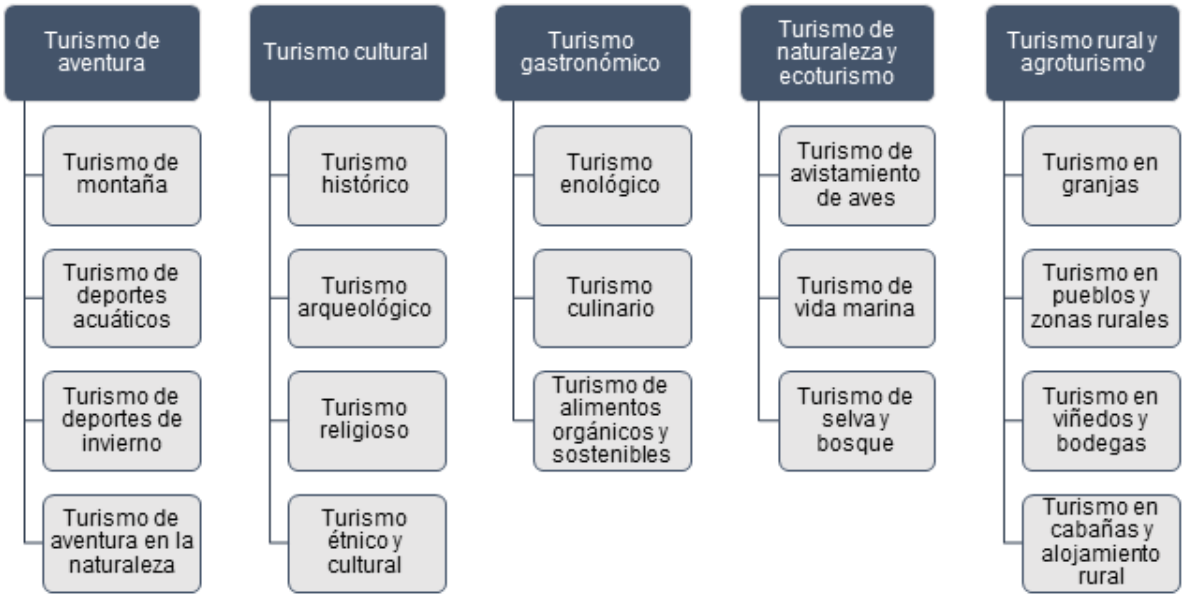
Departamento	Distrito	Pueblo o cuidad más importante
La Unión	La Unión	1. Conchagua 2. La Unión
	Conchagua	

D. Criterios de clasificación de la competencia

Tipos de turismo.

Los tipos de turismo que se tomaran en cuenta son aquellos mostrados en las etapas preliminares del trabajo, esto con el fin de conocer los tipos de turismo que los competidores ofrecen al público y la comparativa con el territorio de Panchimalco. Los tipos de turismo son los siguientes:

Ilustración 48. Tipos de turismo.



Ubicación geográfica.

Con respecto a este criterio se toma en cuenta la posición geográfica que posee el territorio, la cercanía con el aeropuerto, aduanas y puertos para la entrada de turistas extranjeros y la cercanía de estos territorios con el departamento de San Salvador.

Biomas.

Según la Real Academia de la Lengua Española, se define como bioma a "Gran comunidad ecológica con una vegetación y una fauna características, determinadas por factores climáticos y geológicos".

El siguiente criterio va de la mano con el criterio sobre el tipo de turismo debido a que está sumamente relacionado el tipo de bioma que posee el territorio con la oferta turística que estos poseen, por lo tanto, será un parámetro para conocer las similitudes y diferencias entre los territorios.

E. Perfil turístico del territorio de Panchimalco

PANCHIMALCO

Ilustración 49. Territorio de Panchimalco.



Ubicación:

Departamento de San Salvador, Municipio de San Salvador Sur, Distrito de Panchimalco.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aeropuerto Internacional de El Salvador (40.9 km).

Tipos de turismo:

- Cultural
- Naturaleza
- Rural
- Gastronómico

Descripción:

En Panchimalco se caracteriza por ser un lugar de ocio para el turista, en los parques se puede obtener una cercanía con la naturaleza debido a que poseen zonas boscosas y montañas donde se pueden realizar caminatas y otro tipo de actividades. Dentro del casco urbano se encuentran sitios deportivos, parques acuáticos además de los sitios de un gran valor cultural.

Biomas

- Montañas
- Parques naturales.
- Pueblos coloniales
- Zonas rurales.

Principales atractivos:

- Puerta del diablo
- Parque de la familia
- Parque Balboa
- Casco urbano

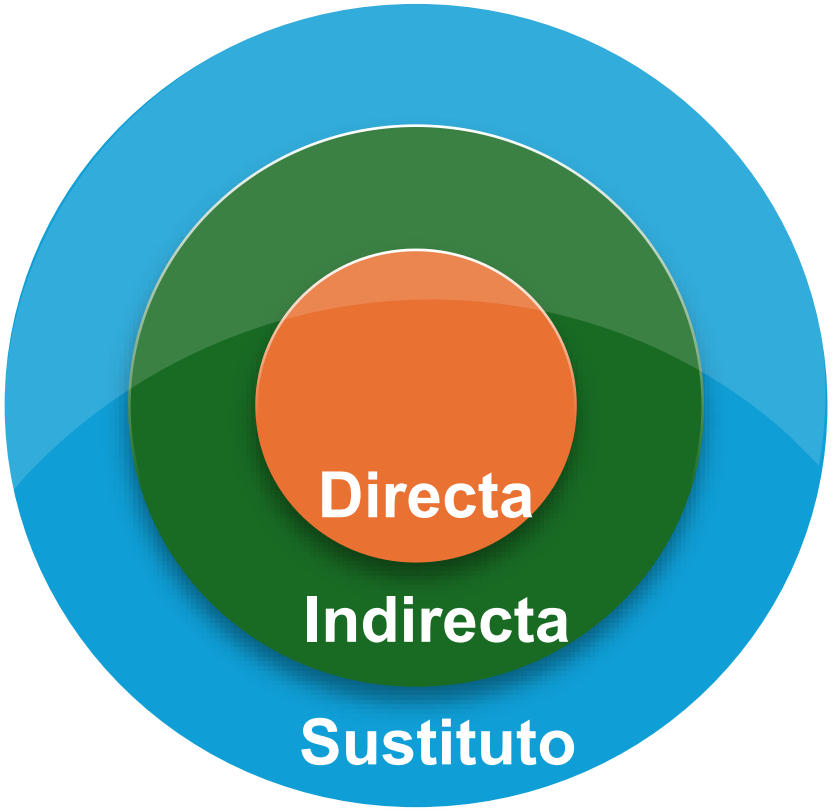
Factor diferenciador:

Panchimalco posee una zona geográfica privilegiada dado a que se encuentra cerca del área metropolitana y cerca del aeropuerto del San Salvador, por lo que sus miradores, parques y demás atractivos son altamente demandados por los turistas, sus principales sitios turísticos se encuentran relativamente cerca lo cual hace que en un día se pueda explorar todo lo que Panchimalco tiene para ofrecer además de mencionar sus restaurantes los cuales son muy conocidos por brindar los platillos típicos de El Salvador

F. Establecimiento de la competencia

Esquema 1. Tipos de competencia.

1. Tipos de competencia



Directa

La competencia directa es aquella que comparte una mayor similitud con el territorio de Panchimalco, debe de compartir semejanzas con respecto al tipo de turismo ofertado como con el tipo de biomas que se posee.

Indirecta

Para la competencia indirecta será aquella que presente elementos similares al territorio de Panchimalco, pero brinde otro tipo de turismo o biomas, debe de mostrar cierta similitud, pero no

Sustituto

La competencia sustituta será aquella que posea elementos diferentes a lo ofertado por el territorio de Panchimalco.

Para la clasificación de los diferentes tipos de competencia se realiza el uso de los criterios mencionados anteriormente, donde según el perfil realizado por medio de la técnica del cliente misterioso se procede a clasificar cada ciudad o pueblo según el tipo de competencia asignada por el grupo según los criterios seleccionados.

Criterio de tipos de turismo.

Para este criterio se observa los tipos de turismo que poseen cada ciudad o pueblo seleccionado, se toma la base del tipo de turismo ofrecido en Panchimalco y se compara con los demás pueblos, para realizar la selección se debe de seleccionar los tipos de turismo que se consideren indispensables, para ello se selecciona el turismo cultura, de naturaleza y rural debido a que se consideran los tipos de turismo más presentes en el territorio de Panchimalco.

Tabla 89. Criterios tipos de turismo

Tipos de turismo en Panchimalco	Competidor directo	Competidor indirecto	Competidor sustituto
Cultural	Debe de poseer los 3 tipos de turismos seleccionados (Cultural, de naturaleza y rural)	Debe de poseer al menos 2 tipos de turismos seleccionados (Cultural, de naturaleza y rural)	No es necesario que posea los tipos de turismos seleccionados (Cultural, de naturaleza y rural)
Naturaleza			
Rural			
Gastronómico			
De aventura			

Criterio geográfico.

Para este tipo de criterio se considera importante la cercanía que tenga el pueblo o ciudad con los puntos de acceso de los turistas internacionales, dado a que los límites de velocidad en carreteras en el país rondan los 90 km/h, se ha propuesto colocar una distancia de 100 km entre el pueblo o ciudad y el punto de acceso de turistas.

Tabla 90. Criterio geográfico

Competidor directo	Competidor indirecto	Competidor sustituto
Debe de poseer al menos un acceso de turistas extranjeros.	Debe de poseer uno o ningún un acceso de turistas extranjeros.	Debe de poseer uno o ningún un acceso de turistas extranjeros.

Criterio de biomas.

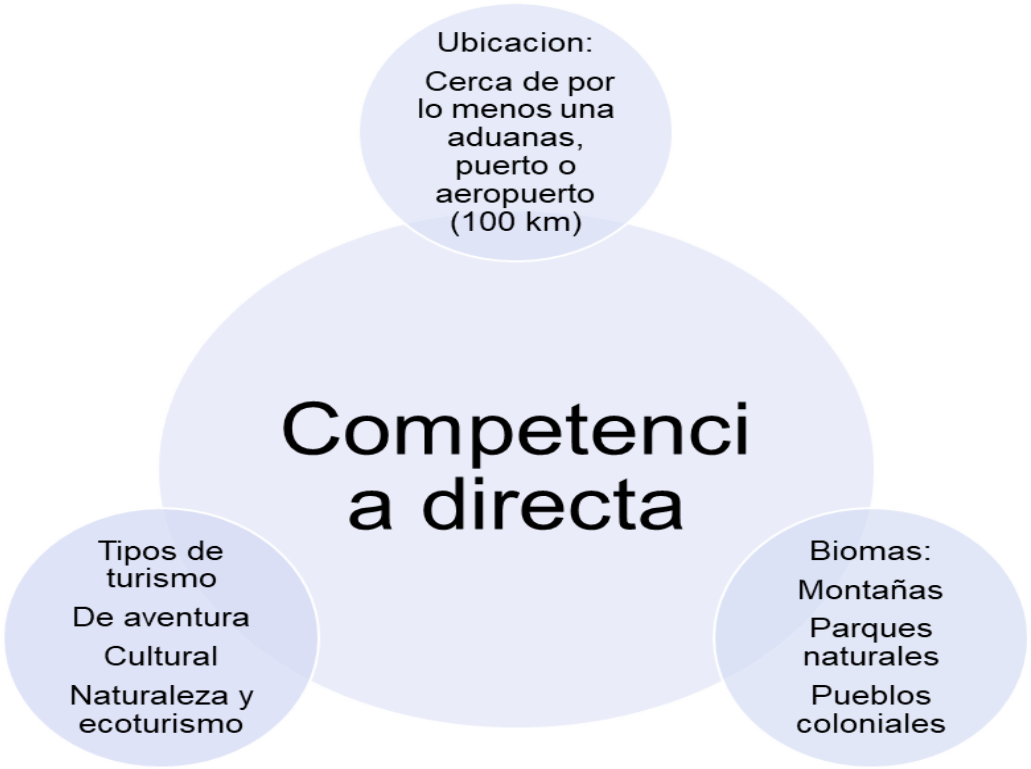
Para este criterio se observa los tipos de bioma que poseen cada ciudad o pueblo seleccionado, los biomas que son descritos en cada perfil de pueblos o ciudades son los más representativos para estos, al igual que en el criterio de los tipos de turismo en este apartado los biomas seleccionados son montañas, parques naturales y pueblos coloniales.

Tabla 91. Criterio de biomas.

Tipos de turismo en Panchimalco	Competidor directo	Competidor indirecto	Competidor sustituto
Montañas	Debe de poseer los biomas de montañas, parques naturales y pueblos coloniales.	Debe de poseer al menos dos biomas o menos de montañas, parques naturales y pueblos coloniales.	Debe de poseer uno o ningún bioma de montañas, parques naturales y pueblos coloniales.
Parques naturales.			
Pueblos coloniales			
Zonas rurales.			

a. **Perfil de competidor directo.**

Ilustración 50. Perfil de competencia directa.



JUAYÚA

Ilustración 51. Territorio de Juayúa.





Descripción:

El territorio de Juayúa es muy conocido debido a que conforma una parte de la ya famosa ruta de las flores, Juayúa ofrece una atractiva mezcla de contacto con la naturaleza y con los pueblos que se pueden visitar. El clima es frio por lo cual muchas personas lo deciden visitar mientras disgustan de la gastronomía local.

Ubicación:

Departamento de Sonsonate, Municipio de Sonsonate Norte, Distrito de Juayúa

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana Anguiatú (60.2 km)

Aduana San Cristóbal (60.5 km)

Puerto de Acajutla (40.2 km)

Aduana Las Chinamas (40 km)

Aduana La Hachadura (78.9 km)

Tipos de turismo:

- Cultural
- Naturaleza
- Rural
- Gastronómico

Biomas

- Montanas.
- Parques naturales.
- Pueblos coloniales.
- Zonas rurales

Principales atractivos:

- La ruta de las Flores
- Las siete cascadas.
- La laguna de las Ranas.
- Portezuelo
- Templo católico cristo negro.

Factor diferenciador:

Conformar parte de la ruta de las flores es un factor importante para el territorio, debido a que con ello garantizan un importante flujo de turistas, su clima y paisajes hacen única la experiencia donde las personas que disfruten de un mayor contacto con la naturaleza sin dejar de lado las comodidades que pueden ofrecer los pueblos es única.

APANECA

Ilustración 52. Territorio de Apaneca





Ubicación:

Departamento de Ahuachapán, municipio de Ahuachapán centro, distrito de Apaneca.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Puerto de Acajutla (46.2 km)

Aduana La Hachadura (74.7 km)

Aduana Las Chinamas (29.9 km)

Aduana San Cristóbal (75.7 km)

Tipos de turismo:

- Cultural
- Naturaleza
- Rural
- Gastronómico
- De aventura

Descripción:

El territorio de Apaneca es considerado como uno de los territorios que poseen el clima más frio del país, su naturaleza junto con los pueblos presenta una gran combinación para los turistas debido a que pueden realizar diferentes actividades como caminatas, de ocio o entretenimiento al mismo tiempo que pueden degustar de la gastronomía del lugar.

Biomas

- Montanas.
- Parques naturales.
- Pueblos coloniales.
- Zonas rurales
- Lagos.

Principales atractivos:

- Ruta de las flores.
- Laguna Verde.
- Laguna de las ninfas.
- Laberinto de Albania.

Factor diferenciador:

Al igual que Juayúa, Apaneca al formar parte de la ruta de las flores se beneficia con la entrada de gran número de turistas, esto tomando en cuenta aspectos

como el laberinto de Albania y las comparativas que posee con Juayúa lo hacen un lugar importante para el turismo nacional.

CONCEPCIÓN DE ATACO.

Ilustración 53. Territorio de Concepción de Ataco





Descripción:

El territorio de Concepción de Ataco forma parte de la ruta de las flores, este territorio posee en menor medida un contacto con la naturaleza, pero gana más atractivo por medio de los pueblos en el territorio, además es un lugar donde se encuentran agrupados mayor número de alojamientos y otro tipo de atracciones en ambientes naturales.

Ubicación:

Departamento de Ahuachapán, Municipio de Ahuachapán Centro, Distrito de Concepción de Ataco.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Puerto de Acajutla (93 km)

Aduana La Hachadura (75.2 km)

Aduana Las Chinamas (22.9 km)

Aduana San Cristóbal (68.8 km)

Tipos de turismo:

- Cultural
- Naturaleza
- Rural
- Gastronómico
- De aventura

Biomas

- Montanas.
- Parques naturales.
- Pueblos coloniales.
- Zonas rurales

Principales atractivos:

- Ruta de las flores
- Mirador la Jungla
- Paintball la Jungla
- Casa 1800

Factor diferenciador:

Sin lugar a duda su aspecto cultural es su mayor fuerte, teniendo alrededor del territorio un ambiente de naturaleza brindando por sus territorios vecinos con los que conforma la ruta de las flores.

CINQUERA

Ilustración 54. Territorio de Cinquera





Ubicación:

Departamento de Cabañas, Municipio de Cabañas Oeste, Distrito de Cinquera.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aeropuerto Internacional de El Salvador (87.7 km).

Aduana El Poy (98.6 km).

Tipos de turismo:

- Rural
- Cultural
- Aventura
- Naturaleza

Descripción:

El territorio de Cinquera cuenta con una serie de características únicas para el territorio dado a que cuenta con un equilibrio entre lo colonial, histórico y natural. La belleza de cinquera se resguarda en sus áreas protegidas y sus sitios públicos adornados por historia del territorio y también del país.

Biomas

- Montañas
- Pueblos Coloniales
- Zonas Rurales
- Parques Naturales

Principales atractivos:

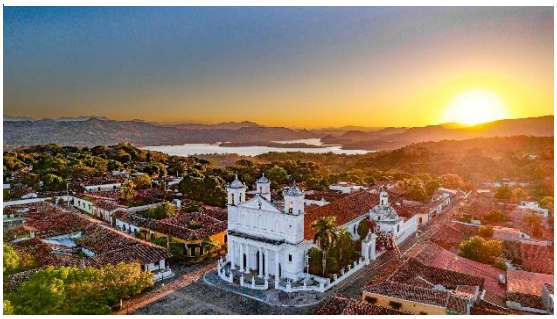
- Bosque de Cinquera.
- El Iguanario.
- Museo de la Memoria Histórica.
- Iglesia San Nicolás de Obispo
- Parque Bosques de Cinquera

Factor diferenciador:

Cinquera posee áreas protegidas las cuales guardan mucha historia y una cercanía con la naturaleza, cinquera es un territorio que preserva y comunica el paso bélico del país mostrando de primera mano diferentes pasajes de este de manera que se mezcla con los pueblos coloniales.

SUCHITOTO

Ilustración 55. Territorio de Suchitoto





Descripción:

El territorio de Suchitoto es muy conocido a nivel nacional e internacional debido a la cantidad de sitios que son atractivos para los turistas, se puede destacar de gran manera la preservación de sus pueblos y el

Ubicación:

Departamento de Cuscatlán, municipio de Cuscatlán Norte, Distrito de Suchitoto.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana El Poy (80.8 km)

Aeropuerto Internacional de El Salvador (93.6 km)

Tipos de turismo:

- Rural
- Cultura
- Naturaleza
- Aventura
- Gastronómico

Biomas

- Lago
- Pueblos Coloniales
- Zonas rurales
- Montañas
- Parques

acercamiento con la naturaleza que se posee. Es un territorio enfocado en conservar tanto sus atractivos naturales como sus atractivos culturales y coloniales.

Principales atractivos:

- Cascada los Tercios
- Lago de Suchitlan.
- Ciudad Vieja.
- Cueva del Ermitaño.
- Parroquia Santa Lucia.

Factor diferenciador:

Para el territorio su factor más influyente es la cantidad de atractivos que posee, debido a que tiene el Lago de Suchitlan el cual a su alrededor posee áreas naturales que son muy del agrado del turista, cuando el turista quiere descansa tiene las ciudades coloniales las cuales son de las más bonitas de El Salvador.

BERLIN

Ilustración 56. Territorio de Berlín





Ubicación:

Departamento de Usulutan, Municipio de Usulutan Norte, Distrito de Berlín

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aeropuerto Internacional de El Salvador (84.7 km)

Tipos de turismo:

- Naturaleza.
- Cultural.
- Rural.
- Aventura

Descripción:

El territorio de Berlín en los últimos años ha surgido como una propuesta turística interesante debido a que el territorio de Usulutan posee diferentes tipos de biomas

Biomas

- Parques Naturales.
- Zonas rurales.
- Pueblos coloniales.
- Bosques.

como las zonas costeras, pasando por bosques y montañas. El territorio de Berlín posee sitios para realizar caminatas que poseen un gran acercamiento con la naturaleza.

Principales atractivos:

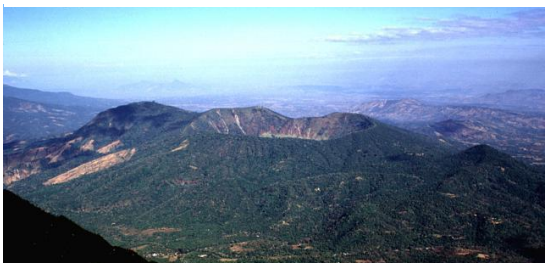
- Cerro el Pelón.
- Iglesia San José.
- Ruta de las mil Cumbres.
- Eco parque Berlín.
- Berlín Pool Party.

Factor diferenciador:

El territorio de Berlín con respecto a varios pueblos mencionados tiene la particularidad que ofrece un tipo de turismo poco común en la ruta de las mil cumbres debido a que el turista puede explorar fincas de café, camarón, tilapia y otro tipo de cultivos además de los otros tipos de turismo.

CHINAMECA

Ilustración 57. Territorio de Chinameca





Ubicación:

Departamento de San Miguel, Municipio de San Miguel Oeste, Distrito de Chinameca.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana El Amatillo (82.8 km)

Tipos de turismo:

- Cultural
- Rural
- Aventura
- Natural

Descripción:

El territorio de Chinameca es un espacio donde la diversidad es una característica dado a que cuenta con espacios naturales donde la experiencia con el medio ambiente es muy placentera combinado

Biomas

- Montañas.
- Bosques
- Parques naturales
- Pueblos Coloniales
- Zonas Rurales

con el atractivo de sus pueblos hacen al sitio atractivo debido a la diversidad de actividades que se pueden realizar.

Principales atractivos:

- Respiradero del Volcán La viejona.
- Hacienda El Cocal.
- Parque de Chinameca.
- Polideportivo municipal de Chinameca.

Factor diferenciador:

El factor natural que posee el territorio es atractivo para el turista debido a que una de la característica de la zona es su clima caluroso, en sitios donde existe abundante naturaleza el clima tiende a ser más fresco además de las actividades que se pueden realizar en estos mismos lugares que van orientadas tanto al ocio como al entretenimiento del turismo.

PERQUIN

Ilustración 58. Territorio de Perquín





Ubicación:

Departamento de Morazán, Municipio de Morazán Norte, Distrito de Perquín.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana El Amatillo (91.3 km)

Tipos de turismo:

- Aventura
- Natural
- Rural
- Cultural

Descripción:

El territorio de Perquín es uno de los territorios que conforman la conocida ruta de la paz, la cual recibe su nombre debido al conflicto armado vivido en El Salvador, era una zona conflictiva por la diversidad de

Biomas

- Montañas.
- Pueblos coloniales
- Zonas Rurales.
- Bosques

Principales atractivos:

bosques y montañas por lo cual cuenta con una maravillosa diversidad e historia que los turistas pueden encontrar interesante por la manera en cómo se abordan las diferentes atracciones.

- Campamento Las Flores.
- Turicentro El Sungano.
- La Laja Mar de Piedra.
- Museo de la Revolución Salvadoreña.
- Cerro de Perquín.
- Ruta de la Paz

Factor diferenciador:

El territorio cuenta con un importante valor histórico lo cual hace que su visita se transmita uno de los eventos más importantes en la historia de El Salvador, cuenta además con sus atractivos naturales donde los turistas pueden acampar en algunos lugares o realizar caminatas en contacto con la naturaleza.

LA PALMA

Ilustración 59. Territorio de La Palma





Ubicación:

Departamento de Chalatenango, municipio de Chalatenango Norte, distrito de La Palma

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana El Poy (9.3 km)

Tipos de turismo:

- Cultural.
- Naturaleza.
- Aventura.
- Rural

Descripción:

La Palma es un territorio el cual se caracteriza principalmente por el nivel cultural que desprende sus pueblos y habitantes, poseen una riqueza invaluable

Biomas

- Pueblos coloniales
- Zonas rurales
- Montañas
- Ríos

a nivel cultural esto transmito a los turistas principalmente por el arte de fabricar una artesanía.

- Parques.

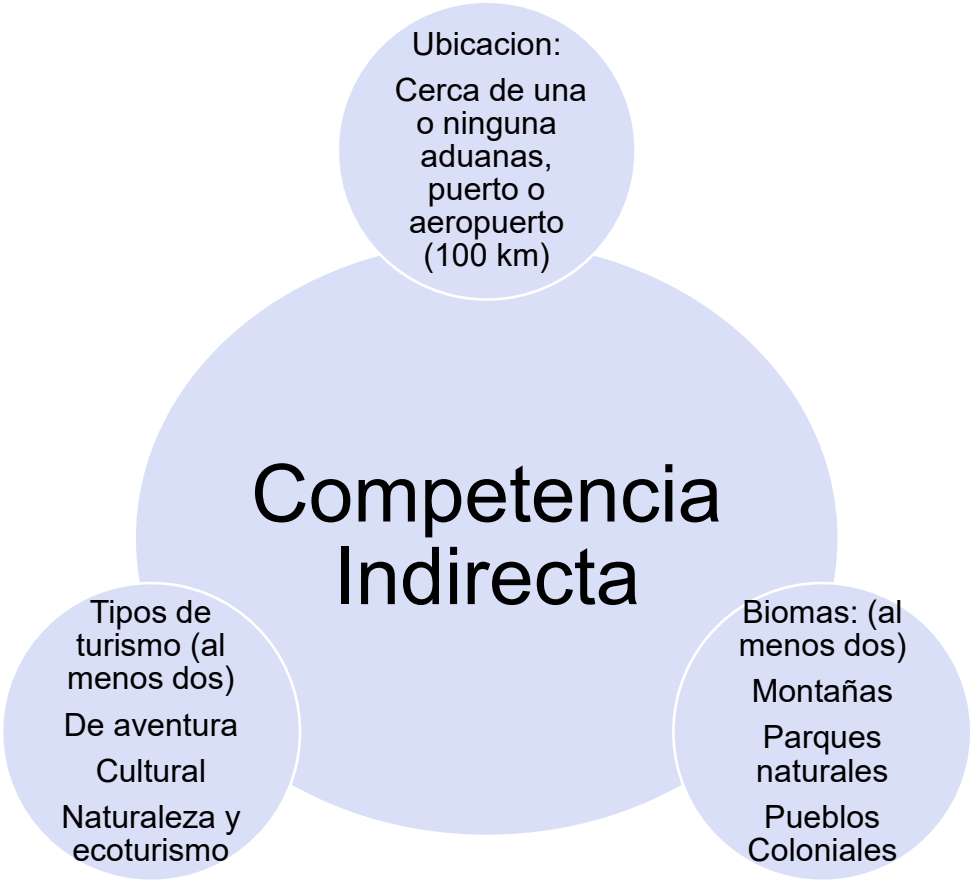
Principales atractivos:

- Museo Fernando Llort.
- Ruta Artesanal.
- Parque central La Palma
- Mirador de la Palma

Factor diferenciador:

El territorio cuenta a su alrededor sitios turísticos como el pital que son llamativos para los turistas, su principal fuerte es la ruta artesanal la cual brinda al turista la oportunidad de llevarse consigo parte de territorio y sus habitantes.

b. Perfil de competencia indirecta.



Esquema 2. Perfil de competencia Indirecta

SANTA ANA

Ilustración 60. Territorio de Santa Ana





Descripción:

El territorio de Santa Ana es una de las ciudades más importantes de El Salvador, es conocida principalmente por sus atractivos arquitectónicos tanto por su catedral como por construcciones aledañas, además de ello cuenta con parques que acercan a la naturaleza a sus visitantes, el valor cultural de Santa Ana es alto debido a que este se ha conservado en los años.

Ubicación:

Departamento de Santa Ana, Municipio de Santa Ana Centro, Distrito de Santa Ana.

Aeropuerto, aduanas o puerto.

Aduana Anguiatú (61.5 km)

Aduana San Cristóbal (31.7 km)

Puerto de Acajutla (79.6 km)

Aduana Las Chinamas (45.2 km)

Tipos de turismo:

- Cultural.
- Rural
- Gastronómico
- Naturaleza

Biomas

- Pueblos coloniales.
- Parques naturales.
- Zonas rurales.

Principales atractivos:

- Catedral de Santa Ana.
- Parque Recreativo Sihuatehuacán.
- Parque Ecológico San Lorenzo.
- Estado Oscar Alberto Quiteños.

Factor diferenciador:

Santa Ana posee un perfecto equilibrio entre sus características coloniales sin interferir en las actividades diarias de su población, debido a que esta se encuentra cerca de otros tipos de lugares turísticos como el volcán de Santa Ana, cerro verde entre otros sitios y dado a que posee sitios de alojamiento junto a facilitades de entrar al territorio en vía terrestre lo convierten en un sitio atractivo para los turistas.

IZALCO

Ilustración 61. Territorio de Izalco





Ubicación:

Departamento de Sonsonate, Municipio de Sonsonate Este, Distrito de Izalco.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana San Cristóbal (80.2 km)

Puerto de Acajutla (28.3 km)

Aduana Las Chinamas (66.6 km)

Aduana La Hachadura (65.7 km)

Tipos de turismo:

- Naturaleza
- Rural
- Cultural

Descripción:

Izalco posee una gran devoción hacia sus raíces, a nivel cultural es un territorio que se mantiene vigente en la actualidad, por su ubicación y zona presenta un clima agradable y en contacto con la naturaleza teniendo climas templados y frescos. Izalco posee sitios donde se pueden realizar caminatas, tomar momentos de ocio en compañía del parque acuático y visitar diferentes pueblos para conocer su gente.

Biomas

- Pueblos coloniales
- Zonas rurales
- Montañas
- Volcanes

Principales atractivos:

- Volcán de Izalco
- Turicentro Atecozol.
- Iglesia nuestra señora de los Dolores.
- Parques

Factor diferenciador:

Es un territorio que se orienta más al contacto con la naturaleza de manera más orgánica, debido a que los pueblos se encuentran entre toda la vegetación del lugar, brindando acceso a los habitantes del pueblo a lugares que no son comunes visitar por extranjeros, además de eso la cercanía con lugares como el cerro verde o el lago de Coatepeque hace propicio la visita al territorio.

SANTA TECLA

Ilustración 62. Territorio de Santa Tecla





Ubicación:

Departamento de La Libertad, municipio de La Libertad Sur, Distrito de Santa Tecla

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Puerto de Acajutla (74 km)

Aduana San Cristóbal (80.9 km)

Tipos de turismo:

- Cultural
- Gastronómico.
- Naturaleza

Descripción:

Es la cabecera departamental del departamento, Santa Tecla es considerada como un territorio que preserva y conserva la arquitectura colonial de diferentes épocas, esto no impide mostrar un lado más moderno lo cual presenta un contraste único según lo que el turista desea y necesita en su estancia.

Biomas

- Pueblos coloniales.
- Parques Naturales.

Principales atractivos:

- Parque deportivo Cafetalón.
- Parque Ecológico San José.
- Estadio Las Delicias.

Factor diferenciador:

Su ubicación es propicia para el alberque de turistas o el paso de estos debido a que se encuentra relativamente cerca de El Boquerón, además que, al tener de vecinos al departamento de San Salvador, esto hace que sea un sitio de escape para los capitalinos.

ALEGRIA

Ilustración 63. Territorio de Alegría





Descripción:

El territorio de Alegría posee pueblos pintorescos que junto con sus atractivos naturales son una mezcla muy atractiva para los turistas que estén interesados en tener zonas de ocio y al mismo tiempo cerca zonas donde pueden realizar caminatas y disfrutar de las hermosas vistas que tiene el territorio para ofrecerles.

Ubicación:

Departamento de Usulután, Municipio de Usulután Norte, Distrito de Alegría.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Tipos de turismo:

- Aventura.
- Rural.
- Cultura.
- Gastronómico
- Naturaleza.

Biomas

- Pueblos coloniales
- Zonas rurales
- Montañas
- Lagunas
- Gastronomía.
- Parques naturales

Principales atractivos:

- Laguna de Alegría.
- Mirador de las Cien Gradas
- Mirador de cristal.
- Parque Ecológico El bosque de la Alegría.

Factor diferenciador:

El territorio de Alegría es muy conocido por la variedad de actividades que pueden realizarse dentro de él, tiene diferentes miradores que son muy atractivos para el turista, así como las fincas que ofrecen la particularidad de ofrecer la gastronomía del lugar con productos obtenidos de sus cultivos.

CHALATENANGO

Ilustración 64. Territorio de Chalatenango





Ubicación:

Departamento de Chalatenango, Municipio de Chalatenango Sur, Distrito de Chalatenango.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana el Poy (69.6 km)

Aduana Anguiatú (97.8 km)

Tipos de turismo:

- Aventura.
- Rural
- Naturaleza

Descripción:

El territorio de Chalatenango es la cabecera departamental del Departamento de Chalatenango, es el territorio que alberca a muchos habitantes, según los límites del territorio la parte norte es la más concurrida donde se muestran diferentes atractivos como el Turicentro, iglesias, parques y el pueblo en general, mientras la parte sur es un tanto más inexplorado por llamarle de alguna manera.

Biomas

- Bosques
- Montañas
- Pueblos Coloniales
- Zonas Rurales

Principales atractivos:

- Mirador El Principito
- Turicentro Chalatenango
- Poza el pintor.
- Pueblos circulares.

Factor diferenciador:

El territorio posee una ubicación bastante privilegiada debido a que alrededor del territorio se encuentran diferentes atractivos turísticos conocidos como el pital o el cerro Eramón, si bien para llegar a ellos el turista debe de viajar un poco la ubicación del territorio es propicia para trasladarse de un lugar a otro además que el territorio posee su propio encanto rodeado de naturaleza e historia que sin ningún tipo de dudas dejaran encantados a los turistas.

ILOBASCO

Ilustración 65. Territorio de Ilobasco





Ubicación:

Departamento de Cabañas, Municipio de Cabañas Oeste, Distrito de Ilobasco.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aeropuerto Internacional de El Salvador (73.6 km).

Tipos de turismo:

- Rural
- Cultural
- Naturaleza

Descripción:

El territorio de Ilobasco se caracteriza por ser un territorio que conserva sus características coloniales las cuales mantiene en sus estructuras, parques y hogares. A sus alrededores preserva la combinación de pueblos coloniales con la naturaleza del lugar.

Biomas

- Pueblos coloniales.
- Zonas Rurales

Principales atractivos:

- Parques
- Iglesia San Miguel de Arcángel.
- Ruta de artesanías.
- Casa La Hacienda.

Factor diferenciador:

La preservación de los aspectos coloniales y artesanías es sus características más fuertes, en sus alrededores poseen un contacto con la naturaleza inigualable con sitios como la casa La Hacienda que combinan la historia con actividades recreativas para captar al turista.

MEANGUERA

Ilustración 66. Territorio de Meanguera





Ubicación:

Departamento de Morazán, Municipio de Morazán Norte, Distrito de Meanguera.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana El Amatillo (74.8 km)

Tipos de turismo:

- Cultural
- Aventura

Descripción:

El territorio de Meanguera es perteneciente al departamento de Morazán, dentro de los territorios de este departamento es el menos conocido, pero ofrece una serie de comodidades y actividades a los turísticas que se encuentren interesados en un turismo más colonial visitando sitios donde se prioriza el contacto con la naturaleza.

Biomas

- Zonas Rurales
- Pueblos coloniales
- Montañas
- Ríos

Principales atractivos:

- Rio Torola
- Cerro La Ventana
- Isla de Meanguera.

Factor diferenciador:

Para algunos turistas internacionales de centro América, el territorio es idóneo debido a que se encuentra cerca de accesos terrestres, este territorio posee una invaluable historia por lo vivido en la guerra civil en los años 80 por lo cual representa para los turistas una forma de conocer la historia de El Salvador junto a las bellezas naturales que el territorio tiene para ofrecer.

CONCHAGUA

Ilustración 67. Territorio de Conchagua





Ubicación:

Departamento de La Unión, Municipio de La Unión Sur, Distrito de Conchagua.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana El Amatillo (41.7 km)

Tipos de turismo:

- Aventura
- Rural
- Naturaleza

Descripción:

El territorio de Conchagua cuenta con diversos biomas los cuales son idóneos para el camping y senderismo por medio del volcán o la vegetación que se encuentra alrededor de este, sin contar con las diferentes experiencias que el pueblo ofrece desde sus vistas a su iglesia y parque central.

Biomas

- Volcanes
- Bosques
- Parques
- Pueblos coloniales

Principales atractivos:

- Bosque de Conchagua
- Volcán de Conchagua.
- Parque municipal de Conchagua.
- Espíritu de la montaña

Factor diferenciador:

Conchagua cuenta como principal atractivo el volcán junto con el mirador espíritu de la montaña lo cual llama a aquellos turistas que estén interesados sobre todo a realizar senderismo por el lugar.

SAN VICENTE

Ilustración 68. Territorio de San Vicente





Ubicación:

Departamento de San Vicente, Municipio de San Vicente Sur, Distrito de San Vicente.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Tipos de turismo:

- Cultural
- Aventura.
- Rural.

Descripción:

San Vicente es la cabecera departamental de San Vicente, es un territorio lleno de historia y cultura por medio de su atractivo central que es la Basílica Nuestra Señora del Pilar y la Giralda Vicentina que preservan en mayor medida el aspecto cultural e histórico del lugar.

Biomas

- Pueblos Coloniales
- Parques

Principales atractivos:

- Parque Acuático Amapulapa.
- Parque central de San Vicente.
- Basílica Nuestra Señora del Pilar.
- Giralda Vicentina.

Factor diferenciador:

Su ubicación es propicia para realizar turismo a el lago de Apastepeque o al volcán de San Vicente lo cual junto con el aspecto colonia de su territorio crean un ambiente idóneo para escapar de la rutina.

LA UNION

Ilustración 69. Territorio de La Unión





Ubicación:

Departamento de La Unión, Municipio de La Unión Sur, Distrito de La Unión.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana El Amatillo (42.6 km)

Tipos de turismo:

- Aventura.
- Naturaleza
- Cultural
- Gastronómico.

Descripción:

El territorio de La Unión presenta una experiencia perfecta para aquellas personas que desean un ambiente costeño en las playas del territorio como para aquellas que prefieren los ambientes llenos de vegetación para realizar caminatas con un clima mucho más frio.

Biomas

- Bosques
- Muelles
- Playa
- Pueblos Coloniales

Principales atractivos:

- Muelle Municipal de La Unión.
- Parque Bypass.
- Parque de La Familia.
- Playa Los Lagartos

Factor diferenciador:

La presencia de los biomas de playa y bosques hacen atractivo el lugar debido a que los turistas al alojarse en La unión pueden pasar de un bioma a otro en un corto tiempo de

viaje lo cual brinda una mayor experiencia turística para aquellas personas que busquen pasar de un sitio a otro.

c. Sustitutos.



Esquema 3. Perfil de consumidor Sustituto

LA LIBERTAD

Ilustración 70. Territorio de La Libertad





Ubicación:

Departamento de La Libertad, Distrito de La Libertad Costa, Distrito de La Libertad.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Tipos de turismo:

- De aventura.
- Gastronómico.
- Naturaleza

Descripción:

El territorio de La Libertad representa actualmente una de las apuestas del actual gobierno al turismo, aprovechando sus playas y mueles para brindar una experiencia veraniega a sus visitantes contando con los recién agregados atractivos como el Sunset Park y los accesos remodelados para disfrutar al máximo la experiencia turística.

Biomas

- Playas
- Muelles
- Vegetación

Principales atractivos:

- Puerto de La Libertad.
- Sunset Park
- Playa punta de roca.
- Playa las flores

Factor diferenciador:

Su principal atracción son las playas y como el comercio local ha crecido mediante ellas, la experiencia de poder disfrutar este sitio agregando los atractivos como el Sunset Park conlleva a un gran número de turistas que obtienen un nivel de desconexión de sus rutinas y disfrute de su visita.

SAN SALVADOR

Ilustración 71. Territorio de San Salvador





Ubicación:

Departamento de San Salvador, Municipio de San Salvador Centro, distrito de San Salvador.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana San Cristóbal (96.8 km)

Aduana El Poy (98.3 km)

Puerto de Acajutla (82.4 km)

Aeropuerto Internacional de El Salvador (41.9 km)

Aduana El Poy (98.3 km)

Tipos de turismo:

- Cultural
- Rural

Descripción:

El territorio de San Salvador, es la cabecera departamental del departamento de San Salvador es un sitio lleno de historia, es uno de los lugares más transitados en todo el país debido a la aglomeración de personas que transitan día a día. El territorio preserva aun algunos elementos históricos y por medio de espacios públicos se respira un buen ambiente.

Biomas

- Parques
- Parques naturales.

Principales atractivos:

- Centro histórico.
- Museo de Historia Natural.
- Parque Saburo Hirao.
- Parque Cuscatlán.
- Parque Bicentenario.

Factor diferenciador:

El territorio se presenta como un lugar estratégico para visitar otros sitios turísticos que se encuentren alrededor de San Salvador, al ser la cabecera departamental de la capital es un sitio propicio para el tránsito de personas, comercios, entre otros. Los sitios de alojamiento y relajación son comunes mezclando el valor histórico que se conserva aún en ciertos lugares y las zonas de sano esparcimiento que involucran al turismo en familia o con amigos.

SAN MIGUEL

Ilustración 72. Territorio de San Miguel



Ubicación:

Departamento de San Miguel, Municipio de San Miguel Centro, Distrito de San Miguel.

Aeropuerto, aduanas o puerto:

Aduana El Amatillo (58.6 km)

Tipos de turismo:

- Rural
- Cultural

Descripción:

El territorio de San Miguel es una de las ciudades más importantes en la zona oriental del país, el territorio mezcla aspectos culturales propios con elementos modernos para acoger a los turistas que prefieren contar con ambos ambientes al momento de realizar sus viajes o visitar destinos turísticos.

Biomas

- Pueblos Coloniales.
- Parques

Principales atractivos:

- Catedral Basílica Nuestra Señora de la Paz.
- Parque Recreativo Altos de la Cueva.
- Turicentro El Papalón.
- Poza El Salto.
- Estadio Juan Francisco Barraza.

Factor diferenciador:

El ser considerado una las ciudades más importantes de la zona oriental del país la hacen más atractiva para los turistas y viajeros, conociendo el clima caluroso del lugar posee opciones turísticas para contrarrestar el clima del lugar, el territorio alberga uno de los mayores eventos a nivel nacional, el cual es sus famosas fiestas migueleñas en las cuales miles de salvadoreños y extranjeros se trasladan al territorio para ser parte de todas las actividades disponibles.

Resumen de datos.

Identificar el tipo de competencia con la que cuenta el territorio de Panchimalco es sumamente importante debido a que con ello se tiene una percepción real del mercado

en el cual se está compitiendo, las tendencias que son más demandadas y nuevas ideas para explotar diferentes productos o servicios.

Para el mercado competidor directo, indirecto y sustituto se han seleccionado los siguientes competidores:

Tabla 92. Selección de competidores directos, indirectos y sustitutos.

Competencia	Pueblo o ciudad	
Directo	Juayúa	Berlín
	Apaneca	Chinameca
	Concepción de Ataco	Perquín
	Cinquera	La Palma
	Suchitoto	
Indirecto	Santa Ana	Meanguera
	Izalco	Conchagua
	Santa Tecla	San Vicente
	Chalatenango	La Unión
	Ilobasco	Alegría
Sustituto	La Libertad San Salvador San Miguel	

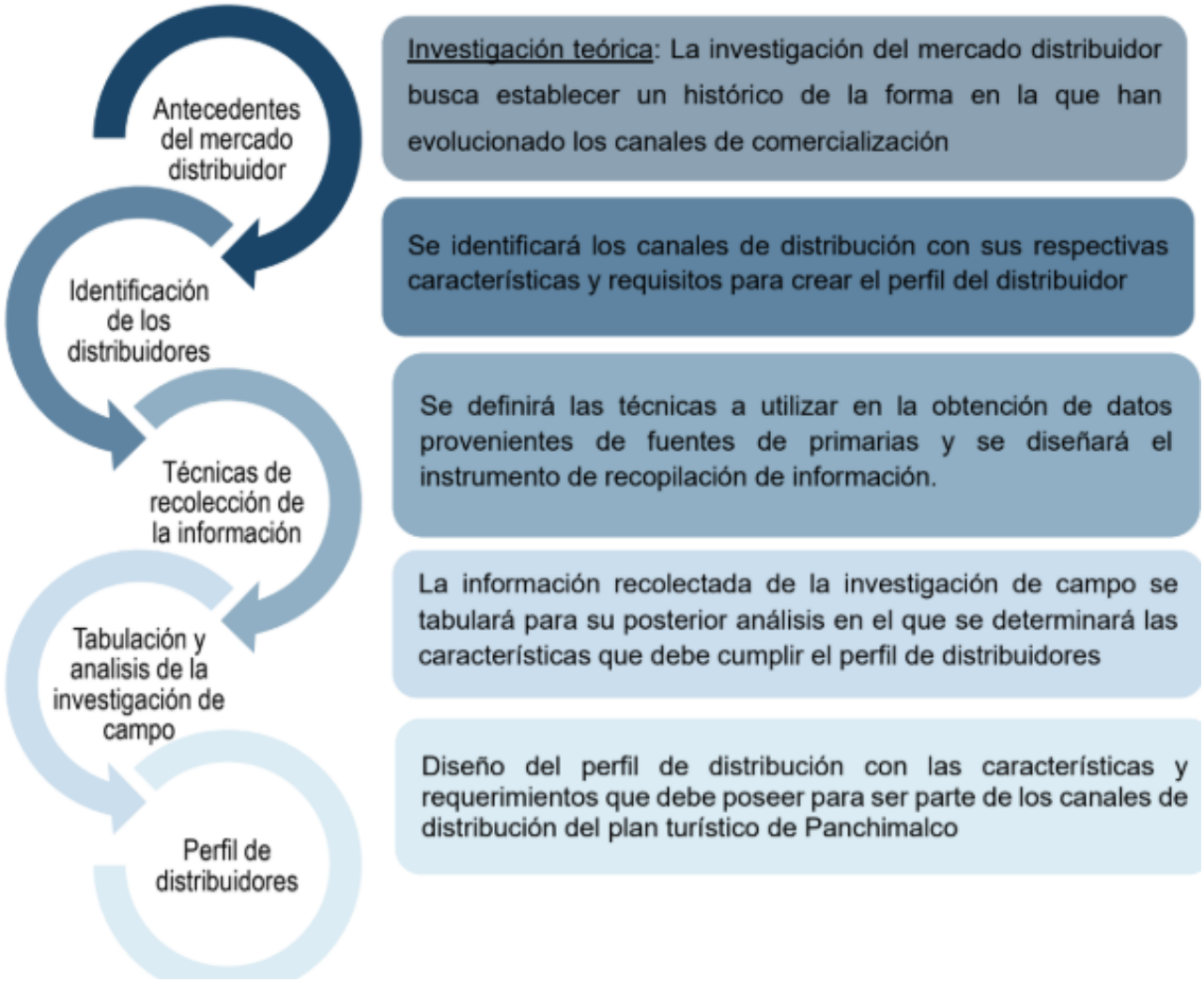
III. Mercado distribuidor

En el mundo del turismo, la distribución juega un papel fundamental para conectar la oferta con la demanda. Se trata de hacer llegar los servicios turísticos al consumidor, en el lugar y en el momento que este los necesita, eliminando barreras geográficas y temporales. A diferencia de otros productos, en el turismo es el consumidor quien se desplaza hacia el producto, lo que hace que la distribución sea aún más crucial.

A. Metodología del mercado distribuidor

Identificar el canal de distribución adecuado y seleccionar a los socios estratégicos correctos es crucial para el éxito de cualquier plan de desarrollo turístico, para asegurar que esto se logre de manera eficiente se define la siguiente metodología:

Ilustración 73 Metodología mercado distribuidor



B. Antecedentes del mercado distribuidor

La distribución en el turismo está determinada por agentes que intermedian y aumentan el valor existente entre la oferta (productores) y la demanda (consumidores) de servicios turísticos. Podemos definir la distribución como un instrumento que utiliza el turismo para relacionar continuamente a los productores de los servicios y productos del tipo turístico con los clientes que consumirán estos productos o servicios, cumpliendo la función de entregar al consumidor el producto cuando éste lo disponga.

Históricamente la distribución turística solo se realizaba en el sitio donde se ofrecía el producto o servicio y eran los turistas los que de forma independiente realizaban sus viajes y eran ellos los que buscaban informarse, pero desde hace unos años existió un cambio en la estructura del sector turístico. Desde los años ochenta, las TIC han transformado el mercado turístico de manera global. El posicionamiento de las centrales de reservas (CRS) en los setenta y los sistemas globales de distribución (GDS) a finales de los ochenta, seguido del desarrollo de las redes de internet a finales de los noventa, han provocado una transformación radical en la operativa y en las estrategias de la industria turística (Buhalis, 2003, eBusiness W@tch, 2006, Emmer et al., 1993, O'Connor, 1999).

En concreto, los cambios en las relaciones entre los intermediarios del sector turístico vienen provocados, principalmente, por la aparición de procesos de concentración e integración (Poon, 1993, Evans, 2001) y el acceso más fácil de nuevos entrantes, lo que puede generar la aparición de nuevos canales en el sistema. En este sentido, cobra protagonismo el desarrollo de internet, que introduce cambios en el modo en que las empresas de la industria turística planifican, controlan, operan e integran las tecnologías en sus actividades (Kasavana y Cahill, 1992). Todo ello altera la estructura de la industria turística y desarrolla un surtido amplio de oportunidades y amenazas para todos los participantes. Se trata de un proceso de reestructuración como consecuencia del aprovechamiento de las tecnologías. En el sistema aparecen nuevos intermediarios, lo que hace que otros replanteen sus funciones dentro del sector; ninguno de ellos puede

ser ajeno al impacto de las TIC en la industria turística (Poon, 1993, Falkenstein, 1997, Bigné, 1999, Buhalis, 2000, Rosenbloom, 2007).

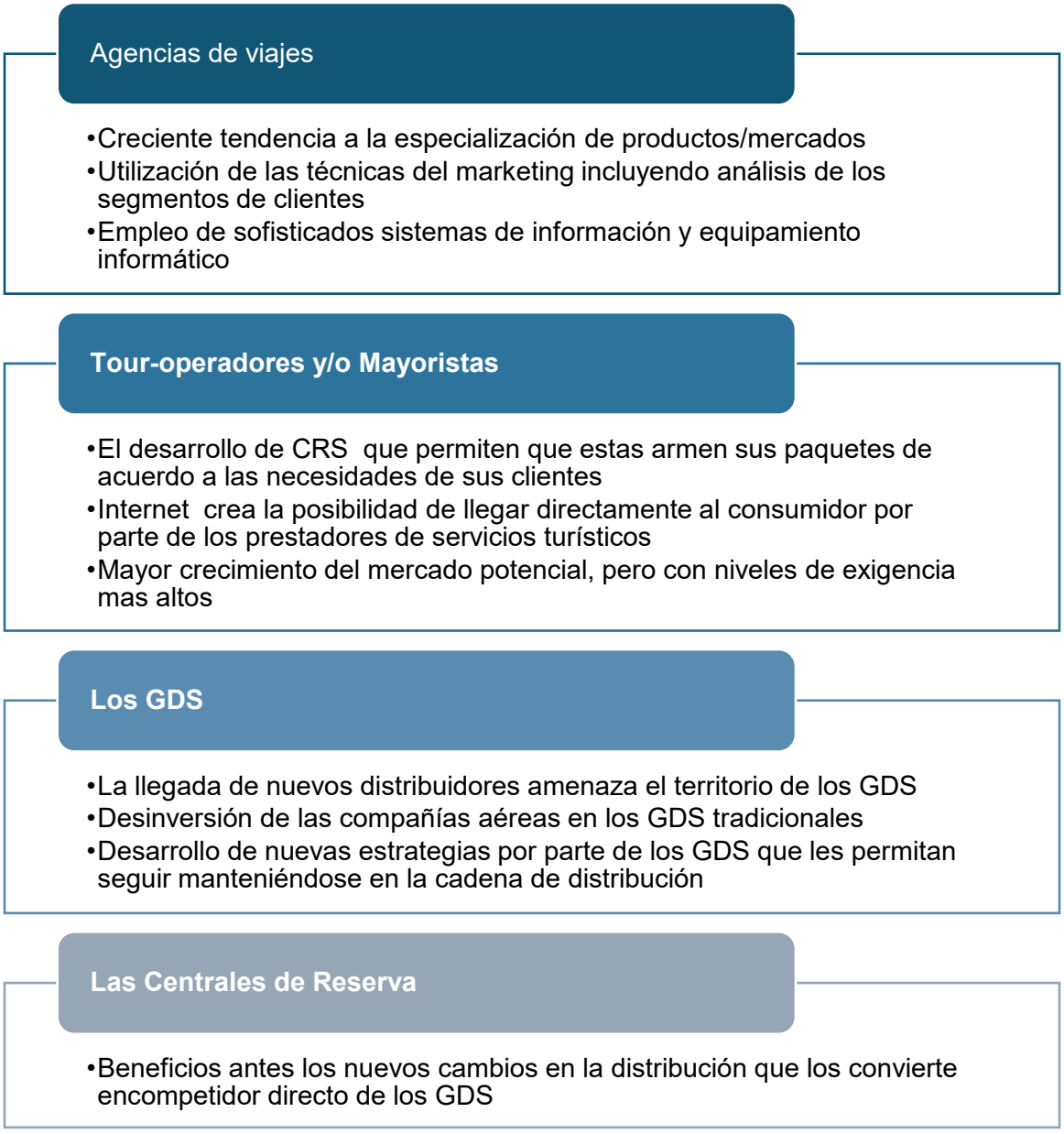
Además, las TIC apoyan la globalización de la industria proporcionando eficaces herramientas a los proveedores para desarrollar, dirigir y distribuir sus ofertas por todo el mundo (Buhalis, 1998), a la vez que permiten a las empresas turísticas tener una presencia global, asociarse y establecer relaciones con otras empresas de todo el mundo de manera eficiente y rentable (De Pablo, 2004). Por lo tanto, resulta coherente que el uso de las tecnologías favorezca la aparición de nuevas empresas proveedoras de servicios turísticos (hoteles, aerolíneas, alquiler de coches).

Para el caso particular de los proveedores turísticos, las TIC facilitan su agrupación para ofrecer sus productos en la red y proporcionar un mejor servicio y mayor información a los clientes que acuden a ella, en lugar de tratar de estar presentes en la red de manera aislada (Sellers y Azorín, 2001). Las posibilidades de interconexión e interactividad con consumidores y otros grupos de interés son crecientes (Buhalis y Law, 2008).

Tras el avance de las nuevas tecnologías de la información aparecen los distribuidores turísticos, inicialmente se utilizaban las siguientes tecnologías:
- Sistemas de multimedia interactivos en CD-ROM
- Servicios online como Easy Sabre que conecta las compañías áreas al consumidor y a los productos turístico
- Reservas telemáticas

Estos avances han realizado cambios en los diferentes distribuidores turísticos en la siguiente ilustración se muestran los principales que se han identificado.

Ilustración 74. Esquema de los distribuidores turísticos y sus principales cambios.



Se visualiza que nos encontramos en un mercado cambiante constantemente y que está sujeta a la estructura del mercado en términos del número, tamaño, concentración e integración de los proveedores, distribuidores y compradores finales.

C. Identificación del distribuidor

De la recopilación de información de fuentes secundarias se tiene lo siguiente:

Los canales de distribución determinan su estructura a través de las dimensiones longitud y amplitud. La longitud se define como el número de instituciones que funcionan como intermediarios ente el productor y consumidor, se dividen en:

1) **Canal directo:** En este no existen intermediarios, la empresa de servicios turísticos es la que se encarga de todas las funciones de la distribución, el cliente a su vez decide qué servicios prefiere contratar directamente: transporte, hospedaje, comidas entre otras actividades.
2) **Canal Indirecto:** El uso de intermediarios es la característica de este canal y pueden existir desde dos a más intermediarios, se identifican en el sector turismo agentes mayoristas y agencias de viaje minoristas.

La amplitud del canal se refiere a la intensidad en la que se distribuye cada nivel de intermediación.

1) **Distribución intensiva:** Se busca llegar al mayor número posible de clientes, asegurando la máxima cobertura del territorio de ventas, además busca aumentar la cuota de mercado. Este tipo de distribución por lo general no es adecuado para el sector turístico.
2) **Distribución selectiva:** Se centra en un nivel específico del canal y un número de intermediarios menor al disponible. En el sector turístico este tipo de distribución es adecuado gracias a los beneficios que trae que los intermediarios conozcan las características y el nivel de servicio que se ofrece.
3) **Distribución exclusiva:** Se basa en un canal único como intermediario y se especializa en un nivel del canal además que delimita el área geográfica. Es utilizado cuando se desea diferenciar el producto en alta calidad o prestigio.

Principales distribuidores actuales en el turismo:

Agencias de Viajes

Empresas de servicios dedicadas a intermediar al turista con el prestador de servicios, se encargan principalmente de ofrecer servicios de reservación de transporte, alojamiento en hoteles, programación de tours entre otras actividades.

Tour-operadores

Su función principal es vender productos turísticos, este es un intermediario entre el consumidor y la empresa que ofrece el servicio, se encargan de ofrecer paquetes turísticos al cliente a la hora de hacer la contratación. Integran aquellos complementos que se pueden necesitar en un viaje. Se encargan de gestionar todos los aspectos para que un viaje tenga cualquier necesidad resuelta de cara al cliente.

Para la determinación del perfil del distribuidor actual se analiza los canales de distribución con los que cuenta actualmente el territorio de Panchimalco, para ello se destacan los siguientes puntos:

Tabla 93. Distribución del turismo en Panchimalco.

Distribución del turismo en Panchimalco: Canal Selectivo	
Canal directo	**Canal Indirecto**
-El turista visita Panchimalco por sus propios medios. -El territorio no tiene una estrategia definida para atraer turistas. -Los turistas se enteran de la oferta a través de redes sociales. -El turismo es principalmente independiente, sin intermediarios.	-El turista visita Panchimalco a través de los servicios de transporte y recorridos brindados por "COCOPAN – Consejo de Comunidades para la transformación de Panchimalco, ellos se encargan de brindar servicio de transporte privado para festivales teniendo puntos de reunión en gasolineras de la zona céntrica de san salvador para iniciar el recorrido, generalmente el costo es de $6 por persona. -El turista visita Panchimalco a través del operador turístico Ec Tours en la "Ruta de los Panchos"

D. Perfil preliminar del distribuidor

Previo a realizar la identificación de distribuidores potenciales para ampliar el canal indirecto de distribución específicamente con el objetivo de incluir empresas tour operadoras, se establece el perfil preliminar que deben cumplir dichas entidades para ser incluidas en la identificación y posterior aplicación del cuestionario.

Tabla 94. Perfil preliminar del distribuidor

Perfil preliminar del distribuidor	
Reputación Comercial	Establecida en el mercado con experiencia, liderazgo y buena imagen en el área de turismo
Experiencia	Al menos 1 año trabajando con empresas similares en el sector turístico
Solidez financiera	Capacidad para mantener servicios con indicadores positivos
Cobertura de mercado	Ubicación estratégica que asegure el mayor alcance de distribución geográfica y realización de tours en el interior del país.
Línea de servicios	Poseer líneas de servicio establecida, compatible y complementaria
Sostenibilidad	Ser responsable con las prácticas de sostenibilidad y mantener bajo el impacto ambiental

E. Identificación de distribuidores potenciales

De acuerdo con la investigación realizada con el perfil determinado previamente para el distribuidor se tienen los siguientes operadores turísticos y agencias de viaje como distribuidores potenciales del plan turístico:

Tabla 95. Distribuidor “El Salvador Xpedition

El Salvador Xpedition	
	**Ubicación:** Final 61 av Norte Hotel Novo, Colonia Escalón, San Salvador **Descripción** Empresa de turismo emisor y receptivo, 100% salvadoreña establecida e inscrita en el Registro Nacional de Turismo con el número 0614062405 con 12 años de experiencia en el mercado. con el objetivo de dar a conocer los lugares de El Salvador, con oferta turística extendida a Centroamérica, México, el Caribe y el resto del mundo. **Servicios que ofrecen** -Paquetes turísticos dentro y fuera de El Salvador -Tours personalizados para empresas, colegios, ONG, grupos familiares, etc. -Transporte Turístico y Empresarial -Seguros de viaje dentro y fuera de El Salvador -Reservación de Hoteles -Servicio de Guías calificados: español, inglés, francés y portugués. -Organización de eventos, convenciones y team building -Tours de aventura: canopy, rafting, buceo, caminatas, campamentos **Contacto** Tel. 2508-3426 2531-0105 Cel. 7056 4885 WhatsApp Página web. https://elsalvadorxpedition.com/ Correo info@elsalvadorxpedition.com

.

Tabla 96. Distribuidor “Epictours El Salvador”

Epictourselsalvador	
	**Ubicación** Centro Comercial Las Palmas, carretera al Pureto de La Libertad local #7 segunda planta, Santa Tecla, La Libertad
	Descripción Tour operador Centro Americano con sede en El Salvador; especializado en turismo de aventura, cultura y naturaleza con más de 13 años de experiencia, miembros de la Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), de la Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo (ASOTUR) y de Adventure Travel Trade Association (ATTA). Ofreciendo viajes a la medida, hacia todos los destinos de interés turístico en El Salvador y sus países vecinos en C.A.
	Servicios que ofrece - Tours de aventura - Tours culturales - Tours en ciudad - Eco tours Todos los tours incluyen: - Guía de turismo según el itinerario - Transporte terrestre y excursiones en vehículos con aire acondicionado - Servicios guías bilingües - Entradas a los lugares de turismo incluidos - Todos los traslados según el itinerario, con ayuda y manejo de equipaje
	Contacto Tel. +503 25668503 Cel. +503 78904751 Correo. info@epictourselsalvador.com

.

Tabla 97. Distribuidor "Cadisi tours"

Cadisi Tours	
Cadisi Tours Desde 2007 VERIFICADO Protocolo Bioseguridad Cadisi Tours Vacaciones a tu Medida	**Ubicación** Av. Mississippi 29, San Salvador
	Descripción Cadisi Tours es una agencia de viajes receptiva fundada en septiembre de 2007 y con oficinas principales en la ciudad de San Salvador. Ofrecemos tours para descubrir la cultura local, herencia Maya, encantadores pueblos coloniales, aventura, volcanes, sol y playa, surf, y una exquisita gastronomía local. Cadisi Tours es miembro de la Cámara Salvadoreña de Turismo y de la Asociación Salvadoreña de Operadores y Mayoristas de Turismo, con número 614 en el Registro Nacional de Turismo Ministerio de Turismo de El Salvador.
	Servicios que ofrece Tours diarios: - Tour ciudad de San Salvador - Tour Nocturno Centro Histórico - Joya de Cerén y Suchitoto - Volcán de San Salvador y Tour de Ron Paquetes de excursiones: - Escalada al Volcán de Santa Ana - Joya de la UNESO y Volcán de San Salvador - Parque Nacional "Los Volcanes" y Lago de Coatepeque - Pueblos Encantados y Tour del Café
	Contacto Tel.+503- 2243-3584 Cel.+503 7729-5887 Correo.info@cadisitours.com

.

Tabla 98. Distribuidor "Eco tours"

ECTOURS EL SALVADOR	
	**Ubicación** 17 calle Oriente, San Salvador El Salvador **Descripción** EC Tours es una empresa dedicada a satisfacer a aquellos clientes que disfrutan de la aventura, la naturaleza y la cultura. Con Número de registro 0614088607 en el Registro Nacional del Turismo de El Salvador – MITUR **Servicios que ofrece** Tours: - Ciudad de San Salvador y Volcán de San Salvador - Volcán de Santa Ana y Lago de Coatepeque - Ruta de las Flores - Sitios Arqueológicos mayas (Joya de Cerén - San Andrés – Tazumal) - Suchitoto y Lago de Ilopango - Ruta de los Panchos - Volcán Conchagua y Golfo de Fonseca - Ruinas de Copan Además, cuenta con tours internacionales a: Nicaragua Honduras Guatemala **Contacto** Cel: +503 7842-4708 Correo: ectourselsalvador@gmail.com www.ectourselsalvador.com

.

Tabla 99. Distribuidor “Family Tours”

FAMILYTOURS EL SALVADOR	
	**Ubicación:** Calle San Antonio Abad, Edificio No.1820, local #6, San Salvador, El Salvador
	Misión: Ofrecer las mejores experiencias de viajes a nuestros clientes a través de un servicio profesional y de calidad. **Visión:** Posicionar nuestra marca de servicios turísticos en la zona central del país como una de las mejores opciones de viajes familiares dentro y fuera del país, brindándoles a nuestros clientes la oportunidad de vivir las mejores experiencias de viajes. **Valores:** • Excelencia en el Servicio al Cliente • Trabajo en Equipo • Innovación
	Servicios que ofrece Tours: Cerro Verde y Volcán de Santa Ana Peñón de Comasagua Termales de Alicante y Albania Cascada Las Pilas y Llano Muerto Guatemala: • Esquipulas y Finca de los Girasoles • Mundo Petapa • City Tour: Zoológico La Aurora y Paseo Cayalá • Antigua Guatemala y Hobbitenango / Altamira / Los Celajes / Selfie Museo Honduras • Copán Ruinas • Paseo de los Girasoles
	Contacto Correo: amilytourselsalvador@gmail.com Página web: familytourselsalvador.com Facebook, Instagram y TikTok: familytourselsalvador

.

Tabla 100. Distribuidor “Inter tours”

INTERTOURS EL SALVADOR	
	**Ubicación:** Paseo Escalón Condominio Balam Quitze 1a, San Salvador, El Salvador. **Descripción:** Agencia de viajes terrestres con licencia con sede en San Salvador, El Salvador. Con más de 20 años de experiencia en el campo del turismo, abriendo operaciones a nivel local en 1995 e internacional en 2001. Registrados en el Ministerio de Turismo de El Salvador RNT. Su objetivo es educar y sorprender a sus huéspedes y están enfocados en ayudarlos a personalizar sus propios paquetes de viaje y experiencia. **Servicios que ofrece** - Excursiones desde Santa Ana - Excursiones desde San Salvador - Excursiones de medio día - Aventuras ecológicas - Tours de día completo desde san salvador - Tours de varios días - Excursión en tierra Acajutla - Circuitos en Centroamérica También cuenta con servicios de - Transporte - Alquiler de casas de playa - Bodas y luna de miel - Agenda cultural en El Salvador **Contacto** Tel: (503) 2263-6188 Usa + 1 713-731-5058 Cel. +503 7600 7313 Correo electrónico: info@intertours.com.sv

.

Tabla 101. Distribuidor “Geoturismo”

GEOTURISMO EL SALVADOR	
	Ubicación: Colonia Campestre, Calle Circunvalación, pasaje #3, casa #17
	Descripción: Es una empresa Tour operadora y Agencia de Viajes**, c**omprometidos con el medio ambiente y con la comunidad.
	Servicios que ofrece Rutas turísticas locales: - Volcán de Santa Ana - Camping Volcán Conchagua - Ruta de las Flores - Suchitoto - Ruta Arqueológica - Playa El Tunco Rutas turísticas regionales: - COPÀN - City Tour Guatemala - Tour en Antigua
	Contacto Tel: 503 2284-8404 / 2130-9030

.

F. Diseño de las herramientas de recolección de datos

En la recolección de datos del mercado distribuidor como fuente de información primaria se hará uso de la técnica entrevista, esta será dirigida a una agencia de turismo nacional e internacional que cuenta con servicios de tour operador la cual será seleccionada por medio de muestreo por conveniencia y será realizada a través de la plataforma Google Meet, lo anterior se resume en la ficha técnica y el diseño del cuestionario se muestra en el anexo 9.

Además, como fuente de información secundaria para el resto de tour operadores que no sean sometidos al cuestionario se cuenta con el método de observación a través de redes sociales y páginas de agencias de viajes y tour operadoras.

Ficha técnica de la entrevista como técnica de recolección de datos.

Tabla 102. Ficha técnica de la entrevista al mercado distribuidor

Ficha técnica entrevista a agencia de viaje	
Objetivo:	Recopilar información sobre los paquetes, servicios y modo de operación de la agencia de viaje para determinar los canales de distribución idóneos para considerar en el plan de desarrollo turístico del territorio de Panchimalco.
Ámbito	Nacional
Tipo de muestreo	Muestreo no probabilístico
Método de muestreo	Muestreo por conveniencia
Instrumento	Entrevista
Método de recolección	Entrevista en línea a través de Google Meet
Fecha	13/05/2024
Hora	17:00
Entrevistadores	David Castillo, Alicia Galindo, William López
Entrevistado	Francisco García
Cargo	Gerente
Empresa	Inter Tours

G. Obtención de datos de la investigación de campo

Presentación de los datos obtenidos de la entrevista realizada a la empresa Inter Tours.

Tabla 103. Entrevista a distribuidor inter tours

Datos de identificación	
Nombre completo: Francisco García	**Cargo:** Gerente
Nombre de la agencia de viaje: Inter Tours	

¿Cuánto tiempo llevan operando en el mercado turístico?	27 años operando

Desarrollo de la entrevista	
1- ¿Qué servicios ofrece?	
Servicios de agencia de viaje: - Venta de boletos de avión - Excursiones a otros países	Servicios de operador turístico: - Traslados del aeropuerto - Excursiones de día - Circuitos en El Salvador
2- ¿Los servicios de transporte son de la agencia o subcontratan?	
Trabajo con transporte propio y por subcontratación de la siguiente forma: - Servicios subcontratados para traslados desde el aeropuerto - Los demás servicios se operan con los vehículos de la empresa y del personal	
3- ¿Con cuales paquetes turísticos nacionales cuentan?	
1. Paquetes de Eco Aventura 2. Paquetes de medio día 3. Paquetes completos (de 3 noches a 10 noches)	
4- ¿Cuáles son los rangos de precios que manejan en sus servicios?	
Los precios varían dependiendo el servicio que se ofrece, el precio más bajo es el de City Tour de $50.00 dólares y aumentan hasta llegar al paquete más completo que incluye 10 días por un precio de $1,860.00	
5- ¿Qué zonas turísticas cubren sus servicios?	
Todo El Salvador	
6- ¿Cuáles son los destinos turísticos con mayor demanda en el país?	
Aguas Termales, Volcán de Izalco, Cerro Verde y Tazumal	
7- ¿Qué tipo de turista reciben con mayor frecuencia local o extranjero?	
Se trabaja casi en su totalidad con turistas extranjeros y salvadoreños que residen en el exterior del país y vienen de visita a El Salvador	
8- ¿Que debe poseer un destino turístico para ser parte de los viajes que ofrecen?	
1. Diferenciación del lugar con atractivos que valgan la pena	

2. Servicios que ofrece
    a. Restaurante: comida de calidad con servicio completo, debe ofrecer servicio en inglés y en español, aceptar pagos con tarjetas, menú diseñado para nacionales con platillos típicos y para extranjeros variedad de comida
    b. Baños: Limpios, accesibles para todo tipo de persona
    c. Zona recreativa: Piscinas, hamacas, espacios para descanso, mesas y sillas
    d. Infraestructura: Debe poseer una temática y generar una experiencia, ambientación de las habitaciones, señalización en inglés y español, parqueo amplio.
3. Atención de calidad: Trabajadores capacitados para hablar en inglés y español, diferenciados con un uniforme acorde a la ubicación

9- ¿Cuál es la capacidad que poseen para brindar servicio?

Se ha dado servicio a 400 personas en simultaneo

10-¿Existen alianzas o acuerdos con otras empresas de viajes o Tour-Operadores?

Alianzas en todo el país y con empresas en el extranjero

11-¿Cómo se organizan con las empresas que forman parte de sus rutas turísticas?

Mediante una carta de entendimiento y una carta de acuerdo de trabajo en estas se especifican:

1. Tarifas especiales para la agencia de viaje
2. Acuerdos de vigencias y que comprende
3. Formas de reservación
4. Condiciones espaciales
5. Restricciones
6. Uso de la marca y publicidad
7. Uso de instalaciones
8. Formas de pago

12-¿Qué rutas o servicios poseen actualmente el territorio de Panchimalco?

Actualmente no se trabaja con tours al territorio de Panchimalco.

.

H. Tabulación y análisis de información

Se realizó la investigación de las redes sociales de los diferentes distribuidores sometidos al estudio y se obtuvo los siguientes datos:

Tabla 104. Información de páginas de Facebook de distribuidores turísticos.

Facebook			
Empresa	**# de seguidores**	**# de me gusta**	**Calificación**
Cadisi Tours	576	561	-
El Salvador Xpedition	78,000	73,000	4.6/5
Epictours El Salvador	568	543	-
Inter Tours	533	300	-
Family Tours El Salvador	17,000	18,000	5.0/0
EC Tours	3,400	3,000	5.0/5
Geoturismo	105,000	101,000	-

.

Todas las empresas identificadas cuentan con páginas de Facebook, los indicadores utilizados fueron número de seguidores, número de me gusta y la calificación que les otorgan los clientes, Las empresas con más seguidores son Geoturismo con 105,000 muy por encima de los demás, en segundo lugar y con un número representativo se posiciona El Salvador Xpedition con 78,000 seguidores, Family Tours con 17,000 seguidores es la tercera empresa con más seguidores y en cuarto lugar EC Tours con 3,400. Las demás empresas tienen un número de seguidores menores a los 1000.

En el caso del número de me gusta el orden es el mismo Geoturismo es la empresa con más me gusta con 101,000 seguido por El Salvador Xpedition con 73,000, Family Tour El Salvador con 18,000 y Ec Tours con 3,000, las demás empresas poseen un numero de me gusta bajo. Respecto a la calificación EC Tours y Family Tours tiene una calificación de 5/5 seguido de El Salvador Xpedition con una calificación de 4.6/5, lo que muestra el nivel de satisfacción de los clientes con el servicio brindado por las empresas.

En el orden de posicionamiento en Facebook se encuentra en primer lugar Geoturismo, en segundo lugar, El Salvador Xpedition, y en tercer lugar Family Tours El Salvador.

Tabla 105. Información de páginas de Instagram de distribuidores turísticos

Instagram		
Empresa	**# de seguidores**	**# publicaciones**
Cadisi Tours	161	30
El Salvador Xpedition	40,900	652
Epictours El Salvador	948	176
Inter Tours	270	15
Family Tours El Salvador	5,341	1111
EC Tours	2,332	143
Geoturismo	4,295	961

.

Al igual que en el análisis anterior todas las empresas poseen páginas de Instagram, se evaluaron los indicadores del número de seguidores y el número de publicaciones para ver el grado de actividad que tiene la página de Instagram. La empresa con mejores números El Salvador Xpedition con 40,900 seguidores ampliamente superior al resto, Family Tours posee 5,341 y Geoturismo posee 4,295 muy cercano al anterior, Respecto al número de publicaciones el primer lugar es para Family Tours con 1,111, seguido de Geoturismo con 961 y en última posición El Salvador Xpedition con 652, las demás empresas muestran números bajos en los dos indicadores.

Matriz comparativa de los diferentes distribuidores potenciales en base a la información obtenida por fuentes primarias y secundarias

Para realizar el análisis de la información obtenida a través de las fuentes primarias como lo fue la entrevista a Inter tours y las fuentes secundarias de la investigación bibliográfica, de donde se debe tener en cuenta que la información que contiene la matriz para el resto de tour operadores que no fueron entrevistados se ha obtenido específicamente de las páginas y de las redes sociales de cada una de las organizaciones, en consecuencia se presenta en la siguiente matriz cada pregunta del cuestionario y la información correspondiente por tour operador, así como un análisis por pregunta, esto con la finalidad de comprender cuál o cuáles son las organizaciones que se adaptan a los objetivos del plan de desarrollo turístico.

Tabla 106. Cuadro comparativo del cuestionario a distribuidores completado a través de investigación de fuentes secundarias

Tour operador	1. ¿Qué servicios ofrece?	Análisis
Cadisi Tours	**Tours diarios:** tour ciudad de San Salvador, tour nocturno centro histórico, Joya de Cerén y Suchitoto y volcán de San Salvador y tour de ron (visita a la destilería licorera Cihuatán en el municipio El Paisnal) **Paquetes de excursiones:** escalada al volcán de Santa Ana, Joya de la UNESCO (desde septiembre de 2007) y volcán de San Salvador, parque nacional "Los Volcanes" y lago de Coatepeque y pueblos Encantados y tour del Café	Las agencias de viajes ofrecen servicios principalmente de gestión de vuelos y boletería de estos, también incluyen reservaciones de hoteles, y arman paquetes completos de excursiones a otros países. Los Tour-Operadores realizan las mismas funciones de una agencia de viaje, pero además realizan turismo dentro del país y diseñan paquetes destinados nacionales e internacionales. **Cadisi Tours** destaca por su amplia experiencia en el mercado, ofreciendo tours diarios, paquetes de excursiones, tours culturales, gastronómicos y de café. **El Salvador Xpedition** se especializa en tours de aventura,
El Salvador Xpedition	**Servicios de operador turístico:** paquetes turísticos dentro y fuera de El Salvador, tours personalizados para empresas, colegios, ONG, grupos familiares, etc., transporte turístico y empresarial, seguros de viaje dentro y fuera de El Salvador, servicio de Guías calificados, organización de eventos, convenciones y team building **Tours de aventura:** canopy, rafting, buceo, caminatas, campamentos	
Epictours El Salvador	**Tours:** tours de aventura, tours de surf, tours de buceo, tours de snorkel, tours de pesca, tours de observación de ballenas, tours de observación de delfines, tours de kayak y tours de stand up paddle	

Inter Tours	**Servicios de agencia de viaje:** venta de boletos de avión y excursiones a otros países **Servicios de operador turístico:** traslados del aeropuerto, Excursiones de día y circuitos en El Salvador	mientras que **Epictours El Salvador** se enfoca en tours de aventura, surf y deportes acuáticos. **Inter Tours** ofrece servicios de agencia de viaje, incluyendo traslados, excursiones y venta de boletos de avión. **Family Tours El Salvador** diseña tours familiares a volcanes, termales, cascadas y pueblos encantados. **EC Tours** se distingue por su enfoque en el turismo sostenible y ecoturismo, con tours a sitios arqueológicos, volcanes, lagos y rutas naturales. **Geoturismo** realiza recorridos guiados por expertos en geología, historia y cultura local, promoviendo el ecoturismo y el geoturismo comunitario. Por lo que dentro de este punto todos los distribuidores potenciales cuentan con la experiencia requerida para ser considerados en el plan de desarrollo turístico de Panchimalco.
Family Tours El Salvador	**Tours:** cerro verde y volcán de Santa Ana, peñón de Comasagua. termales de Alicante y Albania, cascada Las Pilas y Llano Muerto	
EC Tours	**Tours:** ciudad de San Salvador y volcán de San Salvador, volcán de Santa Ana y lago de Coatepeque, ruta de las flores, sitios arqueológicos mayas (Joya de Cerén - San Andrés – Tazumal), Suchitoto y Lago de Ilopango, ruta de los Panchos, volcán Conchagua y Golfo de Fonseca, y ruinas de Copan	
Geoturismo	**Rutas guiadas:** Ofrecen recorridos guiados por expertos en geología, historia y cultura local, visitando sitios geológicos de interés como El Sillón de la Viuda, el Cerro Verde y el Geoparque de San Salvador. **Ecoturismo:** Promueven el turismo sostenible en áreas geológicas de interés, fomentando la conservación del medio ambiente y el desarrollo local. **Geoturismo comunitario:** Trabajan en conjunto con comunidades locales para desarrollar proyectos de geoturismo que beneficien a	

	las comunidades y promuevan la conservación del patrimonio geológico.	
Tour operador	**2- ¿Los servicios de transporte son de la agencia o subcontratan?**	**Análisis**
Cadisi Tours	Cadisi Tours trabaja con una red de transportistas locales cuidadosamente seleccionados para garantizar la seguridad, comodidad y puntualidad de sus servicios. La empresa cuenta con una flota de vehículos modernos y bien mantenidos, que incluyen autobuses, microbuses y minivanes. Además, Cadisi Tours ofrece servicios de transporte privado con chófer para aquellos clientes que buscan una experiencia más personalizada.	En cuanto a los servicios de transporte, los tours operadores en El Salvador ofrecen una variedad de opciones para satisfacer las necesidades y preferencias de sus clientes. La mayoría de los operadores trabajan con una combinación de transporte propio y subcontratado, asegurando así una amplia disponibilidad de vehículos y experiencia en diferentes tipos de recorridos. **Cadisi Tours, El Salvador Xpedition, Family Tours El Salvador, EC Tours y Geoturismo** destacan por su enfoque en la seguridad, comodidad y puntualidad de sus servicios de transporte. Estos operadores trabajan con transportistas
El Salvador Xpedition	El Salvador Xpedition se asocia con transportistas locales expertos en recorridos todoterreno y aventuras al aire libre. La empresa garantiza vehículos seguros y confiables, como camionetas 4x4 y vans acondicionadas para viajes en montaña y terrenos accidentados. El Salvador Xpedition también ofrece opciones de transporte privado para grupos pequeños y tours personalizados.	
Epictours El Salvador	Epictours El Salvador colabora con transportistas locales especializados en traslados a playas y destinos costeros. La empresa ofrece una variedad de vehículos, desde cómodos autobuses hasta microbuses y vans con aire acondicionado, para garantizar un viaje placentero a tu destino de playa favorito.	

	Epictours El Salvador también ofrece servicios de transporte privado para grupos que buscan mayor exclusividad.	locales cuidadosamente seleccionados y cuentan con flotas de vehículos modernos y bien mantenidos. **Epictours El Salvador** se especializa en traslados a playas y destinos costeros, ofreciendo una variedad de vehículos adecuados para este tipo de viajes. **Inter Tours** ofrece servicios de transporte propio para traslados desde el aeropuerto y subcontrata para el resto de sus servicios. Independientemente de la forma de transporte a la que recurran con mayor frecuencia se observa un alto nivel de organización y responsabilidad con la gestión del transporte de cara a sus clientes y a sus empresas aliadas.
Inter Tours	Inter Tours trabaja con transporte propio y por subcontratación de la siguiente forma: servicios subcontratados para traslados desde el aeropuerto y los demás servicios se operan con los vehículos de la empresa y del personal	
Family Tours El Salvador	Family Tours El Salvador trabaja con transportistas locales que comprenden las necesidades de las familias que viajan con niños. La empresa ofrece vehículos espaciosos y cómodos, equipados con asientos para niños y sistemas de entretenimiento para garantizar un viaje agradable para toda la familia. Family Tours El Salvador también ofrece servicios de transporte privado con chófer para familias que buscan mayor comodidad y flexibilidad.	
EC Tours	EC Tours se asocia con transportistas locales para ofrecer servicios de transporte seguros y confiables para todo tipo de viajes. La empresa cuenta con una flota de vehículos modernos y bien mantenidos, que incluyen autobuses, microbuses, vans y vehículos privados. EC Tours también ofrece servicios de transporte personalizado para grupos y eventos especiales.	
Geoturismo	**Geoturismo El Salvador** trabaja en colaboración con transportistas locales para ofrecer servicios de transporte seguros y confiables para sus tours geológicos y ecoturísticos. La empresa	

	se enfoca en la comodidad y flexibilidad de sus clientes, asegurando que el transporte sea parte integral de la experiencia de viaje.	
Tour operador	**3- ¿Con cuáles paquetes turísticos nacionales cuentan?**	**Análisis**
Cadisi Tours	**Ruta de las Flores:** Un recorrido de 4 días por los pueblos coloniales y paisajes montañosos de la zona occidental de El Salvador. **Joya de Cerén:** Un viaje de un día a las ruinas arqueológicas de Joya de Cerén, un sitio declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. **Surf en El Salvador:** Un paquete de 7 días que incluye alojamiento, clases de surf y transporte a las mejores playas del país.	Los tours operadores en El Salvador ofrecen una amplia gama de paquetes turísticos nacionales para satisfacer los diversos intereses y presupuestos de los viajeros. La oferta incluye desde recorridos culturales e históricos hasta aventuras al aire libre y experiencias gastronómicas. **Cadisi Tours** destaca por sus paquetes que combinan cultura y naturaleza, como la Ruta de las Flores y Joya de Cerén. **El Salvador Xpedition** se especializa en tours de aventura, como el ascenso al volcán Santa Ana y kayak en el Río Lempa. **Epictours El Salvador** se
El Salvador Xpedition	**Aventura Volcánica:** Un ascenso al volcán Santa Ana, seguido de un tour por las plantaciones de café de la zona. **Kayak en el Río Lempa:** Un recorrido en kayak por el río más largo de El Salvador, con paradas en pueblos rurales y sitios históricos. **Ciclismo de Montaña en Suchitoto:** Un tour de ciclismo de montaña por los senderos del Parque Nacional El Tunal, con vistas panorámicas del lago Suchitoto.	

Epictours El Salvador	**Buceo en El Salvador:** Un paquete de 5 días que incluye alojamiento, inmersiones en arrecifes de coral y naufragios, y transporte a diferentes puntos de buceo. **Pesca Deportiva en el Océano Pacífico:** Un viaje de 3 días para pescar en alta mar, con la posibilidad de capturar peces como marlín, pez vela y dorado. **Tour de Stand Up Paddle en Bahía de Jiquilisco:** Un recorrido en tabla de stand up paddle por la bahía de Jiquilisco, una reserva natural con manglares y canales.	enfoca en actividades acuáticas, como buceo en arrecifes de coral y pesca deportiva. **Inter Tours** ofrece paquetes más tradicionales, como el tour de ciudades coloniales y playas y surf. **Family Tours El Salvador** diseña paquetes familiares que incluyen actividades para todas las edades, como el tour al Cerro Verde y el tour acuático en Lago de Ilopango. **EC Tours** se distingue por sus paquetes enfocados en el ecoturismo y la cultura maya, como la Ruta Maya El Salvador y el tour gastronómico en San Salvador. **Geoturismo** se especializa en tours geológicos y ecoturísticos, con paquetes como la Ruta de los Volcanes y el Geoparque de San Salvador.
Inter Tours	**Ciudades y Pueblos Coloniales:** Un recorrido de 8 días por las ciudades coloniales de San Salvador, Suchitoto y San Miguel, incluyendo visitas a sitios históricos, museos y mercados. **Playas y Surf en el Pacífico:** Un paquete de 5 días que combina descanso en las playas de la Costa del Sol con clases de surf para principiantes o intermedios. **Tour Arqueológico a Tazumal:** Un viaje de un día a las ruinas arqueológicas de Tazumal, una de las ciudades mayas más importantes de El Salvador.	
Family Tours El Salvador	**Aventura Familiar en Cerro Verde:** Un tour de 2 días que incluye caminatas por el Parque Nacional Cerro Verde, canopy tour y visita a cafetales.	

	Tour Acuático en Lago de Ilopango: Un viaje de un día al lago de Ilopango, con paseos en lancha, kayak y natación en aguas termales. **Fin de Semana en San Salvador:** Un paquete de 3 días que incluye alojamiento en hotel familiar, visitas a museos y parques infantiles, y entradas a espectáculos.	En general de todos los operadores son Cadisi tours, Inter tours, Ec tours y Geoturismo quienes tienen un mayor grado de experiencia en lo que a temas de turismo colonial y cultural se refiere, así como en el turismo de montaña
EC Tours	**Ruta Maya El Salvador:** Un recorrido por los sitios arqueológicos mayas de El Salvador, incluyendo Joya de Cerén, Tazumal y San Andrés. **Ecoturismo en El Imposible:** Un viaje al Parque Nacional El Imposible, con caminatas por senderos ecológicos, observación de aves y visitas a cascadas. **Tour Gastronómico en San Salvador:** Un recorrido por los mejores restaurantes de San Salvador, para degustar la comida típica salvadoreña.	
Geoturismo	**Ruta de los Volcanes:** recorrido por algunos de los volcanes más emblemáticos de El Salvador, como el Santa Ana, el Izalco y el San Salvador. **Geoparque de San Salvador:** Explora el Geoparque de San Salvador, una zona que alberga una gran diversidad de sitios geológicos de interés, como El Sillón de la Viuda, la Quebrada El Piro y la Laguna de Ilopango.	

	Joya de Cerén y Ruta de las Flores: Visita al sitio arqueológico de Joya de Cerén, con un recorrido por la Ruta de las Flores, una pintoresca ruta que atraviesa pueblos encantadores y paisajes montañosos.	
Tour operador	**4- ¿Cuáles son los rangos de precios que manejan en sus servicios?**	**Análisis**
Cadisi Tours	Tour de un día por la ciudad: $50 - $100 por persona Paquete de 7 días Ruta de las Flores: $800 - $1200 por persona Tour de 3 días a Joya de Cerén: $300 - $500 por persona	Los tours operadores en El Salvador ofrecen una amplia gama de precios para sus servicios, lo que permite a los viajeros encontrar opciones que se ajusten a su presupuesto. En general, los precios varían según la duración del tour, el tipo de actividades incluidas, el nivel de alojamiento y el número de participantes. Los tours de un día suelen ser los más económicos, mientras que los paquetes de varios días y las experiencias personalizadas pueden tener un costo más elevado.
El Salvador Xpedition	Tour de un día de aventura: $100 - $150 por persona Paquete de 4 días Aventura Volcánica: $600 - $800 por persona Tour de 7 días Ciclismo de Montaña: $1000 - $1500 por persona	
Epictours El Salvador	Tour de un día de snorkel: $75 - $125 por persona Paquete de 5 días Buceo en El Salvador: $1200 - $1600 por persona Tour de 3 días Pesca Deportiva: $800 - $1200 por persona	
Inter Tours	Los precios varían dependiendo el servicio que se ofrece, el precio más bajo es el de City Tour de $50.00 dólares y aumentan hasta llegar al paquete más completo que incluye 10 días por un precio de $1,860.00	

Family Tours El Salvador	Tour de un día familiar: $75 - $125 por adulto e hijo Paquete de 2 días Aventura Familiar Cerro Verde: $400 - $600 por familia Paquete de 3 días Fin de Semana en San Salvador: $500 - $800 por familia	Algunos operadores, como Cadisi Tours e Inter Tours, ofrecen una amplia gama de precios, desde tours de bajo costo hasta paquetes más completos. Otros operadores, como El Salvador Xpedition y Epictours El Salvador, se especializan en tours de aventura o actividades específicas, y sus precios suelen ser más elevados. Geoturismo y Family Tours El Salvador ofrecen rangos de precios más específicos para sus tours, categorizados por la duración del viaje.
EC Tours	Tour de un día a sitio arqueológico: $100 - $150 por persona Paquete de 5 días Ruta Maya El Salvador: $800 - $1200 por persona Tour de 3 días Ecoturismo El Imposible: $600 - $1000 por persona	
Geoturismo	Tours de un día: Entre $50 y $100 por persona. Tours de 2 a 3 días: Entre $150 y $250 por persona. Tours de 4 a 5 días: Entre $300 y $500 por persona. Tours de más de 5 días: Entre $500 y $1000 por persona.	
Tour operador	**5- ¿Qué zonas turísticas cubren sus servicios?**	**Análisis**
Cadisi Tours	En general con los tours y recorridos que se ofrecen se cubren generalmente zonas de Ahuachapán, Sonsonate, San Vicente, San Salvador y La Paz.	En general, se observa una amplia presencia en las zonas occidentales (Santa Ana, Ahuachapán, Sonsonate) y centrales (San Salvador, La Libertad, San Vicente) del país. Esto se debe a la concentración de atractivos turísticos como volcanes, parques nacionales,
El Salvador Xpedition	En general con los tours y recorridos que se ofrecen se cubren generalmente a nivel nacional las zonas de Santa Ana, Usulután, San Vicente y La Libertad, sin embargo, el alcance no se limita a únicamente a ellas.	

Epictours El Salvador	En general con los tours y recorridos que se ofrecen se cubren generalmente a nivel nacional las zonas de La Paz, San Salvador, Usulután y La Libertad, sin embargo, el alcance no se limita a únicamente a ellas.	sitios arqueológicos, playas y pueblos coloniales en estas regiones. Algunos operadores, como Cadisi Tours, Inter Tours y Geoturismo, tienen una cobertura más amplia a nivel nacional, incluyendo zonas orientales (Usulután, Morazán) y nororientales (Chalatenango, Cabañas). Esto permite a los viajeros acceder a destinos menos explorados y disfrutar de experiencias únicas.
Inter Tours	En general con los tours y recorridos que se ofrecen se cubren generalmente zonas de todo El Salvador	
Family Tours El Salvador	En general con los tours y recorridos que se ofrecen se cubren generalmente a nivel nacional las zonas de Santa Ana, San Salvador y Cuscatlán, sin embargo, el alcance no se limita a únicamente a ellas.,	
EC Tours	En general con los tours y recorridos que se ofrecen se cubren generalmente a nivel nacional las zonas de Santa Ana, San Salvador y Usulután, sin embargo, el alcance no se limita a únicamente a ellas.	
Geoturismo	En general con los tours y recorridos que se ofrecen se cubren generalmente a nivel nacional las zonas de Santa Ana, San Salvador, Ahuachapán, La Libertad, Sonsonate, La Paz, Chalatenango, Usulután y San Vicente.	
Tour operador	**6- ¿Cuáles son los destinos turísticos con mayor demanda en el país según su experiencia y tours?**	**Análisis**

Cadisi Tours	Ruta de las Flores, Joya de Cerén, San Salvador y Costa del Sol	En general, se observa una alta demanda de destinos turísticos que combinan naturaleza, cultura e historia, con una preferencia por aquellos ubicados cerca de la capital. Los tours operadores también ofrecen opciones especializadas para diferentes tipos de viajeros, como turismo de aventura, familiar y gastronómico. **Destinos con características naturales:** Volcanes, parques nacionales, lagos, playas y zonas con ecoturismo. **Sitios históricos y culturales:** Joya de Cerén, Ruta Maya, Tazumal. **Destinos cercanos a la capital:** San Salvador, Cerro Verde, Lago de Ilopango.
El Salvador Xpedition	Volcán Santa Ana, Río Lempa y Cerro Verde	
Epictours El Salvador	Costa del Sol, Bahía de Jiquilisco e Isla El Tigre	
Inter Tours	Aguas Termales, Volcán de Izalco, Cerro Verde y Tazumal	
Family Tours El Salvador	Cerro Verde, lago de Ilopango, y San Salvador	
EC Tours	Ruta Maya El Salvador, Ecoturismo en El Imposible y Tour Gastronómico en San Salvador	
Geoturismo	Ruta de los Volcanes, Joya de Cerén, Parque Nacional Cerro Verde, Ruta Maya El Salvador y Geoparque de San Salvador	

Tour operador	**7- ¿Qué tipo de turista reciben con mayor frecuencia nacional o internacional?**	Análisis
Cadisi Tours	Nacional e Internacional, con países de procedencia de la región de Centroamérica y Norteamérica.	Los tours operadores Cadisi Tours y Family Tours El Salvador reciben tanto turistas nacionales como internacionales, principalmente de Centroamérica y Norteamérica. Esto se debe a que estos operadores ofrecen tours a destinos populares en la región, como la Ruta de las Flores y Joya de Cerén. Los tours operadores El Salvador Xpedition, Epictours El Salvador y EC Tours se enfocan principalmente en el turismo internacional, con visitantes provenientes de Europa y Norteamérica. Inter Tours atiende a un público mixto, con turistas extranjeros y salvadoreños que residen en el exterior.
El Salvador Xpedition	Internacional, con países de procedencia de Europa y Norteamérica.	
Epictours El Salvador	Internacional, con países de procedencia de Europa y Norteamérica.	
Inter Tours	Nacional e Internacional, Se trabaja casi en su totalidad con turistas extranjeros y salvadoreños que residen en el exterior del país y vienen de visita a El Salvador	
Family Tours El Salvador	Nacional e Internacional, con países de procedencia de la región de Centroamérica y Norteamérica.	
EC Tours	Nacional e Internacional, con países de procedencia de Europa y Norteamérica.	
Geoturismo	Nacional e internacional, con una ligera tendencia hacia el turismo nacional.	

Tour operador	8- ¿Que debe poseer un destino turístico para ser parte de los viajes que ofrecen?	Análisis
Cadisi Tours	**Atractivos turísticos:** Paisajes naturales, sitios históricos, pueblos coloniales, eventos culturales, gastronomía local. **Accesibilidad:** Facilidad de transporte, infraestructura adecuada, servicios turísticos disponibles. **Seguridad:** Entorno seguro para los turistas, baja incidencia de crímenes. **Sostenibilidad:** Prácticas turísticas responsables con el medio ambiente y las comunidades locales.	Las características que debe poseer un lugar para formar parte de los viajes que ofrecen son principalmente la diferenciación, del mismo modo se identifican que para Cadisi Tours y Family Tours El Salvador: Ambos buscan destinos con una variedad de atractivos turísticos para satisfacer a una audiencia amplia. El Salvador Xpedition y EC Tours: Ambos valoran la sostenibilidad ambiental y el compromiso con las comunidades locales en el desarrollo turístico. Epictours El Salvador y Geoturismo: Ambos buscan destinos con un potencial turístico único que atraiga a visitantes interesados en experiencias específicas.
El Salvador Xpedition	**Aventura y naturaleza:** Senderos para caminatas, ciclismo de montaña, kayak, observación de flora y fauna, volcanes, ríos, bosques. **Logística:** Coordinación con guías locales, transporte adecuado, equipo necesario para las actividades. **Seguridad:** Conocimiento del terreno, medidas de seguridad para las actividades, atención médica en caso de emergencias. **Sostenibilidad:** Rutas con bajo impacto ambiental, apoyo a comunidades locales.	
Epictours El Salvador	**Playas y deportes acuáticos:** Costa accesible, olas para surf, arrecifes para buceo y snorkel, infraestructura para deportes acuáticos.	

	Alojamiento: Hoteles y resorts frente al mar, opciones para diferentes presupuestos, servicios de calidad. **Entretenimiento:** Restaurantes, bares, discotecas, actividades nocturnas. **Sostenibilidad:** Playas limpias, prácticas de turismo responsable con el medio ambiente marino.	Inter Tours: Destaca la importancia de la infraestructura y la atención al cliente, aspectos que no son tan relevantes para algunos de los otros tours operadores. EC Tours: Destaca la importancia de la autenticidad y las experiencias locales, aspectos que son fundamentales para EC Tours.
Inter Tours	**Diferenciación:** lugar con atractivos que valgan la pena **Restaurante:** comida de calidad con servicio completo, debe ofrecer servicio en inglés y en español, aceptar pagos con tarjetas, menú diseñado para nacionales con platillos típicos y para extranjeros variedad de comida **Baños:** Limpios, accesibles para todo tipo de persona **Zona recreativa:** Piscinas, hamacas, espacios para descanso, mesas y sillas **Infraestructura:** Debe poseer una temática y generar una experiencia, ambientación de las habitaciones, señalización en inglés y español, parqueo amplio. **Atención de calidad:** Trabajadores capacitados para hablar en inglés y español, diferenciados con un uniforme acorde a la ubicación	

Family Tours El Salvador	**Actividades para todas las edades:** Parques naturales, zoológicos, museos interactivos, tours educativos, actividades culturales. **Entorno familiar:** Alojamientos y restaurantes con opciones para familias, áreas de juegos y actividades para niños. **Seguridad:** Destinos con bajo índice de criminalidad, atención médica accesible. **Entretenimiento:** Espectáculos, shows, actividades para toda la familia.	
EC Tours	**Valor histórico y cultural:** Sitios arqueológicos, pueblos indígenas, tradiciones ancestrales, gastronomía local. **Riqueza natural:** Parques nacionales, reservas forestales, biodiversidad, paisajes únicos. **Autenticidad:** Experiencias que permitan a los turistas conocer la cultura local de manera genuina. **Sostenibilidad:** Prácticas turísticas que respeten el medio ambiente y las comunidades locales.	
Geoturismo	**Significancia geológica:** El destino debe tener elementos geológicos únicos o relevantes que representen un valor científico, educativo o turístico. **Potencial turístico:** El destino debe tener un atractivo turístico que complemente su valor geológico. Esto implica que el lugar sea	

	accesible, seguro y cuente con la infraestructura básica para recibir visitantes, como senderos, miradores, centros de interpretación o áreas de descanso. **Sostenibilidad ambiental:** El desarrollo turístico del destino debe ser sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Esto implica la implementación de prácticas que minimicen el impacto ambiental de la actividad turística, como la gestión adecuada de residuos, el uso eficiente de recursos y la protección de la flora y fauna. **Compromiso con la comunidad local:** El desarrollo turístico del destino debe involucrar y beneficiar a la comunidad local. Esto implica la creación de oportunidades de empleo, la participación de la comunidad en la gestión del sitio turístico y el respeto por las tradiciones y cultura local.	
Tour operador	**9- ¿Cuál es la capacidad que poseen para brindar servicio?**	**Análisis**
Cadisi Tours	**Grupos pequeños:** Ofrecen tours personalizados para grupos de 4 a 10 personas, ideal para experiencias más íntimas y flexibles. **Grupos medianos:** Pueden manejar grupos de hasta 20 personas, ofreciendo una experiencia balanceada entre atención personalizada y eficiencia.	Los tours operadores analizados presentan diferentes capacidades de servicio en cuanto a grupos de turistas, lo que se traduce en experiencias y enfoques diversos.

	Grupos grandes: Brindan tours para grupos de 20 a 40 personas, con logística y guías especializados para garantizar una experiencia satisfactoria.	Cadisi Tours destaca por su flexibilidad al atender grupos pequeños, medianos y grandes, mientras que El Salvador Xpedition se especializa en grupos reducidos, priorizando la atención personalizada y las experiencias únicas. Epictours El Salvador se enfoca en grupos medianos y grandes, ofreciendo un balance entre diversión, seguridad y organización. Inter Tours se distingue por su amplia experiencia en la organización de viajes para grupos grandes, ideal para eventos corporativos o grupos de amigos. Family Tours El Salvador se especializa en grupos pequeños de familias, creando un ambiente familiar y actividades adecuadas para todas las edades.
El Salvador Xpedition	**Grupos pequeños:** Se especializan en tours personalizados para grupos de 2 a 6 personas, ofreciendo atención individualizada y experiencias únicas. **Grupos medianos:** Pueden manejar grupos de hasta 12 personas, manteniendo el enfoque en la aventura y la conexión con la naturaleza. **Grupos grandes:** No ofrecen tours para grupos grandes, ya que su enfoque es brindar experiencias personalizadas y de bajo impacto ambiental.	
Epictours El Salvador	**Grupos medianos:** Se enfocan en tours para grupos de 10 a 25 personas, ofreciendo una combinación de diversión, seguridad y organización. **Grupos grandes:** Pueden manejar grupos de hasta 40 personas, con logística adecuada para eventos corporativos o grupos de amigos.	
Inter Tours	**Grupos grandes:** Ofrecen tours para grupos de 20 a 50 personas, con experiencia en la organización de viajes para grupos de turistas	

	nacionales e internacionales. Se ha dado servicio a 400 personas en simultaneo.	EC Tours se enfoca en grupos pequeños y medianos, ofreciendo experiencias culturales y de ecoturismo con énfasis en la sostenibilidad. Geoturismo presenta la mayor versatilidad, atendiendo grupos de todos los tamaños, desde tours personalizados hasta eventos a gran escala.
Family Tours El Salvador	**Grupos pequeños:** Se especializan en tours personalizados para familias de 4 a 6 personas, ofreciendo actividades y atención adecuadas para todas las edades. **Grupos medianos:** Pueden manejar grupos de hasta 10 familias, creando un ambiente familiar y divertido.	
EC Tours	**Grupos pequeños:** Ofrecen tours personalizados para grupos de 4 a 8 personas, enfocándose en experiencias culturales y de ecoturismo. **Grupos medianos:** Pueden manejar grupos de hasta 15 personas, manteniendo un enfoque en la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente.	
Geoturismo	**Grupos pequeños:** Ofrecen tours para grupos de 1 a 4 personas, para tours guiados personalizados **Grupos medianos:** Ofrecen tours grupales de 5 a 15 personas con opciones de transporte y alojamiento, así como de actividades de team building Grupos grandes: Ofrecen tours para grupos de 16 a 50 personas con opciones de eventos y convenciones, y tours personalizados a gran escala.	

Tour operador	10- ¿Existen alianzas o acuerdos con otras empresas de viajes o Tour-Operadores? ¿Y cuáles son?	Análisis
Cadisi Tours	**COPA VACACIONES:** Mayorista de viajes con presencia en Centroamérica y el Caribe. Permite a Cadisi Tours ampliar su oferta de destinos y paquetes turísticos a sus clientes. **CASATUR:** Cámara de Turismo de El Salvador. Brinda a Cadisi Tours acceso a capacitación, eventos y oportunidades de networking con otros actores del sector turístico.	Los tours operadores analizados presentan diversas estrategias de alianzas y acuerdos para ampliar su oferta, optimizar recursos y fortalecer su posicionamiento. Cadisi Tours destaca por su colaboración con COPA VACACIONES y Cadatur, mientras que El Salvador Xpedition se enfoca en alianzas con Gecko Expeditions y la Asociación de Guías Profesionales de El Salvador. Epictours El Salvador se beneficia de su alianza con Avianca Tours y la Asociación Salvadoreña de Hoteles, mientras que Inter Tours colabora con Terramar Tours y TACA Vacaciones. Family Tours El Salvador se asocia con Museos de El Salvador y Parques
El Salvador Xpedition	**Gecko Expeditions:** Tour operador especializado en aventura en Guatemala. Permite a El Salvador Xpedition ofrecer tours combinados a ambos países, ampliando su oferta de experiencias para los amantes de la aventura. **Asociación de Guías Profesionales de El Salvador:** Brinda a El Salvador Xpedition acceso a una red de guías capacitados y experimentados, garantizando la calidad y seguridad de sus tours.	
Epictours El Salvador	**Avianca Tours:** Mayorista de viajes con presencia en Latinoamérica. Permite a Epictours El Salvador vender sus tours a través de la amplia red de agencias de Avianca Tours. **Asociación Salvadoreña de Hoteles:** Brinda a Epictours El Salvador acceso a tarifas preferenciales en hoteles y resorts de todo el país, ofreciendo mejores precios a sus clientes.	

Inter Tours	**Terramar Tours:** Tour operador especializado en cruceros. Permite a Inter Tours ofrecer paquetes turísticos que combinan tours terrestres con cruceros por el Caribe. **TACA Vacaciones:** Mayorista de viajes con presencia en Centroamérica y Norteamérica. Permite a Inter Tours vender sus tours a través de la amplia red de agencias de TACA Vacaciones.	Nacionales de El Salvador para enriquecer sus tours familiares, mientras que EC Tours trabaja con la Asociación de Comunidades Turísticas de El Salvador y WWF para promover el turismo comunitario y la conservación ambiental. Geoturismo mantiene una red amplia de alianzas con agencias de viajes nacionales, tour operadores internacionales, instituciones educativas, organizaciones de investigación y organizaciones de turismo. En general, las alianzas y acuerdos permiten a los tours operadores diversificar su oferta, mejorar su servicio y acceder a nuevos mercados,
Family Tours El Salvador	**Museos de El Salvador:** Brinda a Family Tours El Salvador acceso a programas educativos y descuentos especiales para familias en los museos del país, enriqueciendo la experiencia de sus tours culturales. **Parques Nacionales de El Salvador:** Permite a Family Tours El Salvador organizar tours y actividades en los parques nacionales, ofreciendo a las familias experiencias de contacto con la naturaleza.	
EC Tours	**Asociación de Comunidades Turísticas de El Salvador:** Brinda a EC Tours acceso a comunidades locales que ofrecen experiencias auténticas y sostenibles a los turistas, fomentando el turismo comunitario. **Organización Internacional para la Conservación de la Naturaleza (WWF):** Permite a EC Tours colaborar en proyectos de conservación ambiental y ofrecer tours con enfoque en la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente.	

Geoturismo	**Agencias de viajes nacionales:** Colaboración con agencias de viajes locales para la comercialización de tours y paquetes turísticos, incluyendo promoción conjunta, intercambio de clientes y participación en eventos. **Tour operadores internacionales:** Alianzas con tour operadores especializados en geoturismo a nivel internacional para ofrecer tours combinados que abarcan diferentes destinos y experiencias geológicas. **Instituciones educativas y de investigación:** Colaboración con universidades, centros de investigación y museos para desarrollar programas educativos y de investigación relacionados con la geología y el patrimonio natural de El Salvador. **Organizaciones de turismo:** Participación activa en organizaciones de turismo nacionales e internacionales, como la Asociación Salvadoreña de Tour Operadores (ASOTUR) y la Asociación Internacional de Geoturismo (IATG), para promover el geoturismo como una alternativa sostenible y responsable en el desarrollo turístico.	contribuyendo al crecimiento y la sostenibilidad de sus negocios.

Tour operador	11- ¿Cómo se organizan con las empresas que forman parte de sus rutas turísticas?	Análisis
Cadisi Tours	**Acuerdos comerciales:** Establecen acuerdos con hoteles, restaurantes, guías locales y transportistas para garantizar la calidad de los servicios y tarifas preferenciales para sus clientes. **Capacitación conjunta:** Brindan capacitaciones a las empresas locales sobre atención al cliente, protocolos de seguridad y estándares de calidad, asegurando una experiencia homogénea para los turistas. **Promoción conjunta:** Colaboran en la promoción de los destinos y las empresas locales a través de sus canales de marketing, redes sociales y materiales informativos.	Los tours operadores analizados presentan diversas estrategias de organización con las empresas que forman parte de sus rutas turísticas, buscando garantizar una experiencia de calidad a sus clientes y promover el desarrollo local. Cadisi Tours se enfoca en acuerdos comerciales, capacitación conjunta y promoción conjunta para asegurar la calidad, precios preferenciales y visibilidad de las empresas locales. El Salvador Xpedition prioriza la colaboración directa, el desarrollo de capacidades y el comercio justo para fomentar el turismo sostenible y
El Salvador Xpedition	**Colaboración directa:** Trabajan en estrecha colaboración con comunidades locales, guías especializados y proveedores de servicios para diseñar y ejecutar sus tours de aventura. **Desarrollo de capacidades:** Brindan apoyo a las empresas locales en la mejora de sus infraestructuras, servicios y capacitación del personal, fomentando el turismo sostenible y responsable. **Comercio justo:** Aseguran precios justos y condiciones de trabajo dignas para las comunidades locales que participan en sus tours.	

Epictours El Salvador	**Contratos de servicios:** Establecen contratos con hoteles, resorts, restaurantes y empresas de deportes acuáticos para garantizar la disponibilidad de servicios y tarifas competitivas para sus clientes. **Evaluación y seguimiento:** Realizan evaluaciones periódicas de las empresas locales para garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad y servicio establecidos. **Tecnología y herramientas:** Brindan acceso a herramientas tecnológicas y plataformas de reservas a las empresas locales para mejorar su eficiencia y competitividad.	responsable en las comunidades locales. Epictours El Salvador utiliza contratos de servicios, evaluación y seguimiento, y tecnología para garantizar la disponibilidad, precios competitivos y eficiencia de las empresas asociadas.
Inter Tours	Mediante una carta de entendimiento y una carta de acuerdo de trabajo en estas se especifican: Tarifas especiales para la agencia de viaje, Acuerdos de vigencias y que comprende: Formas de reservación, Condiciones espaciales, Restricciones, Uso de la marca y publicidad, Uso de instalaciones y Formas de pago	Inter Tours se basa en cartas de entendimiento y acuerdo de trabajo para establecer tarifas especiales, condiciones y responsabilidades entre la agencia y las empresas locales.
Family Tours El Salvador	**Alianzas estratégicas:** Establecen alianzas estratégicas con parques nacionales, museos, centros educativos y empresas de entretenimiento para ofrecer a las familias experiencias educativas, divertidas y seguras. **Programas especiales:** Desarrollan programas especiales en conjunto con las empresas locales, como talleres, actividades interactivas y descuentos para familias, enriqueciendo la oferta turística para este segmento.	Family Tours El Salvador establece alianzas estratégicas, desarrolla programas especiales y promueve la responsabilidad social para ofrecer experiencias enriquecedoras y apoyar a las comunidades locales.

	Responsabilidad social: Apoyan iniciativas de responsabilidad social en las comunidades locales donde operan, fomentando el desarrollo sostenible y el bienestar de las familias.	EC Tours se centra en principios de sostenibilidad, comercio comunitario y capacitación en ecoturismo para asegurar un turismo responsable con el medio ambiente y las comunidades. Geoturismo selecciona empresas con base en su filosofía, las evalúa exhaustivamente y establece acuerdos formales que detallan responsabilidades, estándares y canales de comunicación.
EC Tours	**Principios de sostenibilidad:** Colaboran con empresas locales que comparten su compromiso con la sostenibilidad, el respeto al medio ambiente y las prácticas turísticas responsables. **Comercio comunitario:** Adquieren productos y servicios directamente de las comunidades locales, valorando el patrimonio cultural y fomentando el desarrollo económico local. **Capacitación en ecoturismo:** Brindan capacitación a las empresas locales en prácticas de ecoturismo, gestión de residuos y conservación ambiental, asegurando un turismo responsable con el planeta.	
Geoturismo	Se seleccionan empresas que comparten la filosofía de Geoturismo en cuanto a calidad, sostenibilidad y compromiso con el desarrollo local. Se evalúa la trayectoria, la calidad de los servicios, el cumplimiento de las normas ambientales y sociales, y la afinidad con la visión de Geoturismo. Se establecen acuerdos formales que detallan las responsabilidades de cada parte, los estándares de servicio, los mecanismos de pago y los canales de comunicación.	

Tour operador	12- ¿Qué rutas o servicios poseen actualmente el territorio de Panchimalco?	Análisis
Cadisi Tours	Actualmente no se cuenta con ninguna ruta que incluya el territorio de Panchimalco	Los tours operadores analizados presentan diferentes ofertas de rutas y servicios en el territorio El Salvador, siendo únicamente uno (EC Tours) quien ofrece rutas en el territorio de Panchimalco. Cadisi Tours, El Salvador Xpedition, Epictours El Salvador e Inter Tours actualmente no cuentan con rutas específicas o servicios turísticos en Panchimalco. Family Tours El Salvador no tiene rutas dedicadas a Panchimalco, pero podría incluirlo como parte de un tour personalizado. EC Tours ofrece la Ruta de Los Panchos, que incluye una visita a Panchimalco, destacando su cultura indígena y las vistas panorámicas. Geoturismo El
El Salvador Xpedition	Directamente no se cuenta con ningún tour o recorrido que incluya el territorio de Panchimalco, la única conexión que se tiene con este es el “Tour de Senderismo”, ya que es un recorrido por el Cerro El Chante, con vistas panorámicas de Panchimalco y el volcán San Salvador.	
Epictours El Salvador	Actualmente no se cuenta con ninguna ruta que incluya el territorio de Panchimalco	
Inter Tours	Actualmente no se cuenta con ninguna ruta que incluya el territorio de Panchimalco	
Family Tours El Salvador	Actualmente no se cuenta con ninguna ruta que incluya el territorio de Panchimalco	
EC Tours	Ruta de Los Panchos, consiste en visitar algunos de pequeños pueblos con rasgos indígenas en el lado sur de El Salvador. Algunos de los pueblos a visitar son Rosario de Mora, Panchimalco, Los Planes de Renderos, aquí disfrutaremos de una gran vista de la ciudad con el clima perfecto.	

Geoturismo	Actualmente no se cuenta con ninguna ruta que incluya el territorio de Panchimalco	Salvador no tiene rutas preestablecidas en Panchimalco, pero ofrece la posibilidad de diseñar tours personalizados que incluyan este municipio.

De la matriz anterior se puede concluir que:

De todos los distribuidores sometidos al análisis y en base al perfil del distribuidor establecido en la tabla 86 (perfil preliminar del distribuidor) así como considerando el factor diferenciador que es poseer al menos una ruta al territorio de Panchimalco, el único tour operador que actualmente cuenta con al menos una ruta hacia el territorio es **Ec Tour** en la "Ruta de Los Panchos" por lo que se considera como el primer distribuidor potencial del plan ya que cuenta con experiencia en realizar recorridos por la zona, además cuenta con una trayectoria que respalda su buena imagen en el rubro de turismo, con sus 3,400 seguidores en Facebook y su valoración de 5 estrellas a sus servicios, además cuenta con cobertura en todas las zonas de El Salvador, y muestra experiencia con el turismo para grupos pequeños y medianos, y finalmente este se acopla a la filosofía de realizar turismo sostenible por lo que es el canal primario idóneo para brindar el servicio. Sin embargo, el plan no se limita a un solo distribuidor, por lo que también se analiza aquellos que no cuentan con rutas a Panchimalco actualmente pero que si cuentan con potencial para desarrollar y participar del plan.

Como otros canales de distribución potenciales del plan se propone en primer lugar a **Cadisi Tours** y **Geoturismo** ya que ellos se destacan por su experiencia en rubros que coinciden con las fortalezas de Panchimalco: turismo cultural, de café, geología e historia local. Además, cuentan con alianzas estratégicas que amplían su alcance y red de contactos.

Tabla 107. Distribuidores con mejor caracterización para el desarrollo del plan

Cadisi Tours	Geoturismo
Amplia experiencia, enfoque en turismo cultural y de café, alianzas estratégicas.	Experiencia en geología, historia y cultura local, alianzas con diversas instituciones

.

En un segundo nivel se podría mencionar aquellos que ofrecen experiencia en áreas de interés para Panchimalco (aventura, deportes acuáticos, tours familiares) y alianzas estratégicas como El Salvador Xpedition, Epictours El Salvador, Inter Tours y Family Tours El Salvador.

Tabla 108. Distribuidores potenciales para el desarrollo del plan

El Salvador Xpedition	Epictours El Salvador
Experiencia en tours de aventura, alianzas estratégicas	Experiencia en tours de aventura, surf y deportes acuáticos, alianzas estratégicas.
Inter Tours	**Family Tours El Salvador**
Experiencia en servicios de agencia de viaje, alianzas estratégicas.	Experiencia en tours familiares, alianzas estratégicas.

.

I. Determinación del perfil de distribuidor final

En base a lo anterior se establece el perfil final del distribuidor turístico del plan.

Tabla 109. Descripción del perfil final del distribuidor de servicios turísticos

Perfil del distribuidor	
Servicios que ofrece	**Tipos de paquetes turísticos que ofrecen**
1. Paquetes personalizados según las preferencias y presupuesto del turista	1. Paquete personalizado - Tour guiado - Transporte

2. Paquetes predeterminados por la empresa incluyendo Panchimalco	
Tipos de turismo que promueven	**Principales características de los destinos turísticos a visitar:**
1. Turismo de naturaleza 2.Turismo gastronómico 3. Turismo cultural 4. Turismo religioso	1. Atractivos turísticos y oferta turística diversa 2. Accesibilidad en infraestructura y transporte 3. Seguridad
Rutas turísticas más visitadas	**Medio de difusión de información turística**
- Destinos con características naturales: Parques nacionales y volcanes -Sitios históricos y culturales: Joya de Cerén, Ruta Maya, Tazumal. -Destinos cercanos a la capital: San Salvador, Cerro Verde, Lago de Ilopango	1. Redes sociales 2. Recomendaciones de amigos 3. Sitios web
Tiempo de viajes turísticos promedio	**Segmentos de mercado a los que va dirigido**
1 día	1. Turista nacional 2. Turista extranjero
Medio de transporte utilizado	**Costo promedio de viajes turísticos nacionales**
1. Transporte contratado	Entre $25 a $50

.

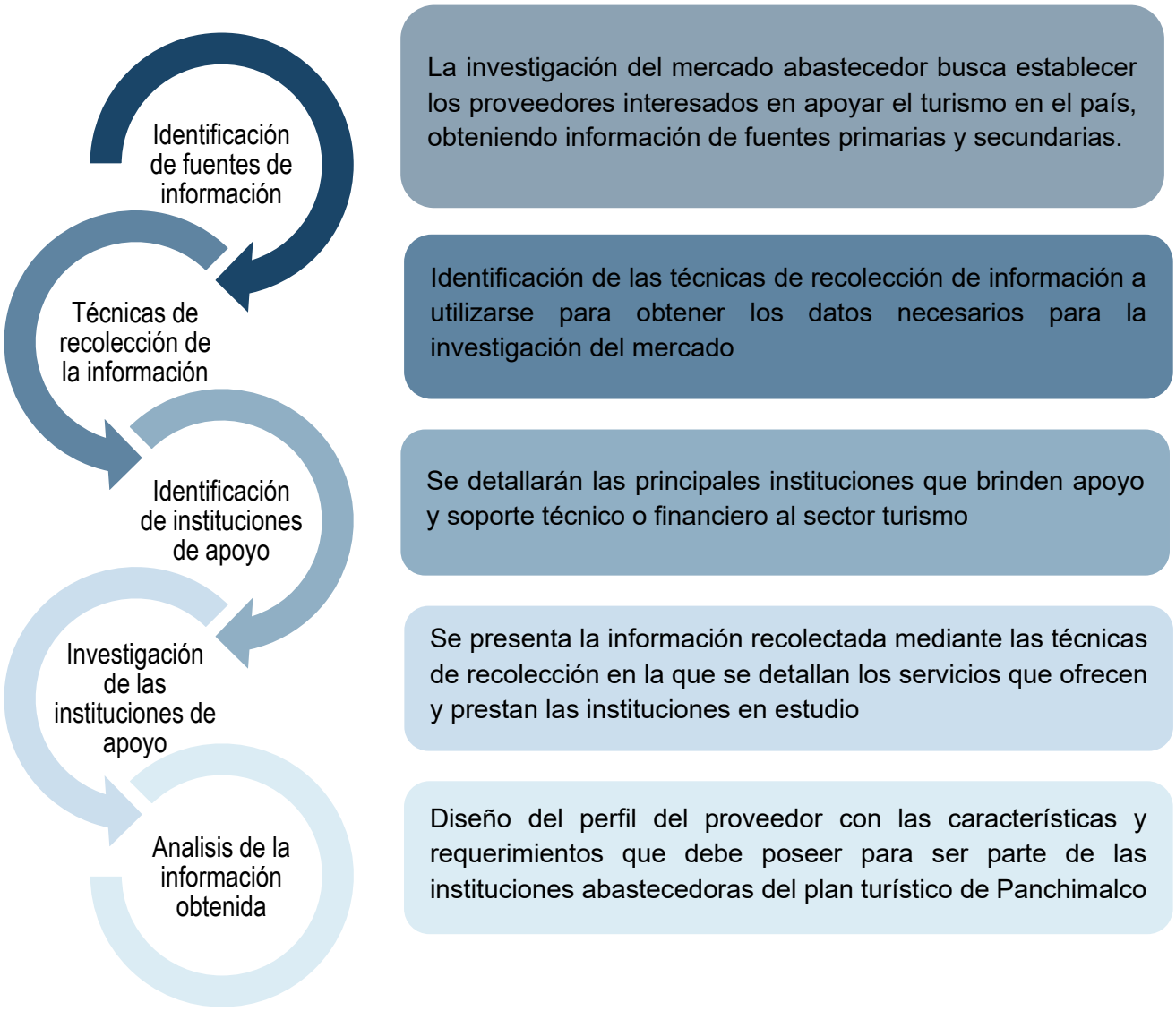
IV. Mercado proveedor

En el mercado proveedor se realizará un estudio de las instituciones que brindan apoyo a proyectos turísticos en el país, o aquellas que directa o indirectamente se vean involucradas, se presentaran aquellas instituciones que brinden apoyo económico, apoyo técnico y apoyo complementario que pudieran verse interesadas a ser parte del plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el Territorio de Panchimalco.

A. Metodología del mercado proveedor

Este mercado se analizará de acuerdo con la descripción que el siguiente diagrama presenta:

Ilustración 75. Metodología del mercado proveedor



B. Identificación de fuentes de información

Para el análisis del mercado abastecedor y las instituciones de apoyo al turismo se utilizarán fuentes de información primaria y secundaria, a continuación, se especifica cada uno de estos

- Fuentes de información primaria

  El objetivo principal es obtener información directa de las instituciones de apoyo sobre los servicios y programas que ofrecen para el desarrollo turístico en El Salvador, para lo cual se utilizara:

  - Entrevista a encargados de instituciones de apoyo

- Fuentes de información secundaria

  El objetivo es obtener información complementaria de las instituciones de apoyo para validar los datos obtenidos en las fuentes de información primaria, generando un contexto más amplio de las instituciones que apoyan el desarrollo turístico, para lo cual se utilizara

  - Búsqueda en páginas webs electrónicas
  - Consulta en redes sociales oficiales
  - Catálogos de información

C. Técnicas de recolección de información

Para las fuentes información primaria se utilizarán:

- Entrevista presencial

  La entrevista presencial se realiza debido a la interacción directa con las instituciones de apoyo, permitiendo obtener datos específicos y detallados sobre los programas que desarrollan para apoyar los proyectos de turismo, este método de recolección de información permite solventar dudas en el momento y desarrollar una entrevista con mayor confianza con los entrevistados, se emplearan preguntas semiestructuradas, teniendo una guía de preguntas y añadiendo preguntas que surjan en la entrevista.

- Entrevistas por correo electrónico y llamada telefónica

  Las entrevistas por correo electrónico y llamada telefónica son una alternativa para obtener información cuando no se puedan realizar entrevistas presenciales debido a limitaciones de tiempo o ubicación geográfica, la entrevista es con preguntas estructuradas, buscando obtener respuestas inmediatas y abordando los aspectos más relevantes.

D. Identificación de las instituciones de apoyo

En el ámbito del apoyo y soporte, se encuentran diversas instituciones y organizaciones dispuestas a proporcionar la ayuda necesaria para impulsar el desarrollo turístico. Estas entidades están preparadas para ofrecer la asistencia requerida para fortalecer el crecimiento del turismo y potenciar el desarrollo del sector. A continuación, se mencionan las principales instituciones interesadas:



Investigación de las instituciones de apoyo

Instituciones de apoyo técnico

Ministerio de Gobernación

Tabla 110. Ficha técnica de la entrevista a personal del ministerio de gobernación para el mercado abastecedor

Ficha técnica entrevista	
Instrumento:	Entrevista
Método de recolección:	Entrevista presencial en ASDEL El Salvador (Asesores para el Desarrollo Local El Salvador)
Fecha:	03/07/2024
Hora:	8:00 AM
Entrevistadores:	José David Castillo Mancía Carmen Alicia Galindo Maravilla William Emerson López Pocasangre
Entrevistada:	Marco Antonio
Cargo:	Técnico Territorial del departamento de San Salvador
Entidad:	Ministerio de Turismo
Material:	Anexo 10.

.

Tabla 111. Entrevista del mercado proveedor al ministerio de gobernación.

Desarrollo de la entrevista
1. ¿Cuáles son las principales funciones del Ministerio de Gobernación?
La principal función es articular la política pública en el territorio, es decir llegar a las instituciones públicas, según decreto legislativo N°54 en donde se mandata al Ministerio de Gobernación a través de los gabinetes departamentales que se reúnan en cada departamento del país, creando gabinetes sectoriales.
2. ¿Qué proyectos realizan en el territorio de Panchimalco?
Actualmente se tienen dos proyectos ▪ Promover el proyecto del desarrollo de la Cofradía de las Flores y las Palmas, de manera de incluir las 23 cofradías del territorio de Panchimalco ▪ Corredor de desarrollo económico desde Cojutepeque, pasando por los municipios alrededor del lago terminando entre Panchimalco y Santo Tomas

3. En materia de turismo ¿Qué tipo de apoyo brinda el Ministerio?
Ser un ente que brinda asesoría técnica, capacitaciones desde la dirección de ordenamiento territorial, siendo gestores entre el proyecto y su desarrollo
4. ¿Existen programas específicos o fondos disponibles para proyectos turísticos?
No, el ministerio no cuenta con programas específicos o fondos disponibles para proyectos de turismo, su función va orientada a articular estos proyectos,
5. ¿Cuáles son los requisitos que debe de cumplir un proyecto para recibir apoyo del ministerio?
Principalmente estar organizados, ya sea mediante una asociación, adescos, cooperativa o un grupo establecido, debido a que es la base para se pueda empezar a trabajar un proyecto, además no es necesario que el proyecto este iniciando, también se puede apoyar un proyecto ya iniciado.
6. ¿Cuáles son los pasos que debe de seguir una institución para recibir apoyo de parte del ministerio?
Se debe extender una carta formal al ministro de gobernación, o al gobernador correspondiente, ya que estas son el respaldo para las auditorias, con esta carta es el gobernador quien designa al personal que se encargara del proyecto
7. ¿Con que instituciones tiene alianzas el Ministerio de Gobernación en términos de turismo?
Alianzas directas con todas las instituciones públicas relacionadas al turismo, pero actualmente las alianzas más fuertes son con el Instituto Salvadoreño de Turismo y con cada municipalidad
8. ¿Cómo coordina el Ministerio de Gobernación con otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales para apoyar proyectos de desarrollo turístico?
La coordinación varía dependiendo la institución, debido a que actualmente algunas instituciones públicas de turismo no están desarrollando la esencia de sus instituciones lo cual dificulta coordinar con ellas, pero principalmente se realiza mediante alianzas que anteriormente se han desarrollado, con las

instituciones no gubernamentales se busca principalmente generar alianzas para tener un trabajo conjunto
9. En términos de sostenibilidad ¿Cuáles son las acciones que el Ministerio de Gobernación desarrolla en sus proyectos?
Formando a los equipos y dándoles las herramientas para que puedan desarrollar la sostenibilidad en su proyecto, dando el soporte técnico a estos equipos mediante reuniones frecuentes para motivarlos y que continúen
10. En términos de turismo como se involucra el ministerio de gobernación en la sostenibilidad, ¿Han participado en algún proyecto de sostenibilidad turística?
Específicamente en San Salvador se está trabajando en el proyecto Ruta Panorámica y desde noviembre del año pasado se está trabajando con el proyecto de la Cofradía de las Flores y las Palmas, la labor principal es empoderar a los pobladores de la esencia de la cultura buscando de esta forma preservarlo en la eternidad. Además de involucrar a todos los atractivos que existen en el territorio alrededor de las cofradías, buscando que el turista visite las demás.
11. ¿Cómo puede el Ministerio de Gobernación ayudar a la alcaldía a involucrar a la comunidad local en el desarrollo turístico?
Principalmente es organizar a la ciudadanía ya que de esta forma los pobladores tienen una voz con la cual pueden ser partícipes mediante la visibilidad de sus necesidades, mediante la organización se empodera a la comunidad local, y con esto los gobiernos locales los incluyen en el desarrollo.
12. ¿Cuáles son las expectativas del Ministerio respecto al futuro del turismo en Panchimalco y su impacto en la región?
Expectativas altas y con un futuro prometedor, debido a las riquezas que tiene el territorio, debido a que es un detonante de empleabilidad y para un desarrollo integral, ya que no solo se estaría involucrando la parte cultural si no también, la parte de negocio debido a la cercanía que tiene el territorio a San Salvador que es una ventaja y una posición estratégica

.

En base a la información recolectada mediante la entrevista con el personal del Ministerio de Gobernación se concluye:

Tabla 112. Descripción del ministerio de gobernación como proveedor identificado.

MINISTERIO DE GOBERNACIÓN	**Ministerio de Gobernación**
Descripción:	La principal función es articular la política pública en el territorio, es decir llegar a las instituciones públicas, según decreto legislativo N°54 en donde se mandata al Ministerio de Gobernación a través de los gabinetes departamentales que se reúnan en cada departamento del país, creando gabinetes sectoriales.
Servicios que ofrece:	▪ Asesoría técnica ▪ Capacitaciones ▪ Gestores de proyectos ▪ Monitoreo y evaluación
Requisitos:	▪ Tener una organización y una institucional legalmente establecida ▪ Dirigirse legalmente al Ministerio para obtener el apoyo

MINISTERIO DE TURISMO	**Ministerio de Turismo**
Descripción:	Es el ente rector en materia de turística y tiene como misión velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo, a través de la inclusión de todos los sectores involucrados, mediante mecanismos que conlleven al desarrollo sostenible y competitivo de la industria turística.

Programas que desarrolla:	▪ Pueblos Vivos ▪ Pueblos encantadores ▪ Vive tu país ▪ Invertures ▪ Formatures
Requisitos:	El MITUR, es el encargado de otorgar la calificación o denegatoria de los Proyectos de Interés Turístico Nacional, previa opinión favorable del Ministerio de Hacienda, del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la República, para aquellas inversiones que superan los cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US$50,000.00). Para las inversiones menores de cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América, basta la opinión favorable del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, de la Secretaría de Cultura de la República y Ministerio de Turismo.

.

Tabla 113. Descripción de la corporación salvadoreña de turismo como proveedor identificado.

	Corporación Salvadoreña de Turismo CORSATUR
Descripción:	Tiene bajo su carga la promoción de El Salvador como destino turístico a nivel nacional e internacional, coordinadamente con los diferentes actores del sector.
Programas que desarrolla:	▪ Programa Nacional Turismo con bioseguridad y calidad ▪ Programa Nacional de fortalecimiento a guías de turismo y agentes de la POLITUR en el idioma inglés

	▪ Fortalecimiento del potencial municipal a través de la especialización de la oferta turística ▪ Programa de asistencia técnica a nivel nacional ▪ Programa de fortalecimiento al Recurso Humano de la MiPymes y actores clave de la industria turística ▪ Programa de guías Turísticos de Sitio
Promociones y publicidad:	CORSATUR, trabaja para promover los destinos turísticos salvadoreños a nivel internacional y nacional a través de las marcas Surf City El Salvador, marca EL SALVADOR y elsalvador.travel

.

Tabla 114. Descripción del dentro de desarrollo de micro y pequeña empresa como proveedor identificado.

	**CDMYPE UFG San Salvador**
Descripción:	Este Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE), funciona gracias a la alianza entre la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y la Universidad Francisco Gavidia. Este Centro atiende empresas y personas emprendedoras del departamento de San Salvador
Programas que desarrolla:	▪ Asesoría Empresarial ▪ Asesoría en Empresarialidad Femenina ▪ Asesoría Financiera ▪ Asesoría en el Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación ▪ Asistencia Técnica en temas de gestión empresarial ▪ Capacitaciones en diversos temas como: características empresariales personales, planes de negocios, técnicas efectivas de ventas, servicio al cliente, etc.

Requisitos:	Pueden solicitar a este servicio quienes: ▪ Sean trabajadores/as por cuenta propia ▪ Tengan una micro o pequeña empresa ▪ Deseen iniciar un negocio El costo de los servicios es gratuito a excepción de la asistencia técnica la cual es cofinanciada con fondos del gobierno

.

Instituciones de apoyo financiero

Tabla 115. Descripción del Banco de Desarrollo Salvadoreño como proveedor identificado.

	Banco de Desarrollo de El Salvador BANDESAL
Descripción:	El Banco de Desarrollo de la República de El Salvador, es una institución comprometida con el desarrollo económico y social del país, que brinda apoyo financiero y técnico a los sectores productivos para impulsar su crecimiento y competitividad, a través de una oferta oportuna, inclusiva y sostenible
Programas que desarrolla:	▪ Línea de crédito para actividades productivas o Personas naturales o jurídicas que requieran financiamiento productivo o Porcentaje de financiamiento de hasta un 90% ▪ Línea de crédito para mujeres emprendedoras o Mujeres empresarias salvadoreñas que operen como personas naturales o personas jurídicas, cuya representación legal este a cargo de una mujer o Porcentaje de financiamiento de hasta un 90%

	▪ Banca EmprendES o Personas emprendedoras naturales o jurídicas de todos los sectores económicos, cuya actividad productiva no haya iniciado o tenga menos de un año de operación o Monto máximo por financiar de hasta $25,000.00 o Porcentaje de financiamiento de hasta un 90%
Requisitos:	▪ El proyecto debe contar con factibilidad documentada respaldada por el CEDE de BANDESAL o de otras instituciones aliadas ▪ Los plazos y periodos de gracia se asignarán de acuerdo con la evaluación de cada proyecto

.

Tabla 116. Descripción del fideicomiso FECAMYPE como proveedor identificado.

FECAmype INCLUSIÓN FINANCIERA	**Fideicomiso FECAMYPE**
Descripción:	El fideicomiso FECAMYPE tiene por objetivo impulsar proyectos de emprendimiento y desarrollo de las micro y pequeñas empresas a través de programas de financiamiento incluyente, con garantías innovadoras y disruptivas, propuestos desde la más adecuada perfilación de la micro y pequeña empresa por su mayoritaria participación en el parque empresarial nacional
Programas que desarrolla:	▪ Línea de crédito transforma o Personas naturales o jurídicas propietarias de microempresas de expansión o pequeñas empresas dedicadas a actividades de

	transformación productiva y turísticas que sean contribuyentes al Impuesto al Valor Agregado o Monto de financiamiento de hasta $250,000.00 o Capital de Inversión: Hasta 7 años plazo. o Capital de Trabajo: Hasta 5 años plazo. ▪ Línea de crédito desarrollo mujer o Mujeres empresarias propietarias de microempresas o pequeñas empresas de todos los sectores productivos, que operen como personas naturales o jurídicas. o Monto de financiamiento desde $1,500.00 hasta $100,000.00 ▪ Línea de crédito Impulsa MYPE o Personas empresarias, propietarias de microempresas o pequeñas empresas de todos los sectores productivos, que operen como personas naturales o personas jurídicas. Y que sean contribuyentes o no al Impuesto al Valor Agregado o Monto de financiamiento desde $3,000.00 hasta $30,000.00 o Capital de Trabajo: Hasta 4 años plazo. o Formación de Capital: Hasta 7 años plazo.
Requisitos:	Toda MYPE existente podrá tener acceso a los recursos FECAMYPE, cuando se identifiquen condiciones de exclusión financiera. ▪ Condiciones de Exclusión Financiera. o Sobreendeudamiento. o Falta de garantía suficiente. o Tasa de interés alta.

	○ Actividad de negocio a financiar es nueva o tiene poco tiempo. ○ Desconocimiento.

.

Tabla 117. Descripción del banco hipotecario como proveedor identificado.

	Banco Hipotecario
Descripción:	Líneas de créditos para microempresarios de diversos sectores de la economía, que les ayuda a tener acceso a financiamiento para actividades de comercio, servicio y producción, para desarrollar sus operaciones o inversiones en propiedades, mobiliario, maquinaria o consolidar sus deudas.
Programas que desarrolla:	▪ Financiamiento para microempresarios ○ Apoyo financiero oportuno ○ Tasa de interés competitiva desde el 1.16% mensual. ○ Capital de Trabajo, 36 meses ○ Capital de Inversión, 60 meses ○ Consolidación de deuda,84 meses ▪ Línea de crédito para emprendedores ○ Monto: 80% de la inversión total o de acuerdo a la evaluación financiera ○ Garantía: hipotecaria, fondo de garantía, firma solidaria. ○ Capital de Trabajo, 4 años ○ Capital de Inversión, 8 años ▪ Línea de Crédito para Vendedoras de los Mercados Municipales (Financiamiento exclusivo para Mujeres comerciantes de los mercados del país) ○ Monto: de $500.00 a $5,000.00

	○ Fondo de garantía ○ Capital de Trabajo, 2 años ○ Capital de Inversión, 4 años ▪ Línea de Inclusión Financiera para microempresarios ○ Monto: de $500.00 hasta $10,000.00 ○ Plazo hasta 7 años ○ Tasa de interés de acorde al destino y tipo de garantía. ○ Garantía hipotecaria, Prendaria, fondo de garantía y fiduciaria
Requisitos:	▪ Para un cliente PYME ○ Cliente bien calificado en la SSF A1, A2 o B. ○ Solvente con el Ministerio de Hacienda ○ Contribuyente ▪ Para un cliente MICROEMPRESARIO ○ Cliente bien calificado en la SSF A1, A2 o B. ○ Experiencia en la actividad un año. ○ Califique como Microempresario (482 salarios mínimos y 10 empleados). ○ Estabilidad de ubicación del negocio.

.

Instituciones de apoyo complementario

Tabla 118. Descripción del ministerio de cultura como proveedor identificado.

MINISTERIO DE CULTURA	**Ministerio de Cultura**
Descripción	El Ministerio de Cultura es la entidad gubernamental encargada de promover y preservar el patrimonio cultural, artístico e histórico

	del país. Su misión principal es salvaguardar las diversas expresiones culturales que forman parte de la identidad nacional, asegurando su continuidad y valoración dentro de la sociedad.
Programas que desarrolla:	▪ Rutas Culturales y Patrimoniales ▪ Festivales y Eventos Culturales ▪ Promoción de Artesanías y Artes Populares ▪ Conservación y Restauración de Sitios Patrimoniales ▪ Educación y Sensibilización Cultural

.

Tabla 119.Descripción de la cámara salvadoreña de turismo como proveedor identificado

CASATUR CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO	**Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)**
Descripción:	La Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR) fue fundada en el año de 1978, en pro del desarrollo turístico del país, para impulsar, promocionar y fomentar el turismo, además representar los intereses de los empresarios del sector, particularmente los de los asociados. Asociación sin fines de lucro, apolítica, no lucrativa, ni religiosa, la cual se rige por las leyes de la República de El Salvador y sus estatutos.
Programas que desarrolla:	▪ Generación de negocios o Inclusión de oferta en el Marketplace elsalvadorpass.com o Rueda de negocios nacionales e internacionales y/o ferias de turismo

	○ Eventos de Networking entre proveedores de productos turísticos ○ Promoción en redes sociales ▪ Asesoría ○ Legal ○ Marketing ○ Tributaria ○ Laboral ▪ Capacitaciones en áreas especializadas ○ Administrador(a) de Restaurantes ○ Jefe de Mercadeo y Ventas de Productos Turísticos ○ Recepcionista de hotel ○ Diseñador de Productos Turísticos ○ Administrador(a) de hotel
Requisitos:	▪ Tener una empresa legalmente inscrita ▪ Estar funcionando como empresa ▪ Ser afiliado

.

Tabla 120. Descripción de los centros de atención de turismo como soporte identificado.

Centros de Atención Turística (CAT)	
Descripción	Brindan asistencia técnica al territorio, por medio de actores claves que están involucrados en la actividad turística como Comités de Desarrollo Turístico (CDT), municipalidades, empresarios, artesanos, etc. Con los CAT existentes se da cobertura al territorio nacional, el personal asignado visita los municipios para generar asistencias.
Programas que desarrolla:	▪ Asistencia técnica ▪ Conformación de CDT ▪ Levantamiento de Inventarios

	▪ Brindar información turística ▪ Préstamo de instalaciones (sala de reuniones) ▪ Información para empresarios del RNT ▪ Asesoría a empresarios turísticos ▪ Acompañamiento en formulación de planes de trabajo para CDT
Cobertura a nivel nacional:	▪ Centro de atención turística ruta de las flores ▪ Centro de atención turística La Palma ▪ Centro de atención turística Suchitoto ▪ Centro de atención turística La Libertad ▪ Centro de atención turística ruta de paz ▪ Centro de atención turística La Unión ▪ Centro de atención turística San Salvador ▪ Centro de atención turística aeropuerto

.

Tabla 121. Descripción de los centros de las universidades como soporte identificado.

Universidades del país	
Descripción	Las universidades son pilares fundamentales del progreso del país, impulsando el desarrollo social, económico y cultural a través de la educación y la investigación. Como centros de conocimiento y formación, imparten educación de calidad, generan conocimiento nuevo y promueven la innovación y la sostenibilidad.
Universidades:	**Universidad de El Salvador** ▪ Carreras o Técnica en turismo ecológico y cultural ▪ Programas o Programa de Investigación en Ciencias Sociales o Proyectos de servicio social

	○ Asesoría técnica ○ Consultorías ○ Prácticas profesionales de estudiantes **Universidad Dr. José Matías Delgado** ▪ Carreras ○ Licenciatura en turismo ○ Licenciatura en diseño del producto artesanal ▪ Programas ○ Organización de eventos culturales ○ Estudios de mercado turístico ○ Desarrollo de estrategias de marketing **Universidad Don Bosco** ▪ Carreras ○ Licenciatura en idiomas con especialidad en turismo ○ Técnico en Guía de Turismo Bilingüe ▪ Programas ○ Formación en idiomas para el turismo ○ Formación en idiomas para el turismo ○ Capacitación de guías turísticos **Universidad Dr. Andrés Belllo** ▪ Carreras ○ Licenciatura en Turismo ○ Licenciatura en Gestión del Turismo ○ Técnico en turismo ▪ Programas ○ Programa de desarrollo de productos turísticos

	○ Investigaciones turísticas ○ Planes estratégicos de turismo ○ Gestión sostenible del turismo **ITCA-FEPADE** ▪ Carreras ○ Técnico en Hostelería y Turismo ▪ Programas ○ Capacitación en Servicios de Hospitalidad ○ Desarrollo de Competencias Técnicas ○ Prácticas Profesionales

.

Tabla 122. Descripción de la iglesia católica como soporte identificado.

Iglesia Católica	
Descripción	La iglesia católica en Panchimalco ocupa una posición importante en los habitantes. Ya que es un centro de cohesión social y cultural, sirviendo como punto de encuentro para actividades y eventos que fortalecen los lazos entre los residentes. Arraigada profundamente en la historia y las tradiciones locales, la iglesia representa un pilar fundamental de la identidad del pueblo. Su presencia y participación en la vida cotidiana se reflejan en la celebración de festividades religiosas, en la preservación de costumbres ancestrales y en la transmisión de un valioso patrimonio cultural de generación en generación.
Actividades que desarrolla:	▪ Celebración de festivales religiosos ▪ Participación activa en actividades como procesiones, misas especiales y celebraciones de días festivos locales

	▪ Realización de eventos culturales que promuevan el talento local ▪ Disponibilidad para brindar orientación espiritual y apoyo emocional a los visitantes que lo requieran

.

E. Análisis de las instituciones de apoyo

Análisis de la información obtenida

Para un mejor análisis se presenta a continuación una tabla resumen con las instituciones y los tipos de apoyos que podrían ofrecer al proyecto

Tabla 123. Tabla resumen de las instituciones de apoyo disponibles para el proyecto.

INSTITUCIÓN	TIPO DE APOYO	Proyectos o programas
Ministerio de Gobernación	Técnico	▪ Asesoría técnica ▪ Capacitaciones ▪ Gestión de proyectos
Ministerio de Turismo	Técnico y promoción	▪ Asistencia técnica ▪ Promoción ▪ Regulaciones turísticas
CORSATUR	Técnico	▪ Asistencia técnica ▪ Promoción ▪ Regulaciones turísticas
CDMYPE UFG San Salvador	Técnico	▪ Asesoría Empresarial ▪ Asesoría en Empresarialidad Femenina ▪ Asesoría Financiera

		▪ Asesoría en el Uso de las Tecnologías ▪ Capacitaciones
BANDESAL	Económico	▪ Financiero ▪ Asesoría económica
FECAMYPE	Económico	▪ Financiero ▪ Servicios Financieros Especializados ▪ Capacitaciones
Banco Hipotecario	Económico	▪ Financiero ▪ Servicios Financieros Especializados
Ministerio de Cultura	Cultural	▪ Promoción y Preservación del Patrimonio Cultural ▪ Apoyo a Festivales y Eventos Culturales
CASATUR	Promoción y marketing	▪ Promoción del Sector Turístico ▪ Networking y Alianzas Estratégicas
CAT	Promoción y técnico	▪ Promoción digital ▪ Asistencia técnica ▪ Capacitaciones
Universidades	Social y técnico	▪ Formación y Capacitación ▪ Prácticas Profesionales y Pasantías ▪ Desarrollo de Programas y Productos Turísticos
Iglesia	Cultural y social	▪ Educación y Sensibilización Cultural y Religiosa

		▪ Preservación y Restauración del Patrimonio cultural ▪ Organización de Eventos y Festividades

.

Las instituciones de apoyo brindan al proyecto una red de soporte que incluye muchas áreas necesarias para el desarrollo de un proyecto turístico, desde aspectos técnicos, económicos, culturales, sociales, promoción y marketing entre otros, creando un beneficio bilateral entre las instituciones y el proyecto de desarrollo turístico.

Apoyo técnico: Las instituciones que ofrecen este apoyo ayudan en áreas de gestión de proyectos, regulaciones turísticas, asistencia técnica, capacitaciones, entre otros, las instituciones involucradas son gubernamentales y no gubernamentales tienen un papel importante ya que ofrecen experiencias desde distintos aspectos y aportando diferentes recursos y experiencias, las principales instituciones identificadas para el proyecto son el Ministerio de Gobernación Ministerio de Turismo, CORSATUR Y CDMYPE

Apoyo económico: el apoyo económico es un pilar fundamental para el desarrollo de proyectos turísticos, ya que proporciona el recurso financiero necesario para cubrir las necesidades que se presenten y además es necesario para impulsar el crecimiento del sector, las instituciones identificadas para apoyo económico, brindan una serie de líneas de préstamos, créditos y financiamientos que se adaptan desde una persona que quiere iniciar un negocio hasta una empresa formalizada legalmente que quiera ampliar su negocio.

Apoyo complementario: Dentro de los demás apoyos que puede tener un proyecto turístico están áreas culturales y sociales mediante la cual se busca incluir a la población en este tipo de proyectos, para que formen parte y puedan aportar su potencial humano y su aporte cultural para contribuir al desarrollo sostenible de su lugar de residencia, las instituciones que ayudan a involucrar a la sociedad son instituciones como universidades,

iglesias, Ministerio de Cultura, entre otros. Además, se identifica el área de promoción y marketing que es crucial para poder impulsar al sector y mejorar la visibilidad para atraer a turistas, instituciones como CASATUR y CAT ayudan a empresas del sector a promocionar su producto turístico.

F. Perfil final de las instituciones de apoyo

Tabla 124. Perfil de las instituciones de apoyo.

Perfil de las instituciones de apoyo	
Tipo de institución	**Tipo de apoyo**
▪ Pública ▪ Privada	▪ Técnico ▪ Económico ▪ Promoción ▪ Cultural y social ▪ Académico
Contribuciones clave	**Alianzas estratégicas**
▪ Cumplimiento normativo ▪ Visibilidad y promoción ▪ Financiamiento ▪ Capacitación ▪ Preservación cultural	▪ Sector público y privado ▪ Redes académicas ▪ Comunidades locales
Áreas de enfoque	**Impacto esperado**
▪ Sostenibilidad ▪ Innovación ▪ Inclusión	▪ Desarrollo económico ▪ Crecimiento del sector ▪ Preservación y restauración cultural ▪ Sostenibilidad ambiental

.

CAPITULO V:
RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

CAPITULO V: RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

Este apartado presenta un análisis detallado de la información más importante y los hallazgos obtenidos a partir de la recopilación de datos primarios y secundarios. Estos resultados se desprenden del estudio exhaustivo de las distintas áreas que conforman el sector turístico en el territorio de Panchimalco.

A. Organización del turismo en el territorio de Panchimalco

El territorio de Panchimalco posee una entienda encargada del turismo y es la Unidad de Turismo, debido al reciente cambio de ley correspondiente a la división política del país, la unidad de turismo de Panchimalco pasa a ser llamada unidad de turismo, zona sur, Panchimalco. Cada distrito que corresponde al municipio de San Salvador Sur posee una unidad de turismo, manteniendo la estructura que anteriormente se conservaba.

Misión de la Unidad de Turismo, Zona Sur, Panchimalco
Promover el desarrollo económico local mediante el fomento del emprendimiento y la búsqueda de oportunidades profesionales que contribuyan a la dinámica económica turística del distrito.

Visión de la Unidad de Turismo, Zona Sur, Panchimalco
Ser un destino alternativo e interesante a la ruta de surf city en donde los visitantes se lleven una porción de nuestra cultura en cada visita.

Objetivo de la Unidad de Turismo, Zona Sur, Panchimalco
Impulsar organización y gestión a través de la unidad de desarrollo económico local, contribuyendo al acercamiento de oportunidades de crecimiento, para los pobladores del distrito mediante el fortalecimiento de acciones de intermediación laboral, generación de

espacio y oportunidades para desarrollar el autoempleo por medio de cultura emprendedora, como visibilizar como uno de los destinos turísticos favoritos.

Funciones.

- Realización de ferias artesanales y gastronómicas, que ayuden a las familias a dinamizar su economía.
- Participación activa en ferias nacionales que permitan la puesta en valor de la identidad local.
- Elaboración de propuestas de intervención en el fortalecimiento de los emprendimientos de subsistencia que se encuentran en el distrito.
- Coordinar capacitaciones focalizadas en crear o fortalecer capacidades en personas con interés de generar ingresos mediante el empleo o el autoempleo.
- Realizar seguimiento y acompañamiento técnico en los emprendimientos de subsistencia ya identificados en el distrito.
- Dinamizar y promover la bolsa de empleo para que brinde una orientación y acercamiento a la población.
- Realizar jornadas de formación empresarial, para los emprendedores interesados en conocer y llevar a cabo la legalización de sus negocios en busca de ampliar nivel de competitividad al participar en otros mercados.
- Coordinar capacitaciones focalizadas en crear o fortalecer capacidades en personas con interés de generar ingresos mediante el empleo o el autoempleo.
- Realizar seguimiento y acompañamiento técnico en los emprendimientos de subsistencia ya identificados en el distrito.
- Dinamizar y promover la bolsa de empleo para que brinde una orientación y acercamiento la población.
- Realizar jornadas de formación empresarial, para los emprendedores interesados en conocer y llevar a cabo la legalización de sus negocios en busca de ampliar su nivel de competitividad al participar en otros mercados más externos.
- Dinamizar y promover el desarrollo agropecuario para que brinden orientación y asistencia técnica a los agricultores del distrito.

- Fomentar y promover el turismo tocar a través de campañas audiovisuales, señalética turística, redes sociales, puntos de información turística.

Problemas identificados:

- Cambio reciente de estructura organizativa
- Falta de personal especializado en áreas clave
- Dependencia excesiva de eventos esporádicos
- Falta de coordinación con otras entidades públicas y privadas
- Débil presencia en redes sociales y falta de puntos de información turística
- Enfoque limitado en turismo tradicional
- Escaso seguimiento a largo plazo a proyectos turísticos

B. Oferta turística

Panchimalco posee una amplia variedad de atractivos turísticos que reflejan su riqueza cultural, natural y por su conservación de costumbres y tradiciones, además posee una posición privilegiada para desarrollar su potencial turístico debido a su cercanía con la capital del país.

Su gama de recurso turísticos abarca desde sitios históricos como iglesias hasta parques naturales emblemáticos, lo que es una variedad de opciones que se adaptan a cualquier tipo de turista, el análisis de la oferta turística busca identificar y clasificar los recursos disponibles, además de evaluar qué tipo de turismos se puede desarrollar en el territorio y que tipo de turistas pueden visitar Panchimalco.

Recursos turísticos:

Panchimalco posee recursos turísticos muy conocidos a nivel nacional e internacional y bien posicionados en términos turísticos los principales son:

i. La puerta del diablo
ii. Parque Balboa
iii. Parque de la Familia

iv. Mirador los Planes de Renderos

Además, Panchimalco es conocido por su riqueza cultural lo que se ve reflejado en manifestaciones, costumbres y tradiciones de las cuales se han identificado las siguientes:

i. Telares de cintura
ii. Cofradía de las Flores y las Palmas
iii. Fiestas patronales
iv. Casa de la Cultura
v. Casa Taller Encuentro
vi. Parque Escultórico La Puerta del Sol
vii. Iglesia Santa Cruz de Roma
viii. Iglesia Santuario de Fátima

La gastronomía forma parte importante del recurso turístico y se observa principalmente los siguientes sitios y eventos:

i. Plaza el obelisco
ii. Festival del tamarindo
iii. Festival de la anona

Otros de los atractivos en el que se pueden realizar actividades recreativas, pero con un impacto turístico menor ya que es visitado principalmente por pobladores locales son los siguientes:

i. Parque acuático de Panchimalco
ii. Polideportivo
iii. El Borbollón

Un recurso turístico que posee el territorio que aún no ha sido explotado es sus múltiples cerros que forman parte de un potencial recurso turístico, los cerros identificados son los siguientes:

i. El Chulo

ii. El Candelero
iii. Guayama o Chánchate
iv. Cupisficio
v. Chiguatenango o Mesagalco

Tipo de turismos que se oferta

i. **Ecoturismo**: Aprovechando la riqueza natural de la región, principalmente sus parques
ii. **Turismo Cultural**: Fomentando la visita a sitios históricos y la participación en festividades tradicionales, como la iglesia Santa Cruz de Roma y tradiciones como la Cofradía de las Flores y las Palmas
iii. **Turismo de Aventura**: Con actividades en los cerros y ríos no explotados, la puerta del diablo es un cerro adaptado para que se pueda realizar turismo de aventura
iv. **Turismo Gastronómico**: Destacando la cocina local y los productos autóctonos.

Tipo de turistas

i. **Locales**: Habitantes de Panchimalco y sus alrededores.
ii. **Nacionales**: Visitantes de otros departamentos de El Salvador.
iii. **Internacionales**: salvadoreños residentes en otros países y turistas extranjeros atraídos por la riqueza cultural y natural de la región.

Problemas identificados:

- Rutas Turísticas Indefinidas, los atractivos turísticos no están debidamente conectados entre sí para formar rutas turísticas claras y atractivas.
- La señalización turística es deficiente, dificultando la orientación de los visitantes.
- Algunos atractivos turísticos pueden presentar dificultades de acceso para personas con discapacidad o movilidad reducida.

- Falta de una estrategia clara para la conservación de los recursos naturales y culturales, poniendo en riesgo su sostenibilidad a largo plazo.
- La oferta de alojamiento es insuficiente y no siempre cumple con los estándares de calidad requeridos por los turistas.
- Panchimalco tiene un bajo nivel de reconocimiento a nivel nacional e internacional, lo que limita su atractivo turístico.
- La comunidad local no está suficientemente involucrada en el proceso de desarrollo turístico, lo que puede generar conflictos y resistencia al cambio.
- Oferta Estancada, se basa en los atractivos tradicionales, sin desarrollar nuevos productos turísticos que atraigan a diferentes segmentos de mercado.

C. Demanda turística

La proyección de la demanda turística se fundamenta en el análisis de datos históricos de ingreso de visitantes a parques recreativos del Instituto de Acceso a la Información (ISTU) desde 2010 hasta 2024. Es crucial destacar la decisión metodológica de excluir el año 2020 del análisis debido a su naturaleza atípica, marcada por la pandemia de COVID-19 y las restricciones de movilidad a nivel nacional. Esta exclusión se justifica con el objetivo de obtener una representación más precisa de la tendencia subyacente de la demanda, especialmente en el contexto de la recuperación postpandemia y las expectativas de crecimiento futuro.

Adicionalmente, se incorpora información cualitativa y cuantitativa proveniente de la encuesta a turistas nacionales y extranjeros que visitaron Panchimalco. Los resultados de esta encuesta, particularmente las respuestas a las preguntas 13, 20 y a 25, permiten ajustar la proyección general al identificar la proporción de encuestados que visitaron el Parque Balboa dentro de su experiencia en Panchimalco.

Para la proyección a futuro (2026-2031), se ha empleado la técnica de regresión lineal utilizando el software Microsoft Excel. La curva de regresión ajustada, con un coeficiente de determinación (R^2) de 0.8308, indica un ajuste razonablemente bueno del modelo

lineal a los datos históricos de la visita turística general a Panchimalco, lo que proporciona una base estadística para las proyecciones futuras.

Hallazgos Clave y Tendencias de la Demanda:
El análisis revela una marcada concentración de la demanda turística en un conjunto limitado de atractivos ubicados principalmente en la zona norte de Panchimalco. El Mirador Los Planes de Renderos, La Puerta del Diablo y el Parque Balboa se destacan como los principales polos de atracción de visitantes, tanto en las proyecciones para 2024 como en las estimaciones para los próximos años (2026-2031). Esta concentración sugiere una clara preferencia de los turistas por esta zona del territorio.

La tabla de estimación de la visita por atractivo para el período 2026-2031 confirma esta tendencia, mostrando consistentemente un mayor volumen de visitantes proyectados para los atractivos mencionados. La proyección total de visitas para Panchimalco también exhibe una tendencia al crecimiento sostenido durante los próximos cinco años, lo que augura un panorama positivo para el sector turístico en la región en términos de volumen de visitantes.

Sin embargo, es igualmente importante notar la existencia de atractivos turísticos que no registraron menciones en la encuesta y, por lo tanto, no presentan datos de visita proyectados para 2024. Esta ausencia de demanda identificada plantea interrogantes sobre el conocimiento, la accesibilidad o el atractivo de estos lugares para los turistas encuestados. La incorporación de datos específicos del estudio de mercado para el cálculo de la demanda por atractivo, como se evidencia en la tabla de estimación de la visita a El Borbollón, sugiere un intento por refinar las proyecciones a nivel individual, utilizando la distribución porcentual de las preferencias de los turistas encuestados.

Implicaciones para el Desarrollo Turístico:
La fuerte concentración de la demanda en la zona norte de Panchimalco tiene varias implicaciones importantes para el desarrollo turístico:

Beneficios y Desafíos para la Zona Norte: Si bien esta concentración puede generar mayores beneficios económicos para los negocios y la comunidad en esta área, también podría ejercer una mayor presión sobre la infraestructura local, los servicios y los recursos naturales. Es crucial una planificación cuidadosa para gestionar este crecimiento y evitar la saturación.

Potencial sin Explotar en Otras Áreas: La baja o nula demanda identificada para otros atractivos señala un potencial sin explotar en el resto del territorio de Panchimalco. Estos lugares podrían tener características únicas que, con la inversión y la promoción adecuadas, podrían atraer a nichos de mercado específicos y contribuir a una distribución más equitativa de los beneficios del turismo.

Necesidad de Diversificación de la Oferta: Para lograr un desarrollo turístico más equilibrado y resiliente, es fundamental explorar estrategias para diversificar la oferta turística y promover los atractivos menos visitados. Esto podría incluir mejoras en la accesibilidad, el desarrollo de productos turísticos innovadores, campañas de marketing dirigidas y la creación de experiencias auténticas que resalten la riqueza cultural y natural de todo el territorio.

Planificación Estratégica y Gestión Sostenible: Los datos de proyección de la demanda deben ser un insumo fundamental para la planificación estratégica del desarrollo turístico en Panchimalco. Esto incluye la inversión en infraestructura adecuada, la implementación de prácticas de gestión sostenible para proteger los recursos naturales y culturales, y la colaboración entre los diferentes actores del sector (gobierno local, empresas turísticas, comunidad local).

D. Análisis del inventario turístico

El inventario turístico de Panchimalco es el conjunto de recursos y atractivos que posee el territorio para ofrecer a un turista que desee visitar el lugar, este inventario incluye elementos tangibles como intangibles, el objetivo de realizar el inventario turístico es tener identificados los recursos que posee el territorio, para evaluar su condición actual.

El estudio del inventario turístico de Panchimalco se realizó por medio de visitas a los principales sitios turísticos donde se recabo información de primera mano con personal del lugar y con habitantes de la zona, lo que se complementó con fuentes de información secundaria como información de internet, libros y revistas.

En la descripción de los recursos se dividió en las categorías de sitios naturales, manifestaciones culturales, folclore, realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas, acontecimientos programados, que son las divisiones utilizadas por CICATUR. -OEA “Metodología de Inventario Turístico”, la cual es una clasificación que abarca todo el recurso turístico. Después de la categorización se realizó una ficha técnica por recurso turístico en la que se describe a nivel de ubicación, descripción, actividades a desarrollar, turistas que recibe, estado actual de conservación, facilidad de acceso al recurso, infraestructura que este posee y que servicios ofrece.

Para realizar un análisis además de descriptivo a nivel cualitativo se utilizó el medio cuantitativo de calificación ponderada en la que se especificaron los criterios de: atractivo Natural, accesibilidad y acondicionamiento, grado de aprovechamiento y estado de conservación, flujo de turistas/Demanda y publicaciones los cuales se ponderaron de acuerdo a su importancia, para el desarrollo de este método además se le asignó una calificación con un rango del 1 al 3 para obtener los atractivos que mejor se ponderaban. Con el resultado de esta calificación se podría construir una tabla de jerarquización la cual describe en qué nivel se encuentra cada recurso, a continuación, se muestra el resultado del inventario turístico.

Tabla 125. Resumen del inventario turístico

Recurso turístico	Categoría	Jerarquización
La puerta del diablo	Sitios naturales	4
Parque Balboa	Sitios naturales	4
Parque de la Familia	Sitios naturales	4
Parque acuático de Panchimalco	Acontecimientos programados	3

Polideportivo	Acontecimientos programados	3
El Borbollón	Sitios naturales	2
Iglesia Santa Cruz de Roma	Manifestaciones culturales	4
Iglesia Santuario de Fátima	Manifestaciones culturales	3
Mirador los Planes de Renderos	Manifestaciones culturales	4
Parque Escultórico La Puerta del Sol	Manifestaciones culturales	4
Ruta animal	Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	3
Casa de la Cultura	Manifestaciones culturales	4
Casa Taller Encuentro	Manifestaciones culturales	4
Telares de cintura	Folclore	3
Cofradía de las Flores y las Palmas	Festividades	4
Fiestas patronales	Acontecimientos programados	4
Plaza el obelisco	Folclore	3
Festival del tamarindo	Folclore	3
Festival de la anona	Folclore	3

.

Del inventario turístico se puede concluir:

1) El territorio cuenta con una amplia variedad de recursos turísticos abarcando todas las categorías establecidas en la “Metodología de Inventario Turístico” del CICATUR. -OEA, por lo que se concluye que Panchimalco es un territorio con una diversidad de recursos a los que cualquier tipo de turista se puede adaptar de acuerdo a sus preferencias.

2) Se identificaron 19 recursos los cuales funcionan actualmente y reciben turistas ya sean locales, nacionales o extranjeros y se identificaron además una serie de

recursos que no han sido adaptados para recibir turistas y que son un potencial recurso turístico a explotar, como es el caso de los diferentes cerros y montañas que posee el territorio.

3) De los recursos turísticos sujetos a estudio el 21% son sitios naturales, 32% manifestaciones culturales, 16% acontecimientos programados, 21% folclore, el 5% a festividades y el 5% a realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.

4) Se observa que principalmente el aspecto cultural es el que más oferta turística tiene en Panchimalco, debido a que es un territorio que posee un arraigo cultural muy significativo, seguido de las manifestaciones culturales los sitios naturales representan un aporte notable por su variedad de parques, y el tercer elemento más notorio es el folclore, debido a sus multiplex festividades reconocidas a nivel nacional e internacional.

5) La jerarquización de los recursos turísticos arroja que el 52% de los recursos tienen una jerarquía nivel 4 lo que representa que el atractivo es un destino turístico de alto potencial, el 42% son jerarquía 3 lo que representa que el atractivo es un destino turístico con potencial considerable y el 6% de los recursos son jerarquía 2 lo que representa que el atractivo es un destino turístico con potencial limitado.

Problemas identificados:

- Falta de aprovechamiento de recursos turísticos que no han sido adaptados para recibir turistas
- Carencia de estrategias para explotar el potencial turístico de cerros y montañas
- Insuficiente publicación algunos recursos con potencial considerable
- Falta de un plan integral que contemple el desarrollo equilibrado de todos los tipos de recursos turísticos.
- Dependencia excesiva en festividades y algunos sitios naturales

- La dependencia de festividades específicas reduce el atractivo del destino en otras épocas del año
- La falta de capacitación para guías turísticos y emprendedores limita la calidad de la experiencia del visitante.
- No se han establecido rutas que conecten los distintos recursos turísticos

E. Mercado de consumo turístico

El estudio del mercado de consumos es necesario para entender las necesidades y preferencia de los turistas. Por medio de la segmentación demográfica, psicográfica y conductual junto con la consideración de tendencias de consumo se puede entender las necesidades del turista para adaptar la oferta turística del plan para satisfacer esas necesidades, la recolección de datos se realizó a través de la técnica de encuestas mediante la cual se obtienen datos representativos de las tendencias de los turistas, para con esto identificar sus necesidades, comportamientos y patrones que tienen al momento de visitar y consumir un sitio turístico.

Perfil Demográfico

Edad: Desde los 14 años en adelante.
Sexo: Hombres y mujeres.
Nivel Socioeconómico: Población Económicamente Activa (PEA).
Ocupación: Indiferente.
Residencia: Nacionales y extranjeros.

Perfil Psicográfico

Necesidades: Actividades de ocio y relajación, disfrute de la naturaleza, infraestructura, gastronomía local y cultura.
Personalidad, Percepción y Actitudes: Indiferente.

Perfil Conductual

Expectativas: Servicios turísticos de calidad, seguridad y experiencias inolvidables.
Valores y Creencias: Indiferente

Estilo de Vida

Actividades: Interés en visitar lugares únicos en El Salvador.

Intereses: Turismo interno

De la Actividad Turística

Tipos de Turismo: Turismo de naturaleza, cultural y rural.

Frecuencia: Ocasional o frecuente.

Duración: Por un día o más.

Tendencias de Consumo

- **Destinos más cercanos:** Estancias más cortas y más viajes al año.
- **Consumidor más cauteloso con su dinero:** Busca la mejor relación calidad-precio.
- **Bleisure:** Combinación de negocios y placer.
- **Uso de Aplicaciones Móviles:** Para la planeación y reserva de viajes.
- **Mayor Conciencia Medioambiental:** Preferencia por destinos ecológicamente sostenibles.
- **Rechazo a la Masificación:** Preferencia por lugares menos conocidos y concurridos.
- **Búsqueda de Autenticidad:** Experiencias únicas y diferentes a lo que se tiene en casa.
- **Incremento en el Poder de Compra:** Disposición a gastar más en experiencias de calidad.
- **Facilidad de Compra:** Simplificación del proceso de planificación y transacciones rápidas.
- **Influencia de Opiniones Públicas:** Opiniones y recomendaciones digitales influyen en la reputación de destinos y proveedores.

Diseño Muestral

- **Segmento de Turistas Nacionales:**
    - **Universo:** Población nacional mayor de 14 años perteneciente a la PEA.

    - **Distribución por Departamento:** Utilizando datos de la EHPM 2023 para obtener una muestra representativa.
- **Segmento de Turistas Extranjeros:**
    - **Universo:** Turistas extranjeros que visitan El Salvador por ocio.
    - **Datos:** Basados en el informe estadístico de turismo de 2023, tomando en cuenta el 40% de los turistas que realizan turismo de ocio.

El estudio del mercado de consumo evidencia la diversidad de opiniones de los turistas al momento de realizar turismo, principalmente los turistas nacionales se ven atraídos por destinos que sean accesibles económicamente y que ofrezcan un servicio atractivo, por su parte los turistas extranjeros se ven atraídos por destinos que sean ecológicos y responsables con el medio ambiente, además en ambos segmentos se visualiza la adopción de tecnologías móviles a la hora de buscar, planificar y reservar sus viajes, esto evidencia a Panchimalco en sus bajos niveles de exposición a nivel de promoción y marketing a través de medios electrónicos, además de problemas en infraestructura como red vial y falta de alojamiento que son aspectos que los turistas valoran mucho al elegir un destino turístico. Con esto se revelan muchas de las falencias que posee el territorio a nivel de turismo, y que mejorando estas se puede posicionar a Panchimalco como un destino turístico altamente atractivo.

Problemas identificados:

- Desconocimiento por parte de los turistas de la oferta turística de Panchimalco
- Escaso uso de herramientas tecnológicas para analizar el consumo turístico
- Alto grado de preferencia al turismo de playas
- Limitado servicios de apoyo para los turistas
- Inexistencia de un plan para atraer turistas a Panchimalco

F. Mercado competidor

En el mercado competidor como se expuso en apartados anteriores consta de 3 tipos de mercado los cuales son la competencia directa, indirecta y sustituta, es importante

identificar que grupos conforman cada uno de estos mercados debido a que estos mismo brinda una idea en la posición que se posee en el mercado, además de conocer tendencias de consumo, nuevas formas de atención y captación de cliente o innovación para los competidores.

Competencia directa

Los pueblos y ciudades seleccionadas como competidores directos del Territorio de Panchimalco cuentan con los recursos, productos y servicios turísticos con los cuales Panchimalco es reconocido, si bien es cierto se hace un especial hincapié en señalar que estas características pueden ser más representativas para uno o para otros, pero en general comparten un nivel aceptable de reconocimiento en todas ellas.

Entre los competidores seleccionados resaltan 3 de ellos los cuales son Juayúa, Concepción de Ataco y Apaneca debido a que estos territorios conforman la ruta de las flores la cual es uno de los mayores atractivos turísticos que cuenta nuestro país, entre su principal característica es el uso de sus recursos naturales debido a que se visitan lugares con un gran contacto a la naturaleza afectando el bioma lo menos posible para luego entrar en contacto con los pueblos coloniales los cuales tienen para ofrecer su gastronomía y bellos paisajes que adentran al turista a regresar al lugar.

También otro ejemplo de esto último dicho es Suchitoto debido a que mezcla su potencial ambiental junto con sus características coloniales las cuales aumentan el valor turístico y cultural de la zona por lo cual son competidores fuertes en el mercado.

En los demás competidores también existe un poco esta relación entre ambiente y pueblos, pero en menor medida, esto quiere decir que se destacan más por uno de estos aspectos o que en definitiva no han explotado del todo este tipo de recursos. En el caso de Panchimalco podemos decir que es parte de este grupo debido a que cuenta con diferentes tipos de recursos turísticos a explotar, pero en cuestiones de sus sitios turísticos ambientales una muy buena parte no han sido explotado, sin embargo, cuenta con algunos de ellos.

Competencia indirecta

En esta categoría, los competidores muestran rasgos o más bien similitudes con lo que Panchimalco posee y quiere llegar a conseguir en el futuro, sin embargo, en la actualidad no cuentan con los mismos tipos de turismos o no han explotado sus biomas para ser considerados como competencia directa.

Estos lugares se caracterizan por ser cabeceras departamentales en algunos casos o en definitiva pueblos o ciudades importantes para su departamento, la ubicación es importante para estos territorios debido a brindan un fácil acceso a sitios turísticos de sus departamentos por lo cual la ubicación es uno de sus principales fuertes.

Como principal mención podemos mencionar a La Unión debido a que este territorio cuenta con aspectos como bosques y tipos de turismos similares al de Panchimalco y además cuenta con muelles y posibilidades de visitar algunas de las playas que posee el departamento, lo cual le brinda una combinación interesante a los turistas que prefieran cambiar del tipo de ambiente o del tipo de turismo que consuman. Luego de ello se tienen ciudades que poseen un valor colonial impresionante expuesto principalmente por sus iglesias y algunas otras construcciones como Santa Ana, Ilobasco, Izalco por mencionar algunos.

Competencia sustituta

Para este tipo de competencia, para el tipo de investigación realizada es en cantidad poca, pero turísticamente hablando son competidores muy fuertes, en este tipo de competencia se cambia de sobre manera el tipo de turismo que ofrece, hablando de manera específica al territorio de La Libertad el cual ofrece un turismo orientado a la zona costera, este tipo de turismo es una de las tendencias que el territorio de Panchimalco no puede optar debido a su posición geográfica.

Además, se cuenta con el territorio de San Miguel el cual es mayormente reconocido por albergar las fiestas de San miguel cada año y el territorio de San Salvador es la cabecera departamental de San salvador, lo cual a su vez es la capital del país, al ser un punto

céntrico tan importante la cantidad de personas que se desplazan día a día es demasiada y por las características del territorio la densidad poblacional es alta.

Problemas identificados:

- Deficiencia en la infraestructura del territorio como el sistema vial, falta de estacionamientos, pocos lugares de alojamiento, entre otros.
- Existencia mínima de personal especializado en brindar asesoría turística.
- Bajo aprovechamiento de los recursos turísticos potenciales, sobre todo en la zona sur del territorio.
- Concentración del inventario turístico en la zona norte y centro.
- Debilitamiento del turismo cultural por el cierre parcial de sitios encargados de la divulgación y conservación cultural como la casa de la cultura, entre otros.
- Alcance limitado en estrategias de marketing en comparativa con otros sitios turísticos como la ruta de las flores, playas, entre otros.

G. Análisis Mercado Distribuidor

El estudio del mercado distribuidor se realizó por medio de un cuestionario aplicado a los diferentes operadores turísticos nacionales, en donde a través de información primaria por medio de encuestas y secundarias por la información disponible en las redes y páginas web de los operadores se determinaron los siguientes hallazgos:

- Las empresas operadores turísticos ideales para Panchimalco deben tener experiencia en turismo cultural, de aventura y naturaleza, así como una sólida reputación en el mercado. Además, deben contar con una amplia red de contactos y la capacidad de personalizar paquetes turísticos.

- El canal directo es el predominante para la distribución y el flujo de turismo actual en Panchimalco, únicamente el 14.29% de los operadores turísticos tienen una ruta establecida al territorio, en donde destaca la “Ruta de los Panchos” ofrecida

por “EC Tours”, sin embargo, si existe interés de parte de los operadores turísticos en brindar servicios personalizados de rutas que podrían incluir el territorio.

- Los tours operadores ofrecen una amplia gama de servicios, desde tours culturales y de aventura hasta experiencias personalizadas y paquetes familiares. En donde cada operador se ha especializado en un nicho específico, como turismo de aventura, cultural, familiar o sostenible, lo cual se analiza a través de la siguiente matriz aplicada a los diferentes tours operadores.

Tabla 126. Fortalezas, Oportunidades y Debilidades de los operadores turísticos del estudio de mercado distribuidor.

Tour Operador	Servicios Destacados	Nicho de Mercado	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades
Cadisi Tours	Tours culturales, gastronómicos, de café	Turismo cultural y gastronómico	Amplia experiencia, variedad de paquetes, alianzas estratégicas	Necesidad de mayor promoción en mercados internacionales	Desarrollo de paquetes turísticos especializados en Panchimalco
El Salvador Xpedition	Tours de aventura, naturaleza	Turismo de aventura	Experiencia en turismo de aventura, guías especializados, alianzas estratégicas	Enfoque en un nicho de mercado muy específico	Expansión de su oferta a otros destinos turísticos, incluyendo Panchimalco
Epictours El Salvador	Tours de aventura acuática	Turismo de aventura acuática	Experiencia en deportes acuáticos, alianzas con hoteles y aerolíneas	Enfoque en un nicho de mercado muy específico	Diversificación de su oferta, incluyendo otros tipos de turismo, o bien se podría incluir el parque acuático de Panchimalco
Inter Tours	Servicios de agencia de viajes, traslados, excursiones	Turismo general	Amplia experiencia en el mercado, variedad de servicios	Necesidad de actualizar su imagen de marca	Desarrollo de paquetes turísticos más personalizados y temáticos incluyendo Panchimalco
Family Tours El Salvador	Tours familiares, actividades para niños	Turismo familiar	Enfoque en las necesidades de las familias, alianzas con	Necesidad de ampliar su oferta de destinos	Desarrollo de paquetes turísticos

			museos y parques		especializados en Panchimalco
EC Tours	Turismo sostenible, ecoturismo	Turismo sostenible y cultural	Compromiso con el medio ambiente, alianzas con comunidades locales	Enfoque en un nicho de mercado específico	Expansión de su oferta a otros destinos turísticos, y mayor participación en destinos de Panchimalco
Geo-turismo	Geoturismo, turismo cultural, ecoturismo	Turismo geológico y cultural	Experiencia en geoturismo, alianzas con instituciones educativas	Necesidad de mayor promoción en el mercado internacional	Desarrollo de paquetes turísticos especializados en geoturismo en Panchimalco

.

- Los tours operadores si bien tienen sus rutas y paquetes que forman su oferta turística ya definidos cuentan con una gran capacidad de adaptación a las necesidades del mercado, por lo que se encuentran dispuestos a la personalización de paquetes turísticos en base al presupuesto, tiempo y expectativas de los turistas nacionales y extranjeros.

- Entre las características comunes que los operadores turísticos requieren para incluir los destinos en su oferta turística se destacan: la importancia de contar con atractivos turísticos que justifiquen la visita, ya sean naturales, culturales o históricos, la facilidad de acceso al destino, tanto en términos de transporte como de infraestructura, es un factor clave para su inclusión en los itinerarios, un entorno seguro para garantizar la satisfacción de los turistas y evitar problemas y por último, los operadores valoran la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente y las comunidades locales.

- Los operadores turísticos actualmente en sus rutas se enfocan en zonas con riqueza cultural e histórica, como lo son: Joyas de Cerén, Suchitoto, Ruta de los Volcanes, Parque Nacional Tazumal, etc. Otros operadores se especializan en

zonas naturales, incluyendo parques nacionales como el Parque Nacional El Imposible, así como playas populares como El Tunco y El Sunzal.

- Actualmente los medios de difusión de información turística con mayor impacto en los turistas son: las redes sociales, seguido de las recomendaciones de amigos de sitios populares y, por último, las páginas web de las empresas tour operadoras y se tiene poca influencia de la publicidad por radio y T.V.

- Las empresas tour operadoras ofertan paquetes turísticos para todo tipo de turista, siendo el turista nacional su cliente mayoritario, pero también realizan viajes turísticos para turista extranjeros en épocas de incremento de la llegada de extranjeros al país como lo son las temporadas de vacaciones.

Problemas encontrados:

- Panchimalco no cuenta con alianzas con operadores turísticos o agencias de viaje para ofrecer paquetes de visita a turistas nacionales o extranjeros
- Actualmente Panchimalco no se incluye como ruta turística de aproximadamente el 85% de los operadores turísticos y agencias de viaje en base a las estadísticas del estudio en el que se incluye una muestra de 7 empresas reconocidas de turismo en los rubros de turismo cultural, de aventura y naturaleza
- Bajo interés de las agencias de viaje y operadores turísticos en incluir la zona sur de Panchimalco en sus rutas debido a que no se cuenta con el acondicionamiento adecuado y acceso a los destinos para realizar los recorridos
- Los medios de difusión que consumen más turistas reales y potenciales como redes sociales, y páginas web tienen poca exposición del territorio de Panchimalco, ya que su único canal es la página oficial del distrito de Panchimalco.
- Los festivales gastronómicos de la anona y el tamarindo no son en temporada alta de arribos de extranjeros al territorio (vacaciones de fin de año/semana santa) por lo que el enfoque debería ser priorizarlo a nivel nacional.

H. Análisis de mercado proveedor

Para realizar un análisis profundo del mercado abastecedor se enfocó en las instituciones que pueden brindar asistencia y apoyo en la realización del proyecto de desarrollo turístico sostenible para el territorio de Panchimalco. El proceso lógico seguido para este análisis incluye la identificación de la fuente de información, descripción de las técnicas de recolección de datos, identificación y evaluación de las instituciones que brindan apoyo.

Las instituciones de dividieron en 3 categorías en las cuales pueden brindar apoyo al proyecto las cuales son las siguientes:

- **Instituciones que brindan apoyo técnico:** El apoyo técnico es aquel que en el cual las instituciones brindan asistencia especializada y profesional en una determinada área de conocimientos y habilidades que son claves para el proyecto de desarrollo turístico, dentro de los principales apoyos que se pueden recibir son, planificación, implementación, gestión y evaluación de proyectos.
- **Instituciones que brindan apoyo económico:** Este tipo de apoyo se centra en las instituciones que son capaces de brindar recursos financieros para que se pueda implementar el proyecto de desarrollo turístico, el tipo de apoyo que se busca es financiamiento e inversiones, así como también la facilitación de acceso a capital a los emprendedores y pequeñas empresas del territorio de Panchimalco que quieran iniciar negocios o ampliar sus negocios actuales.
- **Instituciones que brindan apoyo complementario:** En esta categoría se incluye todo aquel tipo de apoyo que es necesario para que el proyecto sea un excito y abarca ámbitos como promoción y marketing, apoyos en preservación del patrimonio cultural, apoyo social para incluir a la población en el proyecto y demás apoyos, con los cuales se ayuda a enriquecer la oferta turística del territorio.

En la siguiente tabla se muestra las principales instituciones que podrían brindar apoyo al plan de desarrollo turístico sostenible para el territorio de Panchimalco.

Tabla 127. Principales instituciones que podrían brindar apoyo al plan de desarrollo turístico sostenible

APOYO TÉCNICO	
Ministerio de Gobernación	El ministerio de gobernación se encarga de articular la política pública en el territorio, en proyectos turísticos funciona como un ente gestor el cual ayuda a las contrapartes a conectar con las instituciones que necesitan para realizar el proyecto. Servicios que ofrece: ▪ Asesoría técnica ▪ Capacitaciones ▪ Gestión de proyectos ▪ Monitoreo y evaluación ▪ Alianzas estratégicas
Ministerio de Turismo	Es el ente rector en materia de turismo y se encarga de velar por el cumplimiento de políticas, además se encarga de desarrollar programas a nivel nacional como: Pueblos Vivos, Pueblos Encantadores, Vive tu país Servicios que ofrece: ▪ Asesoría técnica ▪ Capacitaciones
CORSATUR	Es el ente encargado de promover El Salvador como destino turístico a nivel nacional e internacional Servicios que ofrece: ▪ Soporte y promoción ▪ Asesoría técnica ▪ Capacitaciones
CDMYPE UFG San Salvador	Es una la alianza entre (CONAMYPE) y la Universidad Francisco Gavidia, atendiendo empresas y personas emprendedoras en San Salvador. Servicios que ofrece:

	▪ Asesoría Empresarial, Empresarialidad Femenina, Financiera, Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación
APOYO FINANCIERO	
BANDESAL	Ofrece apoyo financiero y técnico a sectores productivos para impulsar su crecimiento y competitividad. Programas que desarrolla: ▪ Línea de crédito para actividades productivas ▪ Línea de crédito para mujeres emprendedoras ▪ Banca EmprendES
FECAMYPE	Impulsa proyectos de emprendimiento y desarrollo de micro y pequeñas empresas con programas de financiamiento incluyente y garantías innovadoras. Programas que desarrolla: ▪ Línea de crédito transforma ▪ Línea de crédito desarrollo mujer ▪ Línea de crédito Impulsa MYPE
Banco Hipotecario	Ofrece líneas de crédito para microempresarios en diversos sectores de la economía, proporcionando financiamiento para actividades de comercio, servicio y producción. Programas que desarrolla: ▪ Financiamiento para microempresarios ▪ Línea de crédito para emprendedores ▪ Línea de Crédito para Vendedoras de los Mercados Municipales ▪ Línea de Inclusión Financiera para microempresarios
APOYO COMPLEMENTARIO	
Ministerio de Cultura	Promueve y preserva el patrimonio cultural, artístico e histórico del país, asegurando la continuidad y valoración de las expresiones culturales. Programas que desarrolla:

	▪ Rutas Culturales y Patrimoniales ▪ Festivales y Eventos Culturales ▪ Promoción de Artesanías y Artes Populares ▪ Conservación y Restauración de Sitios Patrimoniales ▪ Educación y Sensibilización Cultural
CASATUR	Promueve el desarrollo turístico del país y representa los intereses de los empresarios del sector. Programas que desarrolla: ▪ Generación de negocios (inclusión en Marketplace, ruedas de negocios, eventos de networking) ▪ Asesoría legal, marketing, tributaria y laboral ▪ Capacitaciones en áreas especializadas
CAT	Brindan asistencia técnica en el territorio mediante actores clave involucrados en la actividad turística. Programas que desarrolla: ▪ Conformación de Comités de Desarrollo Turístico (CDT) ▪ Brindar información turística ▪ Préstamo de instalaciones (sala de reuniones) ▪ Asesoría a empresarios turísticos ▪ Acompañamiento en formulación de planes de trabajo para CDT
Universidades	Impulsan el desarrollo social, económico y cultural a través de la educación e investigación. ▪ Proyectos de servicio social ▪ Asesoría técnica ▪ Prácticas profesionales de estudiantes ▪ Estudios de mercado turístico ▪ Capacitación de guías turísticos
Iglesia	Ocupa una posición importante en la cohesión social y cultural de Panchimalco, siendo un centro de encuentro para actividades y eventos que fortalecen los lazos comunitarios.

	Actividades que desarrolla: ▪ Celebración de festivales religiosos ▪ Participación en procesiones, misas especiales y celebraciones de días festivos locales ▪ Realización de eventos culturales que promuevan el talento local ▪ Orientación espiritual y apoyo emocional a visitantes

.

Problemas encontrados:

- Los actores locales en su mayoría desconocen las instituciones que ofrecen apoyo técnico y financiero
- Las condiciones para acceder a financiamiento pueden ser complicadas o restrictivas
- La falta de inclusión y sensibilización de la comunidad en el proceso de desarrollo turístico puede llevar a una baja participación de los actores locales
- La escasez de profesionales capacitados en gestión turística limita la efectividad de los proyectos
- La falta de interés o resistencia al cambio por parte de algunos miembros de la comunidad
- Falta de redes o alianzas entre emprendedores locales
- La promoción de productos y servicios turísticos elaborados por emprendedores locales es insuficiente.

I. Análisis del marco lógico

En el análisis del marco lógico se iniciará por identificar a todos aquellos involucrados que pudieran tener interés o que se pudieran beneficiar directa e indirectamente del desarrollo del plan turístico sostenible, se investigará sus roles, intereses, poder relativo y capacidad de participación y además su posición, de cooperación o conflicto, clasificándolos como “A favor” si tienen un interés positivo, “En contra” si buscan impedirlo, o “Neutro” si no muestra un interés directo

Tabla 128. Cuadro descriptor del rol, recurso e interés de los involucrados

Actores involucrados	Posición	Rol	Recursos	Interés
Unidad de turismo del territorio de Panchimalco	A favor	Coordinar y supervisar la ejecución de las actividades turísticas en el territorio, además de fortalecer las capacidades institucionales para la gestión del turismo sostenible a nivel local	-Infraestructura -Parques y espacio de áreas recreativas -Recurso humano -Seguridad -Promoción turística del territorio -Mantenimiento de los sitios turísticos -Espacios culturales	-Generar beneficios económicos para el territorio -Mejorar la calidad de vida local y promover el desarrollo comunitario. -Generación de empleo -Proteger el medio ambiente y promover prácticas sostenibles -Preservar la cultura
Habitantes de la comunidad	A favor	Contribuir a la protección del patrimonio mediante la identificación de sitios de interés cultural y natural, la participación en la gestión de áreas protegidas y la promoción de prácticas culturales sostenibles, además desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos que sean auténticos y representativos de su cultura y tradiciones.	-Conocimiento local de tradiciones y cultura -Recurso Humano -Patrimonio cultural -Manufactura de artesanías y prendas tradicionales para ofrecer a los visitantes	-Conservación de las tradiciones y costumbres ancestrales -Inversión social -Generación de oportunidades de empleo -Mejorar de la calidad de vida
Ministerio de turismo (MITUR)	A favor	Institución encargada de coordinar y apoyar el plan de desarrollo turístico, así como	-Asesoramiento y apoyo técnico -Capacitación al personal	-Fomentar la diversificación del turismo en la región - Determinar y velar por el

		brindar las capacitaciones y certificaciones para operar.	-Brindar permisos y certificaciones	cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo
A corporación salvadoreña de turismo (CORSATUR)	A favor	Entidad encargada de promover el plan de desarrollo turístico como parte del plan de desarrollo turístico nacional, así como también de brindar aprobaciones de permisos.	-Recursos financieros -Acceso a redes de mercadeo y promoción -Apoyo técnico	-Impulsar el turismo en la región y en colaborar con el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles. -Promocionar los atractivos de El Salvador.
Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)	A favor	Coordinar las actividades con las diferentes instituciones públicas y privadas involucradas en el turismo.	-Infraestructura administrada en el territorio -Estadísticas del turismo nacional	-Promoción de los sitios turísticos y recreativos bajo su administración - Administración de los centros recreativos de propiedad pública
Policía de Turismo (POLITUR)	A favor	Brindar protección y seguridad a los turistas para prevenir y disuadir de los actos delictivos, además de colaborar con las autoridades ambientales y culturales para proteger el patrimonio.	-Recurso humano con equipo de emergencia -Conocimiento y aplicación de seguridad y rescate -Logística de seguridad y cumplimiento de normas turísticas	-Velar por el cumplimiento de la política y plan nacional de turismo. -Proteger los lugares turísticos y el patrimonio cultural -Brindar seguridad
Comité de emprendedores y artesanos	A favor	Representar y aportar sus conocimientos y experiencias sobre las necesidades y oportunidades del sector artesanal en el desarrollo turístico.	-Productos autóctonos y naturales -Mano de obra -Talleres de elaboración de artesanías	-Crecimiento económico -Aumentar su ingreso por las ventas de sus productos -Expansión de su mercado y canales de comercialización

Inversionistas	A favor	Aportar los recursos financieros necesarios para construir infraestructura, desarrollar productos y servicios turísticos, y crear empleos.	-Recurso financiero -Experiencia de las operaciones del sector -Infraestructura	-Apoyo a proyectos rentables para obtener ingresos altos -Crecimiento económico
Turistas	Neutral	Consumir responsablemente los servicios turísticos, minimizar su impacto ambiental y respetar la cultura local.	-Capacidad financiera -Promoción a través de sus amigos y redes personales	-Tiempo de calidad en atractivos turísticos de su interés -Accesibilidad a los atractivos turísticos.
Tour operadores	Neutral	Conectar a los turistas con los diferentes productos y servicios turísticos disponibles en el destino, y para garantizar que sus experiencias sean positivas y responsables.	-Contactos y alianzas en el rubro turístico. -Promoción y publicidad -Atracción de turistas	- Asociarse con el turismo sostenible puede mejorar la imagen y la reputación de un tour operador -Apoyar iniciativas de desarrollo comunitario
Universidad de El Salvador	A favor	Desarrollar el plan de turismo sostenible, actuando como catalizadores de conocimiento, innovación y colaboración entre diversos actores.	-Conocimiento técnico en diversas áreas para la aplicación de herramientas de análisis y diseño -Recurso humano profesional y capacitado	-Aportar conocimiento e iniciativas de acuerdo a la formación profesional -Contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades locales
Competencia	En contra	Satisfacer la demanda de servicios turísticos en el territorio de Panchimalco a través de servicios de calidad	-Productos y servicios turísticos -Apoyo técnico	Aumentar su captación de la demanda turística del territorio

Ministerio de trabajo	Neutral	Encargado de supervisión y regulación en cuanto a las condiciones laborales respecto a maquinaria y equipo de construcción y operación y derechos de los trabajadores	Asesoramiento sobre legislación laboral, documentación para el funcionamiento y validación del cumplimiento de la legislación	Garantizar el empleo digno y la protección de los derechos laborales de los trabajadores
Ministerio de medio ambiente y recursos naturales (MARN)	Neutral	Entidad encargada de la protección y conservación del medio ambiente, incluyendo los recursos naturales renovables y no renovables, asegurando que no se incumpla ninguna normativa.	-Permisos ambientales -Lineamientos y asesoramiento en cuanto a la sostenibilidad ambiental	-Garantizar que el proyecto se implemente de manera sostenible, minimizando el impacto ambiental negativo.
Ministerio de cultura	A favor	Proteger y conservar el patrimonio cultural tangible e intangible del país, incluyendo el del territorio de Panchimalco incluyendo sitios arqueológicos, monumentos históricos, tradiciones, expresiones artísticas y manifestaciones culturales.	-Patrimonio cultural -Recurso humano capacitado -Infraestructura cultural -Leyes y normativas para protección cultural	- Conservación y difusión de la cultura y el arte. - Generación de las condiciones que permitan al país desarrollarse en el sector turístico cultural

.

Evaluación de los actores

Tabla 129. Evaluación de los actores en el desarrollo del plan turístico sostenible en el territorio de Panchimalco.

Actores involucrados	Importancia	Influencia	Resultante	Posición potencial
Unidad de turismo del territorio de Panchimalco	5	5	25	Favorable
Habitantes de la comunidad	5	5	25	Favorable
Ministerio de turismo (MITUR)	5	4	20	Favorable
Corporación salvadoreña de turismo (CORSATUR)	3	4	12	Favorable
Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)	3	4	12	Favorable
Policía de Turismo (POLITUR)	4	3	12	Favorable
Comité de emprendedores y artesanos	4	4	16	Favorable
Inversionistas	5	5	25	Favorable
Turistas	5	4	20	Favorable
Tour operadores	3	4	12	Favorable
Universidad de El Salvador	4	3	12	Favorable
Competencia	3	3	9	Desafiante
Ministerio de trabajo	3	3	9	Desafiante
Ministerio de medio ambiente y recursos naturales	4	3	12	Favorable
Ministerio de cultura	4	3	12	Favorable

.

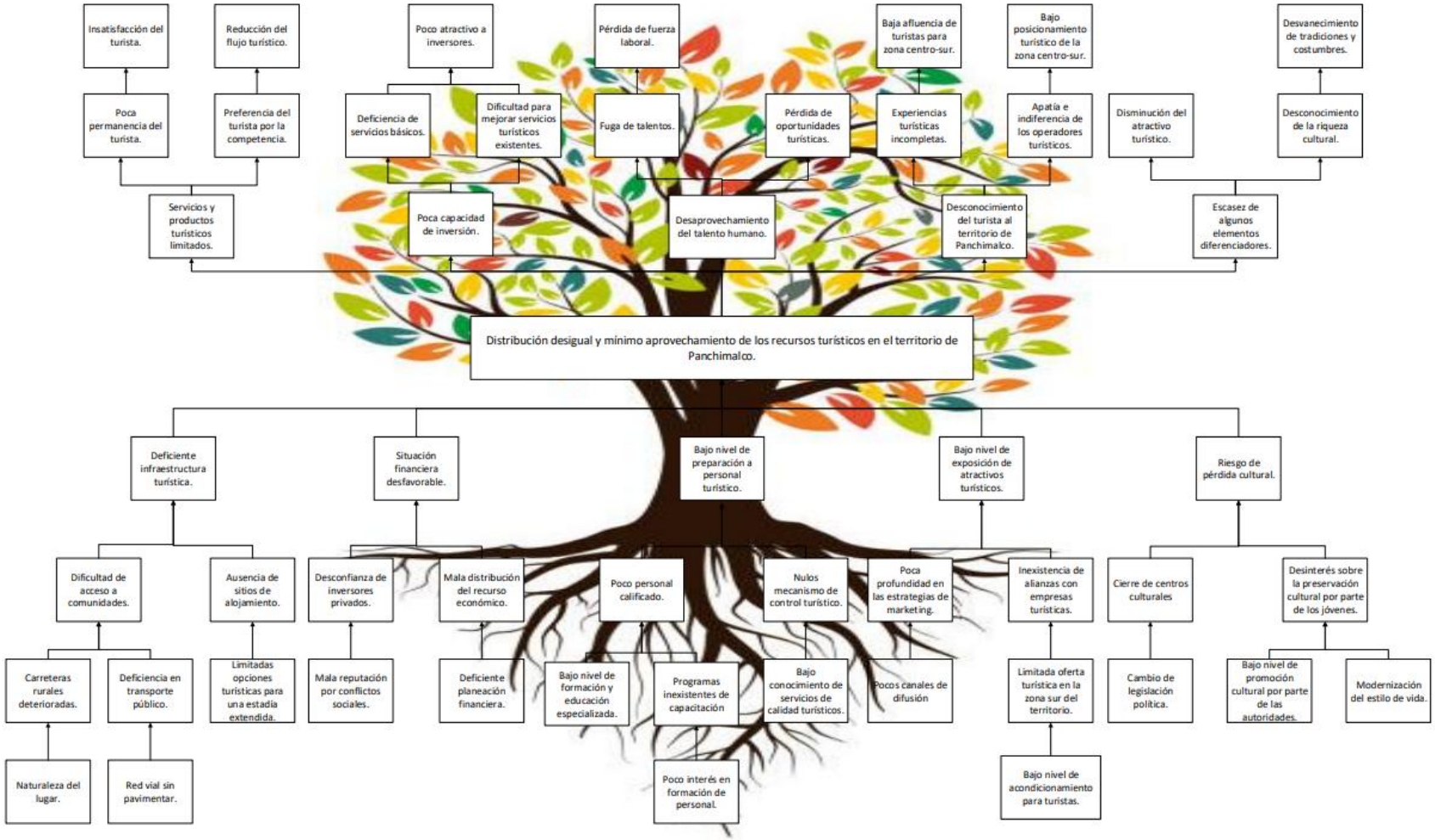
Matriz de importancia e influencia

Tabla 130. Matriz de importancia e influencia

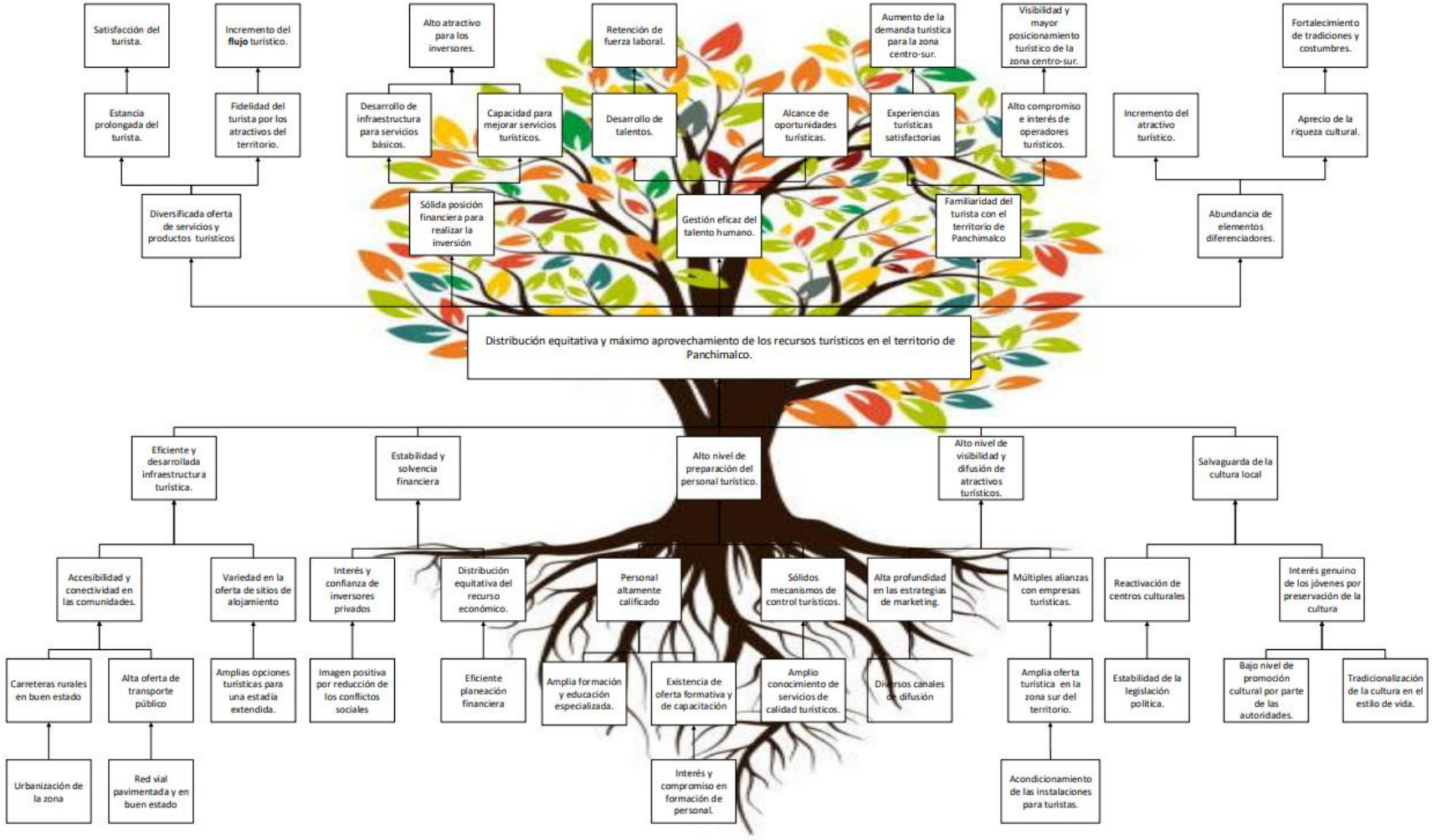
Alta importancia/Alta influencia	Alta importancia/Baja influencia
▪ Unidad de Turismo del Territorio de Panchimalco ▪ Habitantes de la Comunidad ▪ Ministerio de Turismo (MITUR) ▪ Inversionistas ▪ Turistas	▪ Policía de Turismo (POLITUR) ▪ Comité de Emprendedores y Artesanos ▪ Ministerio de Trabajo ▪ Competencia
Baja importancia/Alta influencia	**Baja importancia/Baja influencia**
▪ Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) ▪ Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) ▪ Tour Operadores ▪ Universidad de El Salvador ▪ Ministerio de Medio Ambiente ▪ Ministerio de Cultura	

.

J. Árbol de problemas



K. Árbol de objetivos



L. Descripción de las causas del problema

- **Deficiente infraestructura turística.**

Es un factor determinante en la distribución desigual del aprovechamiento de los recursos turísticos en el territorio. Esta problemática se manifiesta en varios aspectos que dificultan el acceso a las comunidades y limitan la experiencia turística, la deficiente infraestructura turística en Panchimalco limita significativamente el acceso a muchas de sus comunidades, especialmente a aquellas más alejadas del centro urbano.

La falta de caminos adecuados por condiciones de la naturaleza del lugar y señalización insuficiente dificulta el flujo de turistas, restringiendo la promoción de los atractivos locales. A su vez, el deterioro de las carreteras rurales eleva los costos de transporte y desalienta tanto a visitantes como a operadores turísticos, concentrando la actividad en zonas más accesibles. La ausencia de un sistema de transporte público eficiente agrava esta situación, limitando las opciones de movilidad de los turistas y reduciendo la demanda de servicios en las comunidades más remotas.

La deficiente infraestructura turística en Panchimalco no solo limita el acceso a las comunidades y restringe la movilidad de los turistas, sino que también incide directamente en la oferta de servicios turísticos y en la experiencia general del visitante. La escasez o ausencia de alojamientos adecuados, como hoteles, hostales o cabañas, en muchas comunidades de Panchimalco limita la posibilidad de que los turistas se queden por más tiempo. Esto restringe la exploración de los alrededores y reduce la demanda de servicios locales. La falta de una oferta turística diversificada y de actividades para una estadía prolongada desalienta a los turistas a visitar Panchimalco por más de un día, esto se debe a que, al no contar con suficientes atractivos o servicios, los visitantes agotan rápidamente las opciones disponibles y deciden continuar su viaje hacia otros destinos.

- **Situación financiera desfavorable**

La situación financiera desfavorable es otra causa significativa que agrava la problemática de la distribución desigual del aprovechamiento turístico en Panchimalco.

Esta situación se ve influenciada por una serie de factores interrelacionados que limitan la inversión y el desarrollo del sector turístico.

La desconfianza de los inversores privados, generada por la percepción de riesgos asociados a la inestabilidad social, la falta de garantías legales y la incertidumbre sobre el retorno de la inversión, limita el acceso a capital necesario para desarrollar proyectos turísticos. A esto se suma una mala reputación, producto de conflictos sociales pasados o presentes, que disuade a turistas e inversores por igual. La desigual distribución de los recursos económicos perpetúa las disparidades y limita la capacidad de inversión en las comunidades más marginadas, mientras que la deficiente planificación financiera impide una gestión eficiente de los recursos disponibles y reduce la capacidad de atraer nuevas inversiones, creando un círculo vicioso que obstaculiza el desarrollo turístico sostenible en la región.

- **Bajo nivel de preparación a personal turístico.**

Esta problemática se manifiesta en diversas dimensiones que afectan la calidad de los servicios ofrecidos y la experiencia del turista. La escasez de personal con las competencias y habilidades necesarias para atender las demandas del sector turístico limita la oferta de servicios de calidad. La falta de personal calificado se traduce en una atención al cliente deficiente, lo que puede generar una mala imagen del destino.

Un bajo nivel de formación y educación especializada del personal turístico impide ofrecer servicios personalizados y adaptados a las necesidades de los visitantes. La falta de conocimientos en áreas como idiomas extranjeros, historia local y gestión turística limita la capacidad de brindar información precisa y relevante.

La ausencia de programas de capacitación continuada impide que el personal turístico se actualice en las últimas tendencias y mejores prácticas del sector. Esto limita la capacidad de adaptación a los cambios del mercado y de ofrecer servicios innovadores. La falta de interés por parte de los empleadores y de los propios trabajadores en la

formación continua limita el desarrollo de las competencias del personal. Esto se debe a diversos factores, como la falta de recursos económicos, la falta de tiempo y la percepción de que la formación no es necesaria.

La ausencia de mecanismos de control y supervisión de la calidad de los servicios turísticos dificulta garantizar que los estándares de calidad se cumplan. Esto puede generar una gran variabilidad en la calidad de los servicios ofrecidos y afectar la satisfacción del turista. La falta de conocimiento sobre los conceptos de calidad en el servicio turístico limita la capacidad de ofrecer experiencias memorables a los visitantes. El personal turístico debe conocer las expectativas de los clientes y estar en capacidad de satisfacerlas.

- **Baja exposición de los atractivos turísticos**

Esta problemática se manifiesta en diversas dimensiones que limitan la visibilidad del destino y reducen el flujo de visitantes como la falta de estrategias de marketing sólidas y bien definidas que impide posicionar a Panchimalco como un destino turístico atractivo. La ausencia de una imagen de marca clara y coherente que dificulta la diferenciación frente a otros destinos. La limitada utilización de canales de difusión tradicionales y digitales restringe la llegada de la información sobre los atractivos turísticos de Panchimalco a los potenciales visitantes. La falta de una presencia en línea efectiva limita la visibilidad del destino en el mercado turístico. La falta de alianzas estratégicas con empresas turísticas nacionales e internacionales limita la distribución de los productos turísticos de Panchimalco. La ausencia de paquetes turísticos que incluyan a Panchimalco como destino dificulta su promoción. La concentración de la oferta turística en la zona sur del territorio limita la exploración de otras áreas de Panchimalco con gran potencial turístico. La falta de diversificación de la oferta desincentiva a los turistas a realizar estancias más prolongadas. La falta de servicios básicos para turistas, como señalización, baños públicos y áreas de descanso, desincentiva a los visitantes y genera una mala imagen del destino, así como la falta de infraestructura turística básica limita la experiencia del turista y reduce la satisfacción.

- **Riesgo de Pérdida Cultural**

La pérdida cultural es una problemática que afecta a muchas comunidades, incluyendo a Panchimalco. Esta situación se ve influenciada por una serie de factores interrelacionados que ponen en riesgo la preservación de las tradiciones, costumbres y valores locales.

El cierre de centros culturales implica la pérdida de espacios físicos dedicados a la promoción y difusión de la cultura local. Estos espacios son fundamentales para preservar las tradiciones, fomentar la creatividad y fortalecer el sentido de identidad. Así mismo Los cambios en la legislación política pueden tener un impacto directo en la protección del patrimonio cultural. La falta de leyes claras y específicas que protejan el patrimonio cultural puede facilitar su deterioro o desaparición. La pérdida de interés por parte de las generaciones jóvenes en las tradiciones y costumbres de sus antepasados es una amenaza para la supervivencia de la cultura. La falta de conexión con las raíces culturales puede llevar a la pérdida de conocimientos y prácticas ancestrales.

La falta de políticas públicas destinadas a promover y proteger la cultura local limita las oportunidades para que las expresiones culturales se desarrollen y se difundan. La ausencia de inversión en cultura dificulta la preservación del patrimonio cultural. La modernización del estilo de vida y la globalización pueden erosionar las tradiciones y costumbres locales. La adopción de nuevos hábitos de consumo y la influencia de otras culturas pueden llevar a la pérdida de la identidad cultural.

M. Síntesis y validación de la problemática

Para la síntesis de la problemática se hará uso de la técnica de la caja negra la cual la cual dará un enfoque analítico mediante la identificación de las entradas asociadas a los problemas actuales y ofrecerá variables de solución.

Estado A

Distribución desigual y mínimo aprovechamiento de los recursos turísticos en el territorio de Panchimalco.



Estado B

Distribución equitativa y mayor aprovechamiento de los recursos turísticos en el territorio de Panchimalco.

La transición de un estado A de distribución desigual en el que actualmente los principales atractivos turísticos se encuentran centralizados en la zona norte, a un estado B de distribución equitativa del aprovechamiento de los recursos turísticos potenciales que se encuentran en el territorio de Panchimalco requiere de una planificación estratégica, la participación de todos los actores involucrados y un enfoque sostenible que beneficie a toda la comunidad. Analizando los estados A y B se tienen las siguientes variables.

Variables de entrada

- Deficiente infraestructura turística.
- Situación financiera desfavorable.
- Bajo nivel de preparación a personal turístico.
- Bajo nivel de exposición de atractivos turísticos.
- Riesgo de pérdida cultural.

Variables de salida

- Eficiente y desarrollada infraestructura turística.
- Estabilidad y solvencia financiera
- Alto nivel de preparación del personal turístico.
- Alto nivel de visibilidad y difusión de atractivos turísticos.
- Salvaguarda de la cultura local

Enunciado del problema

¿Qué estrategias de gestión y desarrollo turístico basados en la sostenibilidad se podrían implementar en el territorio de Panchimalco para una distribución equitativa y máximo aprovechamiento de los recursos turísticos?

CAPITULO VI:
CONCEPTUALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN

CAPITULO VI. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA SOLUCIÓN

I. Generalidades de la propuesta

Para establecer la conceptualización de la solución se presenta la siguiente metodología para una visión clara de los objetivos y selección de los programas a desarrollar para consolidar el plan de desarrollo turístico sostenible en el territorio de Panchimalco.

Ilustración 76. Metodología de la conceptualización de la solución



Se someten a selección tres diferentes estrategias turísticas que se definen a través de la investigación como referentes de pertinencia geográfica, diversidad metodológica y relevancia institucional.

En base a los componentes de la estrategia turística seleccionada se plantean las áreas o pilares de acción a considerar en el establecimiento del plan

A partir de las áreas estratégicas identificadas se presentan los programas correspondientes a cada área que se someterán a selección posteriormente

Se establecen los criterios de selección para evaluar los programas versus los problemas identificados en el diagnóstico a través de una matriz ponderada y se realiza la selección de los programas a estructurar.

Se realizará la matriz de consistencia para comprender la correlación de los programas a diseñar y los problemas identificados en el diagnóstico.

Por último, se presentará el esquema de la propuesta de solución, así como la descripción correspondiente a lo que implica cada programa a diseñar.

II. Selección de la estrategia turística a desarrollar

Las estrategias a evaluar en este apartado corresponden a los países de Chile, Perú y El Salvador, la elección de dichas estrategias de turismo sostenible responde a criterios de pertinencia geográfica, diversidad metodológica y relevancia institucional. Estas tres propuestas reflejan diferentes niveles de madurez y enfoques en la gestión del turismo sostenible dentro del contexto latinoamericano. Chile representa un modelo avanzado y técnico con fuerte descentralización; Perú destaca por su enfoque patrimonial y comercial; mientras que El Salvador ofrece una visión institucional alineada a las realidades locales. Su evaluación conjunta permite construir un análisis comparativo robusto, orientado a identificar los pilares más adecuados para el diseño de un plan turístico sostenible en Panchimalco, donde la aplicación territorial y comunitaria es esencial.

En la siguiente tabla se definen las generalidades de las estrategias a someter a selección:

Tabla 131. Generalidades de las estrategias turísticas de Chile, Perú y El Salvador

Estrategia	Objetivo	Pilar/Área Estratégica	Descripción general
Estrategia Nacional de turismo Chile 2024	Consolidar un modelo de desarrollo turístico sostenible, resiliente y descentralizado.	1. Inteligencia turística y planificación	Promueve el uso de datos e información para la toma de decisiones estratégicas.
		2. Posicionamiento y experiencias únicas	Busca fortalecer la identidad y diferenciación del destino a través de experiencias auténticas.
		3. Seguridad y resiliencia turística	Promueve la gestión de riesgos y la preparación del destino ante crisis.
		4. Infraestructura y accesibilidad	Mejora la conectividad física y digital de los destinos.
		5. Gobernanza turística descentralizada	Fomenta una gestión participativa del turismo.
PENTUR 2025 Perú (Plan Estratégico	Posicionar a Perú como un destino	1. Diversificación y consolidación de mercados	Expansión de la demanda turística.
		2. Diversificación y consolidación de la oferta	Aumentar y mejorar los productos turísticos.

Nacional Turismo)	competitivo y sostenible.	3. Facilitación turística	Reducir barreras para el turista.
		4. Institucionalidad del sector	Fortalecer la coordinación institucional.
		5. Gestión del conocimiento e innovación turística	Uso de información y aprendizaje en la gestión.
Plan Nacional de Turismo El Salvador 2025	Transformar el turismo en motor de desarrollo sostenible.	1. Preservar el patrimonio sociocultural y natural	Protección del patrimonio y desarrollo sostenible.
		2. Gestión de capacidades y potencialidades	Formación y mejora del capital humano y recursos.
		3. Gestión de la demanda turística	Promover y facilitar la llegada de turistas.
		4. Institucionalidad del sector	Coordinación interinstitucional para el turismo.
		5. Turismo inteligente e innovación	Aplicación de tecnologías y gestión eficiente.

.

Con lo anterior definido se procede a seleccionar la estrategia a desarrollar en la consecución del plan por medio de una escala de valoración “Positiva” o “Neutral” según el aporte del pilar o área estratégica en el territorio de Panchimalco en relación con los objetivos planteados, una vez con la valoración asignada se puntúa como 1 a las valoraciones positivas y 0 a las valoraciones neutrales, al final la estrategia seleccionada es la que cuente con un puntaje mayor, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 132. Puntuación y selección de estrategia de turismo a desarrollar.

Estrategia	Pilar/Área Estratégica	E. Enfoque específico	F. Valoración para Panchimalco	Indicador	Puntaje
Estrategia Nacional de turismo Chile 2024	1. Inteligencia turística y planificación	Desarrollar sistemas de información y monitoreo territorial con base en datos abiertos y participación de gobiernos locales.	Positivo: aporta metodología para diseñar rutas según intereses, flujos y capacidades del destino.	1	5
	2. Posicionamiento y experiencias únicas	Fomento de experiencias territoriales diferenciadoras, valorizando cultura, naturaleza y comunidad.	Positivo: aplica directamente a las rutas culturales y vivenciales de Panchimalco.	1	
	3. Seguridad y resiliencia turística	Estrategias de adaptación al cambio climático, seguridad en zonas turísticas, protocolos sanitarios y resiliencia ante desastres.	Positivo: relevante para un destino vulnerable a riesgos naturales o sociales.	1	
	4. Infraestructura y accesibilidad	Impulso a la conectividad vial, señalética turística, accesibilidad universal e infraestructura básica.	Positivo: clave para facilitar el recorrido de las rutas planificadas en zonas rurales.	1	
	5. Gobernanza turística descentralizada	Impulsa el rol de municipios, comunidades y actores locales en la toma de decisiones turísticas.	Positivo: encaja con la participación de Panchimalco en su propio desarrollo turístico.	1	
PENTUR 2025 Perú (Plan Estratégico Nacional Turismo)	1. Diversificación y consolidación de mercados	Desarrollo de nuevos mercados emisores y segmentación del marketing turístico.	Neutral: útil para contextos nacionales, poco aplicable al desarrollo local de Panchimalco.	0	1
	2. Diversificación y consolidación de la oferta	Mejora de productos turísticos existentes y creación de nuevas experiencias.	Positivo: Aplicable dado que se desea ampliar la oferta en atractivos turísticos	1	
	3. Facilitación turística	Mejora de trámites migratorios, información turística y señalización.	Neutral: enfoque técnico más relacionado con macro gestión	0	

	4. Institucionalidad del sector	Modernización de entidades turísticas y regulación sectorial.	Neutral: más relevante a escala nacional.	0	
	5. Gestión del conocimiento e innovación turística	Monitoreo de indicadores, aprendizaje continuo y emprendimientos innovadores	Neutral: ya que constituyen elementos relevantes, pero que no tienen un impacto directo y metodológicamente vinculante con el modelo de desarrollo local	0	
Plan Nacional de Turismo El Salvador 2025	1. Preservar el patrimonio sociocultural y natural	Gestión del patrimonio local, natural y cultural, con énfasis en identidad nacional.	Positivo: coherente con el rescate cultural de Panchimalco.	1	3
	2. Gestión de capacidades y potencialidades	Capacitación técnica, promoción del emprendimiento, articulación productiva.	Positivo: fortalece capacidades locales	1	
	3. Gestión de la demanda turística	Estrategias de promoción, conectividad y alianzas público-privadas.	Neutral: útil, pero no central para el objetivo de rutas comunitarias.	0	
	4. Institucionalidad del sector	Refuerzo de marcos normativos y coordinación entre actores.	Neutral: enfoque más general y político.	0	
	5. Turismo inteligente e innovación	Uso de plataformas digitales, sistemas de gestión de visitantes y desarrollo de destinos inteligentes	Positivo: alude a mejoras en la información turística y obtención de información relevante en el flujo turístico	1	

.

Con el mayor puntaje se selecciona la ***Estrategia Nacional de turismo Chile 2024.***

La elección de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible de Chile como base para esta propuesta reafirma la decisión de priorizar el desarrollo de productos turísticos en forma de rutas, frente a una expansión basada únicamente en la creación de nuevos sitios turísticos. Esta estrategia promueve la consolidación y diversificación de la oferta mediante experiencias auténticas y sostenibles, que aprovechan los recursos ya existentes en los territorios.

Si bien el diseño propuesto contempla una ruta que requerirá la habilitación o adecuación de nuevos espacios, estos no implican una transformación del entorno, sino más bien la puesta en valor de lugares donde ya se desarrollan actividades locales de forma informal o poco visibilizada. De esta manera, se busca fortalecer la identidad cultural de Panchimalco, conectar sus atractivos comunitarios y naturales, e integrar a la población en el proceso de gestión turística.

El modelo chileno, con su enfoque en planificación descentralizada, accesibilidad, gobernanza local e innovación, ofrece un marco idóneo para guiar esta intervención de manera sostenible, sin recurrir a grandes inversiones ni generar impactos negativos sobre el entorno.

A. Identificación de las áreas estratégicas

Los análisis presentados en los capítulos anteriores han revelado un panorama claro de los desafíos y oportunidades que enfrenta el territorio de Panchimalco en el ámbito turístico. Si bien cuenta con un rico patrimonio cultural y natural, es evidente la necesidad de implementar estrategias focalizadas en aprovechar al máximo estos recursos y fomentar un desarrollo sostenible. En este sentido, se pretende establecer las áreas estratégicas que guiarán la formulación de un plan integral, con el objetivo de promover el turismo de manera equilibrada y respetuosa con el entorno y las comunidades locales.

Considerando los pilares y líneas de acción descritos en la estrategia nacional de turismo presentada por la subsecretaría de Chile en julio de 2024, se establecen las siguientes

áreas estratégicas para la consecución del plan de desarrollo turístico en el territorio de Panchimalco.

- **Inteligencia turística y planificación:** Se centra en el uso efectivo de la información para mejorar los procesos de planificación y la toma de decisiones estratégicas y operativas en el sector. Lo anterior, implica contar con capacidades adecuadas para recopilar, analizar, interpretar y utilizar datos e información, para entre otras cosas.

- **Posicionamiento y experiencias únicas:** Se centra en cimentar el posicionamiento como destino líder en turismo sostenible a través de la promoción –tanto a nivel nacional como internacional– se busca impactar positivamente en indicadores claves y para ello se cuenta con planes de marketing turístico y se impulsa el brindar servicios de calidad.

- **Seguridad y resiliencia turística:** Busca promover la adecuada preparación de destinos ante eventos adversos que presenten riesgos para el turista y la población. Además, considera preparar a los destinos a través de obras, planes e información, para consolidar un turismo más sostenible, seguro, resiliente y adaptado a las cambiantes condiciones del entorno.

- **Infraestructura y Accesibilidad:** Se centra en promover el turismo accesible en infraestructura y condiciones mínimas de bienestar requeridas, en el cual los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados por cualquier turista.

- **Gobernanza turística descentralizada:** Busca incorporar con mayor fuerza una mirada turística en el diseño de políticas públicas, otorgar protagonismo al territorio y consolidar el turismo como motor de desarrollo sostenible en conjunto con el sector privado y las comunidades y otros actores de la sociedad civil.

B. Identificación de los programas por área estratégica

Considerando las áreas identificadas se desglosa el objetivo y los programas correspondiente por área estratégica.

Tabla 133. Desglose de objetivos y programas por área estratégica.

Área estratégica: Inteligencia turística y planificación	
Objetivo del área	**Programas**
Desarrollar sistemas de información turístico integral para la toma de decisiones estratégicas basadas en datos estratégicos.	1- Desarrollo de productos turísticos 2- Diseño de instrumentos de control turístico 3- Investigación y estudio de datos turísticos
Área estratégica: Posicionamiento y experiencias únicas	
Objetivo del área	**Programas**
Consolidar una marca turística capaz de atraer a un público diverso y generar experiencias turísticas auténticas y de calidad.	1- Mejora e innovación de servicios 2- Desarrollo de un sistema de calidad turística 3- Formación y organización turística 4- Cultura turística 5- Marketing 6- Estrategias de comunicación
Área estratégica: Seguridad y resiliencia turística	
Objetivo del área	**Programas**
Garantizar la seguridad y el bienestar de los turistas y la comunidad local, siendo un destino turístico seguro y resiliente ante los desafíos ambientales y sociales, promoviendo prácticas sostenibles y responsables.	1- Cultura y conciencia turística 2- Turismo, biodiversidad y áreas protegidas 3- Seguridad turística 4- Turismo inclusivo
Área estratégica: Infraestructura y Accesibilidad	
Objetivo del área	**Programas**

Desarrollar una infraestructura turística de calidad y accesible que permita conectar los diferentes atractivos turísticos, mejorando la experiencia del visitante.	1- Mejoramiento de vías de acceso y senderos turísticos 2- Promoción del transporte público sostenible 3- Restauración y conservación del patrimonio natural y cultural 4- Conectividad intermodal
Área Estratégica: Gobernanza Turística Descentralizada	
Objetivo del área	**Programas**
Fortalecer la gobernanza turística, a través de estrategias que promuevan la participación de todos los actores involucrados en el desarrollo turístico.	1- Creación de un consejo consultivo turístico 2- Gestión de comunicación interinstitucional. 3- Certificación de Turismo Sostenible 4- Alianzas y cooperación estratégica

.

C. Selección de programas a diseñar

Los programas por implementar serán aquellos que surjan como las piezas clave del desarrollo turístico. Cada programa debe encajar en el plan general, contribuyendo a resolver problemas específicos y a impulsar el crecimiento del destino. Es esencial que estos programas aborden de forma integral las diferentes dimensiones del turismo integrándose a las áreas estratégicas definidas para el diseño del plan.

Las problemáticas identificadas a través del diagnóstico y en base a las diferentes técnicas que deberán integrarse a las áreas estratégicas son las siguientes:

Tabla 134. Resumen de problemáticas identificadas mediante el diagnóstico

Problemática	Problemas Específicos Identificados
Infraestructura Turística	1. Dificultad de acceso a las comunidades 2. Carreteras rurales deterioradas 3. Deficiencia en el transporte público 4. Red vial sin pavimentar 5. Ausencia de sitios de alojamiento

	6. Limitadas opciones turísticas para una estadía extendida
Economía y Financiamiento	7. Desconfianza de inversores públicos 8. Mala reputación por conflictos sociales 9. Mala distribución del recurso económico 10. Deficiente planeación financiera
Capital Humano	11. Poco personal calificado 12. Bajo nivel de formación y educación especializada 13. Programas inexistentes de capacitación 14. Poco interés en la formación del personal 15. Nulos mecanismos de control turístico 16. Bajo conocimiento de servicios de calidad turística
Promoción y Marketing	17. Poca profundidad en las estrategias de marketing 18. Pocos canales de difusión 19. Inexistentes alianzas con empresas turísticas 20. Limitada oferta turística en la zona sur del territorio 21. Bajo nivel de acondicionamiento para turistas
Cultura y Patrimonio	22. Cierre de centros culturales 23. Cambio de legislación política 24. Desinterés sobre la preservación cultural por parte de los jóvenes 25. Bajo nivel de promoción cultural por parte de las autoridades 26. Modernización del estilo de vida

.

Con el fin de elegir los programas a diseñar más adecuados, se presenta la siguiente matriz cruzando los programas estratégicos con las distintas problemáticas que buscan solucionar. A cada problemática se le asignará un puntaje que indicará su relevancia, considerando **"Alta"** con un puntaje de **3**, **"Mediana"** con un puntaje de **2** y **"Baja"** con un puntaje de **1**, permitiendo así realizar una selección basada en datos cuantitativos y priorizar aquellos programas que generen un mayor impacto en la resolución de los desafíos más importantes.

Tabla 135. Matriz de identificación de los programas estratégicos versus las problemáticas de incidencia.

	Infraestructura Turística						Economía				Capital Humano						Promoción					Cultura				
Programas identificados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Desarrollo de productos turísticos	x	x	x	x		x		X	x	x				x						x	x	x				x
Diseño de instrumentos de control turístico							x	X				x			x				x							
Investigación y estudio de datos turísticos						x	x	X	x						x				x				x			
Mejora e innovación de servicios					x	x					x	x	X	x		x										
Desarrollo de un sistema de calidad turística	x	x	x	x	x	x		X		x	x	x	X	x	x	x				x	x					
Formación y organización turística	x		x		x	X	x	X		x		x	X	x							x	x		x		
Cultura turística											x	x	X			x						x		x	x	x
Marketing						X	x	X	x	x	x	x		x		x	X	x	x	x	x				x	
Estrategias de comunicación																	X	x	x	x	x					
Cultura y conciencia turística											x	x	X	x			X	x	x	x				x	x	
Turismo, biodiversidad y áreas protegidas									x									x			x			x		x
Seguridad turística							x	X		x					x										x	x
Turismo inclusivo	x										x	x		x							x					x
Mejoramiento de vías de acceso y senderos turísticos	x	x								x					x	x				x	x					
Promoción del transporte público sostenible												x	X			x					x					x
Restauración y conservación del patrimonio natural y cultural										x		x		x									x	x	x	
Conectividad intermodal						x				x					x			x								
Creación de un consejo consultivo turístico							x			x		x			x	x							x	x	x	
Gestión de comunicación interinstitucional.							x	X	x	x	x			x												
Certificación de Turismo Sostenible							x			x	x	x			x							x				x
Alianzas y cooperación estratégica	x		x		x		x	X	x	x		x	X	x			x	x	x	x		x	x		x	

.

Tabla 136. Matriz ponderada de los programas estratégicos versus las problemáticas de incidencia.

	Infraestructura Turística						Economía				Capital Humano						Promoción					Cultura					Total
Programas identificados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
Desarrollo de productos turísticos	3	3	3	3		3		1	2	3				2						3	3	3				1	33
Diseño de instrumentos de control turístico							3	1				2			3				2								11
Investigación y estudio de datos turísticos.						2	3	2	1						3				2				2				15
Mejora e innovación de servicios					1	2					2	2	3	2		2											14
Desarrollo de un sistema de calidad turística	3	3	3	3	2	3		2		2	3	3	3	3	2	3				3	3						44
Formación y organización turística	2		2		1	1	3	3		3		2	3	2							2	3		3			30
Cultura turística											2	3	3			3						3		3	1	1	19
Marketing						2	2	1	2	2	3	2		2		3	3	3	3	3	2				3		36
Estrategias de comunicación																	3	3	2	2	1						11
Cultura y conciencia turística											3	3	3	3			2	2	1	1				3	3		24
Turismo, biodiversidad y áreas protegidas									2									1			3			1		1	8
Seguridad turística							3	3		2					2										1	1	12
Turismo inclusivo	3										3	3		3							3					1	16
Mejoramiento de vías de acceso y senderos turísticos	3	3								2					3	2				3	3						19
Promoción del transporte público sostenible												1	2			1					2					3	9
Restauración y conservación del patrimonio natural y cultural										1		2		2									3	3	3		14
Conectividad intermodal						1				1					1			2									5

Creación de un consejo consultivo turístico							2			1		2			2	2							3	3	2		17
Gestión de comunicación interinstitucional.							3	2	2	2	2			1													12
Certificación de Turismo Sostenible							1			1	3	1			1							1				2	10
Alianzas y cooperación estratégica	2		2		3		2	3	2	3		3	1	1			1	1	1	1		1	3		1		31

.

En el proceso de selección se considera la relación del programa sugerido a diseñar versus los problemas encontrados, de ahí surge entonces la aplicación de la escala de importancia determinada del 1 al 3, posteriormente se suman los puntajes totales y se considera que siendo el promedio aproximadamente un puntaje de 19, se tomaran para diseñar aquellos que se encuentren sobre el promedio, es decir los programas con puntuaciones totales mayores a 19 puntos.

D. Matriz de consistencia

Tabla 137. Matriz de consistencia – componentes de la solución versus programas a desarrollar.

Área problema	Descripción del área problema	Componente de solución	Descripción del componente de solución
Infraestructura Turística	Panchimalco enfrenta desafíos en cuanto a infraestructura turística y vías de acceso, por lo que la carencia de señalización adecuada y caminos accesibles limita la experiencia del visitante, además enfrenta escasez de opciones de alojamiento de calidad y deficiencias en los servicios básicos que impide ofrecer una estancia confortable.	1. Diseño de rutas turísticas 2. Señalización turística 3. Infraestructura turística 4. Gestión de la información turística y prácticas sostenibles 5. Seguridad turística	Los programas comprenden el diseñar rutas turísticas con condiciones de infraestructura adecuadas que permitan explorar los atractivos de Panchimalco de manera organizada y eficiente. Asimismo, se plantea mejorar la señalización para facilitar la orientación de los visitantes y garantizar su seguridad.
Economía y financiamiento	La economía de Panchimalco depende en gran medida de la artesanía, lo que la vuelve vulnerable a fluctuaciones en la demanda. La	1. Formación para emprendedores	Los programas buscan diversificar la economía de Panchimalco y fortalecer el sector turístico, generando mayores

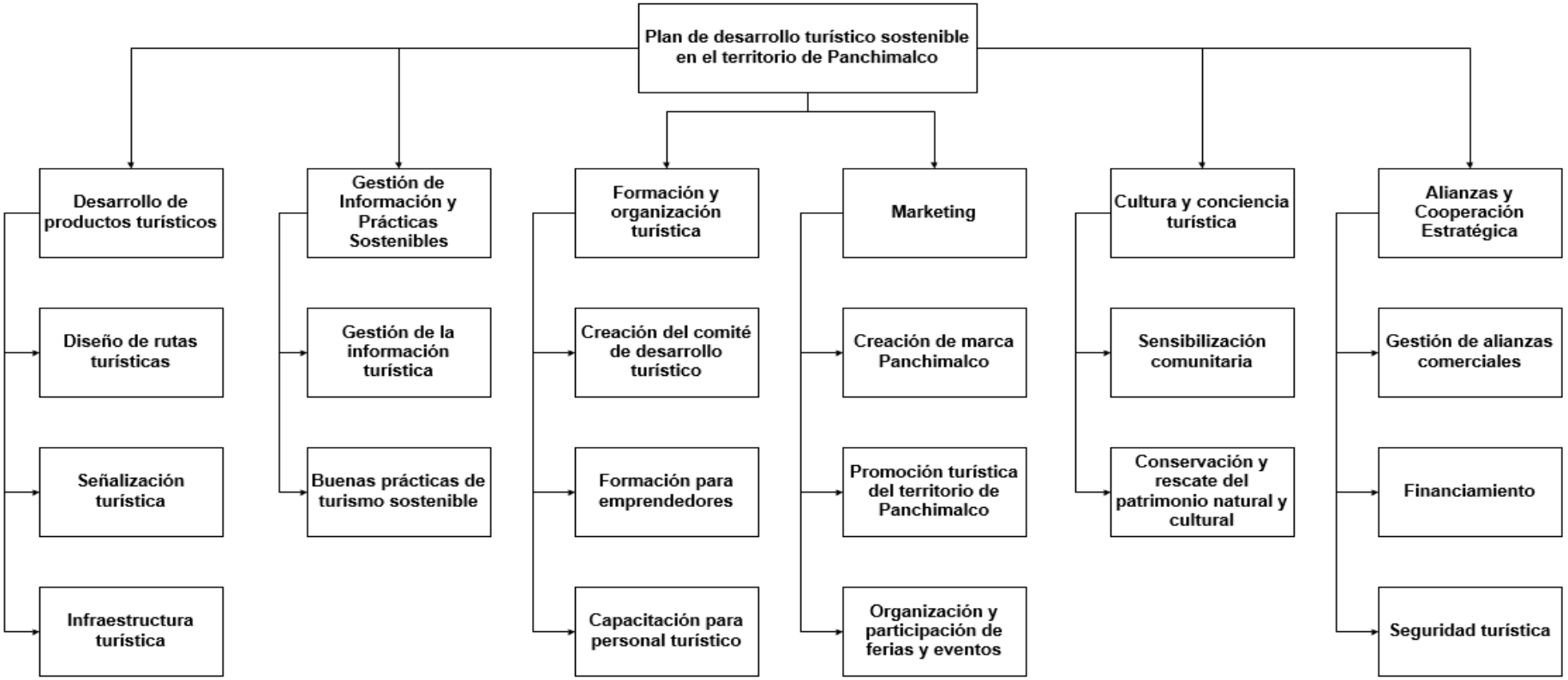
	falta de diversificación económica y la escasez de inversión privada limitan el crecimiento del sector turístico. Además, la percepción de altos riesgos desalienta a los inversores.	2. Organización y participación de ferias y eventos 3. Gestión de alianzas comerciales 4. Financiamiento	ingresos y oportunidades de empleo para la población local.
Capital Humano	El capital humano en Panchimalco requiere de mayor capacitación, especialmente en el área de turismo. La promoción de una cultura emprendedora y la preservación de las tradiciones son fundamentales para fortalecer el sector. Además, es necesario involucrar a la comunidad en la preservación del patrimonio cultural.	1. Creación del comité turístico 2. Capacitación para personal turístico 3. Formación para emprendedores 4. Organización y participación de ferias y eventos 5. Sensibilización comunitaria	Los programas se centrarán en fortalecer el capital humano de Panchimalco a través de la capacitación, la promoción del emprendimiento y la sensibilización cultural, con el fin de mejorar la calidad de los servicios turísticos y generar un mayor sentido de pertenencia a la comunidad.
Promoción y marketing	Panchimalco carece de una marca turística sólida y los esfuerzos de promoción se concentran principalmente en el mercado local. La falta de utilización de herramientas digitales limita el alcance de la oferta turística.	1. Gestión de la información turística y prácticas sostenibles 2. Creación de marca Panchimalco 3. Promoción turística del territorio de Panchimalco 4. Organización y participación de ferias y eventos	Los programas se orientan a acciones que buscan fortalecer la promoción turística de Panchimalco, posicionarlo como un destino atractivo y aumentar su visibilidad a nivel nacional e internacional, generando así un mayor flujo de visitantes y beneficios económicos para la comunidad.
Cultura y patrimonio	La riqueza histórica y cultural de Panchimalco es un gran atractivo, pero enfrenta desafíos como el desconocimiento de la historia por parte de la población, la vulnerabilidad de los	1. Buenas prácticas de turismo sostenible 2. Sensibilización comunitaria	Los programas están enfocados en fortalecer la identidad cultural de Panchimalco, atraer a turistas interesados en la cultura y la historia, y

	sitios históricos y los conflictos por el uso de la tierra.	3. Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales	generar un desarrollo económico más equitativo y sostenible.

.

III. Esquematización de la conceptualización del diseño

Ilustración 77. Esquema de la conceptualización del diseño del plan de desarrollo turístico sostenible para el territorio de Panchimalco



.

El esquema de conceptualización del diseño del plan de desarrollo turístico garantiza la articulación de los diferentes actores involucrados en el desarrollo del turismo sostenible de Panchimalco, promoviendo la participación de la comunidad local, promoviendo una cooperación interinstitucional con instituciones gubernamentales y privadas, además de tener una gestión compartida de los proyectos que se realizaran.

Los programas propuestos se busca que se complementen entre sí de manera que las acciones que se desarrollen por cada entidad o sector se vinculen con las acciones de que realizan los demás actores, por ejemplo el programa de formación y organización turística establece la creación del CDT que es una entidad que será una unión entre la Alcaldía Municipal, el Ministerio de Turismo, las comunidades locales, los emprendimientos turísticos y las instituciones de apoyo, de igual forma el Programa de Alianzas y Cooperación Estratégica refuerza esta integración al fomentar la coordinación con instituciones públicas, privadas y organizaciones internacionales que contribuyen al fortalecimiento institucional y financiero del plan. Asimismo, los programas Cultura y Conciencia Turística y Marketing promueven la vinculación directa con los habitantes del territorio, facilitando la comunicación, la difusión de las actividades y el posicionamiento del destino a través de un trabajo conjunto.

Con esto la propuesta organizativa propuesta establece una coordinación cooperación y responsabilidad compartido entre los distintos actores, garantizando una gestión sostenible del desarrollo turístico en Panchimalco.

CAPITULO VII:
DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DEL PLAN TURISTICO SOSTENIBLE

CAPITULO VII – DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DEL PLAN TURISTICO SOSTENIBLE

I. Programa "Desarrollo de productos turísticos"

Introducción al programa

El programa de desarrollo de productos turísticos busca satisfacer la creciente demanda de los viajeros por nuevas aventuras y experiencias únicas mediante el diseño de rutas turísticas basados en las preferencias del mercado y las tendencias de consumo actuales, haciendo énfasis en la mejora de la infraestructura existente así como el desarrollo y acondicionamiento de los atractivos turísticos potenciales, también considerando la incorporación de elementos diferenciadores y de sistemas de señalización adecuada, que pretenden potenciar los atractivos turísticos del territorio, fortaleciendo su identidad y generando un mayor flujo de visitantes.

Objetivos del programa

General.

Desarrollar una oferta turística sostenible en el territorio de Panchimalco, basada en el diseño de rutas que respeten el medio ambiente, la cultura local y promuevan la mejora de la infraestructura turística de manera que beneficie a las comunidades locales.

Específicos

Diseñar rutas turísticas temáticas que destaquen los principales atractivos naturales, culturales e históricos de Panchimalco, garantizando una experiencia memorable para los visitantes.

Desarrollar un sistema de señalización turística integral en las rutas turísticas, que incluya señalización vial, informativa e interpretativa facilitando la orientación de los visitantes y promoviendo la exploración del territorio.

Mejorar la infraestructura turística del territorio de Panchimalco a través de la construcción y acondicionamiento de los caminos en los circuitos, garantizando la accesibilidad y comodidad de los visitantes y minimizando el impacto ambiental.

Proyectos a desarrollar:

1. Diseño de rutas turísticas
2. Señalización turística
3. Infraestructura turística

A. Proyecto: Diseño de rutas turísticas

El diseño de rutas turísticas debe ser cuidadosamente planificado, para que guía a los visitantes a través de diversos atractivos de una región, ofreciendo una experiencia completa y enriquecedora. Este programa busca desarrollar productos turísticos destacados a lo largo del territorio de Panchimalco, aprovechando al máximo sus riquezas naturales y culturales.

Objetivos

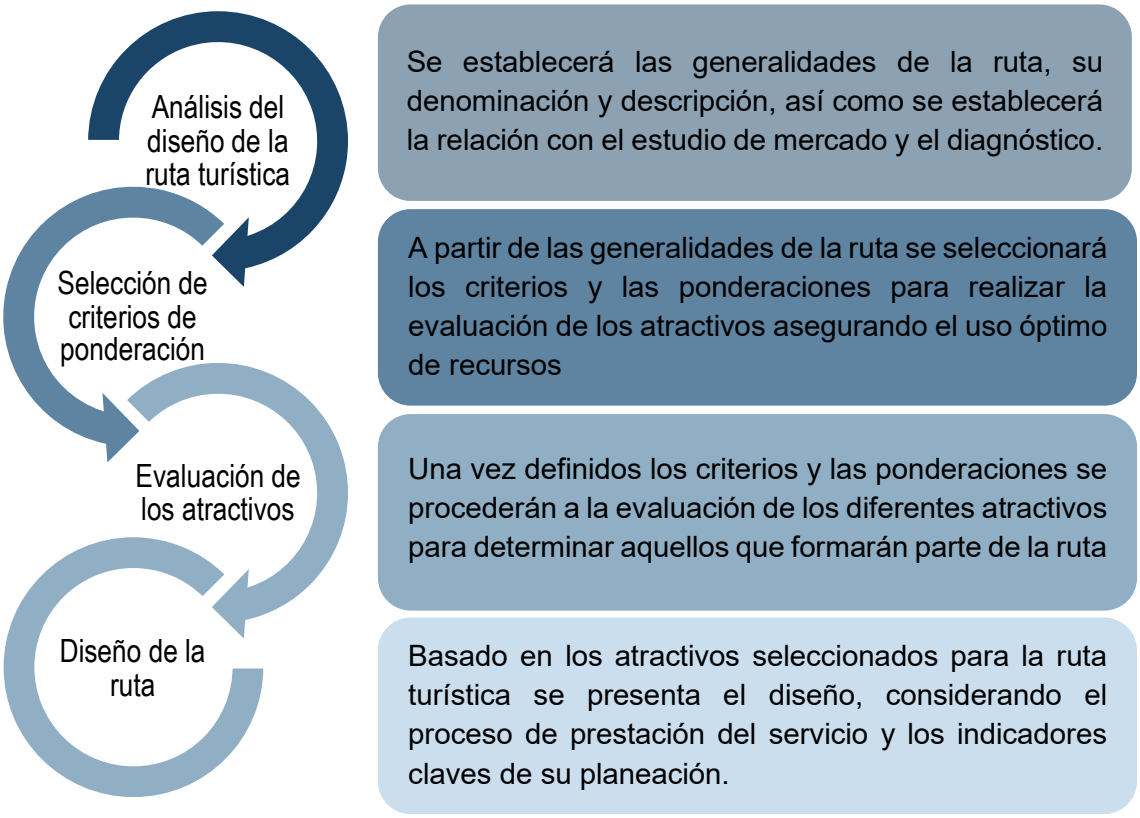
Desarrollar rutas turísticas temáticas que conecten los diferentes atractivos, considerando aspectos como la distancia, el tiempo de recorrido, la dificultad y los intereses de los visitantes.

Incorporar elementos culturales y tradiciones locales en las rutas turísticas, para promover el desarrollo de la comunidad local

Establecer los requerimientos de acondicionamiento e infraestructura, así como lo relacionado a la prestación de servicios para realizar la planificación logística del recorrido

Metodología

Ilustración 78. Metodología del proyecto “Diseño de rutas turísticas”



1. Generalidades de las rutas

Logística de contratación

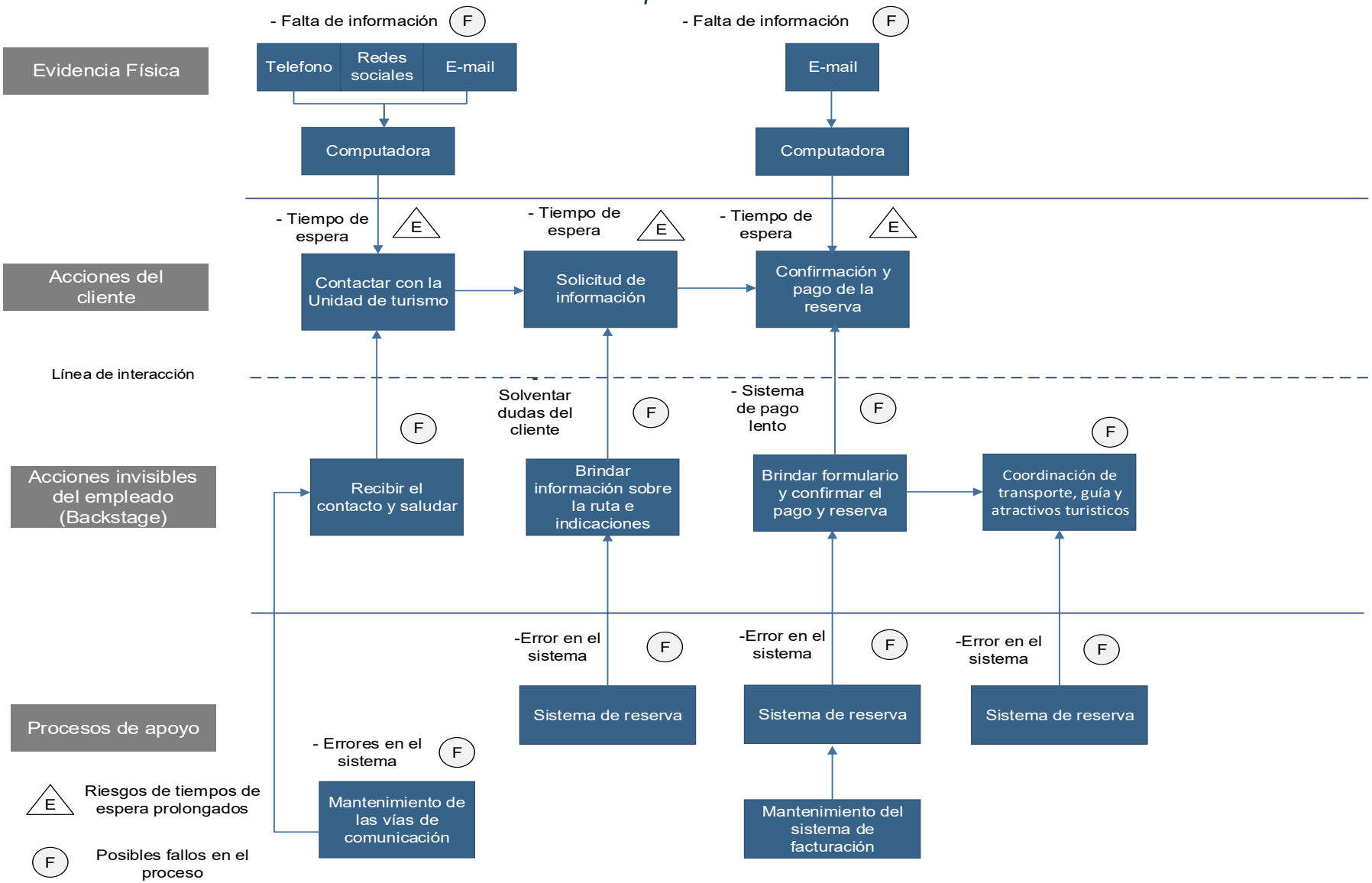
Tabla 138. Actividades de la logística de contratación de la ruta

N°	Nombre de la actividad	Descripción
1	**Gestión de reservas**	El turista se comunica por los medios oficiales (llamada telefónica, correo electrónico o redes sociales) al personal encargado del CDT, esta brindará información general de la ruta y se propondrá agendar reserva para realizar el recorrido.

2	**Validación y programación del recorrido**	Cuando el turista decida la fecha para realizar la ruta, se realizará la validación de disponibilidad para agendar la visita y comenzará con la reserva en el sistema.
3	**Declaración de indicaciones**	El personal del CDT brindará los detalles de la ruta a realizar, duración, punto y horario de partida, punto y horario de finalización, sugerencias y restricciones del recorrido.
4	**Gestión del pago**	El personal del CDT compartirá con el cliente vía correo electrónico el formulario de contratación del recorrido solicitando la información personal requerida para la reserva, recordando la confidencialidad en el manejo de datos y en donde se compartirá al mismo tiempo el código QR de la cuenta bancaria para realizar el depósito por el monto del servicio.
5	**Confirmación del pago y reserva**	Una vez el turista confirme haber realizado el depósito, el personal del CDT validará la operación y procederá a confirmar el pago recibido y la fecha de reserva.
6	**Asignación de transporte**	El personal del CDT procederá a la asignación de transporte al turista, validando que el grupo no exceda lo establecido por el tipo de ruta, dicho transporte comprenderá el recorrido desde el punto inicial de cada recorrido y retornará al mismo sitio luego de visitar todos los atractivos comprendidos en la ruta.
7	**Asignación de guía turístico**	Con los turistas y el transporte asignado al grupo, se procederá a asignar el guía turístico especializado y se compartirá con él toda la información pertinente para la atención en la fecha de reserva indicada.
9	**Coordinación con los involucrados**	El personal del CDT compartirá vía correo electrónico toda la información pertinente a los demás involucrados en el servicio de la ruta turística, a la coordinación de los atractivos y las entidades como la POLITUR y las instalaciones de servicios de emergencia.

.

Ilustración 79. Service Blueprint de la contratación de ruta



Logística de actividades

Tabla 139. Actividades de la logística de reunión e inicio de la ruta

N°	Nombre de la actividad	Descripción
1	**Recepción de los turistas**	En el punto de partida los representantes del CDT y los guías designados recibirán a los turistas, brindarán indicaciones generales sobre la revisión de asistentes.
2	**Revisión de asistentes**	Se realizará la verificación de los asistentes de la lista de reserva y se le entregará a cada participante del recorrido una pulsera indicadora del grupo al que pertenecen y un afiche del recorrido en donde podrá ver el itinerario completo y números de emergencia.
3	**Ubicación en el transporte**	Una vez realizada la revisión de los asistentes se procederá a presentar a los conductores designados por grupo, además de indicar en donde pueden ubicar el número de transporte según su pulsera asignada para que los turistas aborden su transporte
4	**Orientación general de la ruta**	Se brindará una charla de recomendaciones generales durante el recorrido, medidas de seguridad y emergencia, puntos de encuentro y se reforzará los tiempos en el itinerario del recorrido
5	**Verificación de insumos generales**	Los representantes del CDT realizarán un chequeo de los insumos en caso de emergencia, además se comunicarán con los delegados de los atractivos que forman parte de la ruta y con los organismos de protección del territorio para informar el inicio del recorrido y asegurar que los preparativos se encuentren listos.
6	**Participación de la ruta**	Se dará inicio al recorrido partiendo en base a lo indicado por el itinerario.

.

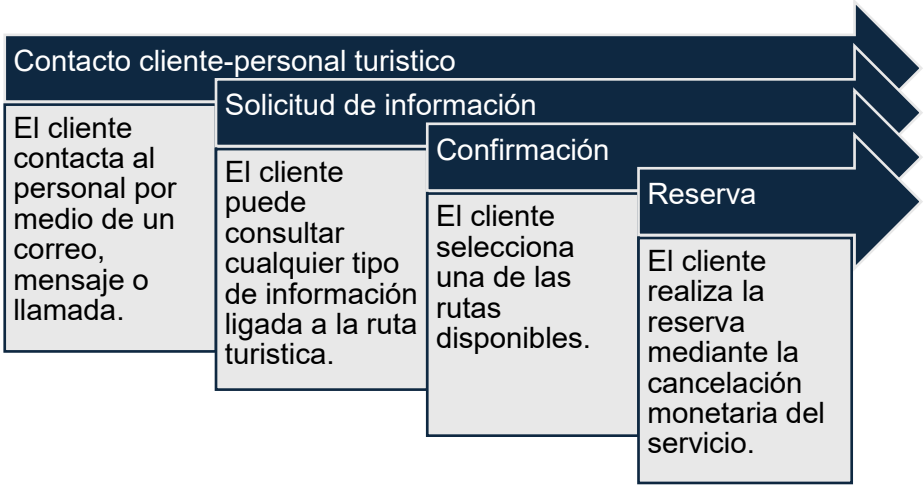
Descripción.

El diagrama Blueprint para la contratación de una de las 3 rutas disponibles ruta es una herramienta visual que permite comprender de manera detallada cómo se organiza y ejecuta el proceso de reserva de una ruta turística en Panchimalco. Este Blueprint busca representar gráficamente las acciones que realiza el visitante, el personal que brinda atención directa, y los procesos internos que permiten que todo funcione de forma fluida. Para comprenderlo de mejor manera se debe de tener en cuenta los siguientes aspectos.

Acciones del turista.

Con ello se busca conocer cuáles son los diferentes pasos a seguir del turista según por el proceso de que debe de pasar para contratar el servicio turístico de cualquiera de las 3 rutas.

Ilustración 80. Acciones de los clientes



.

Medios de apoyo.

Estos pueden ser modelos físicos o virtuales que ayuden al personal a desarrollar cada una de los procesos necesarios para realizar la reserva y cancelación del servicio.

Ilustración 81. Medios de apoyo

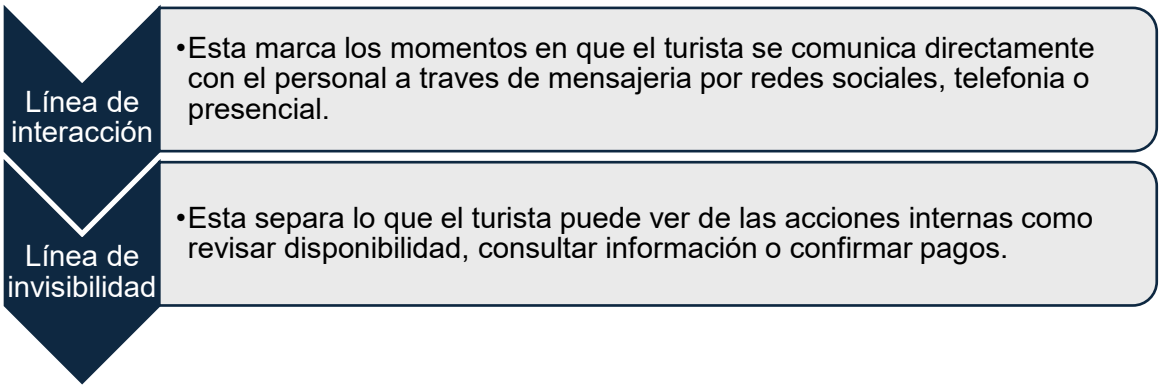
Vias de comunicación
•Estos son importantes debido a que se establecera un canal de comunicación con el cliente el cual puede ser a traves de un numero telefonico, mensajeria a traves de redes sociales o de manera presencial.
Sistema de reservas
•Este sistema tendra como objetivo recopilar la información de los turistas para garantizar la participación de estos en la ruta turistica, se guardaran datos como el nombre, edad, dia de reserva y el numero de reservas que desea realizar.
Sistema de facturación
•Este sistema tiene como finalidad brindar un comprobante de pago por la cancelación del servicio de la ruta turistica que seleccione.

.

Líneas de acción

Las líneas de acción son aquellas que marcan los diferentes niveles de interacción entre las personas involucradas junto con los elementos de apoyo.

Ilustración 82. Líneas de acción

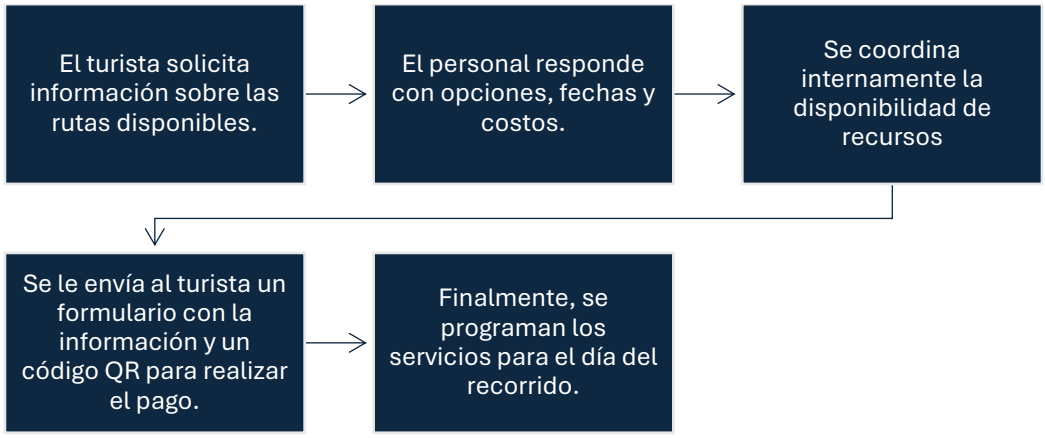


.

Fases del proceso

En las fases del proceso se detalla cuáles son las acciones que deben de seguirse para confirmar la reserva y cancelación del servicio turístico.

Ilustración 83. Fases del proceso

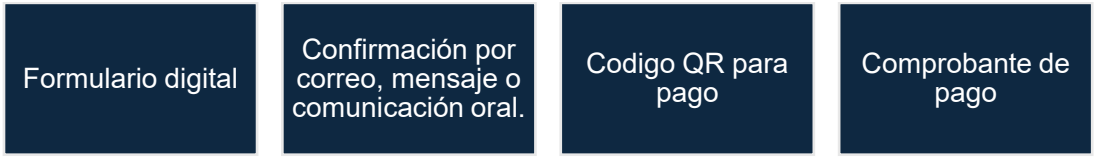


.

Evidencias físicas

Son las pruebas obtenidas mediante las diferentes fases del proceso, con ello se garantiza la evidencia de que cada proceso fue realizado de manera correcta o para detectar cualquier tipo de error

Ilustración 84. Evidencias físicas

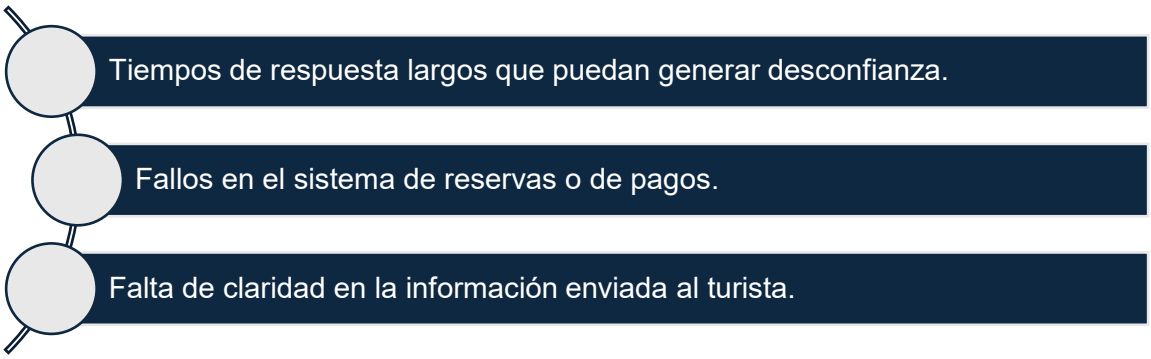


.

Riesgos identificados

Estos se deben a diferente tipo de situaciones en las cuales pueden retrasar o invalidar el proceso de contratación del turista.

Ilustración 85. Riesgos identificados

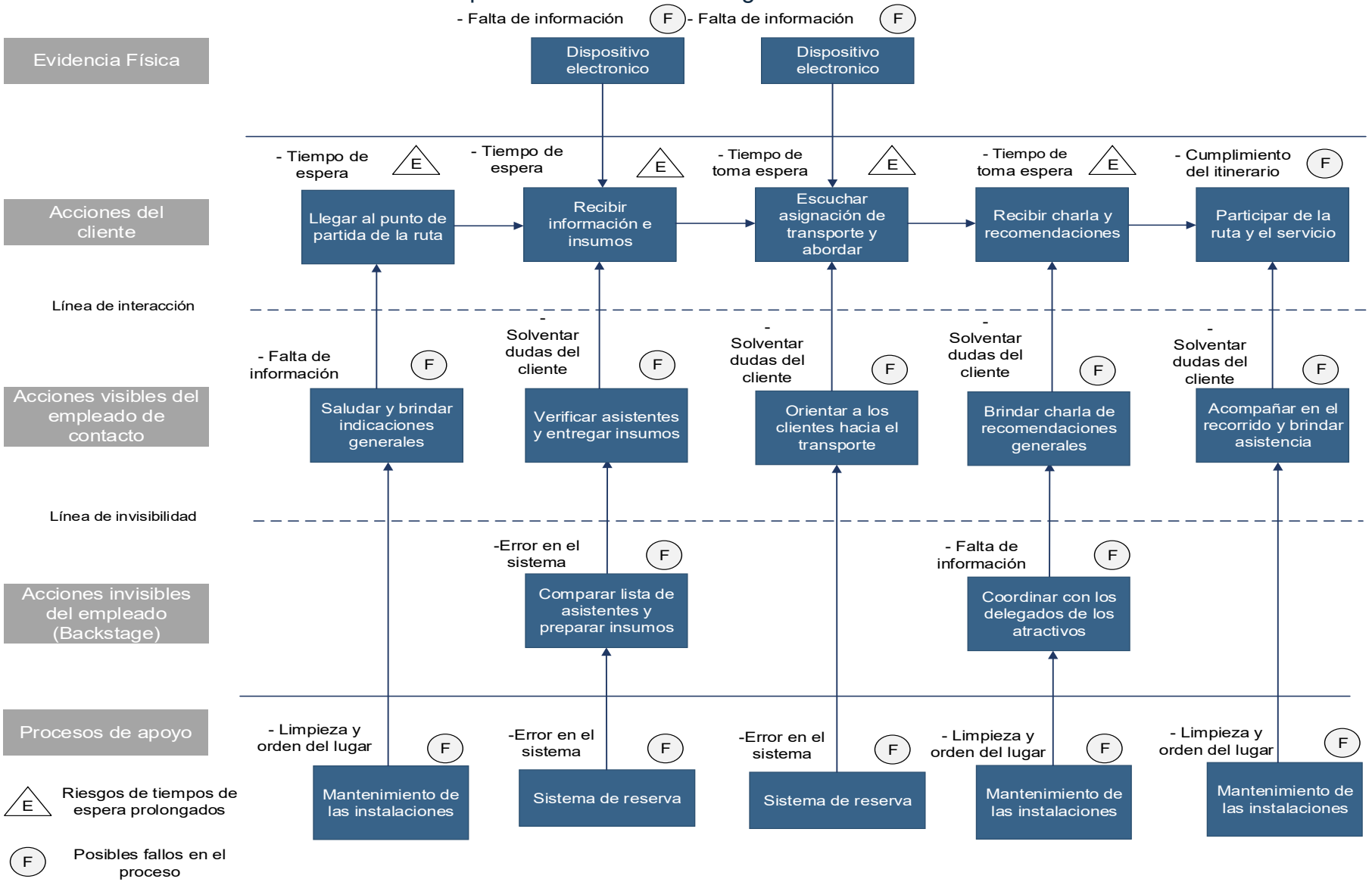


.

Este tipo de análisis permite que cualquier persona comprenda cómo funciona internamente la contratación de una ruta y por qué cada paso es importante para garantizar una buena experiencia al visitante.

En conclusión, el Blueprint de contratación de ruta permite visualizar con claridad cada una de las etapas que atraviesa el turista desde el primer contacto hasta la confirmación del servicio. Esta herramienta es muy útil no solo para el personal técnico, sino también para autoridades locales, emprendedores turísticos y miembros de la comunidad que deseen involucrarse en la gestión del turismo en Panchimalco. A través de esta representación gráfica, es posible identificar oportunidades de mejora, puntos críticos y asegurar que el proceso sea eficiente, transparente y centrado en la experiencia del visitante.

Ilustración 86. Service Blueprint de las actividades logísticas de reunión e inicio de la ruta



.

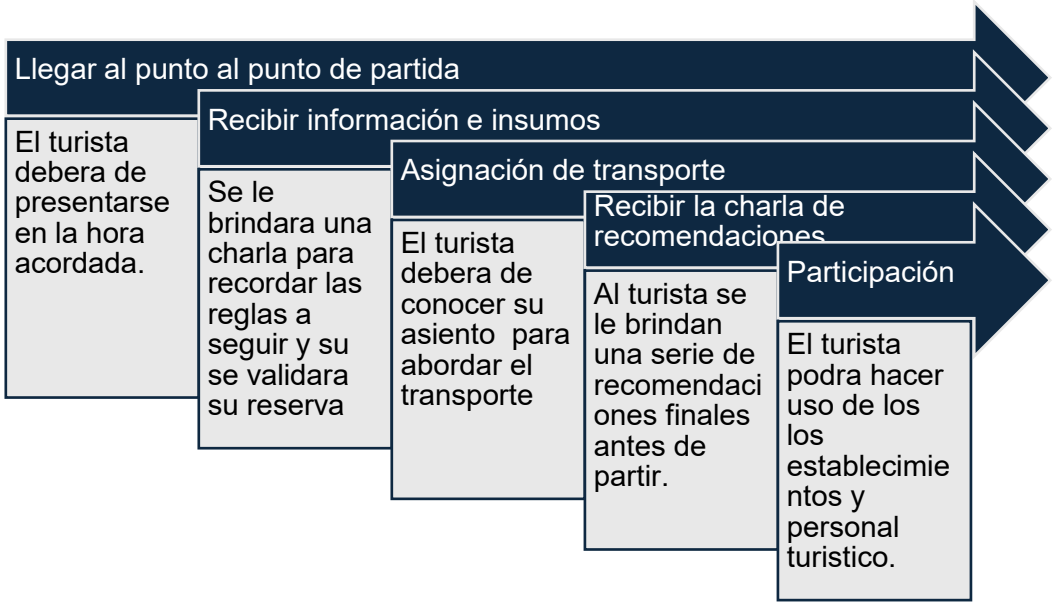
Descripción.

Este Blueprint permite comprender de manera detallada cómo se organiza y desarrolla la experiencia del visitante desde que llega al punto de partida hasta que participa del recorrido completo. Este Blueprint representa las acciones del turista, las tareas visibles del personal de contacto, los procesos invisibles de apoyo y los sistemas que permiten que el servicio funcione correctamente.

Acciones del turista.

Con ello se busca conocer cuáles son los diferentes pasos a seguir del turista según por el proceso de que debe de pasar para contratar el servicio turístico de cualquiera de las 3 rutas.

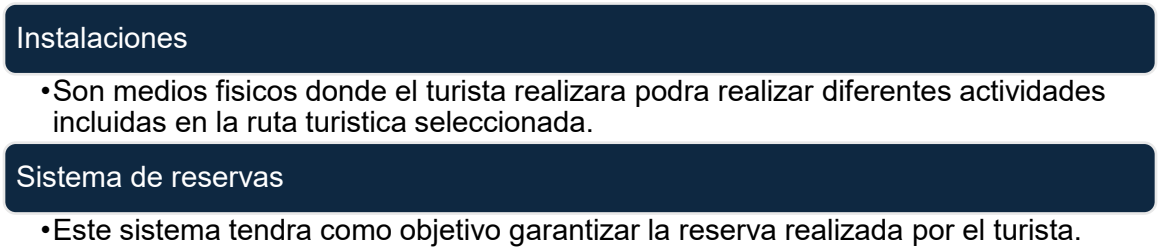
Ilustración 87. Acciones del turista.



Medios de apoyo.

El visitante y el personal utilizan dispositivos electrónicos y otros recursos de apoyo físico y digital que permiten garantizar la entrega de información, insumos, asignación de transporte y coordinación de actividades.

Ilustración 88. Medios de apoyo

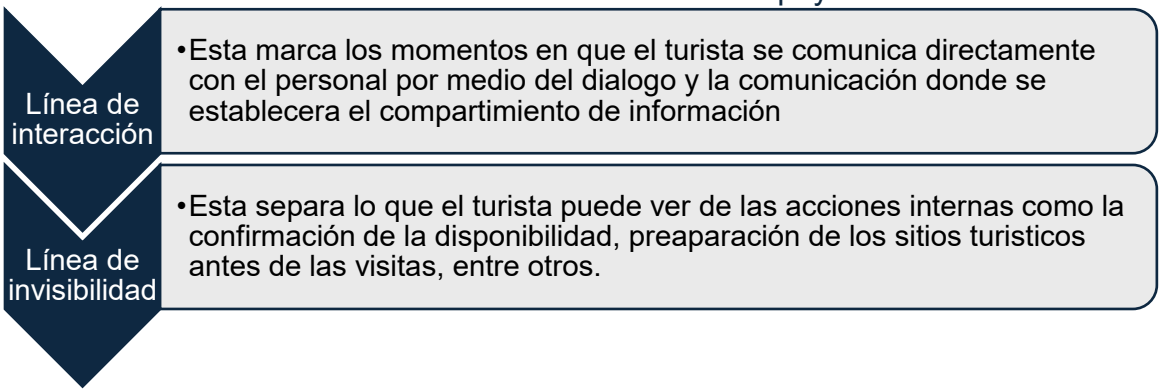


Fuentes: .

Líneas de acción

Las líneas de acción son aquellas que marcan los diferentes niveles de interacción entre las personas involucradas junto con los elementos de apoyo.

Ilustración 89. Medios de apoyo

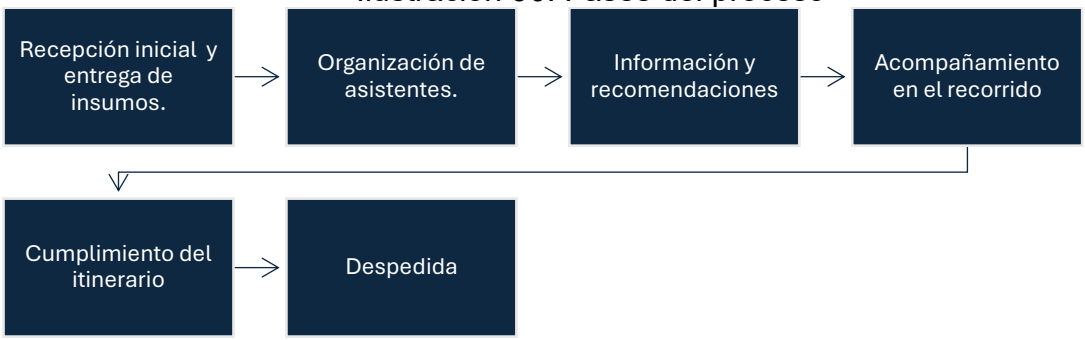


.

Fases del proceso

En las fases del proceso se detalla cuáles son las acciones que deben de seguirse para confirmar la reserva y cancelación del servicio turístico.

Ilustración 90. Fases del proceso

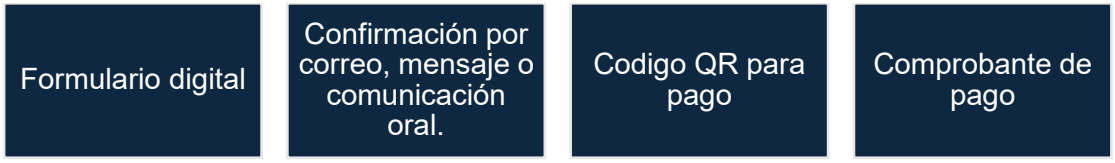


.

Evidencias físicas

Son las pruebas obtenidas mediante las diferentes fases del proceso, con ello se garantiza la evidencia de que cada proceso fue realizado de manera correcta o para detectar cualquier tipo de error.

Ilustración 91. Evidencias físicas

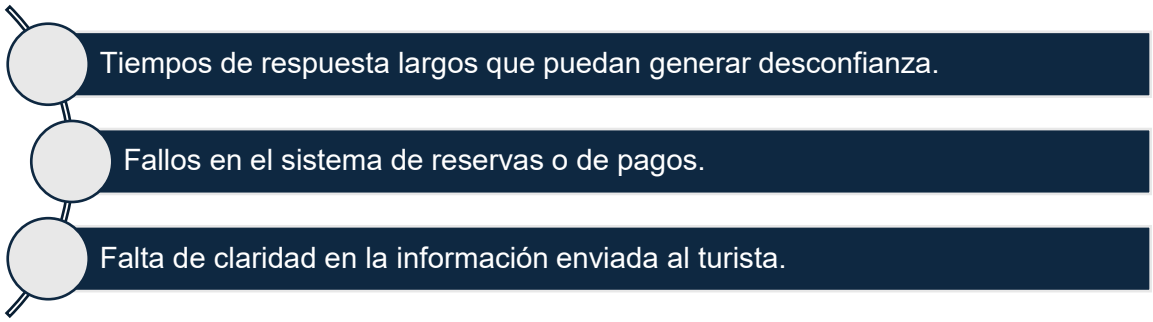


.

Riesgos identificados

Estos se deben a diferente tipo de situaciones en las cuales pueden retrasar o invalidar el proceso de contratación del turista.

Ilustración 92. Riesgos identificados



.

Este tipo de análisis permite que cualquier persona comprenda cómo funciona internamente la contratación de una ruta y por qué cada paso es importante para garantizar una buena experiencia al visitante. En conclusión, el Blueprint de contratación de ruta permite visualizar con claridad cada una de las etapas que atraviesa el turista desde el primer contacto hasta la confirmación del servicio. Esta herramienta es muy útil no solo para el personal técnico, sino también para autoridades locales, emprendedores turísticos y miembros de la comunidad que deseen involucrarse en la gestión del turismo en Panchimalco. A través de esta representación gráfica, es posible identificar oportunidades de mejora, puntos críticos y asegurar que el proceso sea eficiente, transparente y centrado en la experiencia del visitante.

2. Diseño y análisis de la ruta 1. “Ruta de montaña de Panchimalco”

Objetivo: Proporcionar a los visitantes una experiencia enriquecedora que combine la exploración de la naturaleza, la práctica de actividades al aire libre como caminatas, senderismo y avistamiento de flora y fauna, con la oportunidad de conectar con la cultura y la biodiversidad local.

La ruta turística de montañas busca ser una experiencia única diseñada para los amantes de la naturaleza y la aventura. Esta ruta debe ofrecer una conexión profunda con los paisajes montañosos, ideales para explorar a través de caminatas, senderismo y actividades al aire libre que permiten disfrutar del entorno natural en su máxima expresión.

Durante el recorrido de la ruta se promueve el avistamiento de flora y fauna, además, se realizarán caminatas guiadas por medio de guías locales que comparten historias, tradiciones y detalles sobre el entorno natural y cultural.

Entre los aspectos claves se tienen los siguientes:

1. **Atracciones naturales:** Es indispensable contar con sitios naturales interesantes para el turista donde esté presente el contacto directo con la flora del lugar, el turista debe de poseer la oportunidad de disfrutar de estos sitios con actividades físicas como pueden ser la caminata o senderismo o actividades más ociosas como el avistamiento de los paisajes.
2. **Turismo sostenible:** El turismo sostenible se centra en las actividades de manera que se conserve el medio ambiente, se respete la cultura local y se beneficie a la comunidad. Para causar el menor impacto posible en la naturaleza se tomarán medidas en pro a la conservación del medio ambiente del lugar para preservar su belleza y atractivo.

Criterios.

Los tipos de criterios se definen en base de la finalidad de la ruta turística debido a que está marca lo que debe de considerar cada sitio para garantizar la satisfacción del turista. Cada uno de los criterios busca seleccionar los atractivos turísticos que mejor se adaptan a la idea principal de la ruta turística.

Para la selección de los atractivos turísticos se toma en cuenta tres tipos de criterios diferentes los cuales son los siguientes:

i. **Tipo de turismo.**

El turismo es una actividad económica y cultural que implica el movimiento de personas con fines de ocio, recreación, negocios, cultura, naturaleza u otras motivaciones, según el tipo de actividades a realizar y el ecosistema de estos se dividen en varios tipos de turismo. Para este criterio se retoma la clasificación presentada en la ilustración 1 *(Esquema de clasificación por tipo de turismo)*.

a) Turismo de aventura.
b) Turismo cultural.
c) Turismo gastronómico.
d) Turismo de naturaleza y ecoturismo.
e) Turismo rural y agroturismo.

Para la ruta de montaña dado a que su importancia radica en las actividades a realizar que sería caminatas y senderismo acompañado con la riqueza natural que posee el territorio de Panchimalco, por ello se dará un puntaje mayor a los tipos de turismo que permitan la combinación de estas actividades y características a los sitios turísticos en cuestión.

Debido a que existen sitios turísticos que posean más de un tipo de turismo, la regla a establecer será que se tome en cuenta el tipo de turismo que mayor se representa en el lugar y el que más puntaje pueda brindarle en la evaluación.

ii. Distancia

La distancia para conectar los diferentes sitios turísticos es importante debido a que se busca obtener una ruta turística que se centre en crear experiencias para cada uno de los turistas, por ello el tiempo de transporte debe de ser asumible para estos, para que el tiempo en cada sitio turístico sea suficiente para cumplir con las necesidades del turista.

Por ello el sitio que se toma en cuenta para establecer las distancias será el punto de encuentro o salida para la ruta, el cual es el Parque Balboa. Para efectos de la calificación de cada sitio turístico, la distancia cercana se considera de igual o menor a 10 km, moderada será mayor a 10 km y menor o igual a 20 km y la lejana mayor a 20 km.

Esto criterio posee fundamentos en el Art. 144 del reglamento de tránsito el cual expresa dice “En donde no existiere lo indicado en el primer inciso del Art. 144, se establecen las siguientes velocidades, como máximo para toda clase de vehículos:

1. Automóviles y motocicletas en las ciudades o zonas pobladas hasta 50 km. por hora; para atravesar las boca-calles, doblar esquinas y en los cruces, hasta 20 km. por hora; en carreteras, fuera de las poblaciones, y en línea recta, hasta 90 km. por hora; en carreteras en curva hasta 50 km. por hora.
2. Camiones y autobuses, en las ciudades o zonas pobladas, hasta 40 km. por hora; para atravesar boca-calles, cruces o doblar esquinas, hasta 10 km. por hora; en carreteras fuera de las poblaciones y en línea recta, hasta 70 km. por hora; en las carreteras en curva hasta 40 km. Por hora”.

Considerando lo establecido por el reglamento de tránsito para los 10 km a una velocidad de 40 km/hora a 50 km/hora el tiempo promedio debe de ser de 15 minutos, pero agregando tiempo por tráfico en la zona y el estado de calle se considera un tiempo que oscile entre los 25 a 30 minutos. Debido a la temática de la ruta, se considera optimo el tiempo de 30 minutos debido a que si el turista decide escalar o caminar este tendrá un tiempo asumible para poder disfrutar de la experiencia y admirar la fauna y flora que la zona tiene para ofrecer.

iii. Grado de aprovechamiento

Para este criterio se toma en cuenta si el sitio en cuestión actualmente está siendo explotado como un atractivo turístico. Para ello se tomará en cuenta únicamente como sitios explotados turísticamente a aquellos que posean una calificación de 3 puntos, mientras los demás indican que esta semi explotado o directamente no posee una infraestructura para explotar el sitio. Para esta ruta se considera que debe de existir al menos un sitio turístico que este explotado actualmente, los demás sitios turísticos podrán ser semi explotados o sin explotar.

Ponderación.

Para la ruta de montaña se considera como el criterio más determinante e importante el tipo de turismo debido a que marca la temática y finalidad de la ruta, por ello se considera que este criterio debe poseer una ponderación del 50%. Como segundo criterio se destaca el grado de aprovechamiento debido a que al ser una ruta turística nueva se busca captar los visitantes de sitios turísticos frecuentados para trasladarlos a los nuevos sitios, de tal forma que estos se nutran del flujo de turismo ya generado por los sitios turísticos existentes y por último la distancia de los sitios seleccionados, debido a que se busca una cercanía entre sitios para brindar una experiencia más amena.

Tabla 140. Asignación de escala de calificaciones y ponderaciones para el diseño de la "Ruta de montañas de Panchimalco"

Criterio	Clasificación	Calificación	Ponderación
Tipo de turismo	Turismo de Aventura	5	50%
	Turismo Cultural	1	
	Turismo Gastronómico	2	
	Turismo de Naturaleza y Ecoturismo	4	
	Turismo Rural y Agroturismo	3	
Distancia	Cercano	3	35%
	Moderado	2	
	Lejano	1	
Grado de aprovechamiento	Alto	2	15%
	Bajo	1	

.

Dado a la naturaleza del estudio, para esta ruta se ha establecido un filtro para seleccionar los cerros y lomas que se encuentran en el territorio de Panchimalco. Para

ello se toman en cuenta aquellos que se encuentran cercanos a las principales vías de tránsito del territorio con el objetivo de garantizar la accesibilidad a estos atractivos y con ello reducir la lista de candidatos a seleccionar para la ruta turística.

Con la aclaratoria anterior, se establece la ubicación de estos en el mapa, quedando de la siguiente manera:

Ilustración 93. Cerros y lomas de Panchimalco

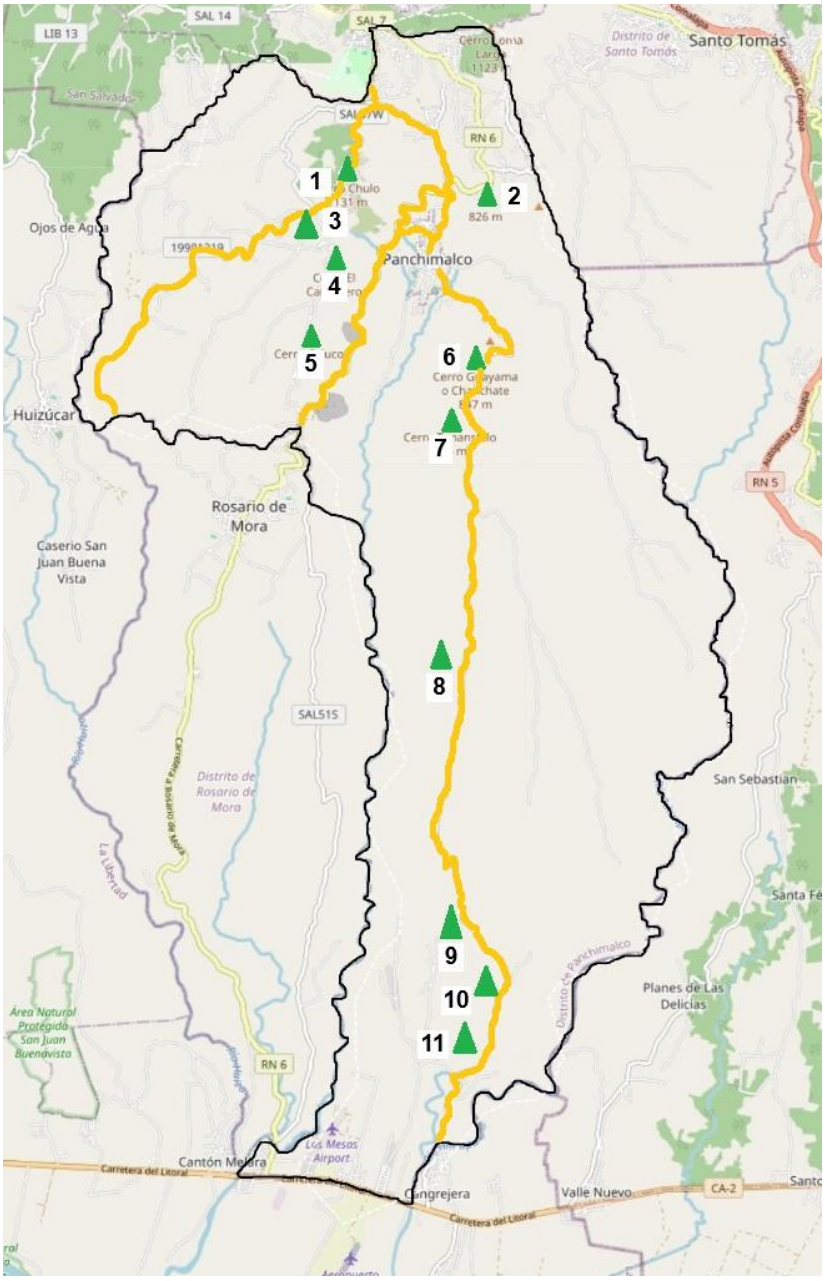


Tabla 141. Cerros y lomas de Panchimalco

N°	Nombre
1	Cerro El Chulo
2	Cerro Copispicio
3	Cerro Mil Cumbres
4	Cerro El candelero
5	Cerro Los Amates
6	Cerro Guayama
7	Cerro Tunanshilo
8	Cerro El Amayito
9	Loma El Chorizo
10	Cerro El imposible
11	Loma El mirador

Dentro de los sitios turísticos a evaluar se tiene en cuenta una opción que engloba los cerros y lomas que se encuentran en el territorio de Panchimalco, debido a la cantidad solo se tomaran en cuenta la evaluación de los cerros, descartando las lomas y considerando su accesibilidad se tomara únicamente en cuenta aquellos que sean cercanos a la red vial del territorio. Por ende, para la evaluación final se descarta el cerro mil cumbres debido a que este se encuentra aislado de los demás cerros, lo mismo para el cerro Copispicio, los cerros ubicados en la parte sur no se tomaran en cuenta debido a la distancia a recorrer y el tiempo que se tomaría al llegar a ellos dado a que la finalidad de la ruta es disfruta al máximo las actividades que se pueden realizar en cada uno de los cerros seleccionados.

Por último, se considera vital que la ruta tenga un acercamiento al sector del casco urbano de Panchimalco, por lo cual no se tomaran en cuenta los cerros de el candelero y los amates debido la visita de estos juntos con el casco urbano tomaría más tiempo, sin embargo, se pueden considerar para una ruta a futuro.

Con lo anteriormente expuesto, se tomará en cuenta el cerro Guayama y Tunanshilo para la evaluación final.

Tabla 142. Matriz ponderada de evaluación para la selección de atractivos turísticos para la “Ruta de Montaña de Panchimalco”

Recurso turístico	Criterio de evaluación	Tipo de turismo	Distancia	Grado de aprovechamiento	Total
	Ponderación	5	3.5	1.5	10
La puerta del Diablo	Calificación	5	3	2	10
	Calif. Ponderada	25	10.5	3	38.5
Parque Balboa	Calificación	4	3	2	9
	Calif. Ponderada	20	10.5	3	33.5
El borbollón	Calificación	4	1	1	6
	Calif. Ponderada	20	3.5	1.5	25
Poza el Amate	Calificación	4	1	1	6
	Calif. Ponderada	20	3.5	1.5	25
El tembladero	Calificación	4	1	1	6
	Calif. Ponderada	20	3.5	1.5	25
Cerro Guayama	Calificación	5	2	1	8
	Calif. Ponderada	25	7	1.5	33.5

Cerro Tunanshilo	Calificación	5	2	1	8
	Calif. Ponderada	25	7	1.5	33.5
Iglesia Santa Cruz de Roma	Calificación	1	3	2	6
	Calif. Ponderada	5	10.5	3	18.5
Mirador los Planes de Renderos	Calificación	4	3	2	9
	Calif. Ponderada	20	10.5	3	33.5
Parque Escultórico La Puerta del Sol	Calificación	4	3	1	8
	Calif. Ponderada	20	10.5	1.5	32
Ruta animal	Calificación	4	3	1	8
	Calif. Ponderada	20	10.5	1.5	32
Casa de la Cultura	Calificación	1	3	1	5
	Calif. Ponderada	5	10.5	1.5	16
Casa Taller Encuentro	Calificación	1	3	1	5
	Calif. Ponderada	5	10.5	1.5	16
Telares de cintura	Calificación	1	3	1	5
	Calif. Ponderada	5	10.5	1.5	16
Plaza el obelisco	Calificación	2	3	2	7
	Calif. Ponderada	10	10.5	3	23.5

.

Con los resultados obtenidos, los sitios mejor puntuados son los siguientes.

- → La puerta del diablo
- → El parque Balboa
- → El mirador Los Planes de Renderos
- → Cerro Guayama
- → Cerro Tunanshilo

Como se aclaró en los incisos anteriores la finalidad es ofrecer actividades de caminatas o senderismo que estén en contacto con la naturaleza, si bien la puntuación del mirador es alta, analizando a profundidad la inclusión de este a la ruta turística se llega a la conclusión que no se pueden realizar las actividades principales que la ruta debe ofrecer, por lo tanto, no se tomara en cuenta en la evaluación.

Diseño de la ruta

Secuencia de la “Ruta de Montaña de Panchimalco”

1. Punto Inicial. Parque Balboa.

2. Segundo punto. Cerro Guayama
3. Tercer punto. Cerro Tunanshilo
4. Cuarto punto. Casco Urbano
5. Quinto punto. Puerta del Diablo

Itinerario del recorrido "Ruta de Montaña de Panchimalco"

Para la ruta de montaña una vez definida la secuencia de los atractivos se sugiere el siguiente itinerario de actividades a realizar.

Generalidades de la ruta

Tabla 143. Generalidades para la realización de la ruta de Montaña de Panchimalco

Indicación	Descripción
Recomendaciones	• Ropa cómoda y liviana • Zapatos deportivos o de senderismo • Gorra o sombrero • Protector solar • Repelente de insectos • Botella de agua o bebidas rehidratantes • Cámara o teléfono con buena resolución • Bolsa para residuos
Restricciones	• Está prohibido el consumo de bebidas alcohólicas durante el recorrido • No se permite dejar basura en los sitios visitados • No se autoriza la extracción de flora, fauna o cualquier recurso natural • Los participantes deben seguir las instrucciones del guía turístico
Incluye	• Transporte durante el recorrido • Guía turístico especializado • Seguridad con POLITUR
No incluye	• Gastos relacionados con la alimentación • Gastos personales

.

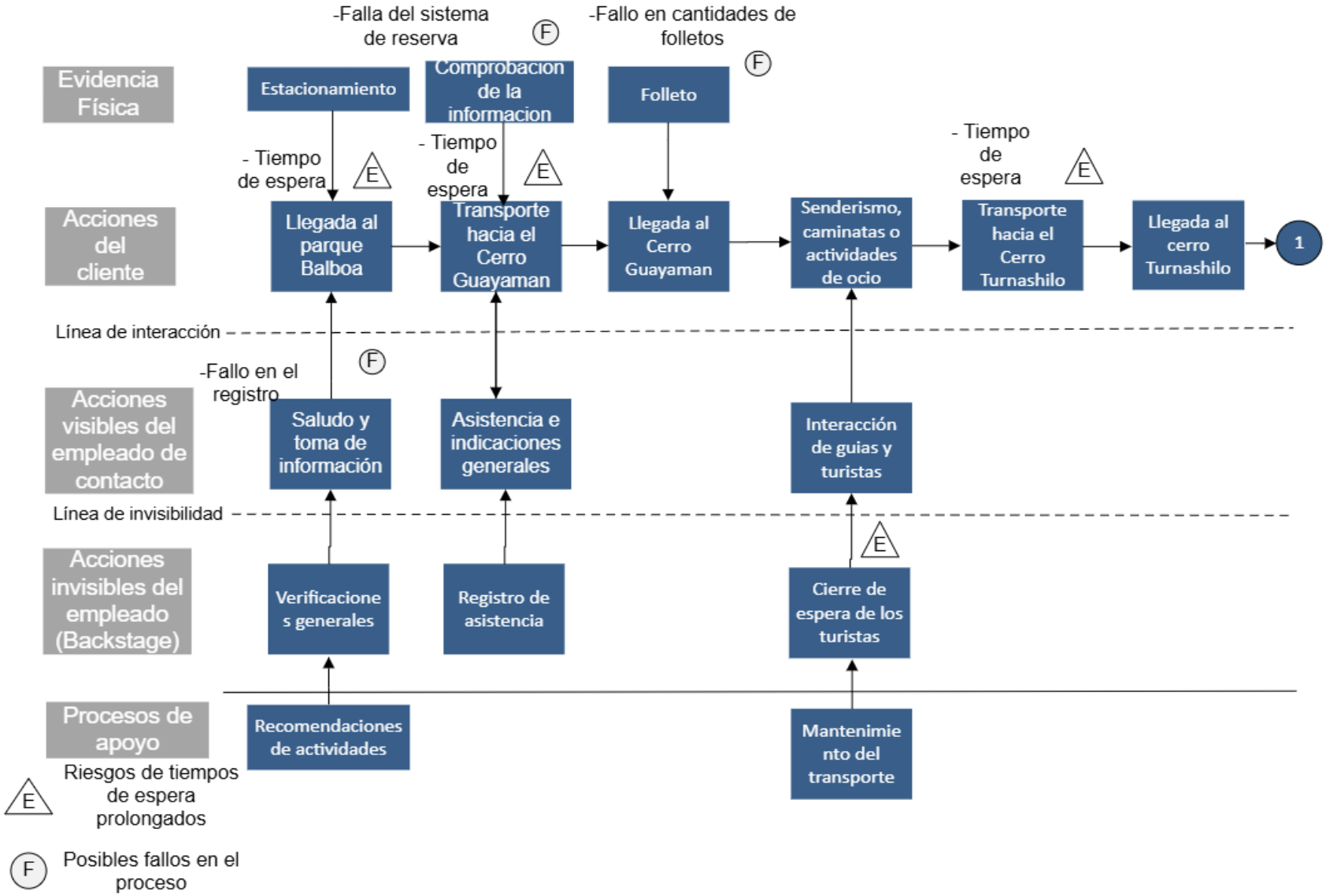
Tabla 144. Itinerario de la ruta de montaña de Panchimalco

Hora	Actividad	Atractivo turístico	Descripción

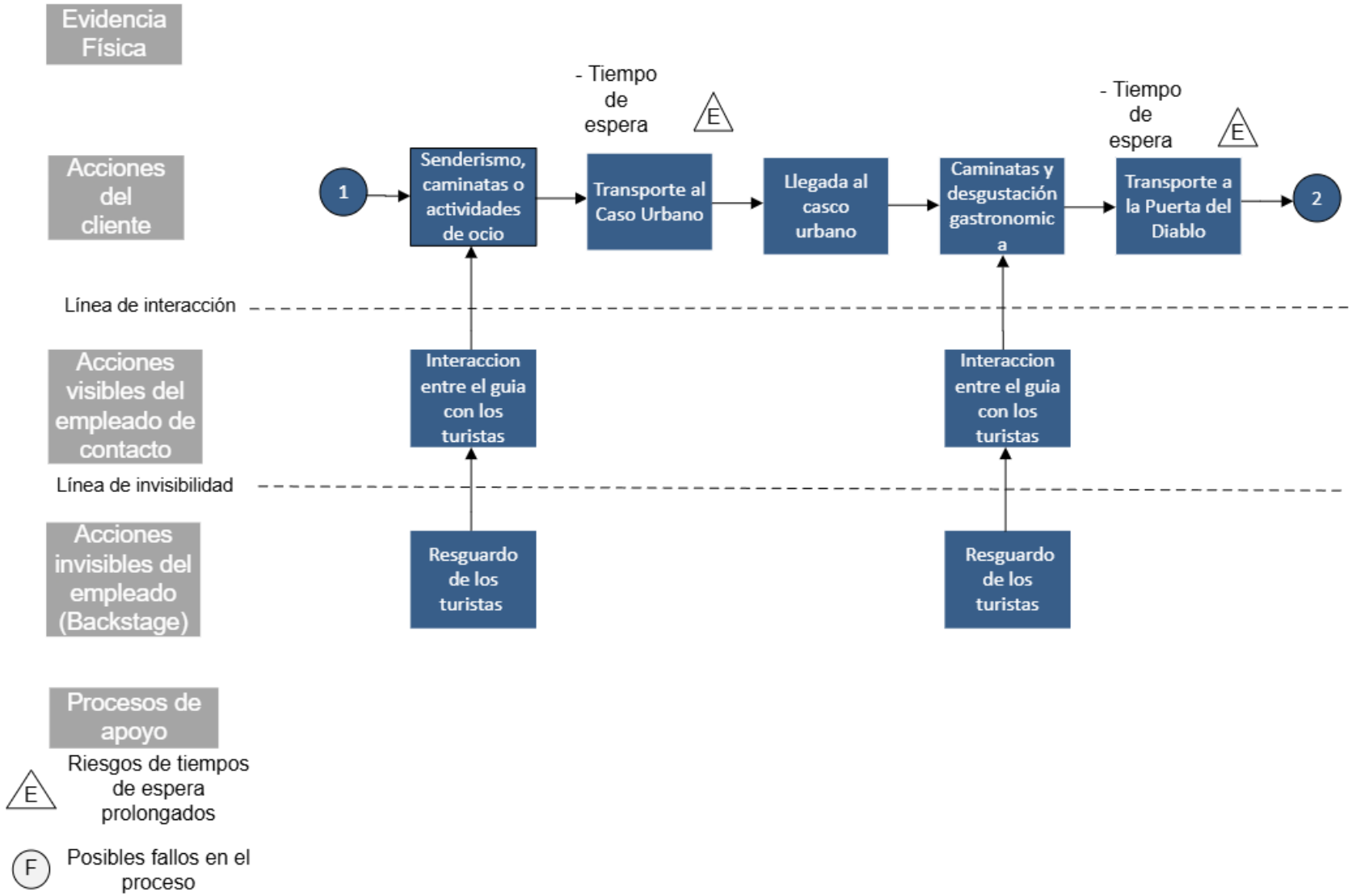
6:15 a.m.	Punto de encuentro	Parque Balboa	Se brindará indicaciones generales de las actividades a realizar en la ruta
6:30 a.m.	Salida al atractivo 1	Parque Balboa	Se abordará el transporte asignado y se iniciará el recorrido de la ruta
7:00 a.m.	Llegada a atractivo 1	Cerro Guayama	Se llegará al cerro Guayama donde se les explica las actividades a realizar e indicaciones generales.
7:15 a.m.	Exploración del área	Cerro Guayama	Los turistas procederán a realizar senderismo, caminata o actividades de ocio.
9:00 a.m.	Salida al atractivo 2	Cerro Guayama	Se abordará el transporte hacia el cerro Tunanshilo.
9:15 a.m.	Llegada a atractivo 2	Cerro Tunanshilo	Se llegará al cerro Tunanshilo donde se les explica las actividades a realizar e indicaciones generales.
9:30 a.m.	Exploración del área	Cerro Tunanshilo	Los turistas procederán a realizar senderismo, caminata o actividades de ocio.
11:15 a.m.	Salida al atractivo 3	Cerro Tunanshilo	Se abordará el transporte hacia el Casco urbano.
11:45 a.m.	Llegada a atractivo 3	Casco Urbano	Se llegará al Casco Urbano donde se podrá realizar pequeñas caminatas y degustar de la gastronomía local.
12:45 p.m.	Salida al atractivo 4	Casco Urbano	Se abordará el transporte hacia la Puerta del Diablo.
1:15 p.m.	Llegada al atractivo 4	Puerta del Diablo	Se llegará a la Puerta del Diablo donde se les explicará las actividades a realizar e indicaciones generales.
1:30 p.m.	Exploración del área.	Puerta del Diablo	Los turistas podrán optar por realizar senderismo, degustar la gastronómica local, caminatas en los miradores o actividades de ocio.
3:45 p.m.	Salida al punto de encuentro	Puerta del Diablo	Se abordará el transporte hacia el Parque Balboa.
4:00	Llegada al punto de encuentro	Parque Balboa	Los turistas procederán a abandonar el transporte.
4:10	Finalización de la ruta	Parque Balboa	Se realizará una despedida y agradecimientos a los turistas.

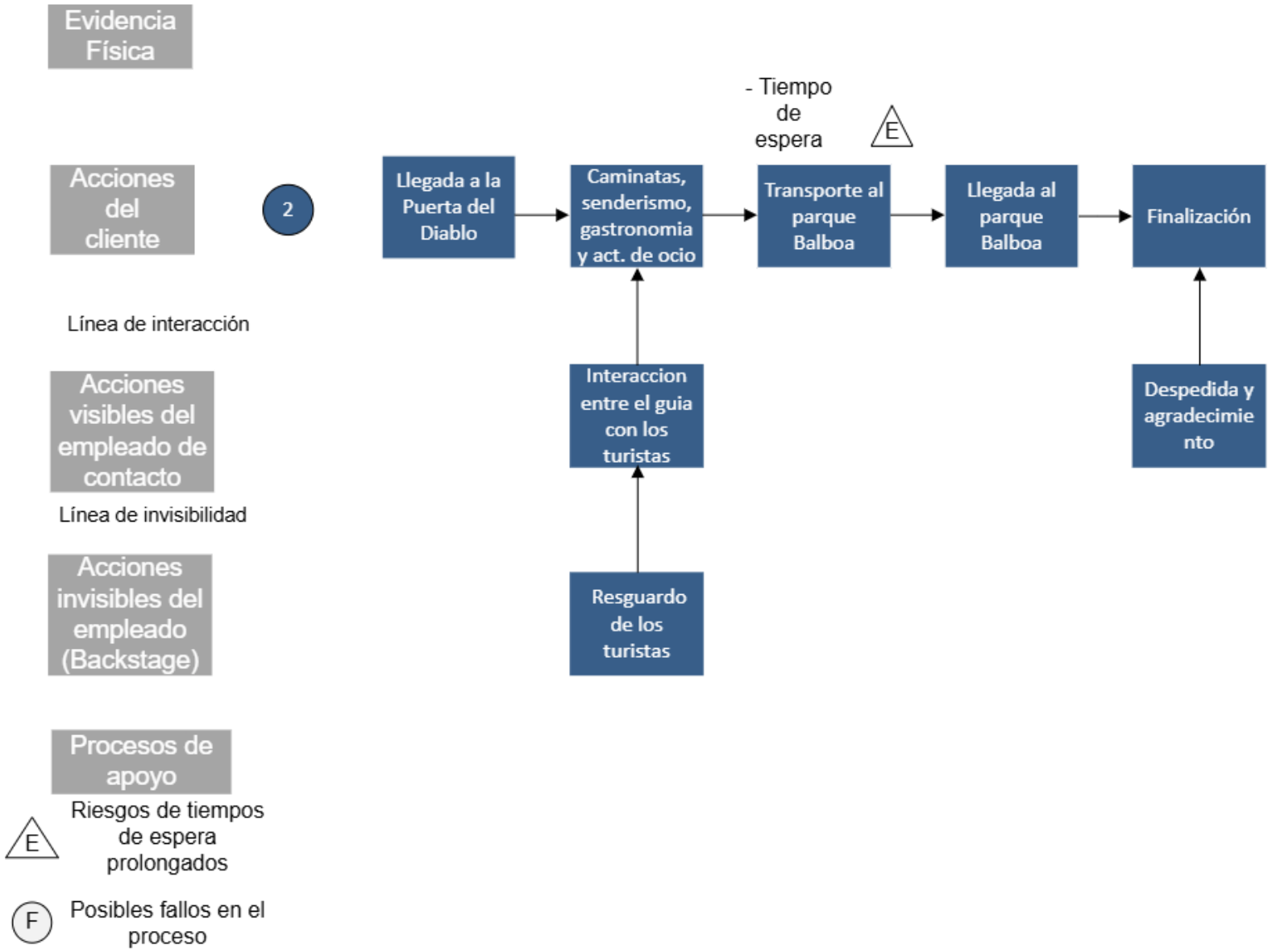
.

Ilustración 94. Service Blueprint de la “Ruta de Montaña”



.


Evidencia Física
Acciones del cliente
Acciones visibles del empleado de contacto
Acciones invisibles del empleado (Backstage)
Procesos de apoyo
1
Senderismo, caminatas o actividades de ocio
- Tiempo de espera
E
Transporte al Caso Urbano
Llegada al casco urbano
Caminatas y desgustación gastronomica
- Tiempo de espera
E
Transporte a la Puerta del Diablo
2
Línea de interacción
Interaccion entre el guia con los turistas
Interaccion entre el guia con los turistas
Línea de invisibilidad
Resguardo de los turistas
Resguardo de los turistas
E
Riesgos de tiempos de espera prolongados
F
Posibles fallos en el proceso


Evidencia Física
Acciones del cliente
2
Línea de interacción
Acciones visibles del empleado de contacto
Línea de invisibilidad
Acciones invisibles del empleado (Backstage)
Procesos de apoyo
E
Riesgos de tiempos de espera prolongados
F
Posibles fallos en el proceso
- Tiempo de espera
E
Llegada a la Puerta del Diablo
Caminatas, senderismo, gastronomia y act. de ocio
Transporte al parque Balboa
Llegada al parque Balboa
Finalización
Interaccion entre el guia con los turistas
Resguardo de los turistas
Despedida y agradecimiento

3. Diseño y análisis de la ruta 2. “Ruta colonial de Panchimalco”

Objetivo: Promover el desarrollo turístico de Panchimalco valorizando su patrimonio cultural y natural, generando oportunidades económicas para la comunidad local y ofreciendo a los visitantes una experiencia única e inolvidable.

La “Ruta Colonial de Panchimalco” se centra en el diseño y la caracterización de un destino que combina la riqueza histórica, cultural y artística del territorio. Se propone establecer una ruta que permita a los visitantes sumergirse en el patrimonio cultural de Panchimalco, a través de una serie de atractivos turísticos que representan la esencia del pueblo.

La creación de esta ruta se fundamenta en dos aspectos clave:

1. **Enriquecimiento Cultural:** Panchimalco posee una rica historia y tradiciones culturales que pueden ser compartidas con los visitantes a través de la ruta. La inclusión de talleres artesanales, demostraciones de elementos tradicionales como la lengua náhuatl y visitas a sitios históricos permitirá a los turistas conocer de cerca la cultura local y apreciar su valor.
2. **Creciente demanda de experiencias turísticas auténticas, inmersivas y sostenibles.** La ruta busca ofrecer una propuesta que combine la riqueza histórica y cultural de Panchimalco con la belleza de sus paisajes naturales. Los turistas actualmente buscan conectar con destinos que les permitan conocer tradiciones locales, apreciar artesanías y disfrutar de la naturaleza e historia de modo que un acercamiento con la evolución histórica del territorio estaría alineado con las expectativas del turista actual.

Selección de criterios de ponderación

Con el propósito de seleccionar los atractivos que formarán parte de la ruta turística “Ruta Colonial de Panchimalco” se establecen los siguientes criterios de evaluación:

1. **Tipo de turismo:** Define el tipo de experiencia que se busca brindar al turista con el diseño de la ruta, basado en los resultados obtenidos del diagnóstico y del mercado consumidor, así como retomando la clasificación presentada en la ilustración 1 *(Esquema de clasificación por tipo de turismo).*
    a) Turismo de Aventura
    b) Turismo Cultural
    c) Turismo Gastronómico
    d) Turismo de Naturaleza y Ecoturismo
    e) Turismo Rural y Agroturismo
2. **Distancia:** Influye directamente en la accesibilidad del atractivo y en la planificación de la ruta turística. Una distancia adecuada facilita la visita y mejora la experiencia del turista, mientras que una distancia excesiva puede limitar el número de visitantes.
3. **Grado de aprovechamiento:** Se refiere al nivel de desarrollo turístico del atractivo, un alto grado de aprovechamiento indica que el atractivo es popular y genera ingresos, mientras que un bajo grado de aprovechamiento sugiere la necesidad de potenciar el lugar al incluirlo en las rutas, esto de la mano con el potencial que demuestra el atractivo.

La escala de calificación considerada es una **escala numérica de incremento.** En donde el valor máximo determina que se trata de un tipo de elemento determinante en la creación de la ruta y el valor mínimo que se trata de un elemento que no incide en gran medida en la temática a diseñar.

Calificaciones y ponderaciones de los criterios.

Tabla 145. Asignación de escala de calificaciones y ponderaciones para el diseño de la "Ruta colonial de Panchimalco"

Criterio	Clasificación	Calificación	Ponderación
Tipo de turismo	Turismo de Aventura	1	55%
	Turismo Cultural	5	
	Turismo Gastronómico	2	
	Turismo de Naturaleza y Ecoturismo	4	
	Turismo Rural y Agroturismo	3	

Distancia	Cercano	3	30%
	Moderado	2	
	Lejano	1	
Grado de aprovechamiento	Alto	2	15%
	Bajo	1	

.

Análisis de los Porcentajes

- → **Tipo de Turismo:** El turismo cultural es el corazón de la ruta turística "Ruta colonial de Panchimalco". La alta ponderación refleja la importancia de este aspecto en la experiencia del visitante.
- → **Distancia:** La distancia es un factor clave para atraer turistas, para la ruta colonial se requiere de distancias cortas que permitan maximizar el tiempo en los atractivos para comprender las raíces del territorio.
- → **Grado de Aprovechamiento:** Aunque es importante, este criterio tiene una ponderación menor en comparación con los otros dos dado su incidencia en lo que se pretende ofrecer al turista. Sin embargo, es esencial evaluar cómo se utilizan los recursos para garantizar una experiencia de calidad.

Evaluación de los atractivos turísticos

Tabla 146. Matriz ponderada de evaluación para la selección de atractivos turísticos para la "Ruta colonial de Panchimalco"

Recurso turístico	Criterio de evaluación	Tipo de turismo	Distancia	Grado de aprovechamiento	Total
	Ponderación	5.5	3	1.5	10
La puerta del diablo	Calificación	4	1	2	**7**
	Calif. Ponderada	22	3	3	**28**
Parque Balboa	Calificación	4	2	2	**8**
	Calif. Ponderada	22	6	3	**31**
El borbollón	Calificación	4	1	1	**6**
	Calif. Ponderada	22	3	1.5	**26.5**
Poza el Amate	Calificación	4	1	1	**6**
	Calif. Ponderada	22	3	1.5	**26.5**
El tembladero	Calificación	4	1	1	**6**
	Calif. Ponderada	22	3	1.5	**26.5**

Cerros y montañas	Calificación	4	1	1	**6**
	Calif. Ponderada	22	3	1.5	**26.5**
Iglesia Santa Cruz de Roma	Calificación	5	3	2	**10**
	Calif. Ponderada	27.5	9	3	**39.5**
Mirador los Planes de Renderos	Calificación	4	3	2	**9**
	Calif. Ponderada	22	9	3	**34**
Parque Escultórico La Puerta del Sol	Calificación	5	3	1	**9**
	Calif. Ponderada	27.5	9	1.5	**38**
Ruta animal	Calificación	4	3	1	**8**
	Calif. Ponderada	22	9	1.5	**32.5**
Casa de la Cultura	Calificación	5	3	1	**9**
	Calif. Ponderada	27.5	9	1.5	**38**
Casa Taller Encuentro	Calificación	5	3	1	**9**
	Calif. Ponderada	27.5	9	1.5	**38**
Telares de cintura	Calificación	5	3	1	**9**
	Calif. Ponderada	27.5	9	1.5	**38**
Plaza el obelisco	Calificación	2	2	2	**6**
	Calif. Ponderada	11	6	3	**20**

.

Los recursos que formaran parte de la “Ruta colonial de Panchimalco” son aquellos que tengan una puntuación mayor al promedio de la calificación de todos los recursos, el promedio de las calificaciones ponderadas es de 32 aproximadamente por lo que los recursos seleccionados para la ruta son:

- → Iglesia Santa Cruz de Roma
- → Mirador los Planes de Renderos
- → Parque Escultórico La Puerta del Sol
- → Ruta animal
- → Casa de la Cultura
- → Casa Taller Encuentro
- → Telares de cintura

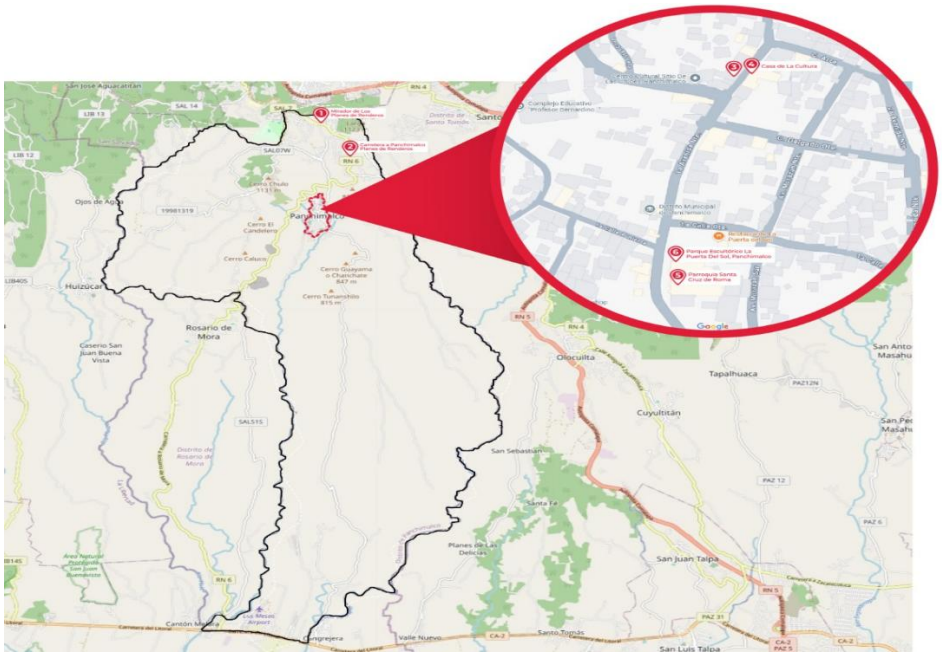
Diseño de la ruta

Secuencia de la “Ruta colonial de Panchimalco”

1. Punto Inicial. Mirador de los planes de Renderos
2. Segundo punto. Ruta Animal
3. Tercer punto. Casa taller encuentro
4. Cuarto punto. Casa de la cultura

5. Quinto punto. Iglesia “Santa Cruz de Roma”
6. Sexto punto. Parque Escultórico La Puerta del Sol

Ilustración 95. Mapa de atractivos que participan de la ruta colonial de Panchimalco.



.

Itinerario del recorrido “Ruta colonial de Panchimalco”

Para la ruta colonial una vez definida la secuencia de los atractivos se sugiere el siguiente itinerario de actividades a realizar.

Generalidades de la ruta

Tabla 147. Generalidades para la realización de la ruta colonial de Panchimalco

Concepto	Descripción
Recomendaciones	• Ropa cómoda y liviana • Protector solar • Botella de agua o bebidas energéticas • Cámara o teléfono para fotografías • Llevar efectivo para compras de artesanías
Restricciones	• Está prohibido el consumo de bebidas alcohólicas durante el recorrido • No se permite dejar basura en los sitios visitados • No se autoriza la extracción de flora, fauna o cualquier recurso natural

	• Los participantes deben seguir las instrucciones del guía turístico
Incluye	• Transporte durante el recorrido • Guía turístico especializado en historia y cultura local • Seguridad con POLITUR • Materiales y asesoría para el taller de telares de cintura • Demostración de la lengua náhuat
No incluye	• Alimentación e hidratación • Gastos personales

.

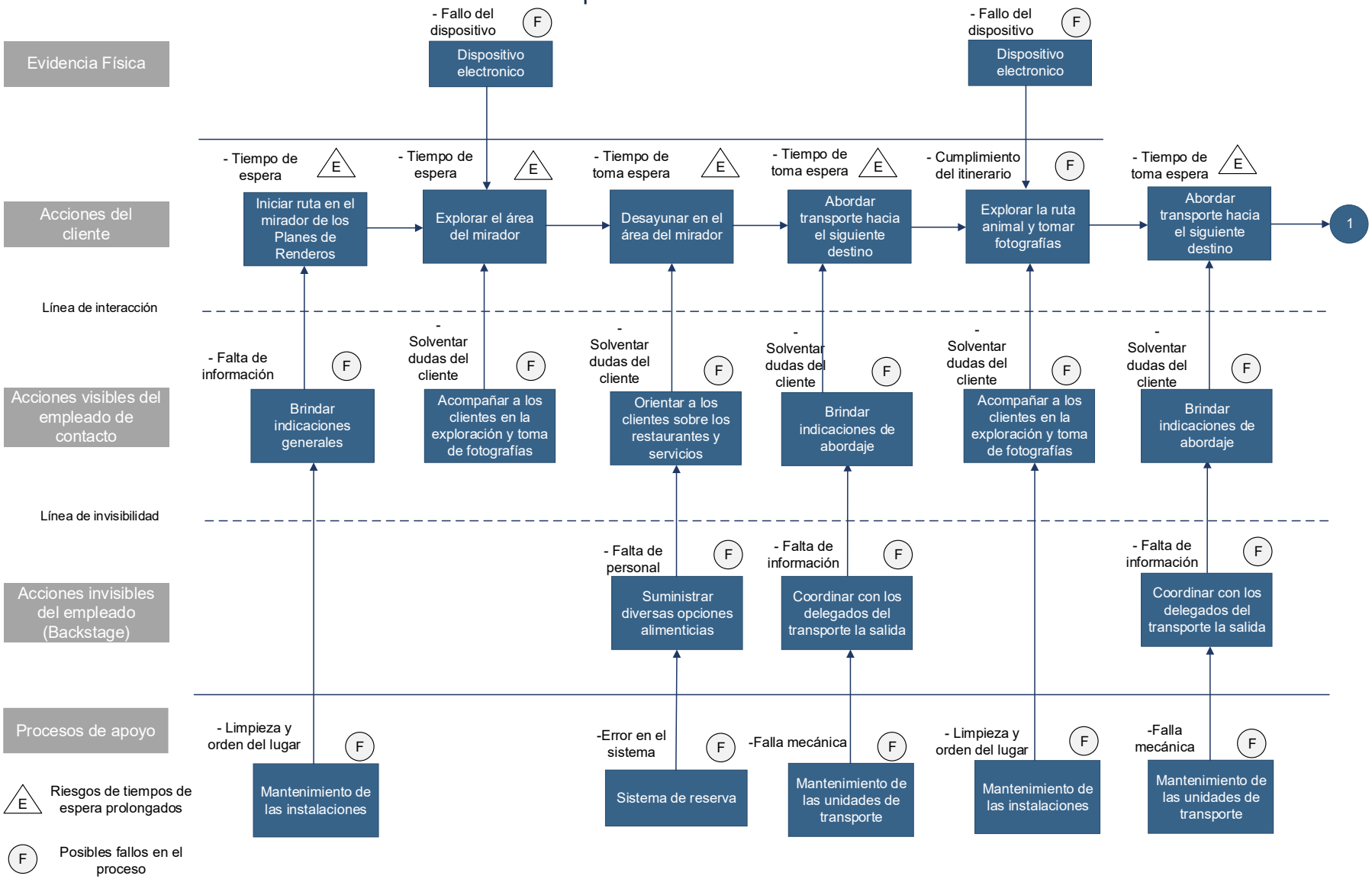
Tabla 148. Itinerario de la ruta colonial de Panchimalco

Hora	Actividad	Atractivo turístico	Descripción
8:00 am	Llegada atractivo 1	Mirador Planes de Renderos	Se brindará indicaciones generales de las actividades a realizar en la ruta
8:15 am	Exploración del área	Mirador Planes de Renderos	Observación de la vista panorámica, toma de fotografías y caminata por la zona
8:30 am	Desayuno	Planes de Renderos	Se brindará sugerencias y se tomará el tiempo para que los turistas se alimenten y se hidraten
9:30 am	Salida al atractivo 2	Planes de Renderos	Se abordará el transporte asignado y se inicia el recorrido hacia el siguiente lugar
9:40 am	Llegada al atractivo 2	Ruta Animal	Se llegará al inicio de la ruta animal carretera a Panchimalco
10:00 am	Exploración del área	Ruta Animal	Se realizará un pequeño recorrido por la calle y toma de fotografías entre las diferentes esculturas animales
10:20 am	Salida al atractivo 3	Ruta Animal	Se abordará el transporte asignado y se inicia el recorrido hacia el siguiente lugar
10:30 am	Llegada al atractivo 3	Casa Taller Encuentro	Se llegará al centro del pueblo de Panchimalco y los turistas son dirigidos a la casa taller encuentro
10:35 am	Recorrido por las instalaciones	Casa Taller Encuentro	Se realizará el recorrido dentro de las instalaciones acompañados de un guía que expone sobre la historia de Panchimalco.
11:15 am	Salida al atractivo 4	Casa Taller Encuentro	Se dirige al grupo hacia la casa de la cultura al lado de la casa taller encuentro
11:20 am	Llegada al atractivo 4	Casa de la Cultura	Se ingresará a la casa de la cultura y se brinda las indicaciones generales
11:25 am	Recorrido de las exposiciones	Casa de la Cultura	Se realizará el recorrido para apreciar pinturas, esculturas, textiles y otros objetos elaborados por artesanos de la zona, entre

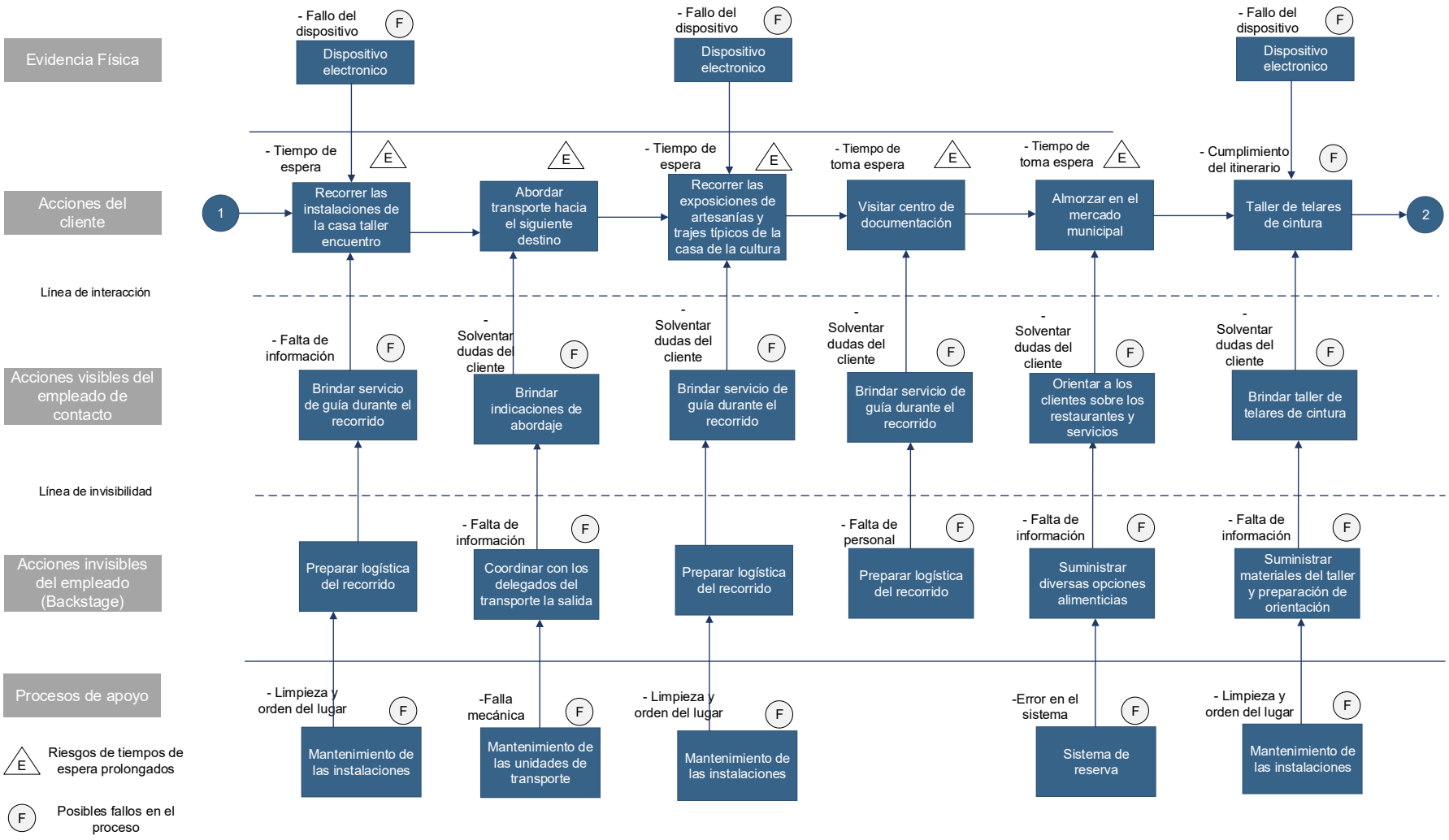
	de arte y artesanía		ellos la pinacoteca Sergio Clara (arte del 1er festival de arte en 1995)
11:45 am	Exposición de trajes típicos	Casa de la Cultura	Se observará la exposición de trajes típicos salvadoreños y de la zona.
12:00 pm	Visita al centro de documentación	Casa de la Cultura	Se recorrerá el centro de documentación que cuenta con libros, revistas y otros materiales sobre la historia y cultura de Panchimalco.
12:15 pm	Salida del atractivo	Casa de la cultura	Se retirarán los turistas para su tiempo de almuerzo
12:20 pm	Almuerzo	Mercado Municipal	Se brindará el tiempo de almuerzo para los turistas y se les sugiere su compra en el mercado municipal y sus alrededores
1:20 pm	Retorno a la casa cultura	Casa de la Cultura	Se regresará del mercado municipal luego de haber tomado el almuerzo
1:25 pm	Taller de telares de cintura	Casa de la Cultura	Se realizará un taller brindado por artesanos de la zona sobre la elaboración de los telares y sus técnicas de antaño
2:00 pm	Salida al atractivo 5	Casa de la Cultura	Se realizará la caminata hacia la iglesia “Santa Cruz de Roma”
2:10 pm	Llegada al atractivo 5	Iglesia “Santa Cruz de Roma”	Se ingresará a la iglesia “Santa Cruz de Roma”
2:15 pm	Recorrido por las instalaciones	Iglesia “Santa Cruz de Roma”	Se observará los detalles arquitectónicos de la fachada, como los nichos, las esculturas y las molduras, también los retablos, decoración y artesanías
2:35 pm	Salida al atractivo 6	Iglesia “Santa Cruz de Roma”	Se realizará la caminata de la iglesia hacia Parque Escultórico La Puerta del Sol
2:40 pm	Recorrido por el parque	Parque Escultórico La Puerta del Sol	Se brindará un recorrido por el parque, observando cada una de las esculturas y apreciando la diversidad de estilos y materiales utilizados, y la diversidad de flora
3:00 pm	Visita al centro de aprendizaje de náhuat	Parque Escultórico La Puerta del Sol	Se realizará la visita al centro de aprendizaje náhuat donde se conoce sobre la historia de la lengua y se enseñan frases del idioma
3:30 pm	Salida del atractivo 6	Parque Escultórico La Puerta del Sol	Se realizará el retorno al mirador de los Planes de Renderos
3:50 pm	Finalización de la ruta	Mirador de los Planes de Renderos	Se despedirá a los turistas y se finalizará la ruta

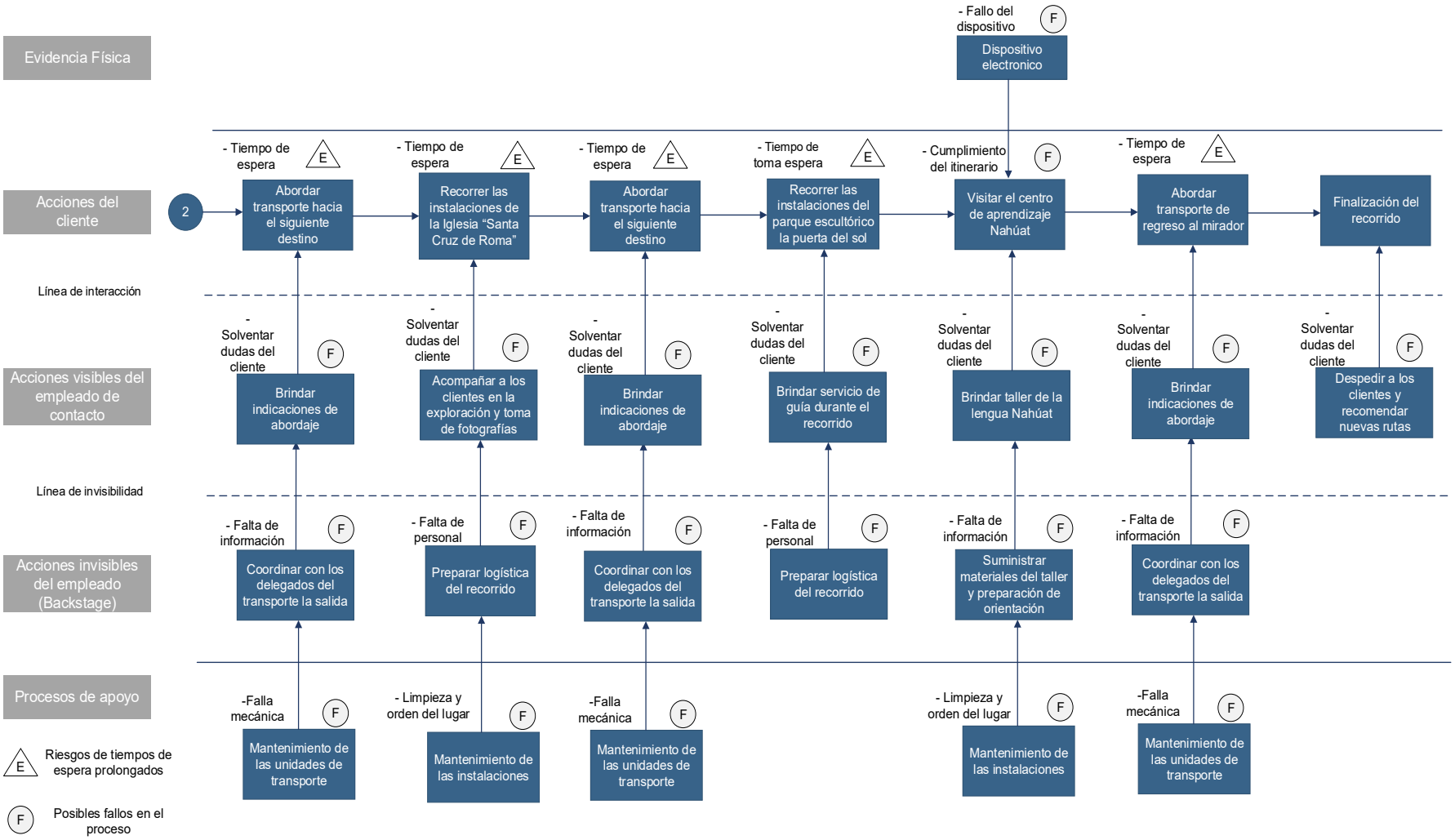
Fuente: Elaboración propio.

Ilustración 96. Service Blueprint de la “Ruta colonial de Panchimalco”



.


Evidencia Física
Acciones del cliente
Línea de interacción
Acciones visibles del empleado de contacto
Línea de invisibilidad
Acciones invisibles del empleado (Backstage)
Procesos de apoyo
E Riesgos de tiempos de espera prolongados
F Posibles fallos en el proceso
1
2
- Fallo del dispositivo
Dispositivo electronico
- Tiempo de espera
Recorrer las instalaciones de la casa taller encuentro
Abordar transporte hacia el siguiente destino
Recorrer las exposiciones de artesanías y trajes típicos de la casa de la cultura
- Tiempo de toma espera
Visitar centro de documentación
Almorzar en el mercado municipal
- Cumplimiento del itinerario
Taller de telares de cintura
- Falta de información
Brindar servicio de guía durante el recorrido
- Solventar dudas del cliente
Brindar indicaciones de abordaje
Brindar servicio de guía durante el recorrido
Brindar servicio de guía durante el recorrido
Orientar a los clientes sobre los restaurantes y servicios
Brindar taller de telares de cintura
Preparar logística del recorrido
- Falta de información
Coordinar con los delegados del transporte la salida
Preparar logística del recorrido
- Falta de personal
Preparar logística del recorrido
Suministrar diversas opciones alimenticias
Suministrar materiales del taller y preparación de orientación
- Limpieza y orden del lugar
Mantenimiento de las instalaciones
-Falla mecánica
Mantenimiento de las unidades de transporte
Mantenimiento de las instalaciones
-Error en el sistema
Sistema de reserva
Mantenimiento de las instalaciones


Evidencia Física
Acciones del cliente
Línea de interacción
Acciones visibles del empleado de contacto
Línea de invisibilidad
Acciones invisibles del empleado (Backstage)
Procesos de apoyo
E Riesgos de tiempos de espera prolongados
F Posibles fallos en el proceso
2
- Fallo del dispositivo
F
Dispositivo electronico
- Tiempo de espera
E
Abordar transporte hacia el siguiente destino
- Tiempo de espera
E
Recorrer las instalaciones de la Iglesia "Santa Cruz de Roma"
- Tiempo de espera
E
Abordar transporte hacia el siguiente destino
- Tiempo de toma espera
E
Recorrer las instalaciones del parque escultórico la puerta del sol
- Cumplimiento del itinerario
F
Visitar el centro de aprendizaje Nahúat
- Tiempo de espera
E
Abordar transporte de regreso al mirador
Finalización del recorrido
- Solventar dudas del cliente
F
Brindar indicaciones de abordaje
- Solventar dudas del cliente
F
Acompañar a los clientes en la exploración y toma de fotografías
- Solventar dudas del cliente
F
Brindar indicaciones de abordaje
- Solventar dudas del cliente
F
Brindar servicio de guía durante el recorrido
- Solventar dudas del cliente
F
Brindar taller de la lengua Nahúat
- Solventar dudas del cliente
F
Brindar indicaciones de abordaje
- Solventar dudas del cliente
F
Despedir a los clientes y recomendar nuevas rutas
- Falta de información
F
Coordinar con los delegados del transporte la salida
- Falta de personal
F
Preparar logística del recorrido
- Falta de información
F
Coordinar con los delegados del transporte la salida
- Falta de personal
F
Preparar logística del recorrido
- Falta de información
F
Suministrar materiales del taller y preparación de orientación
- Falta de información
F
Coordinar con los delegados del transporte la salida
-Falla mecánica
F
Mantenimiento de las unidades de transporte
- Limpieza y orden del lugar
F
Mantenimiento de las instalaciones
-Falla mecánica
F
Mantenimiento de las unidades de transporte
- Limpieza y orden del lugar
F
Mantenimiento de las instalaciones
-Falla mecánica
F
Mantenimiento de las unidades de transporte

4. Diseño y análisis de la ruta 3. “Ruta descubre Panchimalco”

Objetivo: Promover y dar a conocer los atractivos turísticos de la zona sur de Panchimalco, impulsando su valorización y posicionamiento como destinos de interés para turistas nacionales y extranjeros.

La ruta “Descubre Panchimalco” busca potenciar el turismo en la zona sur de Panchimalco con una orientación hacia el turismo sostenible, en esta ruta se busca integrar el turismo natural, cultural y gastronómico para promover la visita de turistas nacionales y extranjeros.

La creación de esta ruta se basa en dos criterios específicos:

1. **Aprovechamiento de los recursos turísticos no explotados de la zona sur de Panchimalco:** La zona sur de Panchimalco cuenta con recursos turísticos que actualmente solo son visitados por personas que viven cerca del recurso turístico, incorporarlos a una ruta permitirá darles un valor único además de diversificar la oferta turística actual de Panchimalco, para impulsar estos recursos se buscara integrarlos con un atractivo turístico que ya este establecido para que sea más atractivo para el turista.
2. **Preferencia por el turismo de naturaleza y pueblos:** El estudio de mercados nos permitió determinar la alta preferencia de los turistas con experiencias con la naturaleza y esta ruta permite explorar y tener contacto directo con elementos naturales que posee la zona, además de integrar un turismo de pueblo que integre actividades gastronómicas y culturales.

Selección de criterios de ponderación

Con el propósito de seleccionar los atractivos que formarán parte de la ruta turística “Descubre Panchimalco” se establecen los siguientes criterios de evaluación:

1. **Tipo de turismo:** Define el tipo de experiencia que busca el turista, basado en los resultados obtenidos del diagnóstico y del mercado consumidor, así como retomando la clasificación presentada en la ilustración 1 (Esquema de clasificación por tipo de turismo).

a) Turismo de Aventura
b) Turismo Cultural
c) Turismo Gastronómico
d) Turismo de Naturaleza y Ecoturismo
e) Turismo Rural y Agroturismo

2. **Distancia:** Influye directamente en la accesibilidad del atractivo y en la planificación de la ruta turística. Una distancia adecuada facilita la visita y mejora la experiencia del turista, mientras que una distancia excesiva puede limitar el número de visitantes, en el caso de la zona sur al no poseer un destino turístico ya establecido y se pretende utilizar uno para la ruta que sea el que potencie a los demás no se tomara en cuenta la distancia de este primer atractivo con los de la zona sur, si no solamente la distancia de los destinos de la zona sur.
3. **Grado de aprovechamiento:** Se refiere al nivel de desarrollo turístico del atractivo, un alto grado de aprovechamiento indica que el atractivo es popular y genera ingresos, mientras que un bajo grado de aprovechamiento sugiere la necesidad de potenciar el lugar al incluirlo en las rutas, esto de la mano con el potencial que demuestra el atractivo.

Tabla 149. Asignación de escala de calificaciones y ponderaciones para el diseño de la "Ruta Descubre Panchimalco"

Criterio	Clasificación	Calificación	Ponderación
Tipo de turismo	Turismo de Aventura	3	40%
	Turismo Cultural	1	
	Turismo Gastronómico	4	
	Turismo de Naturaleza y Ecoturismo	5	
	Turismo Rural y Agroturismo	2	
Distancias	Cercano	3	20%
	Moderado	2	
	Lejano	1	
Grado de aprovechamiento	Alto	1	40%
	Bajo	2	

.

Evaluación de los atractivos

Tabla 150. Matriz ponderada de evaluación para la selección de atractivos turísticos para la “Ruta descubre Panchimalco”

RECURSO TURÍSTICO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	TIPO DE TURISMO	DISTANCIAS	GRADO DE APROVECHAMIENTO	TOTAL
	Ponderación	4	2	4	
La puerta del diablo	Calificación	3	1	1	
	Calif. Ponderada	12	2	4	18
Parque Balboa	Calificación	5	1	1	
	Calif. Ponderada	20	2	4	26
El borbollón	Calificación	5	3	2	
	Calif. Ponderada	20	6	8	34
Poza el Amate	Calificación	5	3	2	
	Calif. Ponderada	20	6	8	34
El tembladero	Calificación	5	3	2	
	Calif. Ponderada	20	6	8	34
Cerros y montañas	Calificación	5	3	2	
	Calif. Ponderada	20	6	8	34
Iglesia Santa Cruz de Roma	Calificación	1	1	1	
	Calif. Ponderada	4	2	4	10
Mirador los Planes de Renderos	Calificación	1	1	1	
	Calif. Ponderada	4	2	4	10
Parque Escultórico La Puerta del Sol	Calificación	1	1	2	
	Calif. Ponderada	4	2	8	14
Ruta animal	Calificación	1	1	1	
	Calif. Ponderada	4	2	4	10
Casa de la Cultura	Calificación	1	1	2	
	Calif. Ponderada	4	2	8	14
Casa Taller Encuentro	Calificación	1	1	2	
	Calif. Ponderada	4	2	8	14
Plaza el obelisco	Calificación	4	1	1	
	Calif. Ponderada	16	2	4	22

.

Los recursos que formaran parte de la ruta “Descubre Panchimalco” son aquellos que tengan una puntuación mayor al promedio de la calificación de todos los recursos, el

promedio de las calificaciones ponderadas es de 21 por lo que los recursos seleccionados para la ruta son:

- → Parque Balboa
- → El Borbollón
- → Poza el Amate
- → El tembladero
- → Cerros y montañas
- → Plaza el Obelisco

Diseño de la ruta

Secuencia de la ruta

1. Punto inicial: Parque Balboa
2. Segundo punto: El Borbollón
3. Tercer punto: El Tembladero
4. Cuarto punto: Cerro
5. Quinto punto: Plaza el Obelisco

Itinerario del recorrido "Descubre Panchimalco"

Para la ruta descubre Panchimalco una vez definida la secuencia de los atractivos se sugiere el siguiente itinerario de actividades a realizar.

Tabla 151. Generalidades para la realización de la ruta descubre Panchimalco

Indicación	Descripción
Recomendaciones	• Ropa cómoda y liviana • Zapatos deportivos o de senderismo • Gorra o sombrero • Protector solar • Repelente de insectos • Botella de agua o bebidas rehidratantes • Cámara o teléfono con buena resolución • Bolsa para residuos
Restricciones	• Está prohibido el consumo de bebidas alcohólicas durante el recorrido • No se permite dejar basura en los sitios visitados

	• No se autoriza la extracción de flora, fauna o cualquier recurso natural • Los participantes deben seguir las instrucciones del guía turístico
Incluye	• Transporte durante el recorrido • Guía turístico especializado • Seguridad con POLITUR
No incluye	• Gastos relacionados con la alimentación • Gastos personales

.

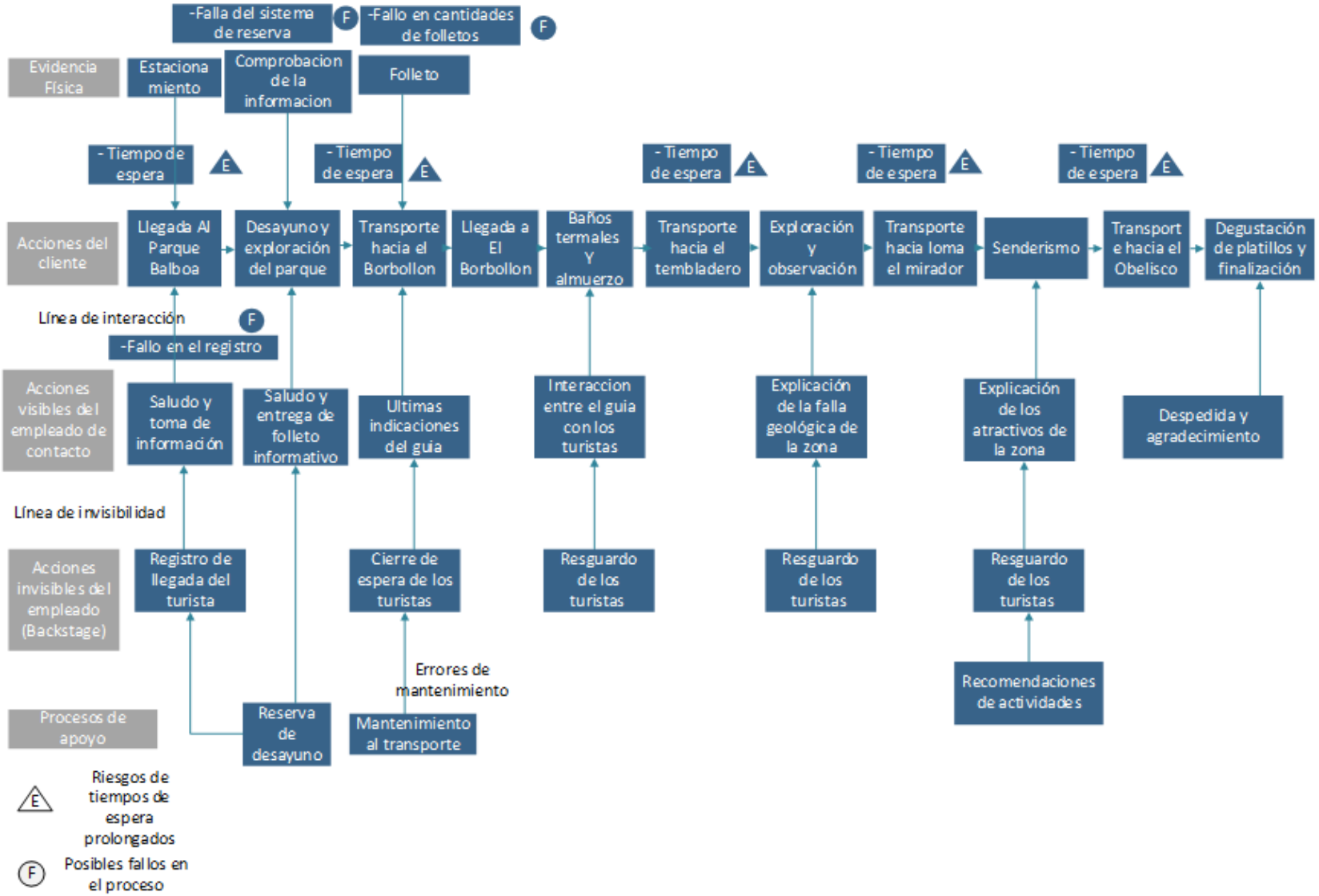
Tabla 152. Itinerario de la ruta descubre Panchimalco

Hora	Actividad	Atractivo turístico	Descripción
8:00 am	Llegada al atractivo 1	Parque Balboa	Se brindará indicaciones generales de las actividades a realizar en la ruta
8:15 am	Desayuno	Parque Balboa	Se tomará un tiempo para que los turistas puedan desayunar ya sea dentro de las instalaciones del parque o en las pupuserías aledañas al parque
9:00 am	Exploración del parque	Parque Balboa	Observación del parque y recorrido, toma de fotografías y caminata por la zona mientras llegan todos los turistas
10:00 am	Salida al atractivo 1	Parque Balboa	Se abordará el transporte asignado y se inicia el recorrido hacia el siguiente lugar
11:00 am	Llegada al atractivo 2	El Borbollón	Se llegará al borbollón
11:15 am	Baños termales	El Borbollón	Se realizará exploración por los afluentes de agua cristalina donde el turista puede disfrutar de baños termales y observación de la naturaleza
12:30 am	Almuerzo	El Borbollón	Almuerzo al aire libre y tiempo para explorar la poza de agua natural, ideal para fotografía y conexión con la naturaleza.
1:30 pm	Salida al atractivo 3	El Borbollón	Se realizará senderismo hacia El Tembladero
2:00 pm	Llegada al atractivo 3	El tembladero	Se llegará a El Tembladero
2:10 pm	Exploración y observación	El tembladero	Se observará la inestabilidad del suelo causada por aguas subterráneas cercanas, mientras el guía explica porque sucede esto

			y detalle los aspectos más característicos de la zona
2:30 pm	Salida al atractivo 4	El tembladero	Se abordará el transporte asignado y se iniciará el recorrido hacia el siguiente lugar
3:00 pm	Llegada al atractivo 4	Cerro	Se llegará a el cerro
3:10 pm	Senderismo	Cerro	Caminata por senderos ecológicos, disfrutando de vistas panorámicas y la biodiversidad única de Panchimalco.
4:00 pm	Salida al atractivo 5	Cerro	Se abordará el transporte asignado y se inicia el recorrido hacia el siguiente lugar
5:00 pm	Llegada al atractivo 5	Plaza El Obelisco	Se disfrutará de la gastronomía salvadoreña en los locales alrededor de la plaza, acompañado de eventos gastronómicos o fotografía.

.

Ilustración 97. Service Blueprint de la “Ruta descubre Panchimalco”



5. Determinación de la capacidad de carga turística de los atractivos

Mathieson y Wall (1986) definen la capacidad de carga turística como «el número máximo de visitantes que puede usar un espacio sin una alteración inaceptable del medio físico y sin una disminución en la calidad de la experiencia conseguida por los visitantes». En la misma línea se sitúan Lime y Stankey (1971) aunque incluyendo el aspecto temporal: «El tipo de uso (lo que hacen y cómo lo hacen) que se puede soportar en un periodo determinado sobre un área sin causar un excesivo daño tanto al medio físico como a la experiencia del visitante».

En este sentido, la capacidad de carga turística es un mecanismo de planeación que requiere decisiones de manejo y no la solución a los problemas de visitación de un sitio turístico: en otras palabras, es conveniente determinarla de acuerdo con las características particulares de cada sitio por separado.

Para la determinación de la capacidad de carga se utilizará la metodología de Miguel Cifuentes (1992), en donde el proceso consta de 3 niveles:

- → Cálculo de Capacidad de Carga Física (CCF)
- → Cálculo de Capacidad de Carga Real (CCR)
- → Cálculo de Capacidad de Carga Efectiva (CCE)

Estos tres niveles de capacidad de carga tienen una relación que se puede representar como: **CCF≥CCR≥CCE**

Los cálculos se basan en los siguientes criterios:

- → Una persona requiere normalmente $1m^2$ de espacio para moverse libremente; para senderos se traduce a en 1 m lineal, siempre que el ancho del sendero sea menor que 2m.
- → El horario de visita y el tiempo de permanencia en los diferentes atractivos es el establecido en cada itinerario de las rutas.

Capacidad de carga física (CCF)

Capacidad de carga física (CCF): Es el límite máximo de visitas que se pueden hacer al sitio durante un día. Está dada por la relación entre factores de visita (horario y tiempo de visita), el espacio disponible y la necesidad de espacio por visitante. Para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$\mathrm{CCF} = \frac{S}{Sp} * NV$$

Donde:

S=Superficie disponible

S_p= superficie utilizada por persona (1 m^2)

NV= número de veces que el sitio puede ser visitado por una persona

$$NV = \frac{Hv}{Tv}$$

Donde:

Hv= Horario de visita

Tv= Tiempo necesario para visitar el lugar

Capacidad de carga real (CCR)

Capacidad de carga real (CCR): Es el límite máximo de visitas, determinado a partir de la CCF de un sitio, tras someterlo a los factores de corrección definidos en función de las características particulares del sendero. La capacidad de carga real corresponde a la siguiente expresión matemática:

$$CCR = CCF\ (FCsoc * FCacc)$$

Se sometió la CCF a una serie de factores de corrección, particulares para cada sitio. Los factores de corrección considerados en este estudio fueron:

- → Factor Social (FCsoc)
- → Accesibilidad (FCacc)

Los factores se calculan en función de la formula general:

$$FCx = \frac{Mlx}{Mtx}$$

Donde:

FCx = Factor de corrección por la variable “x”

Mlx = Magnitud limitante de la variable “x”

Mtx = Magnitud total de la variable “x”

Capacidad de carga efectiva

Capacidad de carga efectiva (CCE): Es el límite máximo de visitas que se puede permitir para ordenarlas y manejarlas. Se obtiene comparando la Capacidad de Carga Real (CCR) con la Capacidad de Manejo (CM) de la administración del área, que se define como la suma de condiciones que la administración de un área protegida necesita para poder cumplir con sus funciones y objetivos. La cual se define con la siguiente expresión matemática:

$$CCE = CCR * C\text{M}$$

Donde:

CM= Capacidad de manejo

Para realizar una aproximación de la capacidad de manejo del Monumento, fueron consideradas las variables: **personal, infraestructura y equipamientos.**

El cálculo de la capacidad de manejo se determina por la siguiente expresión matemática:

$$CM = \frac{Infraestructura + Equipamiento + personal}{3} * 10$$

a. Capacidad de carga ruta 1. “Ruta de montaña de Panchimalco”

<u>Atractivo 1.</u>

Para el cerro Guayama, una de las principales actividades a realizar será el senderismo, por lo cual la capacidad de carga de considera según el número de personas que podrían realizar el senderismo, pero en la realidad los turistas pueden elegir actividades de ocio. Por lo anterior mencionado se considera adecuado tomar

los metros lineales como parámetro debido a que el ancho del sendero será estándar.

Capacidad de carga física (CCF)

S= 1,500 m Sp= 3 m

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{11\ h/dia}{2\ h/visitas/visitante} = 5.5\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{1{,}500\ m}{3\ m} * 5.5 = \mathbf{2{,}750\ visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

- → Grupos máximo de 35 personas (capacidad máxima del transporte)
- → Distancia entre los grupos 50 metros
- → Superficie requerida por persona 3 m
- → Superficie requerida por el grupo 155 m

Número de grupos simultáneos en el parque

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{1{,}500\ m}{155\ m} = 9.68 = 10\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente del parque.

$$P = \text{NG} * \#\ \text{de personas} = 9.68 * 35 = 338.71 = 339\ \text{visitas simultaneas}$$

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es aquella porción del sendero que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos

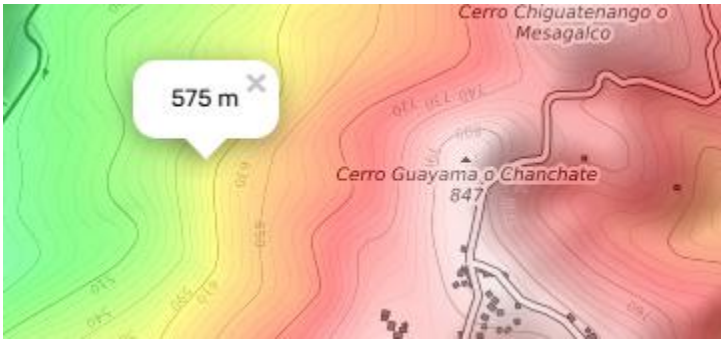
$$MI_{mirador} = \text{Mt} - \text{p} = 1{,}500 - 339 = 1{,}161$$

Por tanto: $FCsoc_{mirador} = 1 - \frac{1{,}161}{1{,}500} = 0.226$

Factor Accesibilidad: Mide el grado de dificultad que podrían tener los visitantes para desplazarse por los atractivos, debido a pendientes.

Para obtener los datos sobre la pendiente del sendero se toma en cuenta el mapa topográfico del territorio donde se obtiene la altitud del territorio como se muestra en el siguiente mapa:

Ilustración 98. Mapa de altitudes del cerro Guayama



Donde el punto de los 575 m es una aproximación donde se encuentra la carretera, obteniendo la inclinación del territorio donde la diferencia de altitud es de 272 metros con un recorrido aproximado de 1500 m, donde el Angulo es aproximadamente de 10°. Dado a que no todo el terreno posee la misma inclinación se ha considero desglosar el recorrido de la siguiente manera:

Tabla 153. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992

Dificultad	Pendiente	Metros
Ningún grado de dificultad	≤10%	900
Media dificultad	>10% ≤ 20%	500
Alta dificultad	>20 %	100

.

Los tramos que poseen un grado de dificultad medio o alto son los únicos considerados significativos al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto representa una dificultad mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1 para el grado medio de dificultad y 1,5 para el alto. Así:

$$FCacc = 1 - \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

Donde:

Ma = metros con dificultad alta

Mm = metros con dificultad medía

Mt = metros totales

$$FCacc = 1 - \frac{(100 * 1.5) + (500 * 1)}{1{,}500}$$

$$FCacc = 0.566$$

$\boldsymbol{CCR}$ = $CCF\ (FCsoc * FCacc)$ = 2,750 (0.226*0.566) = 351.77 = **352 visitas/día**

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Para calcular la carga efectiva primero determinamos la capacidad de manejo, considerando tres factores; infraestructura, personal y equipamiento. Teniendo en cuenta lo planteado por Eagles, P. F. J., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002), se consideran los siguientes factores:

Tabla 154. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.75
Equipamiento	0.80
Personal	0.60
CM	0.72

.

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 352 * 0.72 = 253.44 = \boldsymbol{254\ visitas/dia}$$

Atractivo 2.

Para el cerro Tunanshilo, una de las principales actividades a realizar será el senderismo, por lo cual la capacidad de carga de considera según el número de personas que podrían realizar el senderismo, pero en la realidad los turistas pueden elegir actividades de ocio. Por lo anterior mencionado se considera adecuado tomar

los metros lineales como parámetro debido a que el ancho del sendero será estándar.

Capacidad de carga física (CCF)

S= 2,000 m Sp= 3 m

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{11\ h/dia}{2\ h/visitas/visitante} = 5.5\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{2{,}000\ m}{3\ m} * 5.5 = 3{,}666.66 = \boldsymbol{3{,}667\ visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

- → Grupos máximo de 35 personas (capacidad máxima del transporte)
- → Distancia entre los grupos 50 metros
- → Superficie requerida por persona 3 m
- → Superficie requerida por el grupo 155 m

Número de grupos simultáneos en el parque

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{2{,}000\ m}{155\ m} = 12.90 = 13\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente del parque.

$$P = \mathrm{NG} * \#\ \text{de personas} = 12.90 * 35 = 451.5 = 452\ \text{visitas simultaneas}$$

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es aquella porción del sendero que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos

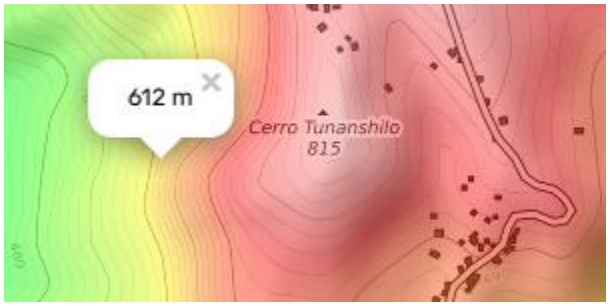
$$Ml_{mirador} = \mathrm{Mt} - \mathrm{p} = 2{,}000 - 452 = 1{,}548$$

Por tanto: $FCsoc_{mirador} = 1 - \frac{1{,}548}{2{,}000} = 0.226$

Factor Accesibilidad: Mide el grado de dificultad que podrían tener los visitantes para desplazarse por los atractivos, debido a pendientes.

Para obtener los datos sobre la pendiente del sendero se toma en cuenta el mapa topográfico del territorio donde se obtiene la altitud del territorio como se muestra en el siguiente mapa:

Ilustración 99. Mapa de altitudes cerro Tunanshilo



Donde el punto de los 612 m es una aproximación donde se encuentra la carretera, obteniendo la inclinación del territorio donde la diferencia de altitud es de 203 metros con un recorrido aproximado de 2000 m, donde el Angulo es aproximadamente de 5°. Dado a que no todo el terreno posee la misma inclinación se ha considero desglosar el recorrido de la siguiente manera:

Tabla 155. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992

Dificultad	Pendiente	Metros
Ningún grado de dificultad	≤10%	1500
Media dificultad	>10% ≤ 20%	100
Alta dificultad	>20 %	400

.

Los tramos que poseen un grado de dificultad medio o alto son los únicos considerados significativos al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto representa una dificultad mayor que un grado medio, se incorporó

un factor de ponderación de 1 para el grado medio de dificultad y 1,5 para el alto. Así:

$$FCacc = 1 - \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

Donde:

Ma = metros con dificultad alta

Mm = metros con dificultad media

Mt = metros totales

$$FCacc = 1 - \frac{(400 * 1.5) + (100 * 1)}{2{,}000}$$

$$FCacc = 0.65$$

$\boldsymbol{CCR}$ = $CCF\ (FCsoc * FCacc)$ = 3,667 (0.226*0.65) =538.68 = **539 visitas/día**

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Para calcular la carga efectiva primero determinamos la capacidad de manejo, considerando tres factores; infraestructura, personal y equipamiento. Teniendo en cuenta lo planteado por Eagles, P. F. J., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002), se consideran los siguientes factores

Tabla 156. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.75
Equipamiento	0.80
Personal	0.60
CM	0.72

.

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 539 * 0.72 = 388.08 = \boldsymbol{389\ visitas/dia}$$

Atractivo 3.

Para este atractivo, se considera idóneo utilizar las unidades de medida de área, el metro cuadrado para obtener la capacidad de carga de la propuesta del recorrido.

Capacidad de carga física (CCF)

S= 25,000 m^2 Sp= 5 m^2

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{12\ h/dia}{1\ h/visitas/visitante} = 12\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{25{,}000\ m^2}{5\ m^2} * 12 = \mathbf{60{,}000}\ \boldsymbol{visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

- → Grupos máximo de 35 personas (capacidad máxima del transporte)
- → Distancia entre los grupos 50 m^2
- → Superficie requerida por persona 5 m^2
- → Superficie requerida por el grupo 225 m^2

Número de grupos simultáneos en el parque

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{25{,}000\ m}{225\ m} = 111.11 = 112\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente del parque.

$$P = \text{NG} * \#\ \text{de personas} = 111.11 * 35 = 3{,}888.85 = 3{,}889\ \text{visitas simultaneas}$$

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es aquella porción del sendero que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos

$$\boldsymbol{MI_{mirador}} = \text{Mt} - \text{p} = 25{,}000 - 3{,}889 = 21{,}111$$

Por tanto: $FCsoc_{mirador} = 1 - \frac{21{,}111}{25{,}000} = 0.16$

Factor Accesibilidad: Mide el grado de dificultad que podrían tener los visitantes para desplazarse por los atractivos, debido a pendientes.

Tabla 157. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992

Dificultad	Pendiente
Ningún grado de dificultad	≤10%
Medía dificultad	>10% ≤ 20%
Alta dificultad	>20 %

.

Los tramos que poseen un grado de dificultad medio o alto son los únicos considerados significativos al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto representa una dificultad mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1 para el grado medio de dificultad y 1,5 para el alto. Así:

$$FCacc = 1 - \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

Donde:

Ma = metros con dificultad alta

Mm = metros con dificultad medía

Mt = metros totales

$$FCacc = 1$$

$\boldsymbol{CCR} = CCF\,(FCsoc * FCacc)$ = 60,000 (0.16*1) = **9,600 visitas/día**

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Para calcular la carga efectiva primero determinamos la capacidad de manejo, considerando tres factores; infraestructura, personal y equipamiento. Teniendo en cuenta lo planteado por Eagles, P. F. J., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002), se consideran los siguientes factores:

Tabla 158. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.75
Equipamiento	0.80
Personal	0.60
CM	0.72

.

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 9{,}600 * 0.72 = \boldsymbol{6{,}912\ visitas/dia}$$

Atractivo 4.

Para el ultimo atractivo el cual es la Puerta del Diablo se considera la capacidad de carga de considera según el número de personas que podrían realizar el senderismo, pero en la realidad los turistas pueden elegir actividades de ocio. Por lo anterior mencionado se considera adecuado tomar los metros lineales como parámetro debido a que el ancho del sendero será estándar.

Capacidad de carga física (CCF)

S= 470 m Sp= 3 m

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{14\ h/dia}{2.5\ h/visitas/visitante} = 5.6\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{470\ m}{3\ m} * 5.6 = 877.33 = \boldsymbol{878\ visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

- → Grupos máximo de 35 personas (capacidad máxima del transporte)
- → Distancia entre los grupos 50 metros
- → Superficie requerida por persona 3 m
- → Superficie requerida por el grupo 155 m

Número de grupos simultáneos en el parque

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{470\ m}{155\ m} = 3.03 = 4\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente del parque.

$$P = \text{NG} * \#\ \text{de personas} = 3.03 * 35 = 106.05 = 107\ \text{visitas simultaneas}$$

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es aquella porción del sendero que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos

$$MI_{mirador} = \text{Mt} - \text{p} = 470 - 107 = 363$$

Por tanto: $FCsoc_{mirador} = 1 - \frac{363}{470} = 0.23$

Factor Accesibilidad: Mide el grado de dificultad que podrían tener los visitantes para desplazarse por los atractivos, debido a pendientes.

Para obtener los datos sobre la pendiente del sendero se toma en cuenta el mapa topográfico del territorio donde se obtiene la altitud del territorio como se muestra en el siguiente mapa, recordando que el cerro el chulo es como actualmente se conoce la puerta del diablo:

Ilustración 100. Mapa de altitudes de la Puerta del Diablo



Donde el punto de los 1,074 m es una aproximación donde se encuentra la carretera, obteniendo la inclinación del territorio donde la diferencia de altitud es de

57 metros con un recorrido aproximado de 470 m, donde el Angulo es aproximadamente de 7°. Dado a que no todo el terreno posee la misma inclinación considerando que el punto de mayor dificultad es la zona más inclinada, se tiene lo siguiente:

Tabla 159. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992

Dificultad	Pendiente	Metros
Ningún grado de dificultad	≤10%	150
Media dificultad	>10% ≤ 20%	300
Alta dificultad	>20 %	20

.

Los tramos que poseen un grado de dificultad medio o alto son los únicos considerados significativos al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto representa una dificultad mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1 para el grado medio de dificultad y 1,5 para el alto. Así:

$$FCacc = 1 - \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

Donde:

Ma = metros con dificultad alta

Mm = metros con dificultad media

Mt = metros totales

$$FCacc = 1 - \frac{(20 * 1.5) + (300 * 1)}{470}$$

$FCacc = 0.30$

$\boldsymbol{CCR} = CCF\,(FCsoc * FCacc)$ = 878(0.23*0.30) = 60.58 = **61 visitas/día**

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Para calcular la carga efectiva primero determinamos la capacidad de manejo, considerando tres factores; infraestructura, personal y equipamiento. Teniendo en cuenta lo planteado por Eagles, P. F. J., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002), se consideran los siguientes factores:

Tabla 160. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.75
Equipamiento	0.80
Personal	0.60
CM	0.72

.

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 61 * 0.72 = 43.92 = \boldsymbol{44\ visitas/dia}$$

El resumen de las capacidades de carga de las rutas se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 161. Capacidad de carga de la ruta de montañas

Capacidad de carga	Cerro Guayama	Cerro Tunanshilo	Casco Urbano	Puerta del Diablo
Capacidad de Carga Física (CCF)	2,750 visitas/día	3,667 visitas/día	60,000 visitas/día	878 visitas/día
Capacidad de Carga Real (CCR)	352 visitas/día	539 visitas/día	9,600 visitas/día	61 visitas/día
Capacidad de Carga Efectiva (CCE)	254 visitas/día	389 visitas/día	6,912 visitas/día	48 visitas/día

.

b. Capacidad de carga “Ruta colonial de Panchimalco”

Atractivo 1. Mirador Planes de Renderos

Capacidad de carga física (CCF)

S= 245.8 m^2 Sp= 1m^2

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{17\ h/dia}{1.5\ h/visitas/visitante} = 12\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{245.8m^2}{1\ m^2} * 12 = \mathbf{2,950\ visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

- → Grupos máximo de 15 personas (capacidad máxima del transporte)
- → Distancia entre los grupos 40 metros
- → Superficie requerida por persona 1m^2
- → Superficie requerida por el grupo 55 m^2

Número de grupos simultáneos en el parque

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{245.8\ m^2}{55\ m^2} = 4.46 = 4\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente del parque.

$$P = \text{NG} * \#\ \text{de personas} = 4.46 * 15 = 66.9 = 67\ \text{visitas simultaneas}$$

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es aquella porción del sendero que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos

$$Ml_{mirador} = \text{Mt} - \text{p} = 245.8 - 67 = 178.8$$

Por tanto: $FCsoc_{mirador} = 1 - \frac{178.8}{245.8} = 0.2726$

Factor Accesibilidad: Mide el grado de dificultad que podrían tener los visitantes para

desplazarse por los atractivos, debido a pendientes.

Tabla 162. Grados de pendientes. Cifuentes et al. 1992

Dificultad	Pendiente
Ningún grado de dificultad	≤10%

Medía dificultad	>10% ≤ 20%
Alta dificultad	>20 %

.

Los tramos que poseen un grado de dificultad medio o alto son los únicos considerados significativos al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto representa una dificultad mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1 para el grado medio de dificultad y 1,5 para el alto. Así:

$$FCacc = 1 - (Ma * 1.5) + (Mm * 1)\ Mt$$

Donde:
Ma = metros con dificultad alta
Mm = metros con dificultad medía
Mt = metros totales

$FCacc_{mirador}$ = 1

$\boldsymbol{CCR} = CCF\ (FCsoc * FCacc)$ = 2,950 (0.2726*1) = 804.17 = **804 visitas/día**

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Para calcular la carga efectiva primero determinamos la capacidad de manejo, considerando tres factores; infraestructura, personal y equipamiento. Teniendo en cuenta lo planteado por Eagles, P. F. J., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002), se consideran los siguientes factores:

Tabla 163. Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.75
Equipamiento	0.80
Personal	0.60
CM	0.72

.

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 804 * 0.72 = 578.88 = \mathbf{579}\ \boldsymbol{visitas/dia}$$

Atractivo 2. Ruta Animal

Capacidad de carga física (CCF)

S= 136.93 m^2 Sp= 1m^2

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{10\ h/dia}{0.83\ h/visitas/visitante} = 12\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{136.93m^2}{1\ m^2} * 12 = \mathbf{1,643\ visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc)

Número de grupos simultáneos en el atractivo

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{136.93\ m^2}{55\ m^2} = 2.49 = 2\ grupos$$

Personas (P) simultáneas en el atractivo.

$$P = \text{NG} * \#\ \text{de personas} = 2.49 * 15 = 37.35 = 37\ \text{visitas simultaneas}$$

$$Ml_{atractivo} = \text{Mt} - \text{p} = 136.93 - 37 = 99.93$$

Por tanto: $FCsoc_{atractivo} = 1 - \frac{99.93}{136.93} = 0.2702$

Factor Accesibilidad

$$FCacc = 1 - (Ma * 1.5) + (Mm * 1)\ Mt$$

$FCacc_{atractivo} = 1$

$\boldsymbol{CCR} = CCF\ (FCsoc * FCacc) = 1{,}643\ (0.2702*1) = 443.94 =$ **444 visitas/día**

Capacidad de carga efectiva (CCE)

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 444 * 0.72 = 319.68 = \mathbf{320\ visitas/dia}$$

Atractivo 3. Casa taller encuentro

Capacidad de carga física (CCF)

S= 164.16 m^2 Sp= 1m^2

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{8\ h/dia}{0.75\ h/visitas/visitante} = 11\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{164.16m^2}{1\ m^2} * 11 = \mathbf{1,806}\ \boldsymbol{visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc)

Número de grupos simultáneos en el atractivo

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{164.16\ m^2}{55\ m^2} = 2.98 = 3\ grupos$$

Personas (P) simultáneas en el atractivo.

$$P = \text{NG} * \#\ \text{de personas} = 2.98 * 15 = 44.7 = 48\ \text{visitas simultaneas}$$

$$\textit{MI}_{\textit{atractivo}} = \text{Mt} - \text{p} = 164.16 - 48 = 116.16$$

Por tanto: $\text{FCsoc}_{\textit{atractivo}} = 1 - \frac{116.16}{164.16} = 0.2924$

Factor Accesibilidad

$$FCacc = 1 - (Ma * 1.5) + (Mm * 1)\ Mt$$

$\textit{FCacc}_{\textit{atractivo}} = 1$

$\boldsymbol{CCR} = CCF\ (FCsoc * FCacc) = 1{,}806\ (0.2924*1) = 528.07 =$ **528 visitas/día**

Capacidad de carga efectiva (CCE)

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 528 * 0.72 = 380.16 = \mathbf{380}\ \boldsymbol{visitas/dia}$$

<u>Atractivo 4. Casa de la cultura</u>

Capacidad de carga física (CCF)

S= 405 m^2 Sp= 1m^2

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{8\ h/dia}{1.75\ h/visitas/visitante} = 5\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{405\ m^2}{1\ m^2} * 5 = \mathbf{2,025}\ \boldsymbol{visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc)

Número de grupos simultáneos en el atractivo

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{405\ m^2}{55\ m^2} = 7.36 = 7\ grupos$$

Personas (P) simultáneas en el atractivo.

$$P = \text{NG} * \#\ \text{de personas} = 7.36 * 15 = 110.4 = 110\ \text{visitas simultaneas}$$

$$MI_{atractivo} = \text{Mt} - \text{p} = 405 - 110 = 295$$

Por tanto: $FCsoc_{atractivo} = 1 - \frac{295}{405} = 0.2716$

Factor Accesibilidad

$$FCacc = 1 - (Ma * 1.5) + (Mm * 1)\ Mt$$

$FCacc_{atractivo} = 1$

$\boldsymbol{CCR} = CCF\ (FCsoc * FCacc) = 2{,}025\ (0.2716*1) = 549.99 =$ **550 visitas/día**

Capacidad de carga efectiva (CCE)

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 550 * 0.72 = \boldsymbol{396\ visitas/dia}$$

Atractivo 5. Iglesia "Santa Cruz de Roma"

Capacidad de carga física (CCF)

S= 2,465 m^2 Sp= 1m^2

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{9\ h/dia}{0.42\ h/visitas/visitante} = 21\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{2{,}465\ m^2}{1\ m^2} * 21 = \boldsymbol{51{,}765\ visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc)

Número de grupos simultáneos en el atractivo

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{2{,}465\ m^2}{55\ m^2} = 44.81 = 45\ grupos$$

Personas (P) simultáneas en el atractivo.

$$P = \text{NG} * \#\ \text{de personas} = 44.81 * 15 = 672.15 = 672\ \text{visitas simultaneas}$$

$$MI_{atractivo} = \text{Mt} - \text{p} = 2{,}465 - 672 = 1{,}793$$

Por tanto: $FCsoc_{atractivo} = 1 - \frac{1,793}{2,465} = 0.2726$

Factor Accesibilidad

$FCacc_{atractivo} = 1 - \frac{326}{2465} = 0.8677$

$$\boldsymbol{CCR} = CCF\ (FCsoc * FCacc) = 51,765\ (0.2726*0.8677) = 12,244 = \mathbf{12,244}$$

visitas/día

Capacidad de carga efectiva (CCE)

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 12,244 * 0.72 = \mathbf{8,816}\ \boldsymbol{visitas/dia}$$

Atractivo 6. Parque Escultórico La Puerta del Sol

Capacidad de carga física (CCF)

S= 1572 m^2 Sp= 1m^2

$$NV = \frac{Hv}{Tv} = \frac{10\ h/dia}{1\ h/visitas/visitante} = 10\ visitas/dia/visitante$$

$$\boldsymbol{CCF} = \frac{1,572\ m^2}{1\ m^2} * 10 = \mathbf{15,720}\ \boldsymbol{visitas/dia}$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc)

Número de grupos simultáneos en el atractivo

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{1,572\ m^2}{55\ m^2} = 28.58 = 29\ grupos$$

Personas (P) simultáneas en el atractivo.

$$P = \text{NG} * \#\ \text{de personas} = 28.58 * 15 = 428.7 = 429\ \text{visitas simultaneas}$$

$$MI_{atractivo} = \text{Mt} - \text{p} = 1,572 - 429 = 1,143$$

Por tanto: $FCsoc_{atractivo} = 1 - \frac{1,143}{1572} = 0.2729$

Factor Accesibilidad

$FCacc_{atractivo} = 1$

$$\boldsymbol{CCR} = CCF\ (FCsoc * FCacc) = 15,720\ (0.2729*1) = 4,289.98 = \mathbf{4,290\ visitas/día}$$

Capacidad de carga efectiva (CCE)

$$\boldsymbol{CCE} = CCR * CM = 4,290 * 0.72 = \mathbf{3,089}\ \boldsymbol{visitas/día}$$

El resumen de las capacidades de carga de la ruta se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 164. Capacidad de carga de la ruta colonial de Panchimalco

Capacidad de carga	Mirador Planes de Renderos	Ruta Animal	Casa Taller Encuentro	Casa de la Cultura	Iglesia “Santa Cruz de Roma”	Parque Escultórico La Puerta del Sol
Capacidad de Carga Física (CCF)	2,950 visitas/día	1,643 visitas/día	1,806 visitas/día	2,025 visitas/día	51,765 visitas/día	15,720 visitas/día
Capacidad de Carga Real (CCR)	804 visitas/día	444 visitas/día	528 visitas/día	550 visitas/día	12,244 visitas/día	4,290 visitas/día
Capacidad de Carga Efectiva (CCE)	579 visitas/día	320 visitas/día	380 visitas/día	396 visitas/día	8,816 visitas/día	3,089 visitas/día

c. Capacidad de carga de la ruta: “DESCUBRE PANCHIMALCO”

Atractivo 1. Parque Balboa

Capacidad de carga física (CCF)

S=64,081.80M2 (Zona 5 del parque Balboa) SP= 2M2

$$NV = \frac{16\ h/día}{2\ h/visitas/visitante} = 8 visitas/día/visitante$$

$$CCF = \frac{64{,}081.80\text{m2}}{2m2} * 8 = 256{,}327\ visitas/día$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

- → Grupos máximos de 30 personas (Capacidad de transporte tipo coasters)
- → Distancia entre grupos 50 m
- → Superficie requerida por persona 2 m
- → Superficie requerida por el grupo 110 m

Número de grupos en simultaneo en el parque balboa

$$NG = \frac{Superficie\ del\ parque}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{64{,}081.80}{110} = 582\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente del parque Balboa

$$P = NG * N°\ personas = 582 * 30(2) = 34{,}920\ vistas\ simultaneas$$

Magnitud limitante en el parque Balboa

$$Ml = Mt - P = 64{,}081.80\ - 34{,}920 = 29{,}161$$

Factor social de corrección

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es el espacio ocupado por un grupo de personas en simultaneo en el parque

$$FCsoc = 1 - \frac{29{,}161}{64{,}081.80} = 0.54$$

Factor de accesibilidad

Para calcular el Factor de accesibilidad, se identificará como magnitud limitante ml será el área de terreno que debe ser ocupada en menor proporción con el objetivo de preservar la flora y fauna que posee

$$\text{FCacc} = 1 - \frac{ml}{Mt} = 1 - \frac{32{,}040.9}{64{,}081.80} = 0.50$$

Por lo tanto, la capacidad de carga real

$$CCR = CCF(FCsoc * FCacc) = 256{,}327\ (0.54 * 0.50) = 69{,}208\ \text{visitas/día}$$

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Tabla 165 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.60
Equipamiento	0.70
Personal	0.50
CM	0.60

$$CCE = CCR * CM = 69{,}208\ * 0.60 = 41{,}524\ \text{visitas/día}$$

Atractivo 2. El Borbollón

Capacidad de carga física (CCF)

S=1500 M2 SP= 2M2

$$NV = \frac{10\ h/día}{2.5\ h/visitas/visitante} = 4\ visitas/día/visitante$$

$$CCF = \frac{1500\text{m2}}{2m2} * 4 = 3{,}000\ visitas/día$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

- → Grupos máximos de 30 personas (Capacidad de transporte tipo coasters)
- → Distancia entre grupos 50 m
- → Superficie requerida por persona 2 m
- → Superficie requerida por el grupo 110 m

Número de grupos en simultaneo en el parque balboa

$$NG = \frac{Superficie\ del\ Borbollón}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{1500}{110} = 13\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente en el Borbollón

$$P = NG * N°\ personas = 13 * 30(2) = 780\ vistas\ simultaneas$$

Magnitud limitante en el Borbollón

$$Ml = Mt - P = 1500 - 780 = 720$$

Factor social de corrección

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es el espacio ocupado por un grupo de personas en simultaneo en el Borbollón

$$FCsoc = 1 - \frac{720}{1500} = 0.52$$

Factor de accesibilidad

Para calcular el Factor de accesibilidad, se identificará como magnitud limitante ml será el área de terreno que debe ser ocupada en menor proporción con el objetivo de preservar la flora y fauna que posee y se tratará de preservar el 40% del área

$$\text{FCacc} = 1 - \frac{ml}{Mt} = 1 - \frac{600}{1500} = 0.4$$

Por lo tanto, la capacidad de carga real

$$CCR = CCF(FCsoc * FCacc) = 3{,}000\ (0.52 * 0.4) = 624\ \text{visitas/día}$$

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Tabla 166 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.75
Equipamiento	0.80
Personal	0.60
CM	0.72

$$CCE = CCR * CM = 624\ * 0.72 = 450\ \text{visitas/día}$$

Atractivo 3. El Tembladero

Capacidad de carga física (CCF)

S=800 M2 SP= 2M2

$$NV = \frac{10\ h/día}{0.5\ h/visitas/visitante} = 20\ visitas/día/visitante$$

$$CCF = \frac{800\text{m2}}{2m2} * 20 = 8{,}000\ visitas/día$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

→ Grupos máximos de 30 personas (Capacidad de transporte tipo coasters)
→ Distancia entre grupos 50 m
→ Superficie requerida por persona 2 m
→ Superficie requerida por el grupo 110 m

Número de grupos en simultaneo en el Tembladero

$$NG = \frac{Superficie\ del\ Tembladero}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{800}{110} = 7\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente en el Tembladero

$$P = NG * N°\ personas = 7 * 30(2) = 420\ vistas\ simultaneas$$

Magnitud limitante en el Tembladero

$$Ml = Mt - P = 800 - 420 = 380$$

Factor social de corrección

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es el espacio ocupado por un grupo de personas en simultaneo en el Tembladero

$$FCsoc = 1 - \frac{380}{800} = 0.475$$

Factor de accesibilidad

Para calcular el Factor de accesibilidad, se identificará como magnitud limitante ml será el área de terreno que debe ser ocupada en menor proporción con el objetivo de preservar la flora y fauna que posee y se tratará de preservar el 40% del área

$$\text{FCacc} = 1 - \frac{ml}{Mt} = 1 - \frac{320}{800} = 0.60$$

Por lo tanto, la capacidad de carga real

$$CCR = CCF(FCsoc * FCacc) = 8{,}000\ (0.475 * 0.60) = 2{,}280\ \text{visitas/día}$$

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Tabla 167 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.75
Equipamiento	0.80
Personal	0.60
CM	0.72

$$CCE = CCR * CM = 2{,}280 * 0.72 = 1{,}641\ \text{visitas/día}$$

Atractivo 4. Cerro

Capacidad de carga física (CCF)

S=2,900 M2 SP= 2M2

$$NV = \frac{12\ h/día}{1\ h/visitas/visitante} = 12\ visitas/día/visitante$$

$$CCF = \frac{2{,}900\text{m2}}{2m2} * 12 = 17{,}400\ visitas/día$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

- → Grupos máximos de 30 personas (Capacidad de transporte tipo coasters)
- → Distancia entre grupos 50 m
- → Superficie requerida por persona 2 m
- → Superficie requerida por el grupo 110 m

Número de grupos en simultaneo en el cerro

$$NG = \frac{Superficie\ del\ cerro}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{2{,}900}{110} = 26\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente en el cerro

$$P = NG * N°\ personas = 26 * 30(2) = 1560\ vistas\ simultaneas$$

Magnitud limitante en el cerro

$$Ml = Mt - P = 2{,}900 - 1560 = 1340$$

Factor social de corrección

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es el espacio ocupado por un grupo de personas en simultaneo en el cerro

$$FCsoc = 1 - \frac{1340}{2{,}900} = 0.53$$

Factor de accesibilidad

Para calcular el Factor de accesibilidad, se identificará como magnitud limitante ml será el área de terreno que debe ser ocupada en menor proporción con el objetivo de preservar la flora y fauna que posee y se tratará de preservar el 60% del área

$$\text{FCacc} = 1 - \frac{ml}{Mt} = 1 - \frac{1740}{2{,}900} = 0.40$$

Por lo tanto, la capacidad de carga real

$$CCR = CCF(FCsoc * FCacc) = 17{,}400\ \ (0.53 * 0.40) = 3{,}688\ \text{visitas/día}$$

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Tabla 168 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.75
Equipamiento	0.80
Personal	0.60
CM	0.72

$$CCE = CCR * CM = 3{,}688 * 0.72 = 2{,}655 \text{ visitas/día}$$

Atractivo 5. Plaza el Obelisco

Capacidad de carga física (CCF)

S=475 M2 SP= 2M2

$$NV = \frac{16\ h/día}{0.5\ h/visitas/visitante} = 32\ visitas/día/visitante$$

$$CCF = \frac{475\text{m}2}{2m2} * 32 = 7{,}600\ visitas/día$$

Capacidad de carga real (CCR)

Factor Social (FCsoc):

- → Grupos máximos de 30 personas (Capacidad de transporte tipo coasters)
- → Distancia entre grupos 20 m
- → Superficie requerida por persona 1 m
- → Superficie requerida por el grupo 50 m

Número de grupos en simultaneo en la plaza el Obelisco

$$NG = \frac{Superficie\ de\ la\ plaza}{Superficie\ requerida\ por\ grupo} = \frac{475}{50} = 9\ grupos$$

Para calcular el factor de corrección social es necesario primero identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente en el cerro

$$P = NG * N°\ personas = 9 * 30(1) = 270\ vistas\ simultaneas$$

Magnitud limitante en el cerro

$$Ml = Mt - P = 475 - 270 = 205$$

Factor social de corrección

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) se debe identificar la magnitud limitante que, en este caso, es el espacio ocupado por un grupo de personas en simultaneo en la plaza

$$FCsoc = 1 - \frac{205}{475} = 0.56$$

Factor de accesibilidad

$$FCacc = 1 - (Ma * 1.5) + (Mm * 1)\ Mt$$

$FCacc_{atractivo}$ = 1 (No se consideran metros con dificultad de desplazamiento en el atractivo)

Por lo tanto, la capacidad de carga real

$$CCR = CCF(FCsoc * FCacc) = 7{,}600 \quad (0.56 * 1) = 4{,}256 \text{ visitas/día}$$

Capacidad de carga efectiva (CCE)

Tabla 169 Factores de la capacidad de manejo. Et al Haynes, C. D. (2002)

Variable	Valor
Infraestructura	0.75
Equipamiento	0.80
Personal	0.60
CM	0.72

$$CCE = CCR * CM = 4{,}256 * 0.72 = 3{,}064 \text{ visitas/día}$$

El resumen de las capacidades de carga de las rutas se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 170 Capacidad de carga de la ruta descubre Panchimalco

Capacidad de carga	Parque Balboa	El Borbollón	El Tembladero	Cerro	El Obelisco
Capacidad de Carga Física (CCF)	256,327 visitas/día	3,000 visitas/día	8,000 visitas/día	17,400 visitas/día	7,600 visitas/día
Capacidad de Carga Real (CCR)	69,208 visitas/día	624 visitas/día	2,280 visitas/día	3,688 visitas/día	4,256 visitas/día
Capacidad de Carga Efectiva (CCE)	41,524 visitas/día	450 visitas/día	1,641 visitas/día	2,655 visitas/día	3,064 visitas/día

6. Planificación de los recorridos turísticos

Retomando las proyecciones de la demanda estimada por atractivo turístico en base a los resultados del estudio de mercado se tiene lo siguiente:

Tabla 171 Demanda anual y diaria de los atractivos “Puerta del Diablo”, “Parque Balboa”, “Casco Urbano”, “Cerros”

Puerta del diablo		Parque Balboa		Casco urbano		Cerros	
Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria
1,075,344	2,946	912,575	2,500	939,367	2,574	462,958	1,268
1,125,761	3,084	955,360	2,617	983,409	2,694	484,664	1,328
1,176,177	3,222	998,145	2,735	1,027,450	2,815	506,369	1,387
1,226,594	3,361	1,040,931	2,852	1,071,491	2,936	528,074	1,447
1,277,010	3,499	1,083,716	2,969	1,115,533	3,056	549,780	1,506
1,327,427	3,637	1,126,501	3,086	1,159,574	3,177	571,485	1,566

Tabla 172 Demanda anual y diaria de los atractivos “Iglesia Santa Cruz de Roma”, “Mirador de los planes de Renderos”, “Parque Escultórico La Puerta del Sol” y “Ruta Animal”

Iglesia Santa Cruz de Roma		Mirador los Planes		Parque Escultórico		Ruta animal	
Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria
162,769	446	1,103,362	3,023	81,385	223	148,242	406
170,400	467	1,155,092	3,165	85,200	233	155,192	425
178,032	488	1,206,822	3,306	89,016	244	162,142	444
185,663	509	1,258,552	3,448	92,832	254	169,092	463
193,294	530	1,310,282	3,590	96,647	265	176,042	482
200,926	550	1,362,012	3,732	100,463	275	182,992	501

Tabla 173 Demanda anual y diaria de los atractivos “Casa de la cultura”, “Casa taller encuentro” y “Telares de cintura”

Casa de la Cultura		Casa Taller Encuentro		Telares de cintura	
Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria
122,744	336	26,683	73	148,242	406
128,499	352	27,935	77	155,192	425
134,253	368	29,186	80	162,142	444
140,008	384	30,437	83	169,092	463
145,763	399	31,688	87	176,042	482
151,518	415	32,939	90	182,992	501

Tabla 174 Demanda anual y diaria de los atractivos “El Borbollón”, “El tembladero”, “Plaza el Obelisco”

El Borbollón		El Tembladero		Plaza el Obelisco	
Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria	Demanda Anual	Demanda Diaria
789,613	2,163	639,859	1,753	925,753	2,536
826,633	2,265	669,858	1,835	969,156	2,655
863,654	2,366	699,857	1,917	1,012,559	2,774
900,674	2,468	729,856	2,000	1,055,962	2,893
937,694	2,569	759,856	2,082	1,099,366	3,012
974,714	2,670	789,855	2,164	1,142,769	3,131

Para las rutas diseñadas se tiene entonces que la demanda esperada estará conformada por el porcentaje de personas que realizan turismo por medio de operadores turísticos que corresponde al 8.73% obtenido a través del estudio de mercado aplicado sobre la demanda promedio de los atractivos que pertenecen a la ruta turística.

Tabla 175 Demanda proyectada por ruta turística para 2026 a 2031

	Ruta 1. Ruta de montañas		Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco		Ruta 3. Descubre Panchimalco	
Año	Demanda Diaria Promedio	Demanda Diaria Esperada	Demanda Promedio	Demanda Diaria Esperada	Demanda Promedio	Demanda Diaria Esperada
2026	2,322	203	702	61	2,044	178
2027	2,431	212	735	64	2,140	187
2028	2,540	222	768	67	2,236	195
2029	2,649	231	801	70	2,332	204
2030	2,758	241	834	73	2,428	212
2031	2,866	250	866	76	2,523	220

Aunque la capacidad instalada es capaz de cubrir la demanda proyectada por ruta se ha optado por limitar la oferta. Esta decisión se basa en una combinación de factores:

- → En primer lugar, como demuestran algunos estudios de mercado y datos estadísticos de diversas fuentes (como la Organización Mundial del Turismo y la misma Unidad de Turismo de Panchimalco) la demanda puede variar según el día de la semana y es en los fines de semana que se suele tener mayor demanda (hasta un 60% de concentración), por tal razón se han ajustado los recorridos en consecuencia para optimizar la ocupación evitando la subutilización de recursos y los costos innecesarios
- → En segundo lugar, se considera ofrecer una experiencia enriquecedora y de alta calidad, por lo que reducir el número de recorridos permite grupos más pequeños, lo que facilita la interacción con los guías, la apreciación de los detalles históricos y culturales, y evita la congestión en los sitios de interés.
- → En tercer lugar, al tratarse de un plan de desarrollo turístico sostenible, se ha decidido priorizar la sostenibilidad y la preservación del patrimonio colonial considerando que un exceso de visitantes podría deteriorar los sitios históricos y el entorno natural. Por lo tanto, se limita los recorridos para minimizar el impacto ambiental y asegurar la conservación a largo plazo.

Después de definir los factores de ajuste de la demanda se plantean los siguientes recorridos por ruta turística:

Ruta 1.

Considerando el punto 3 de los factores de reducción de la demanda, se estima en un inicio satisfacer la demanda a un 50%, y se propone que se evalúe durante el desarrollo del proyecto la posibilidad de que vaya aumentando de manera progresiva si las condiciones son las apropiadas, siempre respetando la viabilidad ambiental.

Tabla 176 Cantidad de rutas planificadas en base a la demanda de la ruta 1.

Ruta 1. Ruta de Montañas		8.00%/día	30%/día
Demanda Promedio	Demanda Esperada	Lunes-viernes	Sábado/Domingo
2,322	203	32	61
2,431	212	34	64
2,540	222	35	67
2,649	231	37	69
2,758	241	39	72
2,866	250	40	75
Promedio		**36**	**68**
# Grupos (35*Grupo)		**1**	**2**
#Grupos por mes		**32**	

Ruta 2.

Considerando el punto 3 de los factores de reducción de la demanda, se reducirá la demanda en un 20% para la ruta 2 en los días de semana y en un 25% en los fines de semana.

Tabla 177 Cantidad de rutas planificadas en base a la demanda de la ruta 2.

Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco		9,60%	26% /día
Demanda Promedio	Demanda Esperada	Lunes-viernes (-20%)	Sábado/Domingo (-25%)
702	61	19	24
735	64	20	25
768	67	21	26
801	70	21	27
834	73	22	28
866	76	23	29
Promedio		**21**	**27**

#Grupos (15*Grupo)	1	2
#Grupos por mes	32	

Ruta 3.

Considerando el punto 3 de los factores de reducción de la demanda, se reducirá la demanda en un 50% para la ruta 3 en los días de semana (lunes a viernes) y en un 70% en los fines de semana (sábado y domingo). Esto debido a que los ecosistemas de la ruta suelen ser más frágiles y susceptibles a la degradación por el tráfico humano. Al ser áreas poco exploradas, es crucial establecer una protección inicial fuerte.

Tabla 178 Cantidad de rutas planificadas en base a la demanda de la ruta 3.

Ruta 3. Descubre Panchimalco		8%	30% /día
Demanda Promedio	Demanda Esperada	Lunes-viernes (-50%)	Sábado/Domingo (-70%)
2,044	178	29	32
2,140	187	30	34
2,236	195	31	35
2,332	204	33	37
2,428	212	34	38
2,523	220	35	40
Promedio		**32**	**36**
#Grupos		**1**	**1**
#Grupos por mes		**24**	

7. Requerimientos para las rutas turísticas

Se presentan los requerimientos de recursos necesarios para la prestación de servicios de las rutas turísticas, estos requerimientos son: recurso humano y materiales e insumos.

Recurso Humano

Tabla 179 Recurso humano requerido según las rutas planificadas

Posición/Cargo	Ruta 1	Ruta 2	Ruta 3
Guía Turístico	4 fijos + 4 subcontratados	1 fijo + 1 subcontratado	4 fijos + 4 subcontratados
Transportista	2 fijos + 2 subcontratados	1 fijo + 1 subcontratado	2 fijos + 2 subcontratados

Personal de Apoyo	1 CDT + 1 Agente de POLITUR	1 CDT + 1 Agente de POLITUR	1 CDT + 1 Agente de POLITUR

(Ver anexo 15 sobre los cálculos de las rutas planificadas)

- → La cantidad de guías turísticos está sujeto al tamaño de grupos definido por ruta y la cantidad de recorridos planificados, se considera contrataciones fijas y servicios subcontratados para los fines de semana
- → La cantidad de transportistas está sujeta a la disponibilidad y cercanía de la ruta, es decir si un mismo transportista puede realizar más de un recorrido en un mismo día.
- → El personal de apoyo está compuesto por organizadores de la ruta nombrados por el comité de desarrollo turístico (CDT) y servicio de seguridad brindado por POLITUR.

Perfil por cargo solicitado

Tabla 180 Perfiles operativos de los servicios de ruta turística.

Guía Turístico	
Función Requerida: Conducir grupos de turistas a través de las rutas ofrecidas en el territorio. Proporcionar información histórica, cultural y patrimonial sobre los sitios visitados. Asegurar la seguridad y el bienestar de los turistas durante el recorrido. Responder a las preguntas y consultas de los turistas. Fomentar una experiencia turística enriquecedora y memorable. **Experiencia:** Experiencia previa como guía turístico o en roles similares. Certificación de guía turístico (deseable). Conocimiento de las leyes y regulaciones turísticas de El Salvador.	**Habilidades:** Conocimiento profundo de la historia, cultura y patrimonio de Panchimalco y El Salvador. Excelentes habilidades de comunicación verbal y no verbal. Capacidad para manejar grupos de turistas de diversos orígenes. Habilidades de resolución de problemas y toma de decisiones. Dominio de idiomas (español e inglés) **Salario estimado:** Se estima mensual de $650 para los guías fijos. Para los guías subcontratados, se podría considerar un pago por día o por recorrido, con tarifas que oscilen entre $40 y $60.

Transportista	
Función Requerida: Transportar a los turistas de manera segura y puntual a lo largo de la ruta. Mantener el vehículo en óptimas condiciones. Cumplir con las leyes y regulaciones de tránsito.	**Habilidades:** Licencia de conducir vigente. Conocimiento de las rutas y carreteras de Panchimalco y sus alrededores. Habilidades de conducción segura y responsable. Habilidades de comunicación y atención al cliente.
Experiencia: Experiencia previa como conductor de transporte turístico o en roles similares. Conocimiento de las leyes y regulaciones de tránsito de El Salvador.	**Salario:** Se estima mensual de $500 para los fijos Se estima un pago por día o por recorrido de $60.

Materias primas e insumos

Tabla 181 Materias primas e insumos del servicio de rutas turística.

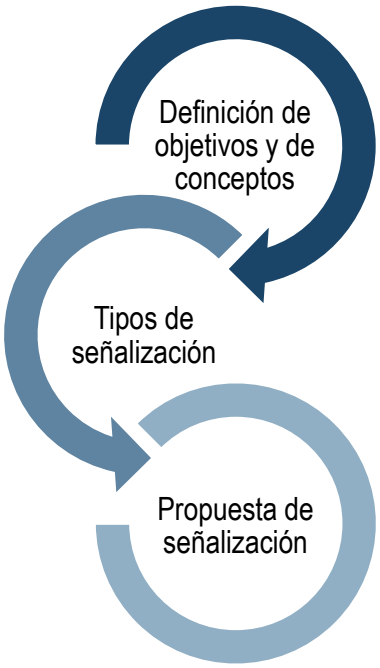
Materias Primas/Insumos	Cantidad Mensual	Costo Unitario
Material Informativo	2320 folletos	$ 0.05
Pulsera numerada	2320 unidades	$ 0.08
Bolsas de basura	530 unidades	$ 0.05
Papel higiénico	530 unidades	$ 0.25
Jabón liquido	56 unidades	$ 1.25

El promedio de materias primas e insumos se ha determinado en base a los recorridos planificados por mes.

B. Proyecto: Señalización turística para Panchimalco

Para establecer la señalización turística de Panchimalco se presenta la siguiente metodología para una visión clara de los objetivos y los criterios a desarrollar en la propuesta de una señalización para plan de desarrollo turístico sostenible en el territorio de Panchimalco.

Ilustración 101 Metodología del programa “Señalización turística



Se visualiza la importancia de la señalización turística para mejorar la experiencia del visitante, además se revisan las normativas aplicables en términos de señales en el país y en normativas internacionales

Se identifican los principales tipos de señalización que son necesarios dentro del territorio, incluyendo señales: direccionales, informativas, interpretativas y preventivas

Se plantea una propuesta de señalización con ubicación estratégica con su respectivo diseño conceptual y materiales necesarios, estimando posibles costos.

1. **Definición de objetivo y conceptos**

Propósito del Proyecto:

El presente proyecto busca optimizar la experiencia de los turistas en Panchimalco a través de un sistema de señalización eficiente que facilite la ubicación de los principales atractivos, garantizando información clara y accesible durante su visita.

Objetivos del proyecto:

- → Mejorar la orientación de los turistas mediante la instalación de señalización visible y estandarizada en los distintos puntos de interés.
- → Informar sobre normas, restricciones y servicios disponibles en cada atractivo turístico.
- → Contribuir a la seguridad de los visitantes con advertencias sobre condiciones del terreno y riesgos potenciales.

Importancia de la Señalización Turística:

El análisis realizado en el territorio ha mostrado que es deficiente en temas de información visual sobre los atractivos, esto representa una barrera para el desarrollo turístico. Implementar un sistema de señalización permitirá que tanto turistas guiados como independientes puedan recorrer las rutas de manera informada y segura.

Elementos del Sistema de Señalización:

- **Identificación de atractivos:** Instalación de letreros con el nombre y descripción de cada sitio relevante dentro del circuito turístico.
- **Indicadores de seguridad:** Señalización preventiva que alerte sobre posibles riesgos y condiciones del entorno.
- **Puntos de bienvenida y orientación:** Ubicación de paneles informativos en los accesos principales, con mapas y recomendaciones para la mejor experiencia del turista.

Para maximizar su efectividad, el diseño de la señalización debe basarse en los reglamentos y leyes de tránsito de El Salvador, asegurando su comprensión por visitantes de distintas nacionalidades.

Normativas Relevantes:

Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial: Esta ley establece el marco legal para la señalización vial en El Salvador. Es esencial que el diseño y la ubicación de las señales turísticas cumplan con las especificaciones técnicas y de seguridad definidas en esta legislación.

Reglamento General de Tránsito y Seguridad Vial: Este reglamento complementa la ley mencionada anteriormente, detallando aspectos específicos sobre la instalación y el mantenimiento de la señalización vial. Asegurarse de que

las señales turísticas se alineen con las directrices de este reglamento garantizará su coherencia y legalidad.

Norma Técnica Salvadoreña NTS 11.69.01:14 sobre Accesibilidad al Entorno Físico: Esta norma enfatiza la necesidad de que la señalización sea inclusiva, asegurando que personas con diferentes tipos de discapacidad puedan acceder a la información proporcionada. Incorporar elementos como textos claros, símbolos reconocibles y, cuando sea posible, información en braille, es crucial para cumplir con esta normativa.

2. Tipos de señalización

Para garantizar la mejor experiencia turística de los visitantes de Panchimalco se buscará tener un sistema de señales que puedan orientar, contribuyan a la seguridad, conservación del patrimonio, y accesibilidad a los atractivos, a continuación, se presentan los principales tipos de señales a utilizar:

1. **Señalización de Seguridad:** Este tipo de señalización advierte sobre riesgos potenciales. Su propósito es minimizar accidentes y garantizar la seguridad de los turistas en entornos naturales y urbanos. Se incluyen:
    a. **Señales de advertencia**: Indican riesgos como terrenos irregulares, caídas de rocas, pendientes pronunciadas o corrientes peligrosas en ríos.
    b. **Señales de evacuación y salvamento:** Marcan rutas de escape en caso de emergencia y la ubicación de equipos de primeros auxilios.
    c. **Señales de restricción por seguridad:** Prohíben el acceso a zonas peligrosas o de conservación especial.

Señalización de Seguridad	Señales de evacuación y salvamento	Señales de restricción por seguridad



Reducción del camino

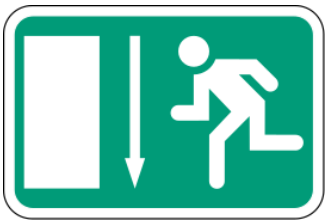


Vía de socorro





Corriente de agua



Salida de socorro





Termina pavimento



Salida de emergencia





Superficie derrapante



Salida habitual





Pendiente peligrosa



Flecha direccional





Zona escolar



Primeros auxilios





Ganado



Punto de reunión





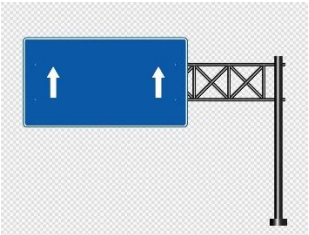
Grava suelta



Médico



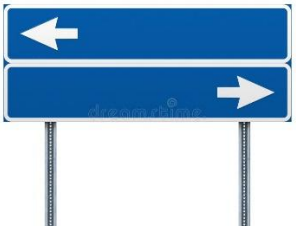
2. **Señalización Informativa:** Este grupo de señales ofrece datos relevantes sobre los atractivos turísticos y servicios disponibles, mejorando la experiencia del visitante. Se dividen en:
    a. **Señales direccionales:** Indican la ubicación y distancia hacia sitios de interés, facilitando el recorrido.
    b. **Señales descriptivas:** Brindan información sobre la historia, biodiversidad y características culturales de los atractivos.
    c. **Señales de servicios y equipamiento:** Identifican áreas como baños, estacionamientos, zonas de descanso y centros de información.

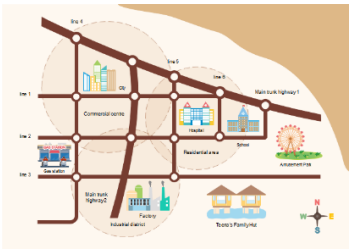
Señales direccionales	Señales descriptivas	Señales de servicios y equipamiento
		
		
		













3. **Señalización Reglamentaria:** Estas señales establecen normas y regulaciones que los turistas deben cumplir para preservar los recursos naturales y culturales. Incluyen:
    a. **Señales de prohibición**: Indican actividades restringidas como encender fogatas, ingresar con vehículos motorizados o extraer flora y fauna.
    b. **Señales de conducta responsable**: Recomiendan prácticas sostenibles como depositar basura en contenedores o respetar zonas protegidas.

Señales de prohibición



Señales de conducta responsable




PROHIBIDO
FUMAR


UTILIZAR EL
PASAMANOS


20
VELOCIDAD
MÁXIMA


TODO VISITANTE
DEBE REGISTRAR
EL INGRESO


PROHIBIDO
APARCAR


CELULAR EN MODO
VIBRACIÓN O
APAGADO


PROHIBIDO
ENCENDER
FUEGO


LÁVESE
LAS MANOS


PROHIBIDO
BAÑARSE


CIERRE
LA PUERTA





3. Propuesta de señalización

La propuesta de señalización turística en Panchimalco plantea un diseño estructurado basado en normativas nacionales e internacionales que garanticen un correcto entendimiento de las personas que hagan uso de ellas, con esto se mejora sustancialmente la orientación, seguridad e información de los visitantes y los locales, para esto será necesario definir las señales que se usaran y los puntos estratégicos para su instalación.

1. **Diseño de las señales:** Las señales a utilizar deben de cumplir estándares establecidos los cuales se basarán en los lineamientos de la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial de El Salvador, el Reglamento General de Tránsito y Seguridad Vial, y la Norma Técnica Salvadoreña NTS 11.69.01:14 sobre Accesibilidad al Entorno Físico.

A. Características generales de las señales:

Finalidad: Funcional y organizativa
Orientación: Informativa y didáctica
Procedimiento: Visual
Código: Signos simbólicos
Lenguaje icónico: Universal
Presencia: Discreta y puntual
Funcionamiento: Automático e instantáneo

B. Uso de colores

En la siguiente tabla de visualiza los colores que se utilizarían en las señales y su respectivo significado, además de indicaciones y aplicaciones que puede tener.

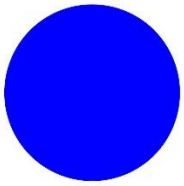
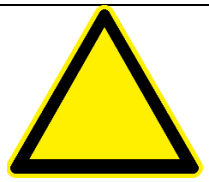
Tabla 182 Tabla resumen del uso de colores en la señalización

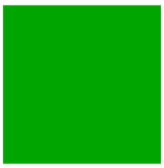
Color	Significado	Indicaciones y aplicaciones
ROJO	→ Señal de Parada → Prohibición → Peligro – alarma → Material de prevención → Equipos de lucha contra → Incendios	→ Señales de parada → Señales de prohibición → Dispositivos de desconexión de → emergencia – urgencia → Evacuación → En los equipos de lucha contra → incendios: → Señalización → Localización
AMARILLO	→ Señal de riesgo de peligro → Advertencia → Atención → Zona de peligro	→ Señalización de riesgos → Señalización de umbrales → Pasillos de poca altura → Precaución – verificación
VERDE	→ Información de emergencia → Situación de seguridad → Primeros auxilios	→ Señalización de pasillo → Puertas y salidas de emergencia. → Rociadores de socorro → Puesto de primeros auxilios y → salvamento.
AZUL	→ Obligación → Indicaciones	→ Obligación de usar un equipo → protección personal.

		→ Emplazamiento de teléfono talleres. → Comportamiento o acción específica

C. Formas geométricas para señales de seguridad

Tabla 183 Tabla resumen de las formas geométricas para señales de seguridad

Significado	Forma geométrica	Descripción	Utilización
Prohibición		Circulo con banda circular y banda diametral oblicua a 45” con la horizontal dispuesta de la parte superior izquierda a la inferior derecha	Prohibición de una acción que pueda provocar un riesgo
Obligación		Circulo	Descripción de una acción obligatoria.
Advertencia		Triángulo equilátero la base debe ser paralela a la horizontal	Advierte de un peligro
Seguridad contra incendio		Cuadrado	Extintores hidrates y mangueras contra incendios

Información		Rectángulo la base mide entre un a una y media veces la altura y debe ser paralela a la horizontal	Proporciona información para casos de emergencia.
Ruta de escape		Cuadrado	Dirección que debe seguirse
Equipos de seguridad		Rectángulo la base mide entre una a una y media veces la altura y debe ser paralela a la horizontal	Punto de reunión teléfono de emergencia

D. Principios de diseño de señalización turística

Para que las señales cumplan su propósito de informar y orientar a los turistas, deben cumplir con los siguientes principios:

- → **Claridad y legibilidad:** El diseño debe permitir que los mensajes sean comprendidos fácilmente, incluso a la distancia y en diversas condiciones de iluminación. Para ello, se recomienda el uso de tipografías estándar, colores de alto contraste y pictogramas reconocidos internacionalmente.
- → **Ubicación estratégica:** Las señales deben instalarse en puntos visibles y accesibles, asegurando que se encuentren dentro del campo visual de los peatones y conductores sin obstrucciones o interferencias con otros elementos del entorno.

- → **Coherencia y uniformidad:** La señalización debe mantener un diseño homogéneo en cuanto a colores, formas y estilo gráfico, facilitando su rápida identificación y comprensión por parte de los turistas.
- → **Durabilidad y resistencia:** Se deben utilizar materiales que soporten condiciones climáticas adversas, minimizando la necesidad de mantenimiento frecuente y asegurando su conservación a largo plazo.
- → **Inclusión y accesibilidad:** Las señales deben ser comprensibles para todos los visitantes, incluyendo personas con discapacidad visual o auditiva. Se recomienda incorporar textos en braille, pictogramas universales y formatos auditivos o digitales cuando sea posible.
- → **Sostenibilidad y armonización con el entorno:** El diseño debe integrarse de manera respetuosa con el paisaje y la identidad cultural del municipio, evitando impactos visuales negativos. Se recomienda el uso de materiales ecológicos y de bajo impacto ambiental.

E. Criterios técnicos para la instalación de señales

Ángulo y posición de las señales:

- → Las señales deben estar orientadas de manera que sean fácilmente visibles para los turistas y conductores sin representar un riesgo o distracción.
- → En carreteras y vías principales, deben colocarse con un ángulo de 90° respecto a la dirección de la vía.
- → Para señales reflectantes, el ángulo puede ajustarse ligeramente (aproximadamente 15°) para mejorar la visibilidad nocturna.

Materiales recomendados:

- → Placas de aluminio o acero galvanizado: Son resistentes a la intemperie y ofrecen alta durabilidad.
- → Láminas reflectantes: Permiten que las señales sean visibles en condiciones de poca luz o durante la noche.
- → Fibra de vidrio o materiales compuestos: Opciones livianas y resistentes, ideales para evitar corrosión en zonas húmedas.

→ Madera tratada o materiales ecológicos: Alternativas sostenibles para entornos naturales o rurales, siempre que se garantice su durabilidad.

Postes de soporte:

→ Para señales en carreteras y accesos principales, se recomienda el uso de postes metálicos galvanizados o de concreto armado.

→ En zonas urbanas o senderos turísticos, se pueden emplear postes de madera tratada para una mejor integración con el entorno.

→ Los postes deben estar pintados con colores contrastantes (como blanco y negro en franjas alternas) para mejorar su visibilidad.

F. Ubicación estratégica

Para garantizar una adecuada cobertura en las rutas y sitios turísticos de Panchimalco, las señales se ubicarán en los siguientes puntos estratégicos:

→ Entradas principales al territorio: Paneles de bienvenida con mapas turísticos y normas generales.

→ Intersecciones y caminos rurales: Señales direccionales que faciliten la orientación del visitante.

→ Áreas de estacionamiento: Información sobre horarios, reglamentos y ubicación de servicios.

→ Accesos a senderos y sitios naturales: Señales de advertencia y seguridad.

→ Zonas culturales e históricas: Paneles informativos con contenido sobre la historia, importancia y normativas del sitio.

4. Propuesta de señalización turística para Panchimalco

Señalización de Seguridad

a. **Señales de advertencia**: Indican riesgos como terrenos irregulares, caídas de rocas, pendientes pronunciadas o corrientes peligrosas en ríos.

b. **Señales de evacuación y salvamento:** Marcan rutas de escape en caso de emergencia y la ubicación de equipos de primeros auxilios.

c. **Señales de restricción por seguridad:** Prohíben el acceso a zonas peligrosas o de conservación especial.

Tabla 184 Propuesta de señalización de seguridad turística para Panchimalco

Significado	Imagen	Localización	Cantidad
Señales de advertencia			
Reducción de camino		**-Calle San Isidro** **-1ª Avenida Nte**	**4**
Corriente de agua		**-RN 6S** **-Calle San Isidro**	**4**
Termina pavimento		**-Calle San Isidro**	**2**
Zona escolar		**-Centro escolar "Cantón Las Crucitas"** **-Centro escolar católico de Panchimalco** **-Centro de Bienestar Infantil San Isidro**	**4**

		-Complejo educativo “Cantón San Isidro”	
Señales de evacuación y salvamento			
Punto de reunión		**-Parque central de Panchimalco** **-Puerta del diablo** **-Parque Balboa** **-Cerro el chulo** **-El borbollón**	**5**
Salida		**-Casa de la cultura** **-Iglesia Santa Cruz de Roma** **-Casa Taller Encuentro**	**3**
Salida de emergencia		**-Casa de la cultura** **-Iglesia Santa Cruz de Roma** **-Casa Taller Encuentro**	**3**
Señales de restricción por seguridad			

Peligro de incendio		**-Cerros y montañas** **-El tembladero**	**5**
Peligro de caída a distinto nivel		**-Puerta del diablo** **-Casa de la cultura** **-Casa taller encuentro** **-Mirador de los planes de Renderos** **-Iglesia Santa Cruz de Roma** **-Parque escultórico**	**6**

Señalización Informativa

Tabla 185 Propuesta de señalización informativa turística para Panchimalco

Significado	Imagen	Localización	Cantidad
Señales direccionales			
Rotulo de bienvenida		**-Carretera a Panchimalco** **-La puerta del diablo**	**13**

		**-Parque Balboa** **-El borbollón** **-El tembladero** **-Cerros y montañas** **-Iglesia Santa Cruz de Roma** **-Mirador los Planes de Renderos** **-Parque Escultórico La Puerta del Sol** **-Ruta animal** **-Casa de la Cultura** **-Casa Taller Encuentro** **-Plaza el obelisco**	
Señales descriptivas			
Paneles informativos		**-El borbollón** **-El tembladero** **-Cerros y montañas** **-Iglesia Santa Cruz de Roma**	**7**

		-Mirador los Planes de Renderos **-Ruta animal** **-Casa de la Cultura**	
Señales de servicios y equipamiento			
Oficinas de información		**-Alcaldía de Panchimalco**	**1**
Baños		**-Iglesia Santa Cruz de Roma** **-Casa de la Cultura** **-El borbollón** **-La puerta del diablo** **-Parque Balboa**	**5**
Restaurantes		**-Casco Urbano de Panchimalco** **-Plaza Obelisco**	**2**

Artesanías		**-Casa de la cultura** **-Parque Balboa** **-Mirador los Planes de Renderos**	**3**
Monumento		**-Iglesia Santa Cruz de Roma** **-Santuario de Fátima**	**2**
Parque nacional		**-Parque Balboa** **-Cerros y montañas**	**5**

Señalización reglamentaria

Tabla 186 Propuesta de señalización reglamentaria turística para Panchimalco

Significado	Imagen	Localización	Cantidad
Señales de prohibición			
Prohibido fumar		**-Cerros y montañas** **-Iglesia Santa Cruz de Roma** **-Casa de la Cultura** **-Casa Taller Encuentro**	**4**

Prohibido fogatas		**-Cerros y montañas**	**4**
Prohibidos perros		**-Iglesia Santa Cruz de Roma** **-Casa de la Cultura** **-Casa Taller Encuentro**	**3**
Señales de conducta responsable			
Botar la basura en su lugar		**-Todos los destinos turísticos**	**13**
Registrar ingresos		**-Ruta de naturaleza** **-Ruta cultural** **-Ruta descubre Panchimalco**	**3**

Lávese las manos			**-Baños**	**5**

Recursos operativos

A. Señales pequeñas (ej. prohibido fumar, lavar manos, botar basura)

Tamaño: 30x30 cm aprox.

Componente	**Costo estimado (USD)**
Señal (lámina, impresión, diseño)	$15
Estructura (poste metálico simple)	$10
Cimiento (base de concreto o anclaje)	$5
Total por unidad	**$30**

B. Señales medianas (ej. advertencia, seguridad, servicios)

Tamaño: 50x50 cm aprox.

Componente	**Costo estimado (USD)**
Señal (lámina metálica, impresión UV)	$25
Estructura (poste galvanizado más robusto)	$15
Cimiento (concreto o base reforzada)	$10
Total por unidad	**$50**

C. Rótulos de bienvenida (grandes)

Tamaño: 100x60 cm o superior

Componente	Costo estimado (USD)
Señal (diseño turístico, vinilo reflectivo, estructura visual)	$70
Estructura (2 postes metálicos o marco decorativo)	$50
Cimiento (base de concreto doble)	$30
Total por unidad	**$150**

D. Paneles informativos (tipo mapa y texto)

Tamaño: 90x120 cm aprox.

Componente	Costo estimado (USD)
Panel (impresión gráfica + lámina protectora)	$130
Estructura (marco metálico robusto o madera tratada)	$80
Cimiento (concreto armado, nivelado)	$40
Total por unidad	**$250**

E. Señales direccionales o de servicios (baños, restaurante, artesanías)

Tamaño: 40x40 cm aprox.

Componente	Costo estimado (USD)
Señal (impresa, vinilo + soporte metálico)	$25
Estructura (poste metálico simple)	$15
Cimiento	$10
Total por unidad	**$50**

F. Monumento o sitio especial (tipo señal patrimonial)

Componente	Costo estimado (USD)
Señal artística o descriptiva	$70
Estructura decorativa	$40
Cimiento	$20
Total por unidad	**$130**

En resumen, el detalle de los costos por cada señal turística a instalar se detalla a continuación:

Tabla 187 Costos por cada tipo de señal turística a instalar

SEÑALIZACIÓN TURISTICA	CANTIDAD	SEÑAL	ESTRUCTURA	CIMIENTO	TOTAL
Reducción de camino	4	15	10	5	$ 120.00
Corriente de agua	4	15	10	5	$ 120.00
Termina pavimento	2	15	10	5	$ 60.00
Zona escolar	4	15	10	5	$ 120.00
Punto de reunión	5	25	15	10	$ 250.00
Salida	3	25	15	10	$ 150.00
Salida de emergencia	3	25	15	10	$ 150.00
Peligro de incendio	5	25	15	10	$ 250.00
Peligro de caída a distinto nivel	6	25	15	10	$ 300.00
Rótulo de bienvenida	13	70	50	30	$ 1,950.00
Paneles informativos	7	130	80	40	$ 1,750.00
Oficinas de información	1	25	15	10	$ 50.00
Baños	5	25	15	10	$ 250.00
Restaurantes	2	25	15	10	$ 100.00
Artesanías	3	25	15	10	$ 150.00
Monumento	2	70	40	20	$ 260.00
Parque nacional	5	25	15	10	$ 250.00
Prohibido fumar	4	15	10	5	$ 120.00
Prohibido fogatas	4	15	10	5	$ 120.00
Prohibidos perros	3	15	10	5	$ 90.00
Botar la basura en su lugar	13	15	10	5	$ 390.00
Registrar ingresos	3	15	10	5	$ 90.00
Lávese las manos	5	15	10	5	$ 150.00
TOTAL					$ 7,240.00

Mano de obra

Tabla 188 Costos y cantidad de mano de obra para la señalización

Puesto	Descripción	Cantidad	Salario
Coordinador del proyecto	Supervisión general, enlace institucional y control de cumplimiento técnico y normativo.	1	$1,500
Supervisor técnico	Encargado de la adquisición y transporte de materiales, herramientas, además de garantizar que las señales sean colocadas correctamente según ubicación y normas	1	$900
Diseñador gráfico	Diseñar los rótulos, íconos y paneles informativos en formatos adecuados	1	$600
Maestro de obra	Coordina directamente la ejecución en campo.	1	$600
Obreros de instalación	Colocación de señales, cimentación, postes, paneles, fijación de estructuras, etc.	2	$500

C. Proyecto: Infraestructura Turística

Según el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá la infraestructura turística se define como “el conjunto de obras y servicios que permiten, el desarrollo socioeconómico de un país, y que el turismo utiliza, para impulsar su actividad”.

Según los autores Charles R. Goeldner y JR Brent Ritchie en su libro Turismo: principios, prácticas y filosofías definen la infraestructura turística como “El conjunto de instalaciones y servicios que permiten la llegada, estadía y disfrute de los turistas en un destino, incluyendo transporte, alojamiento, alimentación, recreación y servicios complementarios.”

Dado a los conceptos de infraestructura turística que existen, esta se podría definir de la siguiente manera: La infraestructura turística se refiere al conjunto de instalaciones, equipamientos y servicios que facilitan las actividades turísticas y garantizan la comodidad, seguridad y satisfacción de los visitantes. Incluye elementos tanto físicos como organizativos.

Objetivos:

- → Desarrollar infraestructura turística de calidad que aumente el atractivo y la competitividad del turismo en el territorio de Panchimalco.
- → Proponer infraestructura turística que minimice el impacto ambiental para la conservación del patrimonio cultural e histórico.
- → Crear nuevas infraestructuras que permitan ofrecer experiencias turísticas variadas y atractivas para diferentes segmentos de mercado.

Debido a la composición del presente trabajo, se establece la infraestructura turística para que ruta creada, por lo que se desglosara los elementos que esta la conforman de la siguiente forma:

Ruta 1. Ruta de montaña

Este tipo de ruta esta la conforman los cerros Guayama y Tunanshilo, el casco urbano del territorio y el sitio más representativo, la Puerta del Diablo, donde se tendrán como principales actividades las siguientes:

- Senderismo.
- Caminatas.
- Avistamiento de flora y fauna.
- Apreciación de los paisajes.
- Degustación culinaria.
- Actividades de ocio.

Para considerar la infraestructura turística a proponer se debe de tener en cuenta que la Puerta del Diablo hace poco más de un año fue remodelada y abierta al público por lo cual no se considera necesario ni prioritario establecer nueva infraestructura, en cambio el cerro Guayama y Tunanshilo son lugares que no cuentan con ningún tipo de infraestructura. Estos dos lugares poseen como principales actividades a realizar el senderismo, caminatas, avistamiento de flora y

fauna y actividades de ocio por lo cual se necesita que el lugar se encuentre preparado de la siguiente manera:

Senderismos:

El senderismo es una actividad turística sumamente atractiva debido a que combina la aventura junto con el ejercicio, el cual es muy beneficioso para la salud de las personas, además ofrece una experiencia enriquecedora que satisface tanto a los amantes de la naturaleza como a quienes buscan una actividad física o un escape mental.

El senderismo brinda una sensación de aventura y exploración, junto con la posibilidad de capturar fotografías únicas añadiendo un componente emocionante a la experiencia, esta puede realizarse en grupo ya sea familiares o de amigos o de manera individual el cual puede promover con la interacción social con otros turistas.

Para realizar la actividad de senderismo se deben de realizar una serie de preparativos con respecto los senderos a transitar.

El sendero para poder realizar senderismo se establece que las dimensiones de los escalones según la normativa técnica salvadoreña para espacios urbanos y de escape es la siguiente:

- → Poseer contrahuellas con altura entre 15 cm y 16 cm, en las escaleras ubicadas en espacios urbanos.
- → La dimensión de la huella no deberá ser menor de 25 cm.

Obteniendo las siguientes dimensiones:

Ilustración 102 Dimensiones de escalones de madera



El material de los escalones será de madera y será enterrada en la tierra como se observa en el siguiente ejemplo:

Ilustración 103 Escalones para senderismo



Para los cerros seleccionados se contará con gradas los siguientes tramos:

Tabla 189 Recorrido del sendero en escalones.

Cerro	Longitud de recorrido (m)	Longitud de tramo con gradas (m)
Tunanshilo	2000	500
Guayama	1500	600

Las escaleras permitirán a los turistas ascender de forma segura por las zonas de mayor pendiente en los cerros Tunanshilo (500 m) y Guayama (600 m). Cada escalón tendrá 1 m de ancho, una huella de 25 cm y una contrahuella de 15 cm como definido anteriormente, con ello se tiene lo siguiente:

Detalles técnicos:

- ✓ Escalones requeridos: 4,400 unidades (2,000 en Tunanshilo y 2,400 en Guayama aproximadamente).
- ✓ Barandal en un solo lado: 1,100 metros lineales.
- ✓ Cada barandal se sostiene con postes cada 2 metros y listones horizontales cada metro.
- ✓ El tiempo estimado por escalera será de 20 días por cerro.

Con ello se obtiene el siguiente calculo:

Tabla 190 Costos de infraestructura de escaleras

Material	Cantidad estimada	Costo unitario	Costo total
Tablones de madera para escalones (1 m)	4,400	$3.50	$15,400.00
Postes de barandal (1.1 m madera tratada)	1,000	$4.00	$4,000.00
Listones horizontales barandal (1 m)	1,100	$3.00	$3,300.00
Clavos 2" (100 unidades por caja)	50 cajas (1 caja por cada 88 escalones)	$3.00	$150.00

Tornillos 2” (bolsa para 100 uniones)	50 bolsas (para listones y postes)	$1.35	$67.50
Barniz para madera	10 galones	$35.10	$351.00
Herramientas manuales (martillos, sierras, niveles, etc.)	2 kits	$50.00	$100.00
Mano de obra (instalación completa)	Global	$3,200.00	$3,200.00
Costos indirectos	40	4	$160.00
TOTAL			**$26,728.50**

Caminatas.

Las caminatas al igual que el senderismo es una actividad física con la diferencia que esta es mucho más accesible e igual de beneficiosa para personas de todas las edades y niveles de condición física. Realizar caminatas de manera regular aporta una amplia gama de beneficios tanto para la salud física como para la salud mental y el bienestar emocional.

Para esta actividad solo se debe de contar con un terreno plano y sin obstáculos para realizar una caminata de manera segura, por lo que se necesita eliminar obstáculos como rocas o raíces de árboles que interfieran con el paso normal al momento de caminar de una persona como se muestra a continuación:

Ilustración 104 Representación del sendero en superficies planas.



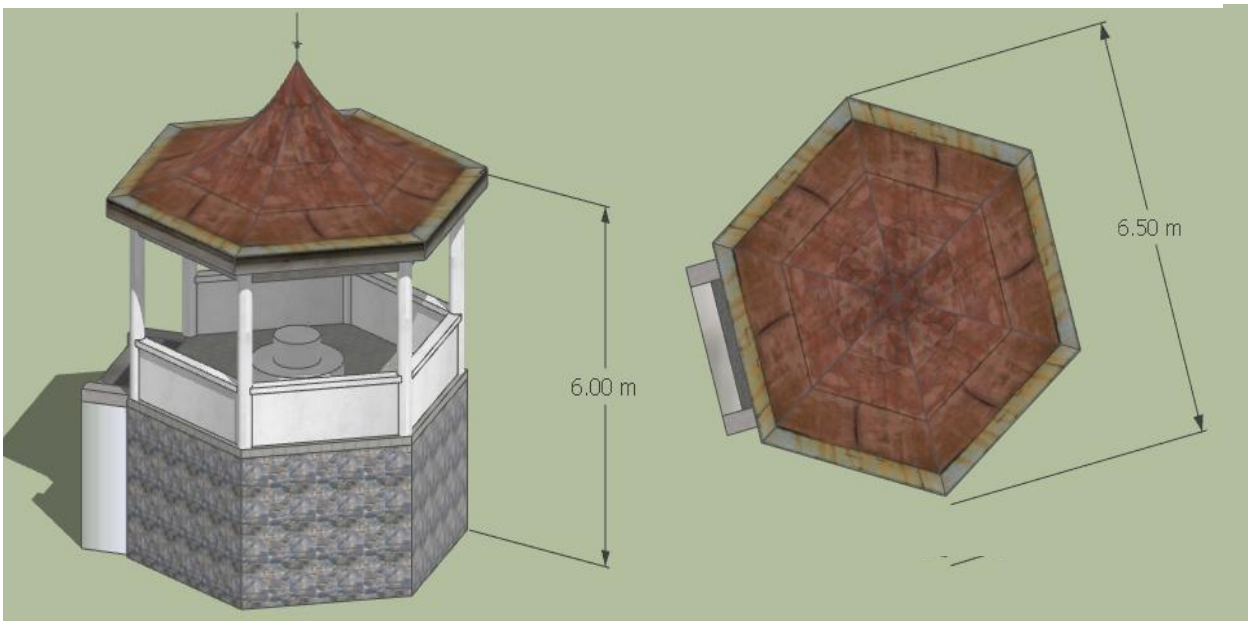
Fuente: Google

Avistamiento de flora y fauna.

El avistamiento de flora y fauna es una actividad que combina educación, concientización y recreación la cual permite a los turistas apreciar la belleza y complejidad de la naturaleza. Esta actividad añade una experiencia ideal para amantes de la naturaleza, fotógrafos y viajeros conscientes. Debido al medio donde se realiza el senderismo y caminatas es una zona de abundante flora y fauna donde los turistas por medio de los guías pueden aprender acerca de los elementos naturales que posee el ecosistema de Panchimalco. Debido a la zona se pueden establecer puntos estratégicos donde el turista pueda observar la naturaleza del lugar como en pequeñas cabañas o canopy que tengan sinergia con el ambiente del lugar.

Debido a la zona se pueden establecer puntos estratégicos donde el turista pueda observar la naturaleza del lugar como en pequeñas cabañas o canopy que tengan sinergia con el ambiente del lugar.

Ilustración 105 Mesas con techo



Este proyecto contempla la construcción de cuatro estructuras de observación ubicadas en los cerros Tunanshilo y Guayama. Cada estructura contará con una

base elevada, escalera de acceso, mesa de concreto central, cubierta de teja a dos aguas y muros parciales de ladrillo de hormigón. Estas estructuras están diseñadas para brindar refugio y un punto seguro de descanso y observación de flora y fauna.

Especificaciones Técnicas

- ✓ Cantidad de estructuras: 4 (2 por cerro).
- ✓ Dimensiones en planta: 6.50 m de ancho x 6.00 m de largo.
- ✓ Altura total de la estructura: 6.00 m.
- ✓ Altura de las escaleras de acceso: 2.50 m.
- ✓ Componentes: piso de concreto, mesa central de cemento, escaleras, muros de ladrillo de hormigón, techo de teja, pintura impermeabilizante.
- ✓ El tiempo estimado por cada mesa será de 7 días

Con los datos anteriores se obtiene lo siguiente:

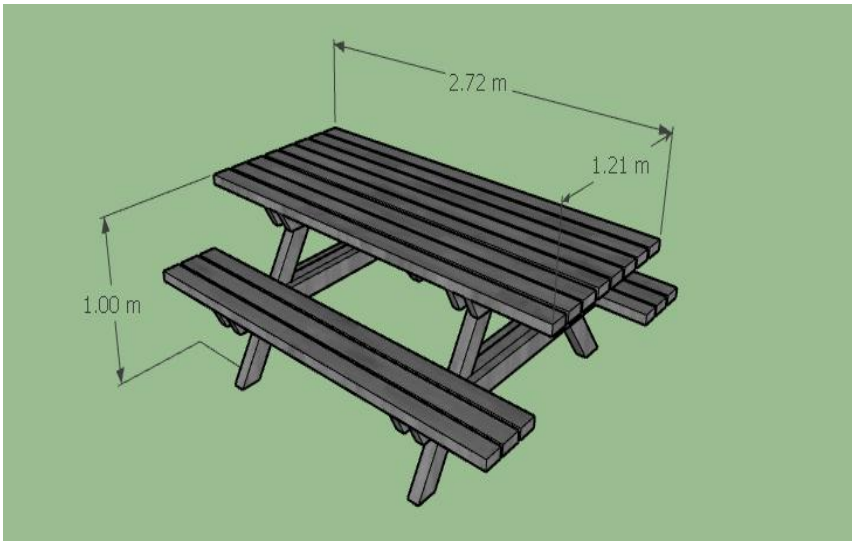
Tabla 191 Costos de infraestructura de cabaña

Material	Cantidad unitaria	Cantidad total (4)	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Bloques	500	2000	$0.65	$1,300.00
Cemento para escalera (bolsas)	24	96	$9.30	$892.80
Arena para mezcla (m³)	1.5	6	$33.50	$210.00
Grava para mezcla (m³)	1.0	4.0	$52.00	$208.00
Varilla 3/8" (m)	20	80	$0.6	$48.00
Hierro para mesa (m)	12	48	$0.6	$28.80
Tejas de barro (unidad)	120	480	$1.20	$576.00
Madera para soporte de techo (m)	20	80	$4.00	$320.00
Clavos para techo (kg)	2	8	$5.00	$40.00
Pintura impermeabilizante (galón)	1	4	$25.00	$100.00

Mano de obra completa por estructura	1	4	$600.00	$2,400.00
Costos indirectos	7	28	$4.00	$112.00
			TOTAL	**$6,226.60**

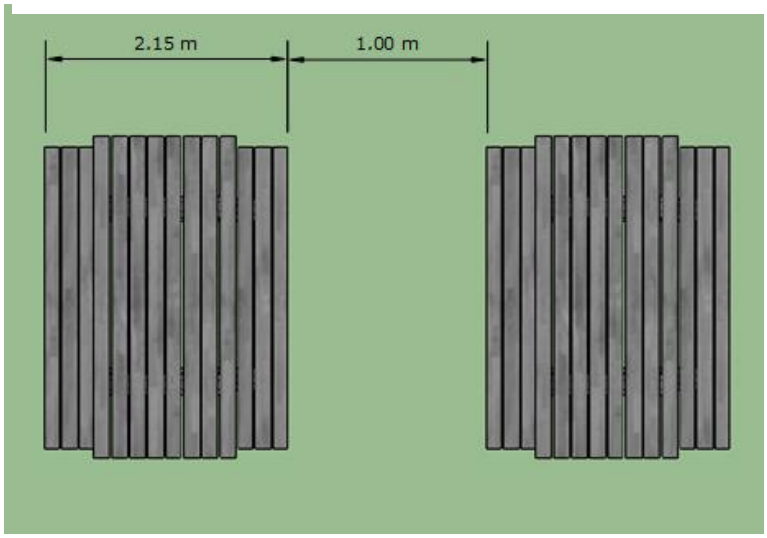
Actividades de ocio

Ilustración 106 Mesas tipo picnic



Si bien las actividades de ocio no son tan relevantes para este tipo de ruta turística debido a que se centra en la participación del turista en actividades físicas como el senderismo y las caminatas, también se puede entender que el turista prefiera solo realizar una parte de las caminatas o senderismo de los cerros.

Ilustración 107 Mesas de picnic vista superior



Debido a ello se contarán con diversas mesas con asientos para que los turísticas puedan descansar mientras los demás integrantes realizan las demás actividades, también se implementara el alquiler de hamacas o sillas desplegables para los turistas.

Este proyecto contempla el uso de mesas tipo picnic ubicadas de manera estratégica en zonas de descanso para el uso de los turistas, el costo unitario de estas mesas es de $380 dólares de las cuales se necesitarán 10 en cada cerro, obtenido así un total de $3,800.00 dolores.

Área de mirador:

Los miradores son estructuras o espacios estratégicamente ubicados en entornos naturales o urbanos que ofrecen vistas panorámicas de paisajes, ciudades, montañas, ríos, mares u otros atractivos. Su importancia radica en su capacidad para enriquecer la experiencia turística, promover la conservación del medio ambiente y generar beneficios económicos y sociales.

Ilustración 108. Propuesta de diseño para mirador

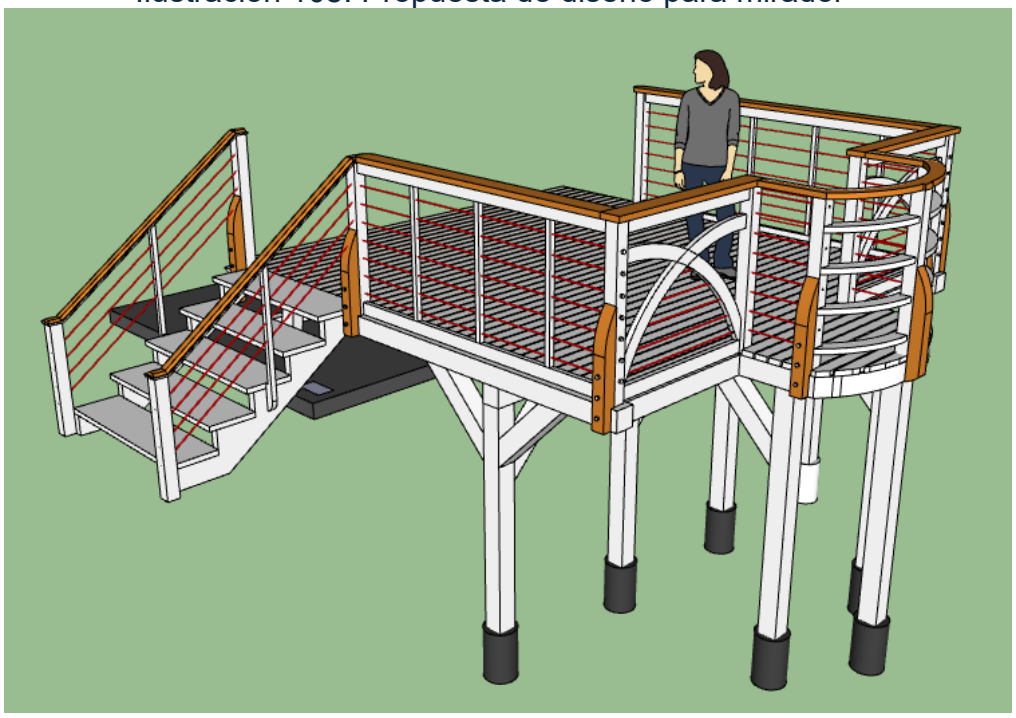
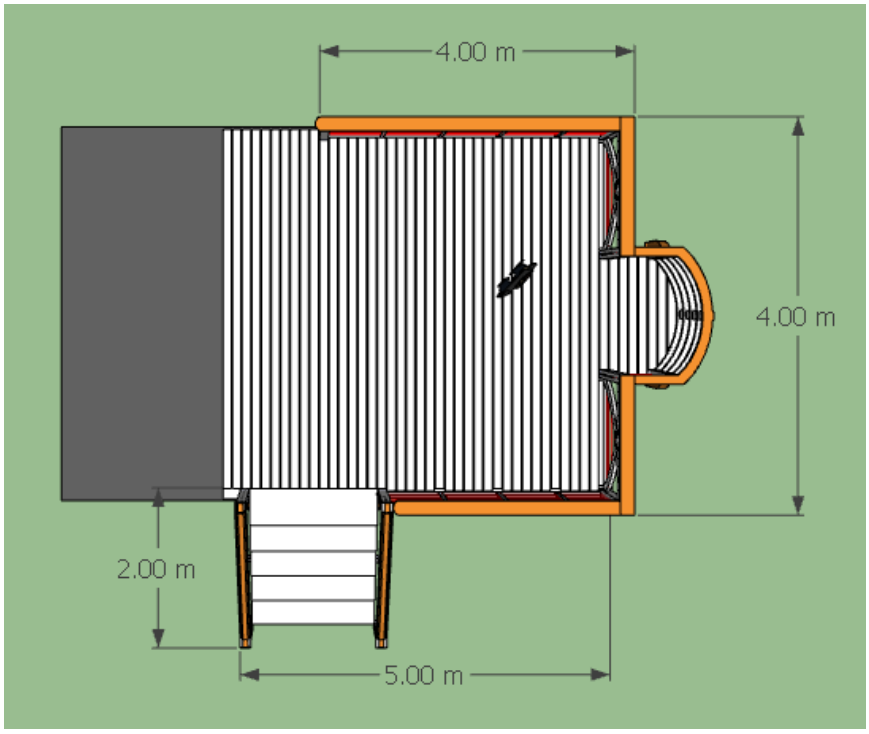


Ilustración 109. Dimensiones de mirador.



La construcción de estas estructuras tipo mirador se harán una en el cerro Tunanshilo y otra en el cerro Guayama. Ambas estarán compuestas por una base estructural de concreto armado de 4x4 metros, piso de tablones de madera, escaleras de madera de acceso, estructura elevada con barandal perimetral. No incluyen techo, permitiendo una observación libre del entorno natural desde un punto elevado.

Especificaciones Técnicas

- ✓ Cantidad de miradores: 2 (uno por cerro).
- ✓ Dimensiones base: 4.00 m x 4.00 m.
- ✓ Altura de columnas: 3.00 m.
- ✓ Elementos: base de concreto armado, piso y escaleras de madera tratada, columnas y baranda de madera, sellado y pintura.

Con ello se obtiene lo siguiente:

Tabla 192 Costos de infraestructura de Mirador

Material	Cantidad total	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Cemento (bolsas)	24	$9.30	$223.20
Arena (m³)	2.0	$33.50	$67.00
Grava (m³)	2.0	$52.00	$104.00
Malla electrosoldada (m²)	32	$2.00	$64.00
Varilla 3/8" (m)	40	$0.60	$24.00
Tablones de madera para piso (1 m)	60	$3.50	$210.00
Tablones de madera para escaleras (1 m)	30	$3.50	$105.00
Columnas de madera 4"x4"x3m	8	$41.70	$333.60
Vigas de refuerzo 4"x4"x4m	6	$41.70	$250.20
Tornillos y anclajes (juego)	2	$40.00	$80.00
Listones de baranda 2"x4"x2m	24	$5.00	$120.00
Postes verticales 4"x4"x1m	16	$12.00	$192.00
Sellador para madera (galón)	2	$25.00	$50.00
Pintura para madera (galón)	2	$22.00	$44.00
Mano de obra por mirador	2	$2,400.00	$4,800.00
Costos indirectos	40	$4.00	$160.00
		TOTAL	**$6,827.00**

Recipientes para basura.

La presencia de contenedores de basura en áreas con abundante flora y fauna es fundamental para garantizar la conservación del medio ambiente, proteger la biodiversidad y promover un turismo sostenible.

Estos contenedores se deberán de ubicar en diferentes puntos estratégicos del recorrido para garantizar la correcta gestión de los diferentes tipos de desechos.

Ilustración 110 Recipientes para basura



Fuente: Google Imágenes

Ruta 2. Ruta colonial

Esta ruta está diseñada para conectar a los turistas con el patrimonio cultural, histórico y artístico del territorio de Panchimalco. Esta ruta no solo son un medio para explorar lugares de interés, también son una forma de sumergirse en la identidad, tradiciones y legado de las comunidades que las habitan. A través de estas experiencias los turistas pueden descubrir monumentos, museos, festivales, gastronomía local y otras expresiones culturales que definen el carácter único de un destino.

En este tipo de ruta se realizan las siguientes actividades:

- → Caminatas en el casco urbano.
- → Compra de productos locales.
- → Acercamiento religioso.
- → Acercamiento cultural.
- → Actividades de ocio.

Mirador de los planes de Renderos.

Este mirador es uno de los lugares más icónicos de la región que comprende los planes de Renderos debido a que se encuentra ubicada alrededor de restaurantes locales y está abierto al público todo el día y la noche. Para este lugar turístico se considera que será necesario realizar únicamente algunas remodelaciones como pintura a los alrededores del mirador, por ello se calcula el siguiente perímetro

Ilustración 111. Perímetro mirador de los planes de Renderos



Fuente: Google Maps

Ilustración 112. Mirador de los planes de Renderos



Fuente: Google imágenes

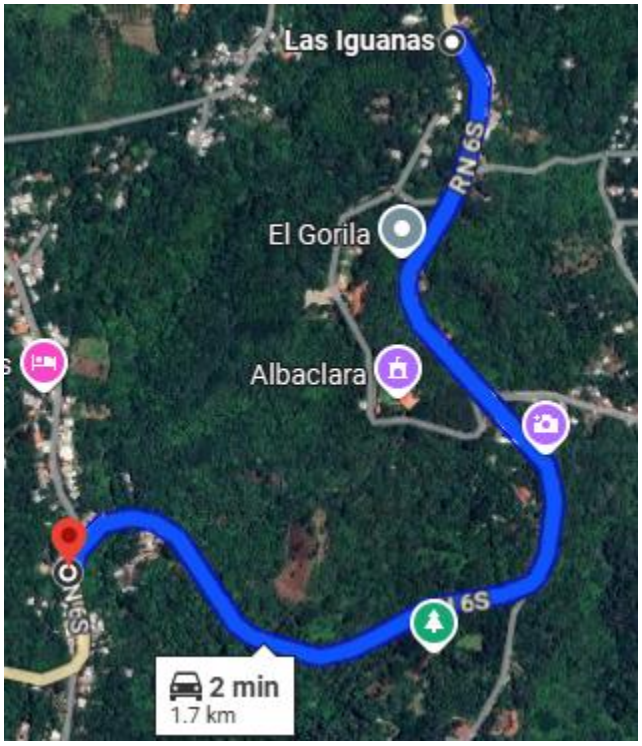
Ruta animal.

Este lugar se comprende de alrededor de 24 figuras de animales que se encuentran a un costado de la carretera que conecta a Panchimalco con Rosario de Mora, dichas figuras son esculturas las cuales fueron hechas a partir de rocas que se encontraban a los costados de las carreteras. En las figuras más emblemáticas se tienen las iguanas, el gorila, el cocodrilo y los caballos.

Para este sitio turístico se deben de realizar una serie de restauraciones a las esculturas debido a las exigencias del tiempo y del clima, así evitar la deterioración de las esculturas, estas pueden comprender entre retoques de pintura o reparaciones directamente.

Además de lo anterior mencionado se busca realizar una acera o pequeño sendero para que los turistas puedan movilizarse con mayor seguridad.

Ilustración 113. Ruta animal



Fuente: Google Maps

Casa taller Encuentro.

La casa taller Encuentro es un sitio donde los jóvenes habitantes de Panchimalco pueden dar sus primeros pasos en el mundo del arte ya sea en dibujo o pinturas. Los turistas que visiten las instalaciones tendrán la oportunidad de visitar el museo donde se encuentran en exhibición una gran cantidad de obras de diferentes artistas.

Ilustración 114.Parte del museo de la Casa taller Encuentro



Fuente: Google Imágenes

Casa de la cultura.

La casa de la cultura es un emblema del territorio debido a que en ella aún se conservan vivas ciertas tradiciones características de la región como puede ser los telares, una tradición que a día de hoy aún se mantiene en el territorio. Debido a cambios de administración en el año 2024 se dio por cerrada la casa de la cultura donde hasta el día de hoy se mantiene dicha decisión, sin embargo, el distrito de Panchimalco posee un gran interés en la apertura de la casa de la cultura, ya sea en el mismo sitio o trasladarla a una nueva ubicación.

Iglesia Santa Cruz de Roma.

La iglesia Santa Cruz de Roma es el principal centro religioso católico del territorio, dedicada a la Santa Cruz de Roma esta iglesia posee una mezcla de arquitectura colonial y barroca debido a que esta fue fundada en la época colonial, si bien no se

posee un documento que autentifique el año de su fundación se cree que esta proviene de antes de los años 1655 o 1563.

La iglesia en la actualidad es considera por decreto legislativo monumento nacional, los turísticas al conocer este lugar podrán saber un poco más sobre su historia, la importancia que posee para el pueblo de Panchimalco y una reseña historia sobre la evolución de la iglesia a través del tiempo.

Ilustración 115. Iglesia Santa Cruz de Roma



Fuente: Google Imágenes

Parque escultórico la puerta del sol.

Este parque, ubicado a un costado de la iglesia Santa Cruz de Roma es un área natural que contiene elementos culturales de gran valor debido a que intenta preservar el arte, hablar y tradiciones de los pueblos indígenas.

En este parque se pueden visualizar varias obras con temática indígena que si bien son obras realizadas por un grupo de artistas que en pro del arte realizaron estas piezas sin ninguna remuneración económica donde se capta la esencia de las piezas originales. En este parque también se ubica un lugar para incentivar el aprendizaje de la lengua náhuat, uno de los pocos lugares actualmente que mantiene viva este elemento cultural característico de la zona. Para el parque solo se propone el hecho de construir unas mesas que acompañen la temática del lugar.

Ilustración 116. Mesa propuesta vista de planta

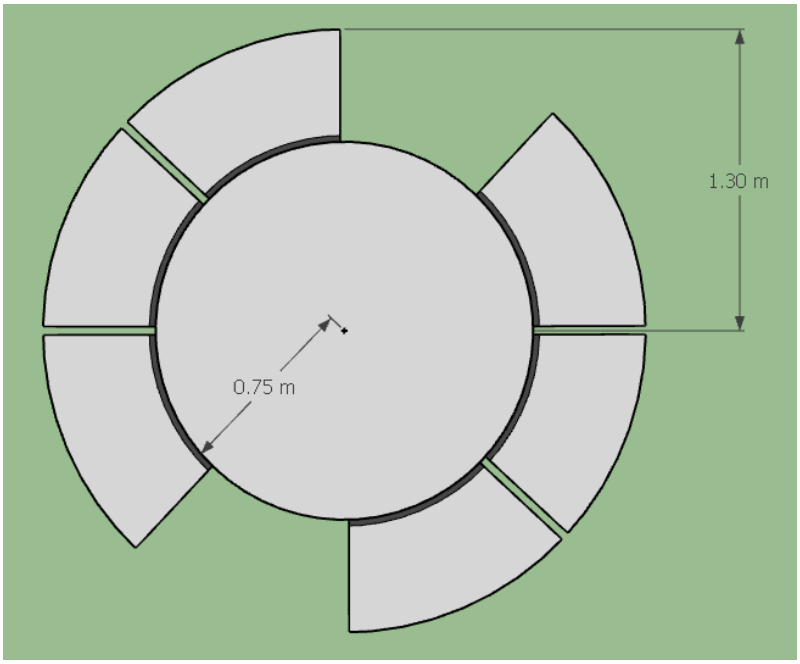
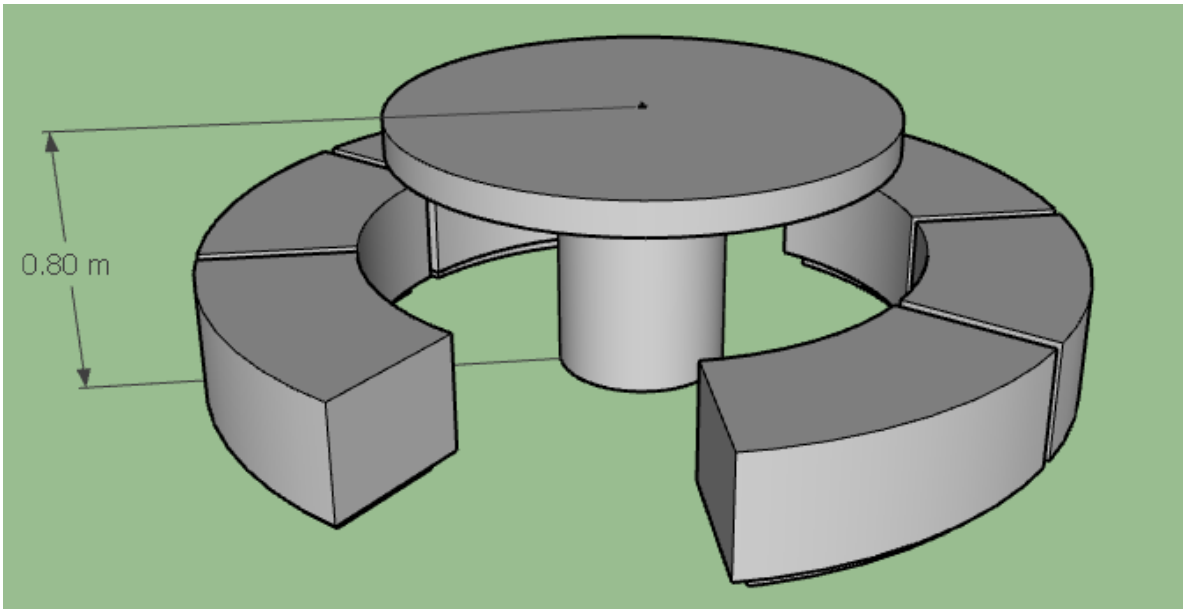


Ilustración 117. Propuesta de mesa para parque Escultórico



Este proyecto contempla la construcción de una mesa circular de concreto con bancos integrados distribuidos alrededor de su perímetro. El diseño promueve la

funcionalidad y resistencia en espacios públicos turísticos. La estructura está pensada para la colocación en zonas de descanso o alimentación al aire libre.

Especificaciones Técnicas

- ✓ Radio de la mesa central: 0.75 m.
- ✓ Altura de la mesa: 0.80 m.
- ✓ Radio exterior de los asientos: 1.30 m.
- ✓ Ancho de cada asiento (anillo): 0.55 m.
- ✓ Altura de los asientos: 0.45 m.
- ✓ Volumen total estimado de concreto: 0.88 m³ aproximadamente.
- ✓ Total de mesas: 8 unidades

Resumen de materiales y costos

Tabla 193 Costo de infraestructura de Mesas Circulares

Material	Cantidad unitaria	Cantidad total (8)	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Cemento (bolsas)	22	176	$9.30	$1,636.80
Arena (m³)	1.5	12	$33.50	$402.00
Grava (m³)	1.8	14.4	$52.00	$748.80
Varilla 3/8" (m)	61	488	$0.60	$292.80
Mano de obra	1	8	$80.00	$640.00
Encofrado	1	8	$35.00	$280.00
Sellador para concreto	1	8	$15.00	$120.00
Mano de obra	1	8	$360.00	$2,880.00
Costo indirecto	1	8	$24.00	$192.00
TOTAL				$7,192.40

Ruta 3: descubre Panchimalco

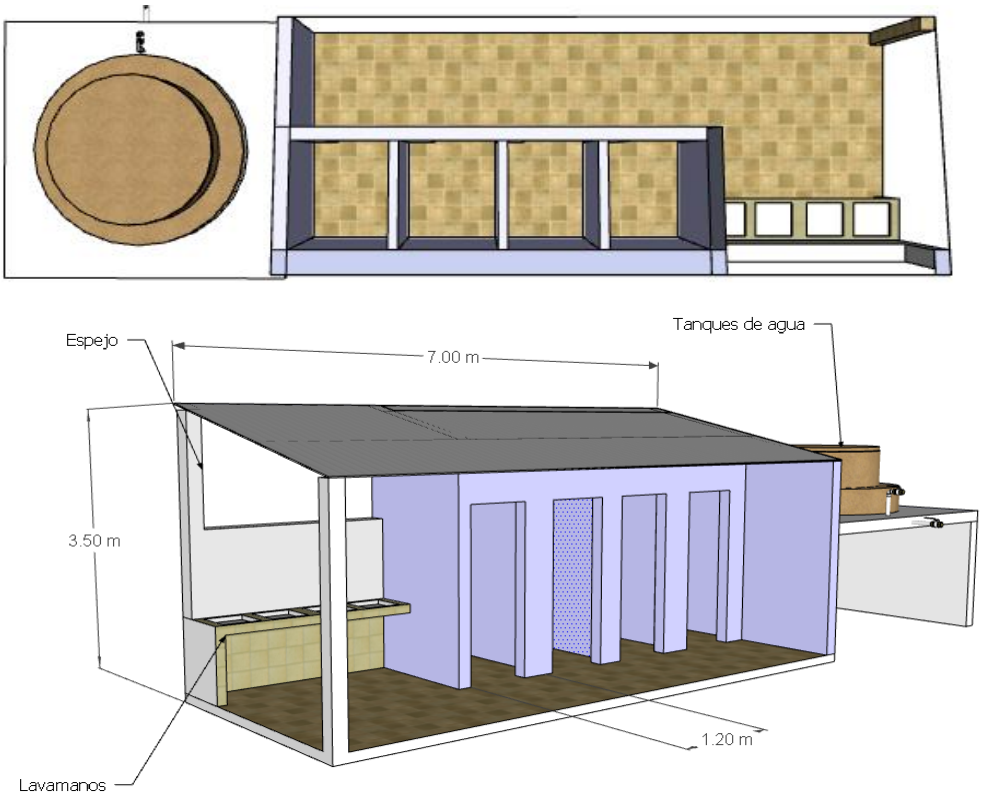
Esta ruta turística combina la exploración de la naturaleza, el acercamiento a la fauna y flora, la aventura física y la degustación de la gastronomía local. Está diseñada para aquellos turistas que buscan una experiencia integral, donde puedan conectarse con el entorno natural, disfrutar de actividades al aire libre y culminar el día con la gastronomía local. Para esta ruta se desarrollarían las siguientes actividades:

- ✓ Caminatas.
- ✓ Senderismo.
- ✓ Actividades de ocio.
- ✓ Degustación de la gastronomía.
- ✓ Sumergimiento en nacimientos de agua.

El borbollón.

Este lugar es conocido por los pobladores locales como un nacimiento de agua la cual han disfrutado con el paso de los años, para acceder a este sitio se debe de realizar una caminata hacia el lugar el cual está rodeado por naturaleza, una vez en el nacimiento de agua el turista tendrá la opción de poder sumergirse en sus aguas. Para garantizar la preparación del lugar se deberá contar con una zona de vestidores la cual los turistas deberán de utilizar, de igual forma al retirarse estos turistas podrán cambiar de vestuario y continuar con la ruta.

Ilustración 118. Vestidores para El Borbollón



Este proyecto contempla la construcción de un vestidor de concreto con cuatro cubículos individuales, lavamanos de 4 compartimientos, tanque elevado de agua, instalaciones hidráulicas y eléctricas básicas, iluminación interior con focos LED y cubierta con lámina tipo arquiteja. El diseño está orientado a ofrecer condiciones higiénicas y funcionales a los visitantes en zonas turísticas naturales.

Especificaciones Técnicas

- ✓ Cantidad de cubículos: 4, con puertas individuales de madera.
- ✓ Área aproximada total: 6.00 m x 3.00 m.
- ✓ Altura promedio de muros: 2.50 m.
- ✓ Componentes: estructura de concreto y bloque, lavamanos de 4 compartimientos, espejo, tanque plástico, sistema de agua y energía, techo de lámina arquiteja.

El cálculo de materiales es el siguiente:

Tabla 194 Costos en infraestructura de Vestidores

Material	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Cemento (bolsas)	30	$9.30	$279.00
Arena (m³)	3.5	$33.50	$117.25
Grava (m³)	2.0	$52.00	$104.00
Malla electrosoldada (m²)	18	$2.00	$36.00
Varilla 3/8" (m)	35	$0.60	$21.00
Bloques de concreto (unidad)	700	$0.65	$455.00
Lavamanos de 4 compartimientos (prefabricado)	1	$180.00	$180.00
Espejo rectangular (1.5 m)	1	$35.00	$35.00
Tanque plástico 500 L	1	$120.00	$120.00
Tubería PVC hidráulica y accesorios	1	$80.00	$80.00

Lámina arquiteja (m²)	18	$6.00	$108.00
Estructura soporte metálica o madera (m)	24	$4.50	$108.00
Tornillos para lámina (kg)	2	$5.00	$10.00
Cable eléctrico y accesorios	1	$45.00	$45.00
Focos tipo LED (unidad)	2	$6.00	$12.00
Interruptor y caja	1	$15.00	$15.00
Pintura impermeabilizante (galón)	2	$25.00	$50.00
Mano de obra total	1	$2,240.00	$2,240.00
Puertas de madera para cubículos	4	$65.00	$260.00
Costos indirectos	20	$4.00	$80.00
		TOTAL	**$4,455.30**

El tembladero.

El tembladero como es conocido localmente por los lugareños del lugar con este nombre debido a que la tierra de ciertas secciones del lugar tiende a moverse, actualmente no se cuenta con una sola explicación de este fenómeno, pero resulta curioso las condiciones y características del terreno.

Para este lugar se busca establecer un área que sea amigable con el ecosistema del lugar y al mismo tiempo pueda proporcionar un espacio de ocio para el turista debido que para llegar a él se necesita de realizar una caminata en los senderos del lugar.

Ilustración 119. Propuesta de construcción en el Tembladero

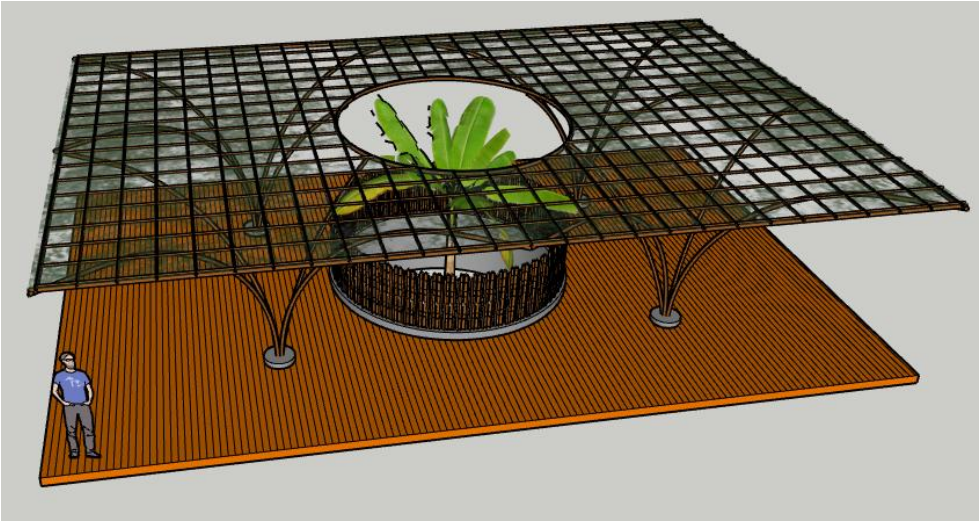


Ilustración 120. Propuesta de construcción en el tembladero



Esta es una estructura elevada sobre una base de concreto con piso de madera y techo tipo rejilla metálica cubierto con láminas de policarbonato transparente de 6 mm. La cubierta permite el paso de luz natural mientras brinda protección frente a

la lluvia. La estructura está diseñada como un espacio de descanso, contemplación y refugio dentro del sitio turístico del Tembladero.

Especificaciones Técnicas

- ✓ Dimensiones de planta: 12.00 m de largo x 8.50 m de ancho.
- ✓ Altura estimada total: 4.00 m.
- ✓ Elementos principales: base de concreto armado, piso de tablones de madera, columnas de hierro y cubierta metálica tipo rejilla con protección de policarbonato.
- ✓ Acabados: sellador para madera tratada, pintura anticorrosiva en estructura metálica y láminas de policarbonato transparente de 6 mm.

Resumen de materiales y costos

Tabla 195 Costos de infraestructura de Espacios de descanso

Material	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Cemento (bolsas)	22	$9.30	$204.60
Arena (m³)	3.0	$33.50	$100.50
Grava (m³)	3.0	$52.00	$156.00
Malla electrosoldada (m²)	102.0	$2.00	$204.00
Varilla 3/8" (m)	50	$0.60	$30.00
Tablones de madera tratada (1 m)	130	$3.50	$455.00
Tornillos y anclajes para madera	1	$40.00	$40.00
Columnas de hierro 4"x4"x4m	8	$60.00	$480.00
Perfiles metálicos para techo rejilla (m)	60	$5.00	$300.00
Tornillos, soldadura y fijación (kit)	1	$60.00	$60.00
Sellador para madera (galón)	4	$25.00	$100.00

Pintura anticorrosiva para hierro (galón)	3	$30.00	$90.00
Mano de obra estructural y carpintería	1	$2,400.00	$2,400.00
Lámina de policarbonato 6 mm (transparente)	102.0	$9.00	$918.00
Costos indirectos	20	$4.00	$80.00
		TOTAL	**$5,618.10**

El cerro

Al igual que en la ruta de montañas vista con anticipación, los criterios establecidos serán los mismos debido a que las características del terreno son similares, por lo cual la propuesta será la antes vista en el cerro Guayama y Tunanshilo.

Plaza el obelisco.

Esta plaza ubicada a unos pocos metros del Parque Balboa es un punto importante para el territorio debido a que rodeando el Obelisco por las tardes los habitantes o transeúntes pueden degustar de diversos platillos típicos en compañía de un ambiente sano y al aire libre.

Ilustración 121. Plaza El Obelisco



Fuente: Google imágenes

Servicios sanitarios.

Este es un aspecto sumamente importante para todas las rutas anteriormente vistas, debido a que esta va relacionada con las necesidades básicas de las personas, por lo cual se presenta una propuesta para la construcción de servicios sanitarios que se ubiquen en puntos estratégicos para su correcto uso.

Ilustración 122. Propuesta de productos Sanitarios



Los baños contaran con dos módulos sanitarios, uno para hombres y otro para mujeres, con estructura de ladrillo de hormigón, acabado tipo madera, techo liviano y equipamiento completo en instalaciones hidráulicas y eléctricas. El diseño

responde a criterios de funcionalidad, higiene y accesibilidad para visitantes en un entorno turístico natural.

Especificaciones Técnicas

- ✓ Dimensiones por módulo: 6.71 m x 4.65 m.
- ✓ Altura promedio: 3.00 m.
- ✓ Baño de hombres: 2 inodoros, 2 mingitorios, 1 lavamanos largo para 4 personas.
- ✓ Baño de mujeres: 4 inodoros, 1 lavamanos largo para 4 personas.
- ✓ 6 puertas interiores de madera para cubículos.
- ✓ Acabados: pintura, sellador, espejo en cada área, techo de lámina tipo arquiteja sobre estructura metálica.
- ✓ Sistema hidráulico y sanitario completo, incluyendo cámara séptica o biodigestor.
- ✓ Sistema eléctrico con iluminación LED y tomas básicas.

Los costos serán los siguientes:

Tabla 196 Costos de infraestructura de Baños

Material	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Cemento (bolsas)	65	$9.30	$604.50
Arena (m³)	7.0	$33.50	$234.50
Grava (m³)	4.0	$52.00	$208.00
Malla electrosoldada (m²)	62.4	$2.00	$124.80
Varilla 3/8" (m)	80	$0.60	$48.00
Bloques de concreto (unidad)	1400	$0.65	$910.00
Acabado tipo madera (m²)	68.16	$10.00	$681.60
Lámina tipo arquiteja (m²)	37.4418	$6.00	$224.65
Estructura metálica soporte techo (m)	40	$4.50	$180.00

Tornillos para lámina (kg)	3	$5.00	$15.00
Inodoros para hombres	2	$110.00	$220.00
Mingitorios	2	$90.00	$180.00
Lavamanos largo (4 personas)	1	$220.00	$220.00
Inodoros para mujeres	4	$110.00	$440.00
Lavamanos largo (4 personas)	1	$220.00	$220.00
Puertas interiores (madera)	6	$65.00	$390.00
Tubería PVC y accesorios	1	$180.00	$180.00
Cámara séptica o biodigestor	1	$300.00	$300.00
Focos LED	2	$8.00	$16.00
Cable eléctrico, interruptores y caja	1	$60.00	$60.00
Espejos	2	$35.00	$70.00
Pintura y sellador (galones)	4	$25.00	$100.00
Mano de obra completa	1	$6,000.00	$6,000.00
Costos indirectos	30	$4.00	$120.00
		TOTAL	**$11,747.05**

Requerimiento para el proyecto de infraestructura.

Recurso humano

El desarrollo de infraestructura requiere personal técnico y operativo especializado para garantizar que las obras respondan a criterios de funcionalidad, estética, seguridad y sostenibilidad.

Tabla 197 Recurso humano del proyecto de Infraestructura turística.

Puesto	Descripción	Cantidad	Salario
Ingeniero civil	Diseña y supervisa la ejecución de obras, asegurando el cumplimiento de normas técnicas.	1	$1,200
Maestro de obra	Encargado de dirigir la ejecución en sitio, distribuir tareas y asegurar acabados adecuados.	1	$800
Albañil	Realiza construcción de estructuras, nivelación, encofrados y acabados.	3	$500
Ayudante de albañil	Apoya con mezclas, transporte de materiales y limpieza de obra.	3	$350

Mobiliario y equipo.

Tabla 198 Inmobiliario y equipo del proyecto de Infraestructura turística

Mobiliario/Equipo	
Escritorio **Medidas:** 75X120.5X42.5CM **Precio:** $100 c/u **Cantidad requerida:** 1 Se requiere solamente dado a que la mayoría de puestos son en trabajos de campo.	**Silla de oficina** **Medidas:** 80-91 x 53 x 51 Soporta 70 kg (154 lb) **Precio:** $75 c/u **Cantidad requerida:** 3 Se requiere 3 sillas dado a que puede haber revisiones sobre el avance de las obras.
Pizarra acrílica con rodos **Medidas:** 1.00x1.50x1.90 m **Precio:** $159.95 **Cantidad requerida:** 1 Herramienta de apoyo visual utilizada para explicar conceptos clave en los talleres.	**Laptop** Especificaciones: 12 GB RAM, 512 Gb SSD y La tarjeta gráfica NVIDIA GeForce RTX 3050 **Precio:** $1,000.00 **Cantidad requerida:** 1 Se requiere para la elaboración de planos y demás gestiones.
Impresora multifuncional Impresora Multifuncional HP Smart Tank 580 **Precio:** $180	

Cantidad: 1 Para imprimir informes y documentos.	

Recursos operativos

Hojas tamaño carta (paquete 500 hojas): Se utilizarán para la impresión de materiales de apoyo, guías y ejercicios para los participantes. (1 x $5.00)

Cartucho de tinta: Se utilizará para las impresiones necesarias para los participantes, ya sea para material didáctico, encuestas, entre otros. (1 x $50.00)

Plumones, marcadores y rotuladores: Se usarán para anotar o remarcar diferentes tipos de actividades importantes. (2 x $1.50)

Bolígrafos: Serán necesarios para el equipo para anotar eventos importantes. (1 cajas x $2.75)

Costo aprox. $60.75

II. Programa "Gestión de Información y Prácticas Sostenibles"

Introducción al programa

Este programa busca transformar a Panchimalco en un destino turístico modelo, donde la sostenibilidad, la calidad y la participación comunitaria se entrelacen para impulsar el desarrollo económico y social. Se centra en la creación de un sistema de gestión que permita conocer a fondo a los turistas registrando su ingreso, estadía y preferencias en los atractivos turísticos; medir la calidad percibida monitoreando constantemente la satisfacción de los visitantes a través de encuestas y herramientas de retroalimentación y proteger el patrimonio implementando prácticas turísticas responsables que garanticen la conservación de los recursos de la región

Objetivos del programa

General.

Diseñar un sistema de gestión información y prácticas sostenibles que fomente la participación activa, el cumplimiento de altos estándares de calidad y posicione a

Panchimalco como un destino turístico preferente, contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad.

Específicos

- → Gestionar de manera eficiente el flujo de turistas por medio de una herramienta para llevar registro del ingreso y salida en los diferentes atractivos turísticos.
- → Implementar buenas prácticas de turismo en el territorio de Panchimalco para la conservación de los recursos naturales y culturales.
- → Monitorear el nivel de satisfacción de la calidad del turista a través de un sistema que permita la retroalimentación por visita recibida.

Proyectos a desarrollar:

1.1 Gestión de la información turística

1.2 Buenas prácticas de turismo sostenible

A. Proyecto: Gestión de la información turística

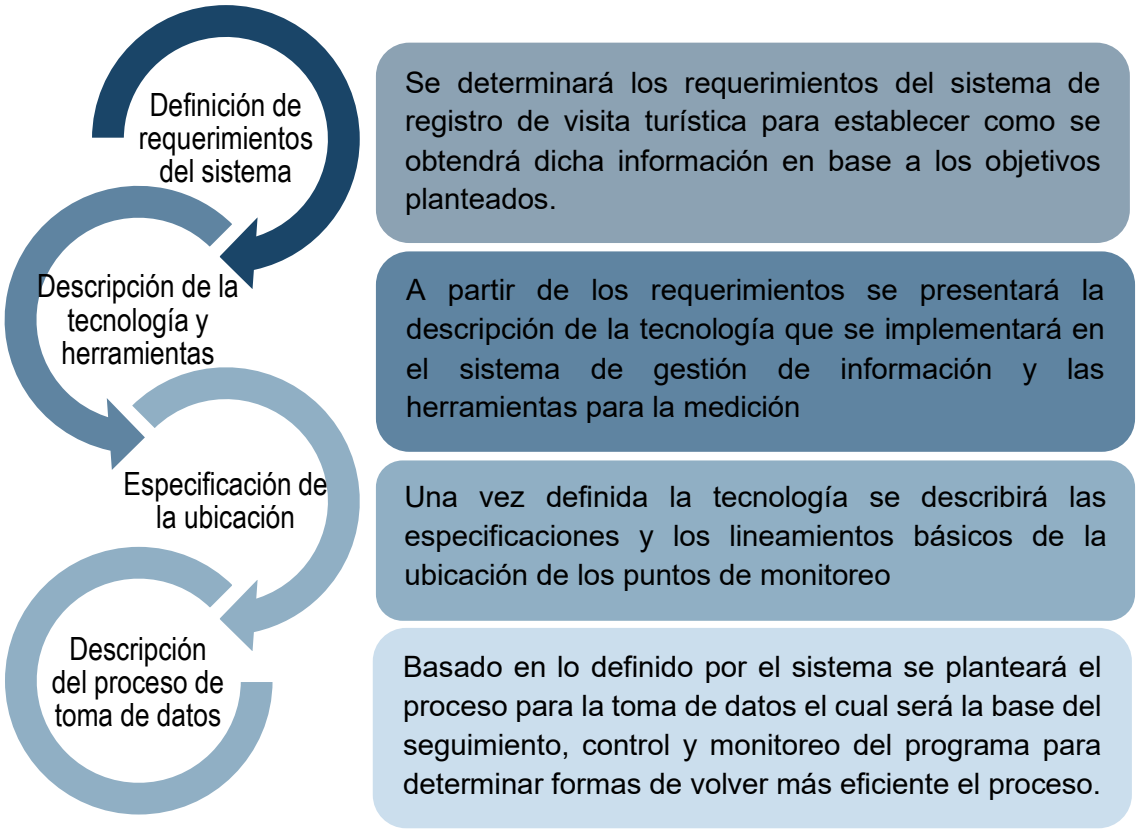
Este proyecto se centrará en la implementación de un sistema de gestión de información turística que permita a Panchimalco mejorar continuamente sus servicios y posicionarse como un destino turístico de alta preferencia entre los turistas, asegurando así la satisfacción del turista y la lealtad a destino.

Objetivos

- → Diseñar un método para cuantificar y analizar el flujo turístico en puntos clave, incluyendo datos demográficos básicos y patrones de afluencia.
- → Optimizar la gestión de recursos turísticos (personal, infraestructura, servicios) basándose en datos precisos de demanda.

Metodología

Ilustración 123. Metodología del proyecto gestión de la información turística



1. **Definición de los requerimientos del sistema**

Tabla 199 Requerimientos para los sistemas de gestión de la información y de calidad

Requerimientos para el establecimiento del sistema	Descripción del requerimiento
Sistema de gestión de la información	
-Dispositivo de conteo y captura de datos	Se contará con sensores de conteo automatizados en puntos claves estratégicos para registrar datos y que garanticen la seguridad de los datos capturados.
-Infraestructura de red	Se necesitará de internet confiable en los puntos de conteo, con buena cobertura y disponibilidad en la zona, además de asegurar la transmisión segura de datos y medidas de seguridad para proteger la información

-Plataforma de gestión de base de datos	Se utilizará una base de almacenamiento y organización segura de los datos, que sea intuitiva para consultas y análisis y para la generación de informes estadísticos personalizables
-Software de análisis de datos	Se contará con una herramienta para identificar patrones y tendencias en el flujo turístico, que permita además realizar análisis demográficos y de comportamiento de los visitantes
-Personal capacitado	Se requerirá de analistas para interpretar la información y generar informes, así como para supervisar los dispositivos de conteo en base a los protocolos establecidos.
-Privacidad y seguridad	Se determinará el uso de políticas sobre el manejo de datos y cumplimiento de leyes de protección de datos junto con las medidas de seguridad para prevenir accesos no autorizados

2. Descripción de la tecnología y herramientas

a) Dispositivo de conteo y captura de datos

Tabla 200 Requerimientos del dispositivo de conteo y captura de datos

Cámaras con reconocimiento facial	**Descripción**
 Precio del paquete: $5,199 Disponible en:	Permiten conteo y registro de datos demográficos (edad, género, nacionalidad) de forma automatizada (respetando la privacidad). **Características** Captura facial dinámica, reconocimiento en tiempo real, base de datos de rostros, recuento de rostros, búsqueda facial, captura facial simultánea, seguimiento facial de mapa electrónico, etc. Aplicación gratuita avanzada de teléfono de grado comercial, escaneo P2P QRCode, software CMS gratuito y servidor DDNS **Contenido del paquete:** 1 NVR disco duro de 1 TB 4 cámaras de metal infrarrojo de 4MP Montaje de techo o pared Tecnologías IR inteligentes para una mejor visión nocturna Fuente de alimentación

b) Infraestructura de red

Tabla 201 Requerimientos de la infraestructura de red

Conexión a internet (Wifi)	**Descripción**
 Precio del servicio: $50/mes por atractivo ubicado Total $200/mes Disponible en:	Permite a los dispositivos conectarse a internet sin cables. Se basa en la radiofrecuencia (RF) para enviar datos entre los equipos. **Características** Ventajas Mayor accesibilidad, Fácil de instalar, Mayor cobertura, Flexibilidad, Mejora la productividad. **Seguridad:** Firewalls, VPN **Prestación del servicio:** Internet de 300 Megas Ultra Wifi Conexión de fibra óptica Enrutador inalámbrico y configuración de la red.

c) **Plataforma de gestión de base de datos**

Tabla 202 Requerimientos de la plataforma de gestión de base de datos

Software de bases de datos	**Descripción**
PostgreSQL Precio: Software de licencia libre, costo por GB almacenado $0.010 USD Disponible en:	Sistema de bases de datos de código abierto que se caracteriza por su estabilidad, flexibilidad y compatibilidad con estándares técnicos abiertos. **Características** *Potencia y flexibilidad:* PostgreSQL es un sistema de gestión de bases de datos relacional de código abierto *Escalabilidad:* Puede manejar grandes volúmenes de datos y de transacciones *Conectividad:* Ofrece una amplia gama de conectores y APIs para integrar con diversas aplicaciones y dispositivos, incluyendo sensores de conteo. *Extensiones:* Cuenta con extensiones como PostGIS para datos geoespaciales, lo cual es fundamental para el turismo.

d) Software de análisis de datos

Tabla 203 Requerimientos del software de análisis de datos

Software de análisis de datos	**Descripción**
 Precio: Enterprise Creator $115/usuario/mes Enterprise Explorer $70/usuario/mes Disponible en:	Es una plataforma de análisis visual que sirve para analizar y representar datos, y tomar decisiones basadas en ellos. En el sector turístico, aporta comprender el comportamiento de los clientes y optimizar sus operaciones. **Características** *Conexión a diversas fuentes de datos:* se conecta a bases de datos como PostgreSQL, lo que permite analizar datos de reservas, clientes, ventas, etc. También se conecta a hojas de cálculo Excel y CSV, lo que facilita el análisis de datos de encuestas, opiniones de clientes, etc.

e) Personal capacitado- Privacidad y seguridad

Tabla 204 Perfiles del personal requerido para el proyecto de gestión de la información

Personal capacitado	Privacidad y seguridad
El personal debe contar con las siguientes habilidades y conocimientos: ***Manejo de dispositivos de conteo y captura de datos:*** Conocimiento técnico de los diferentes tipos de sensores y dispositivos móviles, habilidad para instalar, configurar y mantener los equipos de conteo, destreza en el uso de aplicaciones o formularios para la captura de datos en campo. ***Gestión de la base de datos:*** Conocimientos sobre el funcionamiento	Se deben implementar las siguientes medidas: ***Políticas de privacidad:*** Elaborar políticas claras y transparentes sobre la recopilación, uso y protección de datos personales. Obtener el consentimiento informado de los turistas antes de recopilar sus datos. Informar a los turistas sobre sus derechos en cuanto a la protección de sus datos personales. ***Medidas de seguridad:***

de la plataforma de gestión de base de datos, habilidad para ingresar, modificar y consultar datos en la base de datos, capacidad para generar informes y estadísticas a partir de los datos almacenados. ***Análisis de datos:*** Conocimientos en estadística y análisis de datos, habilidad para utilizar software de análisis de datos, capacidad para interpretar resultados y generar recomendaciones para la toma de decisiones. ***Supervisión y mantenimiento:*** Habilidad para supervisar el trabajo del personal de conteo y captura de datos, conocimientos básicos sobre el mantenimiento de los equipos y la infraestructura de red, capacidad para solucionar problemas técnicos y garantizar el correcto funcionamiento del sistema. ***Cantidad requerida:*** **Personal de conteo:** 2 – Rango Salarial $400-$600 **Analista de datos:** 1 – Rango Salarial $700-$1,200 **Supervisor:** 1 – Rango Salarial $900-$1,600	Cifrar los datos personales durante su almacenamiento y transmisión. Implementar medidas de control de acceso para restringir el acceso a los datos a personal autorizado. Utilizar contraseñas seguras y cambiarlas periódicamente. Realizar copias de seguridad de los datos de forma regular. Implementar medidas de seguridad física para proteger los equipos y la infraestructura de red. ***Cumplimiento legal:*** Asegurar el cumplimiento de las leyes de protección de datos aplicables. Mantenerse actualizado sobre los cambios en la legislación y las mejores prácticas en materia de privacidad y seguridad. **Cantidad requerida:** **Guardias de seguridad:** 4 – Rango Salarial $400 - $600 **Seguridad cibernética:** $1,200 - $2,000

f) Mobiliario y equipo

Tabla 205 Mobiliario y equipo del proyecto gestión de la información

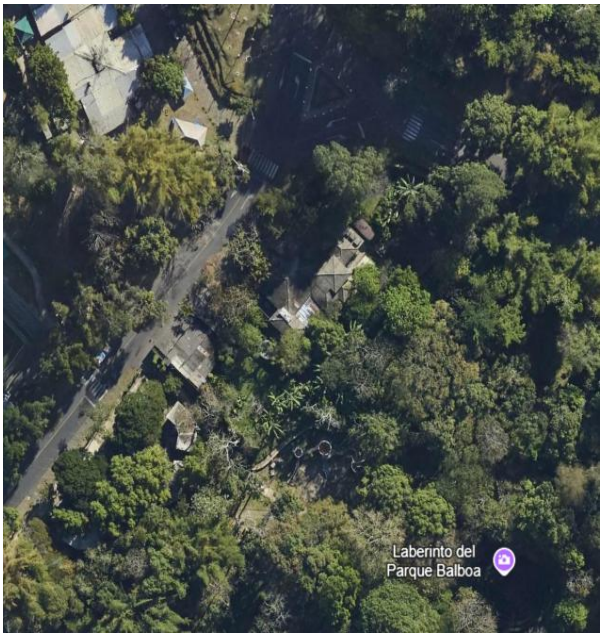
Mobiliario/Equipo	
Escritorio	**Silla de oficina**

Medidas: 75X120.5X42.5CM **Precio:** $100 c/u **Cantidad requerida:** 4 Se requiere uno por analista, supervisor, encargado de redes sociales y uno adicional.	**Medidas:** 80-91 x 53 x 51 Soporta 70 kg (154 lb) **Precio:** $75 c/u **Cantidad requerida:** 10 Se requiere una por escritorio y seis para las reuniones
Mesa amplia de reuniones **Medidas:** 2.00 x 1.00 x 0.75 Altura **Precio:** $234.85 **Cantidad requerida:** 1 Se requiere para reuniones del equipo y presentaciones.	**Archivero** **Medidas:** 60x30x80cms **Precio:** $52 **Cantidad requerida:** 2 Se requiere para almacenamiento de documentos y materiales
Computadoras de escritorio Especificaciones CORE i3-10TH, RAM 8GB,500GB, SSD,21.5" **Precio:** $445 **Cantidad:** 4 Se requiere una por analista, supervisor, encargado de redes sociales y una adicional.	**Impresora multifuncional** Impresora Multifuncional HP Smart Tank 580 **Precio:** $180 **Cantidad:** 1 Para imprimir informes y documentos.
Proyector **Precio:** $149 **Cantidad requerida: 1** Se requiere para presentaciones.	**Tablet** **Precio:** $279 **Cantidad requerida:** 4 Se requiere uno por punto de control.
Radios portátiles Cantidad: 1 paquete **Especificaciones:** 8,34"prof. x 1,89"an. x 2,36"al. Pulgadas **Precio:** $36.74 x 4 unidades. Se requiere para comunicación en emergencias	

3. **Especificación de los puntos de control**

Punto de Control 1:

Ilustración 124. Ubicación en Google earth del punto de control 1



Fuente: Google Maps

Ubicación: Parque Balboa

Justificación de la selección

Punto de partida de dos de las rutas principales, la “Ruta de montañas” y “Ruta descubre Panchimalco” lo que asegura un alto flujo de visitantes.

Espacio de encuentro y esparcimiento popular, donde los turistas se congregan antes de iniciar sus recorridos y para realizar diversas actividades recreativas como ferias de emprendedores, deportes, ciclismo, entre otros.

Permite captar datos tanto de turistas que se dirigen a la montaña como de aquellos que exploran otros atractivos de Panchimalco.

Punto de Control 2:

Ilustración 125. Ubicación en Google earth del punto de control 2



Fuente: Google Maps

Ubicación: Mirador planes de Renderos

Justificación de la selección

Punto de inicio de la "Ruta Colonial de Panchimalco", lo que garantiza la captación de datos de turistas interesados en este tipo de recorrido.

Atractivo turístico en sí mismo, con un flujo constante de visitantes que disfrutan de las vistas panorámicas.

Permite obtener información sobre turistas que visitan Planes de Renderos y se dirigen hacia otros puntos de interés en Panchimalco.

Punto de Control 3:

Ilustración 126. Ubicación en Google earth del punto de control 3



Fuente: Google Maps

Ubicación: Biblioteca Pública Cardenal Gregorio Rosa Chávez

Justificación de la selección

Punto intermedio clave en la "Ruta colonial de Panchimalco", donde los turistas hacen una parada y exploran el centro del pueblo.

Permite captar datos de turistas que exploran sus atractivos, como la Iglesia de Santa Cruz de Roma y el Parque Central.

Permite obtener información sobre los turistas que transitan por el centro de Panchimalco

Punto de Control 4:

Ilustración 127. Ubicación en Google earth del punto de control 4.



Fuente: Google Maps

Ubicación: Puerta del Diablo

Justificación de la selección

Punto final de la "Ruta de Montaña", donde los turistas culminan su recorrido y disfrutan de las vistas panorámicas.

Atractivo turístico icónico de Panchimalco, con un flujo constante de visitantes.

Permite obtener datos sobre el número de turistas que completan la ruta de montaña y su satisfacción con la experiencia.

4. Descripción del proceso de toma de datos

Ilustración 128. Flujo del proceso de la toma de datos para el proyecto de gestión de la información

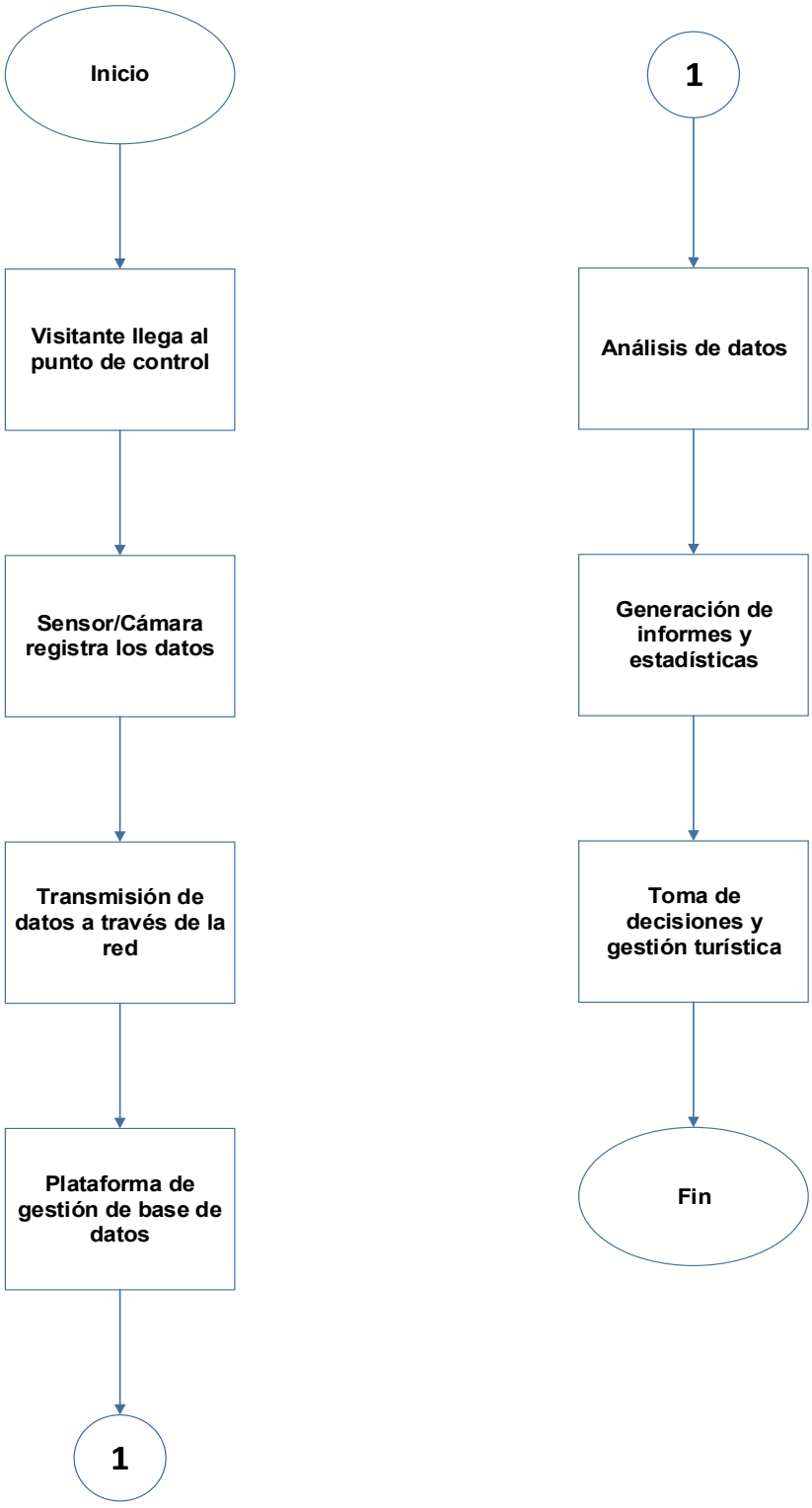


Tabla 206 Descripción del proceso de la toma de datos para el proyecto de gestión de la información

Proceso	Descripción
Inicio	El visitante inicia su recorrido turístico en una de las rutas establecidas.
Visitante llega al punto de control	El visitante llega a uno de los cuatro puntos de control designados (Parque Balboa, Mirador de los Planes, Biblioteca Cardenal Rosa Chávez o Puerta del Diablo).
Sensor/Cámara registra los datos	El sensor/cámara automatizada registra el ingreso del visitante, capturando datos como la hora de llegada, el tipo de visitante (nacional/extranjero) y, características demográficas (edad, género).
Transmisión de datos a través de la red	Los datos recopilados se transmiten de forma segura a través de la red (fibra óptica) hacia la plataforma de gestión de la base de datos. Se aplican medidas de seguridad (cifrado, firewalls) para proteger la información durante la transmisión.
Plataforma de gestión de base de datos	Los datos se almacenan y organizan de forma segura en una base de datos centralizada (PostgreSQL). La plataforma permite realizar consultas, generar informes y visualizar los datos de manera intuitiva.
Análisis de datos	Se utilizan herramientas de software especializadas para analizar los datos recopilados (Tableau). Se identifican patrones, tendencias y relaciones entre diferentes variables. Se realizan análisis demográficos y de comportamiento de los visitantes.
Generación de informes y estadísticas	Se generan informes y estadísticas personalizadas que resumen los principales hallazgos del análisis de datos. Estos informes son útiles para la toma de decisiones y la gestión turística.
Toma de decisiones y gestión turística	Los informes y estadísticas generados se utilizan para la toma de decisiones informadas en materia de planificación turística, promoción, desarrollo de productos y servicios, asignación de recursos y evaluación de impacto.
Fin	El proceso de toma de datos se completa, pero la información recopilada se mantiene actualizada y se utiliza de forma continua para la gestión turística.

B. Proyecto: Buenas prácticas de turismo sostenible

El turismo es un motor clave para el desarrollo económico y social de muchas comunidades, pero también puede generar impactos negativos si no se gestiona de manera adecuada. Para asegurar que el turismo contribuya de forma positiva al desarrollo sostenible, es fundamental adoptar buenas prácticas que minimicen los impactos negativos y maximicen los beneficios para las comunidades locales y el medio ambiente.

Este proyecto se enfoca en la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en el territorio de Panchimalco, abordando desafíos clave como la satisfacción del turista, la gestión de emergencias, la infraestructura, la sostenibilidad ambiental y económica, y la implementación de protocolos de seguridad.

Objetivos

- → Conocer e implementar buenas prácticas de turismo para el territorio de Panchimalco
- → Promover la adopción de buenas prácticas de turismo sostenible con el fin de minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios para las comunidades locales, el medio ambiente y los turistas.
- → Mejorar la experiencia turística a través de la evaluación de los niveles de satisfacción del turista para superar las expectativas de los visitantes

Áreas del programa

- → Satisfacción y calidad turística
- → Plan de emergencia
- → Sostenibilidad ambiental

1. Satisfacción y calidad turística

En el competitivo y dinámico sector turístico actual, la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente se rigen como pilares fundamentales para el éxito de cualquier destino o empresa turística. Los viajeros contemporáneos, cada vez más exigentes, buscan experiencias únicas, personalizadas y de alta calidad que no solo cumplan, sino que superen sus expectativas.

En este contexto, se hace imprescindible implementar un sistema de gestión de la calidad que permita planificar, ejecutar y controlar de manera efectiva todas las actividades necesarias para asegurar la prestación de un servicio excepcional que satisfaga al cliente en su totalidad. Este sistema, como herramienta esencial, se centra en la recopilación y el análisis metódico de datos sobre la percepción de los turistas en relación con los diversos aspectos que conforman su experiencia.

a) Marco referente a calidad turística actual

Tabla 207 Marco legal de la calidad turística

Nombre	Descripción General
Ley de Turismo de El Salvador	Marco legal general que regula la actividad turística en el país, incluyendo la calidad de los servicios y la protección de los turistas.
Reglamento General de la Ley de Turismo	Desarrolla y detalla las disposiciones de la Ley de Turismo, estableciendo requisitos específicos para los prestadores de servicios turísticos.
Norma Técnica Salvadoreña NTS 03.55.01:12 Guías de turismo. Especificaciones para el desempeño	Establece los requisitos de calidad y las competencias que deben cumplir los guías de turismo.
Política de Fortalecimiento de la Planificación, Ordenamiento y Gestión Sostenible de la Actividad Turística en el Territorio	Orienta la planificación y gestión turística hacia la sostenibilidad, incluyendo la calidad de los servicios y la conservación del patrimonio.
Política de Turismo y Seguridad	Busca garantizar la seguridad de los turistas y fortalecer la imagen del país como un destino seguro.

b) Planificación de la calidad turística

Se debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la prestación del servicio, incluyendo la verificación, validación, seguimiento e inspección cuando fuere necesario. La planificación incluye identificar cuáles serán los posibles estándares de calidad para los productos turísticos y establecer la manera de satisfacerlos. Los puntos claves son retomados de algunos de los factores que determinan el cumplimiento de la calidad en espacios turísticos rurales según la OMT, por lo tanto, serán los que determinarán la evaluación de calidad en cada una de las actividades que se pretenden desarrollar en la zona. Estos se definen de la siguiente manera:

Tabla 208 Atributos de calidad turística

Atributo	Aplicación del Plan
Atención al turista	Este atributo evalúa la percepción de los turistas sobre la calidad de la atención que recibieron durante su recorrido, incluyendo la amabilidad del personal, la claridad de la información proporcionada y la disposición para resolver sus dudas o problemas.
Seguridad	Este atributo mide la percepción de los turistas sobre la seguridad en los lugares que visitaron durante su recorrido, incluyendo la presencia de personal de seguridad, la iluminación de las zonas, la señalización y las medidas de prevención de riesgos.
Higiene	Este atributo evalúa la percepción de los turistas sobre la limpieza y el estado de las instalaciones que utilizaron durante su recorrido, incluyendo baños, restaurantes, transporte y lugares de visita.
Servicio de transporte	Este atributo mide la satisfacción de los turistas con el servicio de transporte utilizado durante su recorrido,

	incluyendo la comodidad de los vehículos, la puntualidad, la seguridad y la facilidad para acceder al transporte.
Servicio de alimentación	Este atributo evalúa la satisfacción de los turistas con la calidad de la comida, la variedad de opciones, la higiene de los establecimientos y la atención recibida en los restaurantes o lugares donde consumieron alimentos durante su recorrido.
Accesibilidad a la zona	Este atributo mide la percepción de los turistas sobre la facilidad para llegar a los lugares que visitaron durante su recorrido, incluyendo la calidad de las carreteras, la disponibilidad de transporte y la señalización.
Servicios complementarios	Este atributo evalúa la satisfacción de los turistas con la disponibilidad y la calidad de los servicios complementarios que utilizaron durante su recorrido, como tiendas de recuerdos, restaurantes, actividades de ocio y entretenimiento.
Aspectos culturales e históricos	Este atributo mide el interés de los turistas por los aspectos culturales e históricos de los lugares que visitaron, así como su satisfacción con la forma en que se presentaron y se explicaron estos aspectos.
Cuidado al medio ambiente	Este atributo evalúa la percepción de los turistas sobre el compromiso de los prestadores de servicios turísticos con el cuidado del medio ambiente, incluyendo la implementación de prácticas sostenibles, la limpieza de los lugares visitados y la promoción del turismo responsable.

c) Instrumento de recolección de información de calidad turística nivel administrativo

Previo a recibir la visita turística en el territorio de Panchimalco se debe asegurar que los atractivos turísticos cumplen con los requisitos de funcionamiento en relación a los atributos de calidad y las políticas y normas establecidas, para ello se ha diseñado un modelo de lista de chequeo que se debe aplicar de manera recurrente en los atractivos turísticos para conocer el estado del servicio a brindar, el formato que será aplicable de forma presencial por los coordinadores de calidad o los responsables que la unidad de turismo estime competentes será el siguiente:

Tabla 209 Lista de chequeo de satisfacción y calidad turística

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Lista de chequeo de satisfacción y calidad turística

Fecha: _____ Atractivo Turístico: _____

Responsable:

_____

Indicación: Marque con un "✓" si se cumple con el requisito

Atención al Turista

	El personal está informado sobre la ruta, atractivos y servicios disponibles.
	El personal está capacitado para responder preguntas y resolver problemas.
	Se dispone de folletos, mapas u otro material informativo para los turistas.
	El personal está uniformado y presenta una imagen profesional.
	El personal ha sido instruido sobre la importancia de la amabilidad y la cortesía.

Seguridad

	Se han revisado las instalaciones para identificar y corregir posibles riesgos (iluminación, señalización, etc.).

	Se han tomado medidas para garantizar la seguridad de los turistas (personal de seguridad, cámaras, etc.).
	Se dispone de un plan de emergencia en caso de accidentes o situaciones de riesgo
	El personal está informado sobre los procedimientos de seguridad y cómo actuar en caso de emergencia.

Higiene

	Los baños están limpios y en buen estado.
	Los espacios comunes están limpios y ordenados.
	Se han dispuesto basureros en lugares estratégicos.
	se cumplen las normas de higiene y manipulación de alimentos.

Servicios

	El transporte está disponible y en buen estado.
	Los restaurantes cumplen con los estándares de calidad.
	Los servicios complementarios están disponibles y en buen estado.
	Se dispone de un listado actualizado de los servicios disponibles y sus horarios.

Infraestructura

	Las carreteras y accesos están en buen estado.
	Las instalaciones turísticas (miradores, senderos, etc.) están en buen estado.
	La señalización es clara y suficiente.
	Se han realizado tareas de mantenimiento en las instalaciones.

Aspectos Culturales e Históricos

	El personal está informado sobre los aspectos culturales e históricos
	Se dispone de material informativo sobre la cultura e historia local.
	Los guías están capacitados y preparados para atender a los turistas

Cuidado del Medio Ambiente

	Se han dispuesto basureros para separar los residuos.
	Se promueve el uso responsable de los recursos naturales.
	Se han tomado medidas para minimizar el impacto ambiental de la visita.
	Se informa a los turistas sobre las prácticas sostenibles que deben adoptar.

Observaciones:

Firma del responsable:

_____

Firma del supervisor:

_____

Recomendaciones de la lista de chequeo

- → Se debe revisar y actualizar periódicamente según las características específicas reales del lugar y del servicio
- → Es importante que el personal reciba capacitación sobre cómo utilizar la lista de chequeo y la importancia de seguir los procedimientos establecidos.

d) Registro de satisfacción y calidad turística según la experiencia del cliente

Para la evaluación de la satisfacción del turista y la calidad turística se hará uso del NPS (Net Promoter Score) y el modelo SERV-QUAL, en donde NPS es una métrica que se utiliza para medir la satisfacción y lealtad de los clientes que se puede aplicar a través de aplicaciones y software. Y el modelo SERV-QUAL es una técnica de investigación que mide la calidad de los servicios que ofrecen las empresas. Para implementar este modelo en conjunto se debe comenzar por definir los siguientes aspectos:

Definición de los aspectos a evaluar:

Satisfacción y lealtad del turista, atención al turista, higiene, seguridad, servicios de transporte, servicios de alimentación, accesibilidad, servicios complementarios, aspectos culturales e históricos y cuido del medio ambiente.

Público objetivo:

Turistas nacionales y extranjeros que participen de las rutas definidas en el plan

Modelo de encuesta:

Tabla 210 Herramienta de evaluación del grado de Satisfacción y calidad turística

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Grado de Satisfacción y calidad turística

Fecha: _____ Ruta Turística: _____

Parte I: En una escala del 1 al 10, donde 0 es "nada probable" y 10 es "extremadamente probable", responde la siguiente interrogante:

¿Qué probabilidad hay de que recomiendes este recorrido turístico a un amigo o familiar?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Parte II: Marque con un "✓", el grado de satisfacción obtenido según cada uno de los

atributos de calidad percibidos durante el recorrido turístico que ha realizado en el territorio de Panchimalco.

Atributo	Totalmente satisfecho	Neutro	Nada Satisfecho
Atención al turista			
Seguridad			
Higiene			
Servicio de transporte			
Servicio de alimentación			
Accesibilidad a la zona			
Servicios complementarios			
Aspectos culturales e históricos			
Cuido al medio ambiente			

Espacio para sus sugerencias o reclamos:

Método de encuesta:

La encuesta será compartida al finalizar cada recorrido de las diversas rutas, será enviada vía correo electrónico a todos los participantes por medio de la plataforma seleccionada y se solicitará su apoyo para llenar el formulario.

Recopilación de datos de las encuestas.

Para la recopilación de datos se sugiere realizarla por medio del ***servicio de Google Workspace en el servicio de Business Standard con un precio de $12.60/mes/usuario*** que ofrece un almacenamiento de 2TB, así como el servicio de asistencia empresarial.

Cálculo del NPS

Para el cálculo del NPS se toma como base las respuestas de la primera parte, en donde según las respuestas los turistas se clasifican en 3 grupos:

- → Promotores (9-10): Son los turistas más leales y entusiastas. Están encantados con su experiencia y la recomendarán activamente a otros.
- → Pasivos (7-8): Son turistas satisfechos, pero no tan entusiastas. Podrían recomendar el destino/servicio, pero también podrían verse influenciados por otras opciones.
- → Detractores (0-6): Son turistas insatisfechos o decepcionados. Es probable que compartan sus experiencias negativas con otros y no regresen.

El NPS se calcula restando el porcentaje de detractores del porcentaje de promotores. Los pasivos no se incluyen en el cálculo.

Análisis de los resultados

El NPS puede variar de -100 a +100. Un NPS positivo indica que hay más promotores que detractores, lo cual es una señal positiva. Sin embargo, un NPS alto no es suficiente por sí solo. Es importante analizar los comentarios y la retroalimentación de los turistas para comprender por qué dieron ciertas calificaciones y qué aspectos se pueden mejorar.

Para complementar con el análisis del NPS se debe tener el análisis de la segunda parte de la encuesta, por lo tanto, las sugerencias proporcionadas por los turistas ayudarán para tomar acciones correctivas en las actividades turísticas, de las respuestas obtenidas 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.

Se establece entonces la escala de puntuación de las encuestas que permita determinar el nivel de satisfacción, para ello el puntaje que se asignará será 2 puntos para una calificación de “Totalmente satisfecho”, 1 para “Neutro” y 0 para “Nada satisfecho”, el puntaje máximo será 18 al ser 9 atributos, teniendo esto claro entonces para clasificar la evaluación según los puntajes promedio se tiene el siguiente cuadro:

Tabla 211 Escala de puntuación para activar plan de acción en caso de fallas en la satisfacción del turista

Rango	Promedio de puntos	Plan de acción	Plazo de acción
1	0 – 6	Acciones correctivas	Corto
2	7 – 12	Acciones preventivas	Mediano
3	13 – 18	Acciones de mejora continua	Largo

Implementación de acciones

Las acciones correctivas que se pueden efectuar para asegurar la calidad dependerán de la forma en que se deben afrontar según la tabla anterior y de cada uno de los puntos clave calificados como deficientes. Posteriormente al esfuerzo realizado en términos de la calidad por el comité, durante y después de la implementación del sistema de calidad, prosigue la evaluación de dicha implementación mediante auditorías de calidad donde se puede evidenciar y registrar cuan idóneo es el Sistema de Documentación de calidad.

e) Recurso humano del proyecto de satisfacción y calidad turística

Tabla 212 Recurso humano del proyecto satisfacción y calidad turística

Coordinadores de Calidad	Personal de Limpieza y Mantenimiento

Rol: Responsables de planificar, implementar, supervisar y evaluar el sistema de gestión de calidad en las rutas turísticas. ***Habilidades requeridas:*** Conocimiento en gestión de calidad y normas ISO. Capacidad para diseñar e implementar sistemas de evaluación. Habilidades de comunicación y liderazgo. Análisis de datos y resolución de problemas. Conocimiento en turismo y normatividad. ***Cantidad requerida:*** 1 ***Rango salarial:*** $800 - $1,200 mensuales.	***Rol:*** Responsables de mantener limpios y en buen estado las instalaciones y áreas turísticas en las rutas. ***Habilidades requeridas:*** Conocimiento en técnicas de limpieza y mantenimiento. Habilidad para utilizar herramientas y equipos de limpieza. Responsabilidad y atención al detalle. Conocimiento en normas de higiene y seguridad. ***Cantidad requerida:*** 1/atractivo turístico ***Rango salarial:*** $365 - $400 mensuales.

2. Plan de emergencia

El plan de emergencias es una herramienta de gestión que permite organizar, administrar, disponer y operar los recursos para responder eficientemente a las emergencias, protegiendo, controlando y mitigando el impacto o daño que pueden tener determinadas situaciones de emergencia y/o crisis sobre el personal operativo y los turistas, asimismo sobre el mobiliario, equipo e instalaciones. El objetivo de este plan es reducir las consecuencias de la emergencia y garantizar la seguridad del visitante.

a) Definición de la estructura del plan

Creación del comité de emergencia

El Comité de Plan de Emergencia estará integrado por los siguientes miembros, con sus respectivos cargos y responsabilidades:

Coordinador General:

- → Responsable de liderar y coordinar todas las acciones del comité.
- → Toma de decisiones en situaciones de emergencia.

- → Enlace con autoridades y medios de comunicación.

Jefe de Seguridad:

- → Responsable de la seguridad física de turistas, personal e instalaciones.
- → Implementación de medidas de prevención y seguridad.
- → Coordinación con fuerzas de seguridad y cuerpos de rescate.

Encargado de Comunicaciones:

- → Responsable de la comunicación interna y externa en situaciones de emergencia.
- → Elaboración y difusión de mensajes a turistas, personal, medios y autoridades.
- → Manejo de redes sociales y canales de comunicación.

Encargado de Logística:

- → Responsable de la gestión de recursos materiales y logísticos en emergencias.
- → Suministro de equipos, herramientas, medicamentos y alimentos.
- → Coordinación de transporte y alojamiento en caso de evacuación.

Encargado de Atención a Víctimas:

- → Responsable de brindar atención y apoyo a turistas y personal afectados por emergencias.
- → Coordinación de primeros auxilios y atención médica.
- → Apoyo psicológico y asistencia social.

Definición de funciones y responsabilidades

Se elaborará un documento detallado que especifique las funciones y responsabilidades de cada miembro del comité, incluyendo:

Antes de la emergencia:

- → Participar en la elaboración y actualización del plan de emergencia.
- → Identificar y evaluar riesgos.
- → Desarrollar protocolos de actuación.
- → Participar en simulacros y capacitaciones.

Durante la emergencia:

- → Activar el plan de emergencia.
- → Cumplir con los protocolos de actuación.
- → Coordinar acciones con otros miembros del comité.
- → Informar a superiores y autoridades.

Después de la emergencia:

- → Evaluar daños y necesidades.
- → Participar en la evaluación y actualización del plan.
- → Colaborar en la investigación de causas y recomendaciones.

Además, el documento debe contar con un directorio actualizado con los datos de contacto de todos los miembros del comité incluyendo: Nombre completo, cargo, números de contacto, dirección de correo electrónico y un contacto de emergencia.

El comité se reunirá de forma periódica para:

- → Revisar y actualizar el plan de emergencia.
- → Evaluar riesgos y vulnerabilidades.
- → Planificar y coordinar acciones de prevención y respuesta.
- → Analizar incidentes y aprender lecciones.

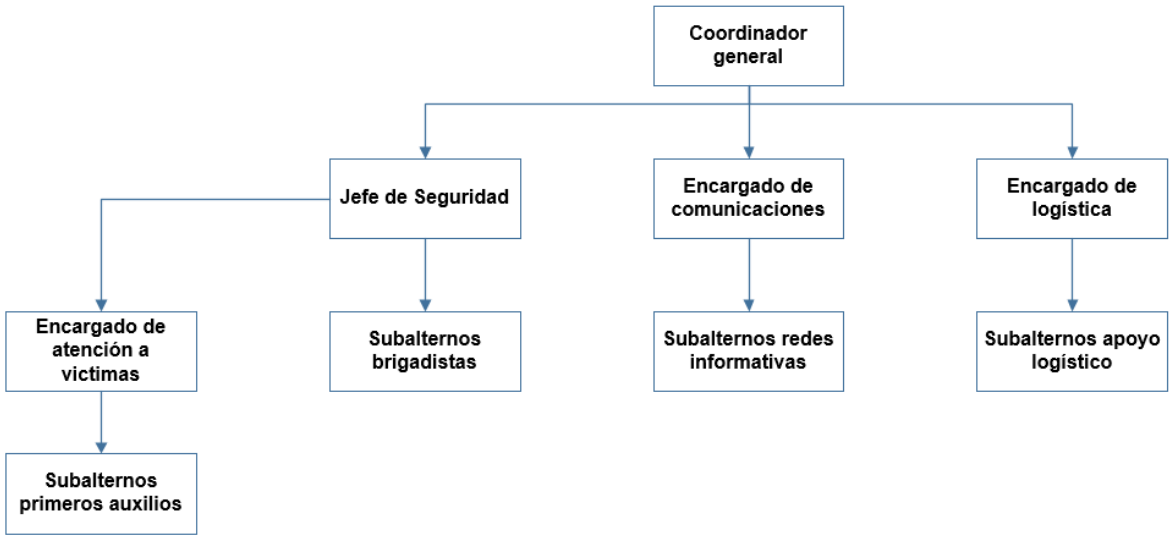
Se establecerán canales de comunicación efectivos para garantizar la fluidez de la información entre los miembros del comité, incluyendo:

- → Reuniones presenciales y virtuales.
- → Grupos de mensajería instantánea.
- → Plataformas en línea para compartir documentos y recursos.

Se realizarán capacitaciones periódicas para asegurar que todos los miembros del comité estén familiarizados con el plan de emergencia y los protocolos de actuación. Se organizarán simulacros de emergencia para poner a prueba el plan y evaluar la capacidad de respuesta del comité.

b) Organigrama del comité del plan de emergencia

Ilustración 129. Organigrama del comité del plan de emergencia



Protocolos de actuación en el plan de emergencias

c) Previos a la emergencia

El plan de emergencia en las acciones preventivas considera el mantenimiento de las instalaciones e inspección periódica para evitar accidentes y fallas, así como la verificación del sistema de seguridad, como parte del proceso de revisión se sugiere la utilización de la siguiente lista de chequeo.

Tabla 213 Lista de chequeo de Inspección de seguridad de las Instalaciones Turísticas

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Lista de chequeo de Inspección de Instalaciones Turísticas

Fecha: _____ Atractivo Turístico: _____

Responsable:

_____

Indicación: Marque con un "✓" si se cumple con el requisito

Seguridad General

	Señalización de seguridad clara y visible
	Rutas de evacuación despejadas y señalizadas
	Salidas de emergencia accesibles y libres de obstáculos
	Iluminación de emergencia en funcionamiento
	Extintores y equipos contra incendios ubicados y revisados
	Alarmas audibles y visibles en funcionamiento
	Botiquín de primeros auxilios disponible y completo
	Personal capacitado en primeros auxilios y manejo de emergencias
	Números de emergencia visibles y accesibles

Riesgos Específicos: Incendios

	Detectores de humo y rociadores en funcionamiento
	Materiales inflamables almacenados de forma segura
	Salidas de incendio despejadas y señalizadas

Riesgos Específicos: Terremotos

	Zonas seguras identificadas y señalizadas
	Objetos pesados asegurados para evitar caídas
	Plan de evacuación en caso de terremoto

Equipos y Recursos

	Equipos de comunicación (radios, teléfonos, etc.) en funcionamiento.
	Equipos de primeros auxilios completos y ubicados.
	Linternas y baterías disponibles.
	Agua potable y alimentos no perecederos en caso de emergencia.
	Mantas y otros elementos de abrigo disponibles.

Personal

	Personal capacitado en el uso de equipos de seguridad y comunicación
	Personal informado sobre los protocolos de emergencia y su rol.
	Personal con capacidad para brindar primeros auxilios.

Observaciones:

Firma del responsable:

_____

Firma del supervisor:

_____

d) Recomendaciones adicionales:

Simulacros

- → Realización de simulacros periódicos para poner a prueba los protocolos y evaluar la capacidad de respuesta.
- → Participación de todo el personal y, en la medida de lo posible, de turistas.
- → Evaluación de los resultados y ajustes al plan de emergencia.

Elaboración de mapas de riesgo y rutas de evacuación

- → Identificación de zonas de riesgo (deslizamientos, inundaciones, etc.).
- → Diseño de rutas de evacuación claras y señalizadas.
- → Elaboración de mapas que indiquen zonas seguras y puntos de encuentro.

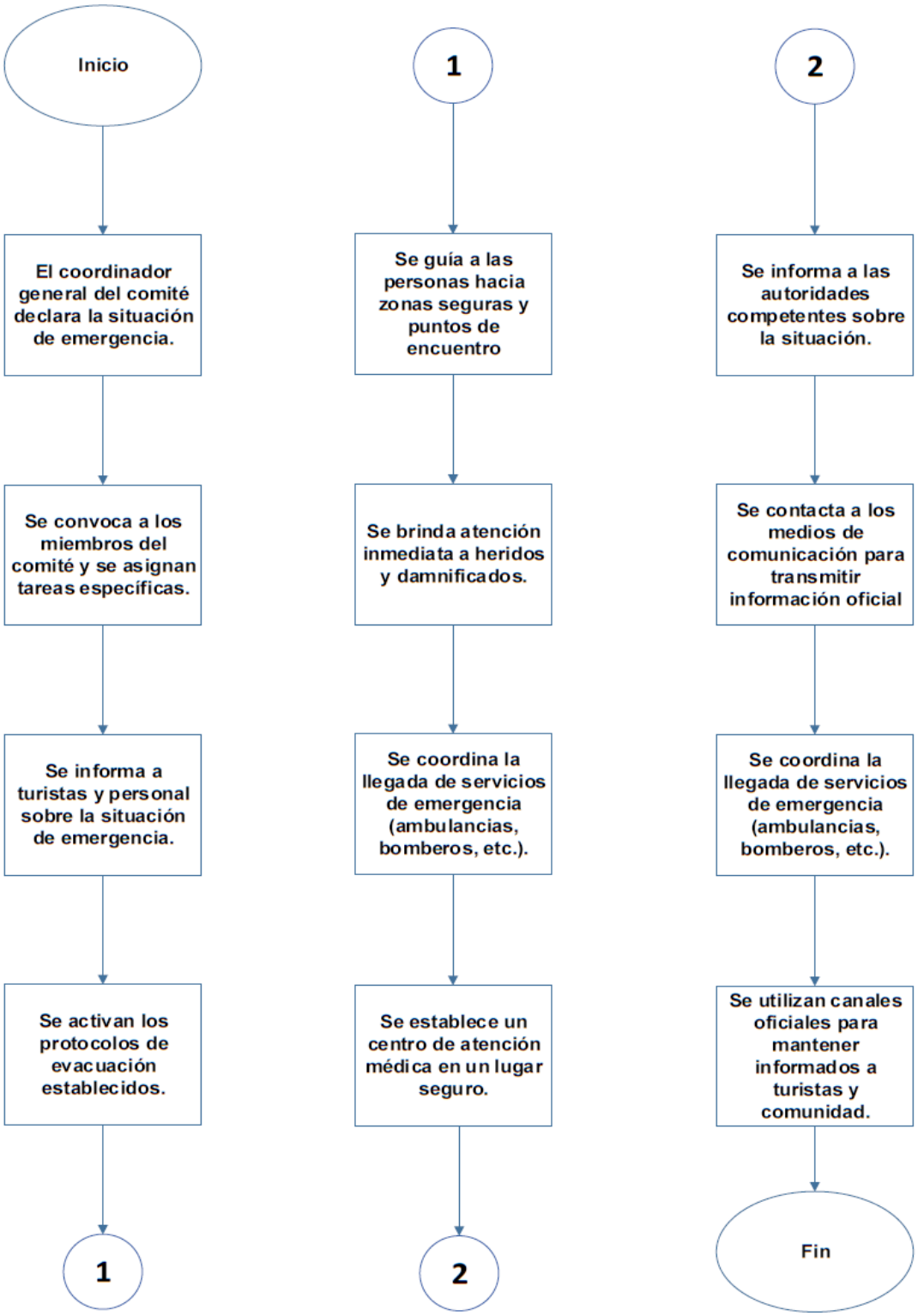
Inventario de recursos disponibles:

- → Elaboración de un inventario actualizado de botiquines, equipos de comunicación, herramientas, vehículos, etc.
- → Ubicación estratégica de los recursos para facilitar su acceso en caso de emergencia.

e) Durante la emergencia

Cuando se presente alguna emergencia se tendrá en cuenta el protocolo establecido en el siguiente proceso:

Ilustración 130. Protocolos de actuación durante una emergencia



f) Después de la emergencia

Tabla 214 Protocolo de actuación después de una emergencia

Protocolo	Acciones
Evaluación de daños y necesidades	✓ Se evalúan los daños a instalaciones e infraestructura. ✓ Se identifican las necesidades de turistas y personal (alojamiento, alimentos, transporte, etc.). ✓ Se elabora un informe detallado de la situación.
Restablecimiento de servicios básicos	✓ Se prioriza el restablecimiento de servicios esenciales (agua, electricidad, comunicaciones, etc.). ✓ Se coordinan acciones con autoridades y empresas para restablecer la normalidad.
Atención a damnificados y apoyo psicológico	✓ Se brinda apoyo a turistas y personal afectados por la emergencia. ✓ Se ofrece atención psicológica y asistencia social. ✓ Se gestiona el alojamiento y transporte de damnificados.
Investigación de causas y recomendaciones	✓ Se investigan las causas de la emergencia para identificar fallas y prevenir futuros incidentes. ✓ Se elaboran recomendaciones para mejorar los protocolos y la capacidad de respuesta.

g) Recursos operativos del plan de emergencia

Tabla 215 Descripción general de los recursos operativos del plan de emergencia

Botiquín de primeros auxilios	**Equipo de Supervivencia**
Material de curación: Gasas estériles de varios tamaños, vendas adhesivas, vendas elásticas de 5 y 10 cm, cinta adhesiva médica, tijeras de punta redonda, pinzas, algodón, hisopos, guantes de látex (desechables) **Antisépticos:** Alcohol, agua oxigenada, yodo o solución yodada **Analgésicos y antinflamatorios:** paracetamol, ibuprofeno **Medicamentos para problemas estomacales:** antidiarreico, antiácido **Otros:** termómetro, repelente de insectos, protector solar, crema para quemaduras, tijeras pequeñas, imperdibles, silbato.	**Orientación:** Brújula y mapa de la zona **Refugio:** Manta térmica y cuerda resistente Lona impermeable **Fuego:** Encendedor o cerillas impermeables, yesca o pastillas de encendido **Agua:** Pastillas potabilizadoras, botella o bolsa reutilizable **Alimentos:** barritas energéticas, frutos secos, alimentos liofilizados Costo aprox. $50

Costo aprox. $40	

h) Recurso humano del proyecto de plan de emergencia

Tabla 216 Descripción del recurso humano del proyecto plan de emergencia

Puesto según organigrama	Cantidad	Salario
Coordinador General	1	$1,200
Jefe de Seguridad	1	$900
Encargado de Comunicaciones	1	$700
Encargado de Logística	1	$800
Encargado de Atención a Víctimas	1	$800
Brigadistas	4 fijos + voluntarios	$400
Auxiliares de redes informativas	1 fijo + voluntarios	$365
Apoyo Logístico	2 fijos + voluntarios	$400
Primeros Auxilios	2 fijos + voluntarios	$400

3. Sostenibilidad Ambiental

a) Acciones para el Uso y Ahorro de Agua

1. Detección y reparación de fugas:

→ Inspeccionar periódicamente todas las instalaciones turísticas para identificar y reparar fugas en tuberías, grifos, inodoros y otros accesorios.

→ Establecer un programa de mantenimiento preventivo para evitar futuras fugas.

2. Implementación de dispositivos de ahorro:

→ Instalar dispositivos de bajo consumo en grifos, duchas e inodoros (por ejemplo, aireadores, reductores de flujo, inodoros de doble descarga).

→ Utilizar sistemas de riego eficientes para jardines y áreas verdes (riego por goteo, aspersores de bajo consumo).

3. Programa de difusión y sensibilización:

→ Desarrollar un programa de capacitación y sensibilización sobre el uso y ahorro de agua dirigido a prestadores de servicios turísticos, personal, comunidad local y turistas.
→ Utilizar materiales educativos (folletos, carteles, videos) y actividades lúdicas para transmitir mensajes claros y efectivos.

4. Monitoreo y evaluación del consumo:

→ Establecer un sistema de medición y registro del consumo de agua en las diferentes instalaciones turísticas.
→ Analizar los datos para identificar patrones de consumo y áreas de mejora.
→ Evaluar la efectividad de las acciones implementadas y realizar ajustes si es necesario.

5. Uso de fuentes alternativas de agua:

→ Implementar sistemas de captación y tratamiento de aguas grises o agua de lluvia si es factible.
→ Investigar la viabilidad de utilizar fuentes alternativas de agua (aguas grises tratadas, agua de lluvia) para riego de jardines, limpieza de exteriores u otros usos no potables.

6. Tratamiento de aguas residuales:

→ Asegurar que todas las instalaciones turísticas cuenten con sistemas de tratamiento de aguas residuales adecuados (pozos sépticos, plantas de tratamiento).
→ Verificar que los sistemas de tratamiento funcionen correctamente y reciban mantenimiento periódico.
→ Promover el uso de tecnologías de tratamiento de aguas residuales que permitan su reutilización para riego u otros fines.

b) Acciones para el Uso y Ahorro de Energía

1. Eficiencia energética en instalaciones:

- → Utilizar bombillas LED de bajo consumo en todas las instalaciones turísticas.
- → Instalar sistemas de iluminación con sensores de movimiento o temporizadores.
- → Aprovechar la luz natural al máximo.
- → Utilizar electrodomésticos y equipos de bajo consumo energético (clase A o superior).
- → Aislar térmicamente edificios y ventanas para reducir el consumo de energía en calefacción o aire acondicionado.

2. **Energías renovables:**
   - → Promover la instalación de paneles solares para generar electricidad en alojamientos, restaurantes y otras instalaciones turísticas.
   - → Considerar el uso de otras fuentes de energía renovables (eólica, biomasa) si son viables en la zona.

3. **Concientización y capacitación:**
   - → Desarrollar programas de capacitación para prestadores de servicios turísticos y personal sobre prácticas de eficiencia energética.
   - → Sensibilizar a turistas y comunidad local sobre la importancia de ahorrar energía y utilizar energías renovables.

c) Acciones para el manejo de desechos

- → Todos los basureros deben estar en un lugar visible, debidamente señalados e identificados.
- → Identificar todos los basureros en los emprendimientos y considerar que estos deben estar ubicados en habitaciones, baños de habitaciones, baños sociales, baños compartidos, cocina, comedor, áreas comunales o sociales, áreas de recreación y demás lugares donde se generen desechos.
- → Colocar basureros generales para la división final de cada uno de los desechos orgánicos e inorgánicos.

- → Limpiar constantemente los recipientes y lugares de recolección final.
- → Procure que la disposición final de los desechos no procesables localmente sea en el centro poblado más cercano, siempre y cuando cuente con las facilidades de recolección pública y se encuentre fuera del área de operación y/o protegida.
- → Elaborar un programa de reutilización de desechos orgánicos según las condiciones del área ya que los desechos orgánicos pueden ser utilizados en abono o como alimento para el ganado porcino.

Los contenedores o basureros necesarios para la clasificación de los residuos son: Contenedores para plásticos y latas, orgánicos, papel, vidrio y desechos en general.

Ilustración 131 Contenedores de basura según clasificación de residuos



d) Educación Ambiental

La incorporación de la educación ambiental en el desarrollo de las actividades turísticas, es de gran importancia para minimizar los impactos ambientales, sociales y económicas de la actividad, es por medio de la difusión de conocimientos, valores y las habilidades prácticas para tomar responsabilidad en la prevención y solución de los problemas ambientales y en la gestión de la calidad del medio ambiente, considerando que el desafío de la educación ambiental es promover una nueva relación de la sociedad humana con su entorno.

Las medidas que la unidad de turismo debe tomar en función de impulsar y promover la educación ambiental, son las siguientes:

- → Capacitar al personal operativo sobre la educación ambiental, las buenas prácticas de turismo y las acciones que día a día deben practicar, los valores, actitudes y habilidades que deben desarrollar para asumir una responsabilidad ambiental.
- → Difundir y promover las buenas prácticas turísticas a los empresarios del sector turístico del territorio de Panchimalco.
- → Difundir la responsabilidad ambiental que posee el turista a la hora de visitar cada uno de los productos turísticos.
- → Desde la ejecución de actividades recreativas, turísticas y deportivas, se debe promover el respeto a los recursos naturales, a la comunidad, a otras culturas y otras formas de organización social.

e) Tecnología y herramientas del proyecto de sostenibilidad ambiental

Tabla 217 Tecnología y herramientas del proyecto de sostenibilidad ambiental

Uso y Ahorro de Agua	**Uso y Ahorro de Energía**
Detectores de fugas Kits de reparación de tuberías y accesorios. Medidores de flujo de agua convencionales Dispositivos de ahorro de agua, aireadores, reductores de flujo, inodoros de doble descarga Sistemas de riego eficientes, aspersores de bajo consumo Filtros de captación y tratamiento de aguas grises o agua de lluvia Equipos de análisis de calidad de agua, medidores portátiles Costo de inversión aprox. $1,000	Bombillas LED de bajo consumo. Sensores de movimiento y temporizadores para iluminación. Electrodomésticos y equipos de bajo consumo energético (clase A o superior). Materiales aislantes para edificios y ventanas. Medidores de consumo energético convencionales Costo de inversión aprox. $1,500

Manejo de Desechos	**Educación Ambiental**
Contenedores de basura diferenciados (orgánicos, inorgánicos, reciclables). Vehículos para la recolección y transporte de desechos. Equipos de protección personal para el personal de limpieza. Costo de inversión aprox. $500	Materiales educativos (folletos, carteles, videos). Equipos audiovisuales para presentaciones y talleres. Plataforma en línea para la difusión de información y recursos educativos. Costo de inversión aprox. $200

f) Recurso humano del proyecto de sostenibilidad ambiental

Tabla 218 Recurso humano del proyecto de sostenibilidad ambiental

Uso y Ahorro de Agua	**Uso y Ahorro de Energía** Electricista con experiencia en instalaciones y mantenimiento eléctrico. Electricista: 2 días x $120/día = $2401 Costo total estimado para el personal de Uso y Ahorro de Energía: $240
Fontanero/a con experiencia en detección y reparación de fugas. Técnico/a en sistemas de riego. Especialista en tratamiento de aguas (si se implementan sistemas de captación y tratamiento). Fontanero/a: $60/día Técnico/a en sistemas de riego: 1 día x $80/día = $80 Especialista en tratamiento de aguas: 1 día x $120/día = $120 Costo total estimado para el personal de Uso y Ahorro de Agua: $400	**Manejo de Desechos** Personal de limpieza y recolección de desechos. Requeridos: 4 – Salario $408,80/empleado Encargado/a de la gestión de desechos. Requerido: 1 – Salario $450
	Educación Ambiental Educador/a ambiental con experiencia en turismo sostenible. Requerido: 1 – Salario $ 100 por taller

III. Programa "Formación y organización turística"

Introducción al programa

El turismo en los últimos años ha representado un desarrollo económico y social para El Salvador, es una oportunidad que ha ganado relevancia en los últimos años y que se espera siga en aumento, sin embargo, este sector requiere una profesionalización y organización para garantizar la sostenibilidad y competitividad.

En el presente programa llamado formación y organización turística tiene como iniciativa fortalecer las capacidades locales, impulsar el emprendimiento y elevar la calidad de los servicios turísticos en el territorio de Panchimalco. Este programa aborda tres pilares fundamentales los cuales se desglosan: la creación de una estructura organizativa sólida a través de un comité turístico, el fomento de nuevas iniciativas empresariales mediante la formación de emprendedores, y la mejora continua del capital humano a través de la capacitación especializada del personal turístico.

Con un enfoque práctico y participativo, este programa busca generar un impacto positivo en la comunidad, promoviendo un turismo responsable, inclusivo y generador de oportunidades.

Objetivos del programa

General.

Crear un sistema turístico local sólido, competitivo y sostenible en el territorio de Panchimalco a través de la implementación de un programa de formación y organización turística para fortalecer el desarrollo, impulsar el emprendimiento y profesionalizar el capital humano del sector turístico.

Específicos

Crear un Comité que posea las herramientas y conocimientos necesarios para planificar, gestionar y promover el desarrollo turístico del territorio para establecer a Panchimalco como una de las principales atracciones turísticas del país.

Establecer un proyecto de formación para emprendedores turísticos, brindándoles las habilidades, conocimientos y acompañamiento necesarios para desarrollar y consolidar emprendimientos, sostenibles y con potencial de crecimiento turístico.

Diseñar un programa de capacitación continua y especializada para el personal turístico existente y potencial, abarcando áreas clave como atención al cliente, gestión de calidad, idiomas, sostenibilidad y patrimonio cultural para ofrecer servicios y productos turísticos que cumplan con las expectativas de los turistas.

Proyectos a desarrollar:

- → Creación del comité de desarrollo turístico
- → Formación para emprendedores
- → Capacitación para personal turístico

A. Proyecto: Creación del comité de desarrollo turístico

El territorio de Panchimalco para lograr un aprovechamiento óptimo de sus recursos y garantizar que el turismo contribuya de manera positiva al desarrollo local, requiere contar con una planificación estratégica y una gestión coordinada de los actores involucrados. En este contexto, surge la necesidad de crear un Comité Turístico, este comité se constituirá como un espacio de participación y concertación donde los diferentes actores (autoridades locales, empresarios del sector turístico, representantes de la comunidad, organizaciones no gubernamentales, etc.) puedan trabajar de manera conjunta en la definición de objetivos, estrategias y acciones para el desarrollo turístico sostenible del municipio.

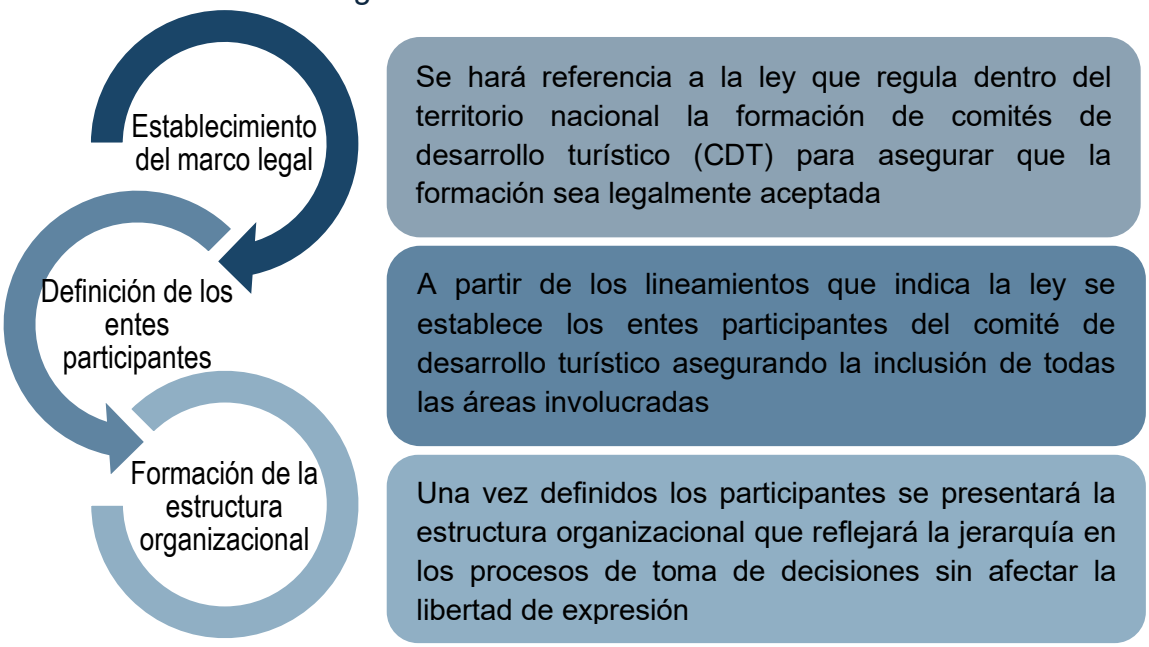
La creación de este comité representa un paso fundamental para fortalecer la gobernanza turística en Panchimalco, promover la participación ciudadana en la toma de decisiones y garantizar que el desarrollo turístico se realice de manera planificada, sostenible y beneficiosa para la comunidad local.

Objetivos:

- → Establecer un comité turístico representativo y funcional, con una estructura organizativa clara que permita la participación de los actores clave del sector turístico en Panchimalco.
- → Consolidar una gobernanza turística sólida y participativa en Panchimalco que promueva la participación ciudadana en la toma de decisiones

Metodología

Ilustración 132 Metodología Creación del Comité de Desarrollo Turístico



1. **Base legal para la creación de un Comité de Desarrollo Turístico**

Según la Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), en el artículo 2, letra e): Establece como una de las finalidades de CORSATUR "Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales; los cargos asignados en dichos comités serán de carácter ad-honorem. El Reglamento de esta Ley regulará la constitución y operación de dichos comités."

En base al reglamento de la Ley de CORSATUR se tiene entonces las siguientes consideraciones:

Constitución de los CDT

- → Los CDT se integrarán por representantes de diferentes sectores relacionados con la actividad turística en el ámbito territorial correspondiente (municipal, departamental o regional).
- → Los integrantes de los CDT serán designados por las instituciones u organizaciones que representan, y deberán ser personas con capacidad y conocimientos en materia turística.
- → Los miembros de los CDT deberán cumplir con ciertos requisitos, como estar en pleno ejercicio de sus derechos ciudadanos, no tener antecedentes penales y tener residencia en el ámbito territorial del CDT.
- → La constitución de un CDT se formalizará mediante un acto público, en el que se juramentará a sus miembros y se elegirá a las autoridades del comité (presidente, vicepresidente, secretario).
- → Los CDT deberán registrarse en CORSATUR, presentando la documentación que acredite su constitución y la designación de sus miembros.

Operación de los CDT

- → Los CDT se reunirán de forma ordinaria y extraordinaria, según lo establezca su reglamento interno.
- → El quórum para las reuniones de los CDT será la mitad más uno de sus miembros.
- → Las decisiones de los CDT se adoptarán por mayoría simple de los miembros presentes.
- → Cada CDT elaborará su propio reglamento interno, que regulará su funcionamiento, organización y toma de decisiones.

Formalización de un CDT

Se conformarán de manera libre y espontánea y se formalizarán de la siguiente manera:

- → Conforme acta de constitución que se levante al efecto, suscrita por los miembros fundadores o conformando una fundación o asociaciones con finalidad turística según lo establecido en la ley de asociaciones y fundaciones sin fines de lucro.

- → Los miembros del comité serán juramentados por el director presidente de CORSATUR o por quien éste delegue.
- → Conformando una Fundación o Asociación con finalidad turística, según lo establecido en la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro.
- → El Registro Nacional de Turismo llevará un listado de los comités juramentados.
- → Los Comités deberán constituirse preferentemente a través de Asociaciones o Fundaciones con fines turísticos, según la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro; para tal efecto, los interesados podrán solicitar a CORSATUR la asesoría correspondiente.

Requisitos para ser miembro de un CDT

- → Ser salvadoreño o extranjero residente.
- → Mayor de edad.
- → Residir o realizar actividades turísticas en el municipio o departamento del área geográfica de funcionamiento del Comité.
- → No haber perdido los derechos de ciudadano en los tres años anteriores a su elección.

Disolución de un CDT

Los comités de desarrollo turístico serán disueltos de la misma manera que se constituyeron, ya sea por voluntad de los miembros que lo conformaron o de los representantes vigentes, en acta notarial, o por haberse disuelto la fundación o asociación que lo conformaba, según los dispuesto en los estatutos de la persona jurídica que conformó el comité, de acuerdo a la Ley de Asolaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro.

Toda disolución o modificación en la composición del comité deberá ser notificada a CORSATUR dentro de los quince días siguientes, debiendo acompañarla de la documentación respectiva.

2. Entes participantes en el Comité de Desarrollo Turístico

El Comité de Desarrollo Turístico (CDT) debe ser un espacio inclusivo donde participen tanto miembros de la comunidad con o sin iniciativas turísticas, como representantes de instituciones clave. La colaboración y coordinación con estas

instituciones son esenciales para impulsar y mejorar el desarrollo turístico en el territorio. Los entes participantes mencionados a continuación son una sugerencia de sectores de donde se puede seleccionar a los miembros del CDT.

Autoridades del distrito

- ✓ **Alcalde:** lidera las reuniones, representa al distrito y articula con otras instituciones para impulsar el desarrollo turístico local, lo que le brinda legitimidad y reconocimiento por su gestión. Además, coordina con los demás miembros del CDT, colabora con CORSATUR y otras instituciones gubernamentales, y representa al municipio ante instancias turísticas.
- ✓ **Representante de la Unidad de Turismo Municipal:** brinda apoyo técnico, elabora propuestas y ejecuta acciones relacionadas con el turismo, fortaleciendo la gestión turística del territorio y participando en la toma de decisiones. Asimismo, trabaja en coordinación con el alcalde y los demás miembros del CDT, colabora con CORSATUR y otras instituciones técnicas, y da seguimiento a los proyectos turísticos locales.

Representantes de la comunidad local

- ✓ **Líder comunitario:** representa la voz de la comunidad, velando por sus intereses y aportando conocimientos locales para incidir en la planificación y gestión de proyectos turísticos. Además, trabaja en coordinación con el alcalde y los demás miembros del CDT, canaliza las inquietudes y propuestas de la comunidad, y promueve la participación ciudadana en el turismo.
- ✓ **Comunidad de emprendedores:** aporta ideas y proyectos innovadores, impulsando la oferta turística local y generando empleo, lo que les permite acceder a financiamiento y capacitación. También, trabaja en coordinación con el alcalde y los demás miembros del CDT, establece alianzas con otros empresarios y emprendedores, y accede a programas de apoyo y financiamiento.
- ✓ **Comunidad de artesanos:** contribuye a la creación de productos turísticos auténticos, promoviendo la cultura local y generando ingresos, lo que les permite exhibir y comercializar sus productos. Asimismo, trabaja en coordinación con el alcalde y los demás miembros del CDT, establece

alianzas con otros artesanos y emprendedores, y accede a programas de apoyo y financiamiento.

- ✓ **Representantes de grupos indígenas:** velan por el respeto a sus derechos y su cultura, promoviendo un turismo intercultural y sostenible, lo que les permite participar en la toma de decisiones y preservar sus tradiciones. Además, trabajan en coordinación con el alcalde y los demás miembros del CDT, establecen alianzas con otras comunidades indígenas y organizaciones, y participan en programas de desarrollo y cooperación.

Profesionales del sector turístico

- ✓ **Guías turísticos:** aportan conocimientos técnicos y promueven la calidad de los servicios, transmitiendo información a los turistas y participando en la planificación y gestión del turismo. También, trabajan en coordinación con el alcalde y los demás miembros del CDT, establecen alianzas con otros guías y empresas turísticas, y participan en programas de promoción y difusión del turismo.
- ✓ **Tour operadores:** portan experiencia en la creación y comercialización de productos turísticos, promoviendo el desarrollo de nuevos mercados y generando empleo, lo que les permite acceder a información y contactos relevantes. Asimismo, trabajan en coordinación con el alcalde y los demás miembros del CDT, establecen alianzas con otro tour operadores y empresas turísticas, y participan en programas de promoción y difusión del turismo.
- ✓ **POLITUR:** su rol principal es garantizar la seguridad de los turistas, residentes y bienes relacionados con la actividad turística. Esto se traduce en la prevención de delitos, la asistencia y orientación a los visitantes, y la protección del patrimonio cultural y natural. Como resultado, POLITUR genera un ambiente más seguro que aumenta la confianza de los turistas, mejora la imagen del destino y contribuye a la reducción de la criminalidad. Su labor no solo atrae a más visitantes y promueve el desarrollo económico, sino que también vela por la conservación del patrimonio para las futuras generaciones.

3. Funciones del Comité de Desarrollo Turístico (CDT)

Según el Reglamento de la Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), específicamente en el artículo 61, los Comités de Desarrollo Turístico (CDT) tienen las siguientes funciones generales:

- → Actualizar el plan de desarrollo turístico de su ámbito territorial. Este plan debe ser un instrumento estratégico que defina la visión, objetivos y acciones para el desarrollo turístico sostenible del territorio.
- → Promover la inversión turística y la creación de empleos en el sector. Los CDT deben generar un ambiente favorable para la inversión, facilitando trámites, promocionando oportunidades y estableciendo alianzas con el sector privado.
- → Fomentar la calidad de los servicios turísticos y la capacitación del personal. Los CDT deben implementar programas de capacitación, promover la adopción de estándares de calidad y reconocer a las empresas que ofrezcan servicios turísticos de excelencia.
- → Coordinar acciones con otras instituciones y actores del sector turístico. Los CDT deben establecer alianzas y mecanismos de colaboración con instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, empresas y otros actores relevantes para el desarrollo turístico.
- → Participar en la promoción turística de su ámbito territorial. Los CDT deben colaborar en la difusión de los atractivos turísticos, la creación de productos turísticos y la participación en eventos y ferias turísticas.
- → Velar por la protección del patrimonio natural y cultural. Los CDT deben promover la conservación y protección de los recursos naturales y culturales, así como el uso sostenible de los mismos en la actividad turística.
- → Evaluar y dar seguimiento a la implementación del plan de desarrollo turístico. Los CDT deben monitorear el avance de los proyectos y acciones establecidos en el plan, evaluar su impacto y realizar ajustes si es necesario.

- → 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.

Funciones específicas de los CDT

- → Elaborar y actualizar el plan de desarrollo turístico de su ámbito territorial.
- → Promover la inversión turística y la creación de empleos en el sector.
- → Fomentar la calidad de los servicios turísticos y la capacitación del personal.
- → Coordinar acciones con otras instituciones y actores del sector turístico.
- → Participar en la promoción turística de su ámbito territorial.
- → Velar por la protección del patrimonio natural y cultural.
- → Evaluar y dar seguimiento a la implementación del plan de desarrollo turístico.

4. Definición de la estructura organizacional del CDT

El Comité de Desarrollo Turístico (CDT) de Panchimalco se concibe como un espacio de participación y concertación integrado por diversos actores clave del sector turístico local, con el objetivo de impulsar el desarrollo turístico sostenible del territorio. Su estructura organizacional se basa en un modelo participativo y colaborativo, donde los diferentes entes involucrados tienen voz y voto en la toma de decisiones. La estructura se organiza en tres niveles principales:

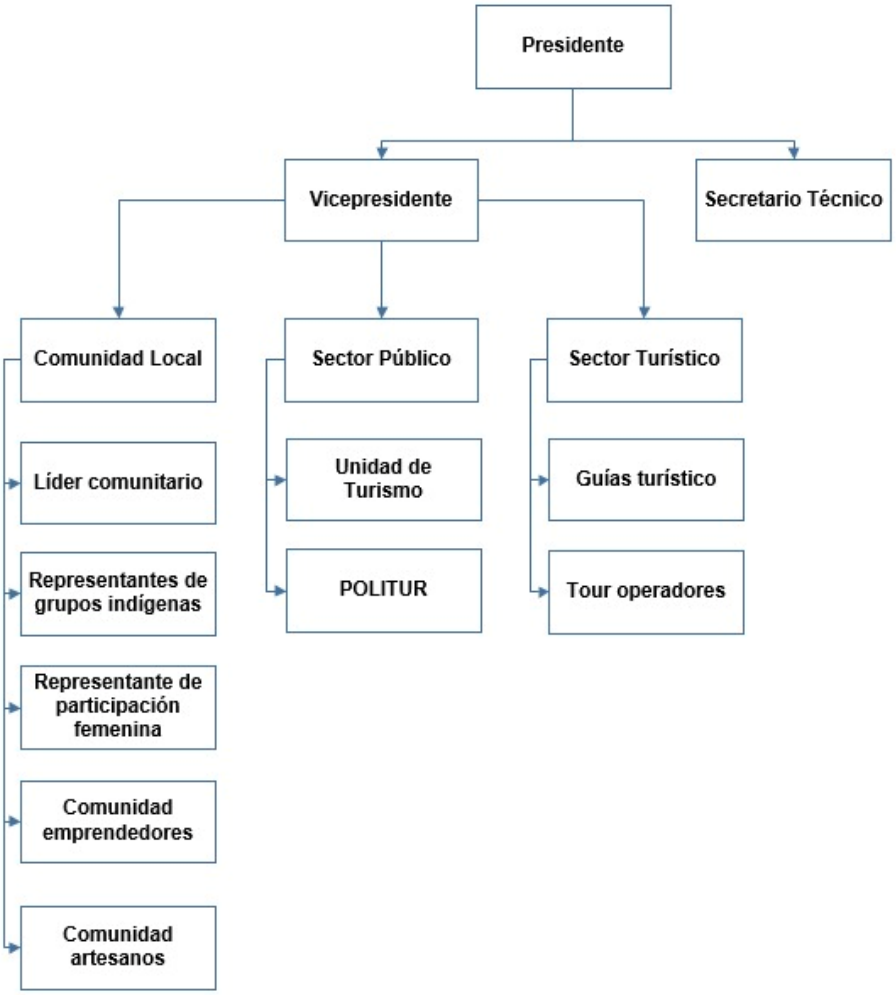
Nivel Directivo:

- ✓ Presidente
- ✓ Vicepresidente
- ✓ Secretario Técnico

Nivel de Representación Sectorial:

- ✓ Representantes de la Comunidad Local
- ✓ Representantes del Sector Público
- ✓ Profesionales del Sector Turístico

Ilustración 133. Estructura organizacional del CDT



La designación de las personas que integrarán los cargos establecidos se realizará mediante un proceso democrático en el que participarán todos los actores previamente señalados. Las personas electas asumirán la responsabilidad de dirigir el Comité de Desarrollo Turístico (CDT) y de cumplir las funciones que les correspondan. Dado que el CDT tendrá a su cargo la comercialización de productos turísticos, incluidas las rutas establecidas en el plan, se vuelve imprescindible establecer políticas internas que regulen las relaciones con los miembros del comité, los clientes, los operadores turísticos y los servicios de transporte. Asimismo, deberán definirse lineamientos para los procedimientos de reembolso de servicios.

MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO



Elaborado por:	CASTILLO DAVID	GALINDO ALICIA	LOPEZ WILLIAM		
		Fecha	15	10	2025

CONTENIDO

Introducción……..... Pág. 3

Objetivos…… Pág. 4

Misión y visión…… Pág. 5

Estructura legal ……... Pág. 6-7

Organigrama…… Pág. 8

Descripción de puestos……... Pág. 9-14

Políticas …… Pág. 15-18

INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Organización del Comité de Desarrollo Turístico (CDT) define la estructura institucional que apoyará la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Panchimalco. En este documento se describen los cargos, funciones y responsabilidades que conforman al comité, así como los perfiles básicos necesarios para su adecuado funcionamiento. Además, este documento sirve como una herramienta de gestión que facilita la toma de decisiones, mejora la coordinación entre actores locales y fortalece los procesos de planificación y operación del CDT.

Su propósito es establecer un orden interno claro que facilite la coordinación, la toma de decisiones y la gestión eficiente de las acciones turísticas del municipio. Gracias a su redacción sencilla y organizada, este manual puede ser utilizado como guía por cualquier miembro del CDT o institución vinculada, contribuyendo a consolidar una entidad capaz de dirigir el desarrollo turístico sostenible de Panchimalco.

OBJETIVOS

Objetivo general

Establecer la organización interna del Comité de Desarrollo Turístico (CDT), describiendo los puestos, funciones y requisitos necesarios para su adecuado funcionamiento.

Objetivos específicos

- Detallar las tareas, atribuciones y alcances de cada una de las unidades que conforman el CDT, garantizando claridad en su desempeño.
- Proporcionar una guía práctica para orientar el trabajo del personal responsable, fortaleciendo la coordinación y la ejecución de actividades.
- Determinar los requisitos y capacidades profesionales necesarias para cada posición dentro del CDT, facilitando la selección y organización del equipo de trabajo.
- Establecer la estructura legal del CDT como entidad encargada de la gestión del desarrollo turístico sostenible del municipio.

MISIÓN Y VISIÓN.

Misión

Impulsar y coordinar las acciones del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Panchimalco, trabajando de manera organizada y participativa para fortalecer el turismo local, proteger el patrimonio del municipio y apoyar el crecimiento económico de la comunidad.

Visión

Ser un comité sólido y comprometido que logre posicionar a Panchimalco como un destino turístico responsable, seguro y reconocido por su riqueza cultural y natural, articulando esfuerzos entre instituciones, comunidad y sector privado para lograr un desarrollo sostenible en el tiempo.

ESTRUCTURA LEGAL

El Comité de Desarrollo Turístico de Panchimalco se constituirá legalmente como una **Asociación con finalidad turística**, en cumplimiento de lo establecido en la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro y conforme a lo indicado en los artículos 54 y 55 de la Ley de Turismo. Su creación se formalizará mediante un acta de constitución suscrita por los miembros fundadores, la cual será presentada para su registro correspondiente.

Una vez constituida la Asociación, sus integrantes serán juramentados por el director presidente de CORSATUR o por la persona que este designe, quedando el comité inscrito en el Registro Nacional de Turismo, tal como lo establece la normativa vigente.

El CDT de Panchimalco tendrá competencia territorial exclusivamente distrital, actuando dentro de los límites del distrito y respondiendo a la clasificación de “Comité Municipal de Desarrollo Turístico”. Esta categoría le otorga la facultad de coordinar, gestionar y ejecutar iniciativas turísticas dentro del territorio local.

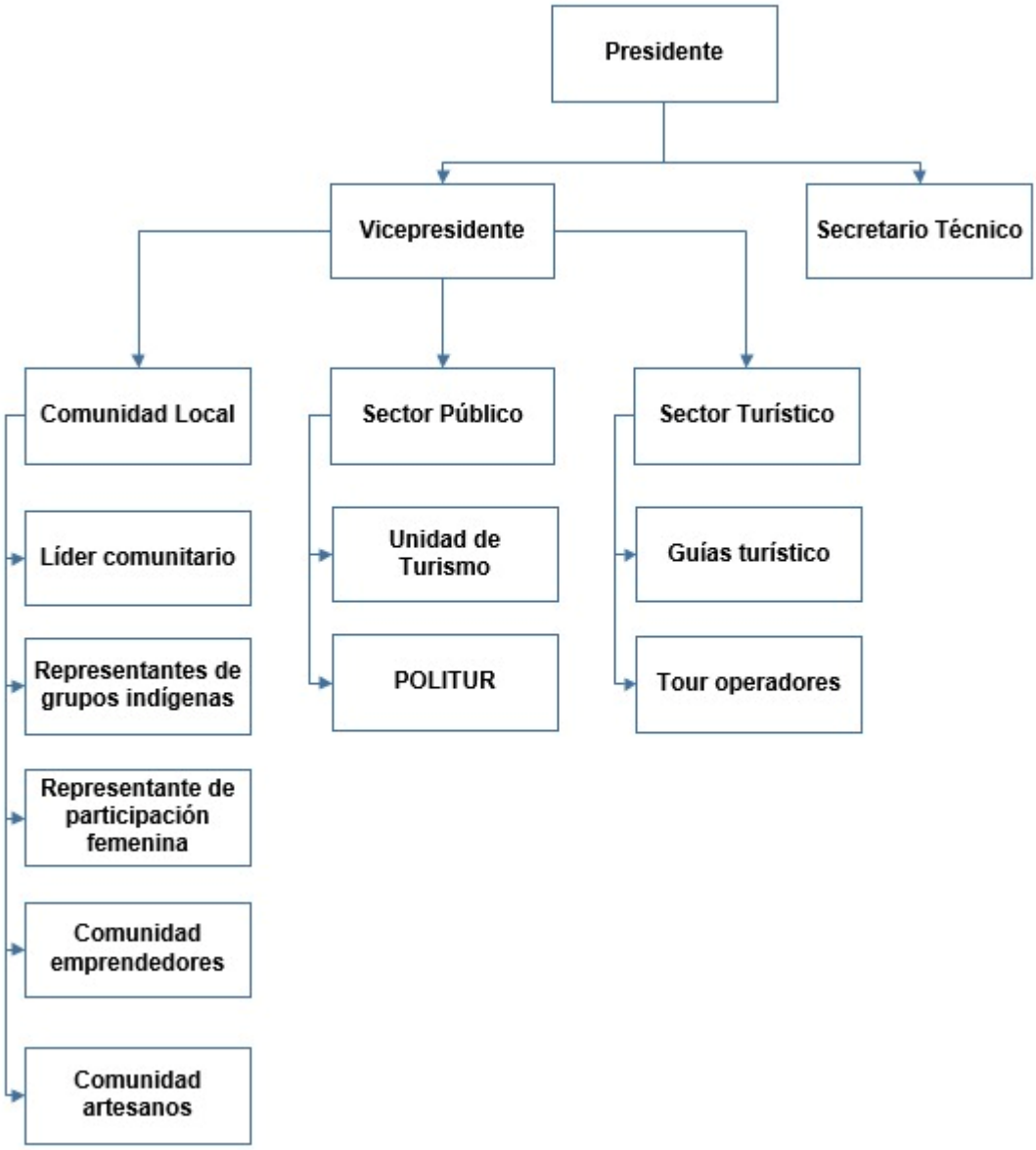
ESTRUCTURA LEGAL

Como Asociación, el CDT contará con personalidad jurídica propia, lo que le permitirá:

- Administrar fondos provenientes de actividades turísticas, donaciones, cooperación, eventos u otros ingresos legítimos.
- Facturar servicios y productos turísticos, incluyendo las rutas y actividades desarrolladas en el marco del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el Territorio de Panchimalco.
- Gestionar y ejecutar proyectos, así como firmar convenios y alianzas con instituciones públicas, privadas y comunitarias.
- Destinar los recursos obtenidos a mejorar la calidad turística del municipio, financiar actividades operativas del comité y apoyar la implementación de programas y proyectos contemplados en el plan.

Esta estructura legal garantiza que el CDT opere con transparencia, autonomía administrativa y capacidad para gestionar eficazmente los recursos necesarios para impulsar el desarrollo turístico sostenible de Panchimalco.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Presidente del Comité de Desarrollo Turístico
Dependencia: -	**N° de plazas:** 01
Supervisa a: vicepresidente, secretario técnico, Representantes Sectoriales	
Descripción	Es la máxima autoridad del CDT y dirige la gestión estratégica del comité. Representa oficialmente al CDT ante instituciones públicas, privadas y comunitarias, y garantiza el cumplimiento de los objetivos del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.
Requisitos	-Profesional de nivel técnico o superior, preferiblemente en turismo, administración pública, desarrollo local o áreas afines. -Idioma inglés intermedio
Experiencia	Experiencia trabajando con actores comunitarios y entidades públicas.
Funciones	• Dirigir las reuniones del CDT y coordinar la toma de decisiones. • Representar al CDT ante CORSATUR, Unidad de Turismo, instituciones gubernamentales y aliados estratégicos. • Gestionar y aprobar la ejecución de proyectos y acciones del plan. • Supervisar el funcionamiento interno del comité y el trabajo de los representantes sectoriales. • Velar por el uso eficiente y transparente de los recursos del CDT. • Firmar cheques y documentos, que hayan sido aprobados por el Comité.

DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Vicepresidente del Comité de Desarrollo Turístico
Dependencia: presidente del CDT	**N° de plazas:** 01
Supervisa a: Representantes Sectoriales	
Descripción	Apoya directamente al presidente en la conducción del CDT y lo sustituye en sus funciones cuando corresponda. Coordina el trabajo de los sectores representados, garantiza la comunicación interna del comité y facilita la articulación entre las áreas comunitarias, públicas y turísticas.
Requisitos	-Formación técnica o superior en áreas de turismo, gestión local o ramas afines. -Capacidad de coordinación y habilidades de comunicación.
Experiencia	Experiencia trabajando en proyectos de desarrollo local o turismo.
Funciones	• Apoyar al presidente en la planificación y dirección del CDT. • Coordinar el trabajo entre los diferentes sectores representados. • Sustituir al presidente en caso de ausencia. • Colaborar en la supervisión del cumplimiento del plan de desarrollo turístico. • Gestionar los recursos del Comité aprobando pagos que estén contemplados en el presupuesto. • Diseñar las políticas y el presupuesto anual del Comité, sometiéndolos a evaluación • Colaborar en la supervisión del cumplimiento del plan de desarrollo turístico.

DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Secretario Técnico del Comité de Desarrollo Turístico
Dependencia: presidente del CDT	**N° de plazas:** 01
Supervisa a: -	
Descripción	Responsable de la gestión operativa del CDT. Administra documentación, elabora actas, coordina procesos internos, da seguimiento administrativo a los acuerdos y apoya la gestión de proyectos y la administración básica de los recursos del comité bajo supervisión, manteniendo registros de ingresos y egresos y garantizando transparencia.
Requisitos	-Título técnico o universitario en turismo -Manejo de herramientas ofimáticas (Word, Excel, correo).
Experiencia	-Participación en procesos comunitarios, institucionales o de gestión turística. -Experiencia deseable en administración o manejo de documentación financiera.
Funciones	• Coordinar las actividades operativas del CDT y dar seguimiento a los acuerdos. • Elaborar y resguardar actas, informes y correspondencia oficial. • Administrar archivos y mantener actualizada la documentación del comité. • Cuando el comité lo requiera, administrar los recursos financieros bajo supervisión, llevando registros de ingresos y egresos. • Presentar informes periódicos al presidente y a la Junta Directiva.

DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Representación Sectorial
Dependencia: vicepresidente del CDT	**N° de plazas:** 01 por cada sector comunitario representado
Supervisa a: -	
Descripción	Participan en el CDT para expresar las necesidades, intereses y propuestas de la población. Promueven la participación ciudadana, facilitan la comunicación entre el CDT y las comunidades, y aportan conocimientos sobre prácticas culturales, problemáticas y oportunidades del territorio.
Requisitos	Ser miembro activo de una comunidad, organización local, grupo indígena, artesanos o emprendedores.
Experiencia	No es requerida.
Funciones	• Representar la voz de la comunidad en la toma de decisiones del CDT. • Trasladar propuestas, inquietudes y necesidades locales. • Apoyar la organización de actividades turísticas y culturales. • Promover la participación comunitaria en los proyectos del plan. • Coordinar acciones con otros sectores y con las instituciones participantes.

DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Representante del Sector Público
Dependencia: vicepresidente del CDT	**N° de plazas:** 01 por cada institución participante (Unidad de turismo y POLITUR)
Supervisa a: -	
Descripción	El Representante del Sector Publico actúa como enlace entre las instituciones públicas (Unidad de Turismo, POLITUR) y el CDT. Brinda apoyo técnico, operativo y normativo, facilita el acceso a recursos gubernamentales y contribuye al cumplimiento de políticas turísticas nacionales.
Requisitos	Ser miembro activo y oficial de una institución pública vinculada al turismo o a la seguridad.
Experiencia	No es requerida.
Funciones	• Brindar asistencia técnica al CDT en planificación turística y seguridad. • Representar a la institución de origen en procesos de coordinación. • Contribuir al cumplimiento de la normativa turística y municipal. • Apoyar la ejecución de programas y proyectos del plan. • Facilitar la vinculación del CDT con instituciones públicas.

DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Representante del Sector Turístico
Dependencia: vicepresidente del CDT	**N° de plazas:** 01 por cada gremio (Guías y tour operadores)
Supervisa a: -	
Descripción	El Representante del Sector Turístico aporta experiencia profesional en servicios turísticos, calidad y seguridad. Participa en el diseño y mejora de productos turísticos, fortalece la articulación con el mercado y apoya la comercialización de las rutas y actividades del CDT.
Requisitos	-Ser guía turístico, tour operador o profesional del sector formalmente registrado. -Conocimientos en operación turística y atención al visitante.
Experiencia	Experiencia en servicios turísticos, guiado o creación de productos turísticos (mínimo 1 año).
Funciones	• Aportar criterios técnicos para la creación y mejora de productos turísticos. • Participar en la implementación de estándares de calidad turística. • Colaborar en acciones de promoción, difusión y comercialización. • Representar al sector privado turístico en la toma de decisiones. • Coordinar con operadores, guías y prestadores de servicios relacionados.

POLITICAS GENERALES

Políticas Generales

- El CDT orientará su trabajo hacia la mejora continua, procurando que todas sus acciones y servicios mantengan altos niveles de calidad y profesionalismo.
- Toda gestión deberá realizarse con transparencia, honestidad y responsabilidad, garantizando el uso adecuado de los recursos.
- La planificación y ejecución de proyectos turísticos priorizarán la protección del patrimonio natural y cultural del territorio de Panchimalco.
- La formación turística será accesible para cualquier persona interesada, promoviendo la participación equitativa y el desarrollo de capacidades locales.
- En actividades o proyectos que requieran contratación de personal, se dará preferencia a habitantes de Panchimalco que cuenten con las competencias requeridas.
- El CDT administrará sus recursos materiales y logísticos de manera ordenada, asegurando que se utilicen únicamente para actividades relacionadas con el desarrollo turístico del territorio.
- Se fomentará la articulación con instituciones públicas, ONG, sector privado y actores académicos para fortalecer el desarrollo turístico del territorio.

Políticas para guías turísticos

- Los guías deberán brindar información veraz, actualizada y respetuosa sobre el patrimonio natural, histórico y cultural del municipio.
- Es obligatorio cumplir con los protocolos de seguridad establecidos para cada actividad, garantizando la protección de los visitantes.
- Los guías deberán mantener una conducta profesional, actuando con cortesía, puntualidad y respeto hacia los turistas, colegas y comunidades locales.
- Se prohíbe solicitar pagos extras o propinas obligatorias. Cualquier transacción económica deberá gestionarse únicamente a través del CDT.
- Los guías deberán portar el equipo de identificación oficial (gafete, uniforme o distintivo que el CDT determine).
- Es responsabilidad de cada guía participar en las capacitaciones organizadas por el CDT para fortalecer su formación técnica y su calidad de servicio.

Políticas para tour operadores

- Toda coordinación con tour operadores se realizará únicamente por los medios oficiales del CDT (correo, teléfono, redes o personal acreditado).
- La empresa deberá informar con anticipación la fecha de visita, tamaño del grupo y tipo de recorrido que desea realizar.
- Para confirmar un servicio, el tour operador deberá realizar una reserva formal conforme a los procedimientos administrativos establecidos por el CDT.
- Los pagos deberán gestionarse exclusivamente a través de los canales autorizados por el CDT, evitando transacciones informales.
- El tour operador será responsable de comunicar a sus clientes las normas de conducta, seguridad y uso adecuado de los espacios turísticos.
- Durante los recorridos turísticos, las guías y explicaciones serán brindadas únicamente por guías acreditados o designados por el CDT.

Políticas para clientes

- El CDT se compromete a ofrecer un servicio claro, oportuno y acorde a las expectativas del visitante.
- Toda información sobre rutas, horarios, tarifas y requisitos será presentada de manera transparente y actualizada.
- Los visitantes deberán cumplir las normas de seguridad y respeto al patrimonio establecidas por el CDT.
- El CDT podrá solicitar datos básicos del visitante para fines de registro y mejora del servicio, manteniendo siempre la confidencialidad de la información.
- No se permite el consumo de sustancias que puedan poner en riesgo la seguridad o la armonía del grupo durante los recorridos.
- Los clientes deben notificar con anticipación cualquier condición especial de salud o necesidad particular para garantizar una atención adecuada.
- Los clientes deberán cumplir con las normas de pago y cancelación establecidas por la organización para asegurar el correcto desarrollo de los servicios turísticos.
- Posterior a su visita, se invitará a los clientes a completar un breve instrumento de evaluación con el fin de medir la calidad del servicio y detectar áreas de mejora.

5. Requerimientos del CDT

En cuanto al tema del local para las reuniones, tendrá lugar en la casa del artista, el cual es un espacio disponible para la gobernanza del distrito que se encuentra continuo a la Biblioteca Pública Cardenal Gregorio Rosa Chávez, por lo que no se considera costos relacionados a local ni tampoco a equipo como mesas y sillas.

Respecto a los insumos se desglosa lo siguiente:

Tabla 219 Insumos para el CDT mensuales

Insumo	Cantidad mensual	Costo unitario
Papel Bond	2	$3.90
Lapiceros	2 cajas	$2.75
Bolsa para basura	1 paquete (25 unidades)	$3.55
Jabón liquido	4 lt	$6.55
Papel higiénico	18 rollos	$7.45

B. Proyecto: Formación para emprendedores.

Este proyecto busca orientar a todos emprendedores que están involucrados de manera directa o indirecta en el área de turismo mediante la capacitación y acompañamiento de negocios locales. Con este proyecto se busca proporcionar herramientas esenciales para que los emprendedores puedan desarrollar productos y servicios turísticos de manera sostenibles, alineados con la identidad cultural del territorio.

Este programa es crucial dentro del Plan de Desarrollo Turístico de Panchimalco, ya que fomenta la diversificación de la oferta turística y mejora la calidad de los servicios disponibles para visitantes. Al potenciar el emprendimiento, se impulsa el crecimiento económico local y se generan oportunidades de empleo, promoviendo un turismo más estructurado y competitivo.

Con este programa se espera aumentar la cantidad y calidad de emprendimientos turísticos, una mejor integración de la comunidad en el sector y una mayor atracción de turistas. A largo plazo este programa debe de contribuir a establecer a Panchimalco como un destino turístico sostenible por excelencia en el país.

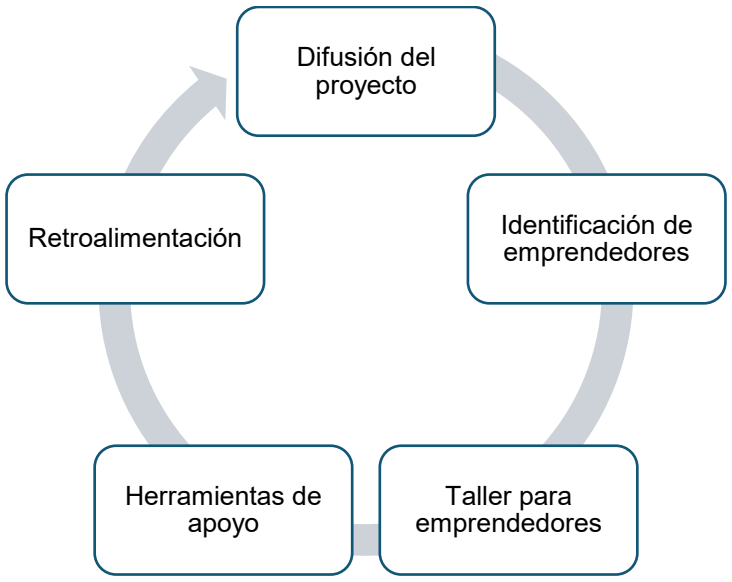
Objetivos:

- → Fomentar el desarrollo y crecimiento de negocios locales que complementen y potencien la oferta turística de Panchimalco.
- → Brindar herramientas y conocimientos básicos a emprendedores para fortalecer sus capacidades de gestión y comercialización en el sector turístico.
- → Incentivar la creación de productos y servicios innovadores que resalten la identidad cultural y natural de Panchimalco.

1. **Estructura del plan de acción.**

Para la ejecución de un plan para la formación de emprendedores es necesario establecer una directriz y pasos a seguir para el correcto alcance de los objetivos establecidos.

Ilustración 134. Plan de acción para el proyecto de formación de emprendedores



2. **Difusión del proyecto.**

Es importante para el proyecto lograr ser conocido por la mayor cantidad de personas para acercarse de primera mano a los emprendedores del territorio, por ello es necesario garantizar el desarrollo de una estrategia de difusión efectiva del programa.

1. Identificar los medios de comunicación más utilizados en la comunidad ya sea la radio local, redes sociales, periódicos, reuniones comunitarias, etc.
2. Diseñar material publicitario atractivo y accesible como afiches, volantes, videos promocionales, entre otros.
3. Implementar una campaña en redes sociales con testimonios y avances del programa.
4. Coordinar con líderes comunitarios para organizar charlas informativas sobre el programa.
5. Realizar un evento de lanzamiento para captar el interés de los emprendedores locales.

Con respecto a los medios de comunicación que la mayoría de personas utilizan para informarse según la encuesta realizada se obtuvo que el más preferido era el uso de redes sociales seguido por sitios web y como una alternativa menor la televisión.

Según los datos recolectados por DataReportal el cual es un medio especializado en la creación de informes, recolección de datos y análisis sobre el mundo digital se ha obtenido un ranking de las redes sociales más usadas, las cuales son las siguientes:

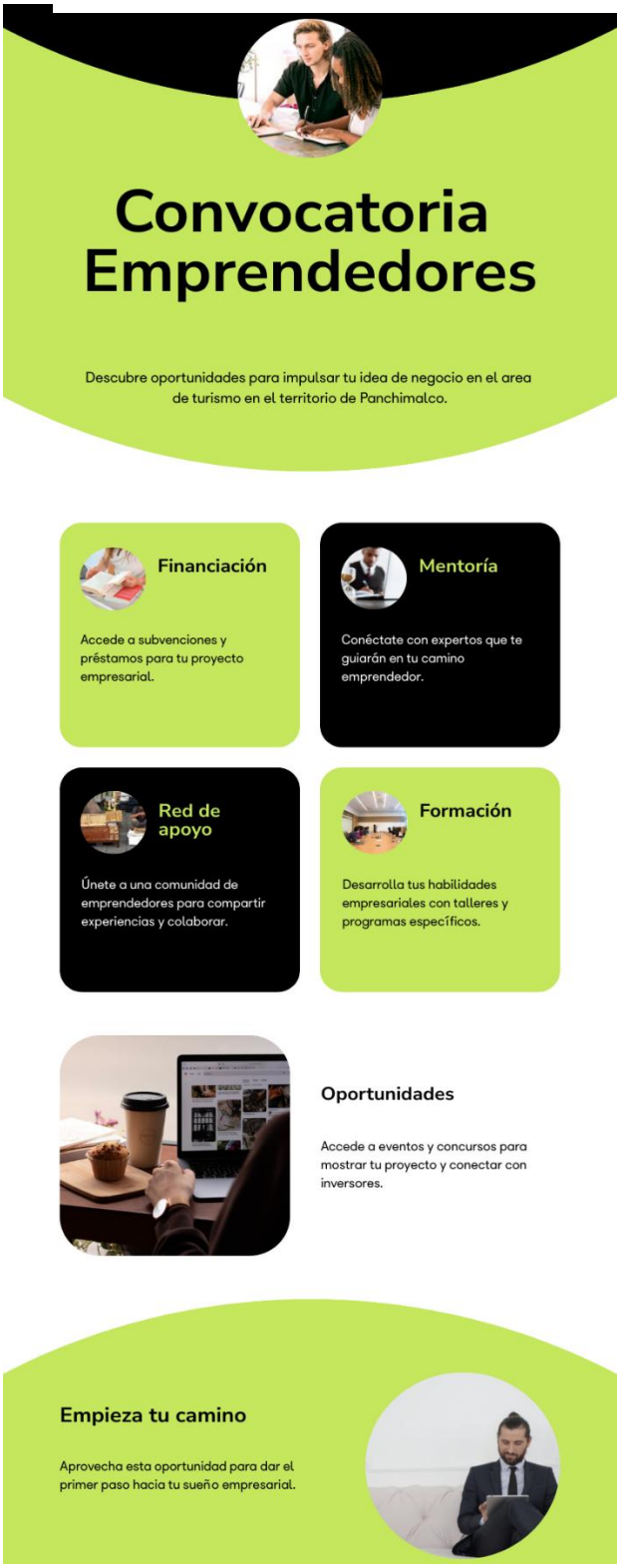
1. Facebook
2. YouTube.
3. WhatsApp
4. Instagram
5. TikTok.

Con los datos obtenidos, en plataformas como Facebook e Instagram se puede publicitar este proyecto por medio de publicaciones y actualizaciones diarias sobre una convocatoria, dichos post puede utilizarse como un elemento publicitario en otras páginas web donde se posea la información necesaria para captar el interés del emprendedor.

Las redes sociales como YouTube y TikTok serían un elemento importante de difusión el cual incentiva la creación de contenido audiovisual para mostrar el proceso desde sus inicios.

Como medida de ejemplo se podrian crear una serie de afiches los cuales pueden ser publicados en redes sociales, colocados en espacios publicitarios digitales o impresos y colocados en zonas transitadas para su mayor difusión, como ejemplo se cuenta con el siguiente afiche:

Ilustración 135 Ejemplo de afiche para la captación de emprendedores



3. **Identificación de emprendedores.**

Para asegurar una participación efectiva en el programa, se implementará un proceso de identificación estructurado de los emprendedores que puedan beneficiarse de la formación, para ello se debe de contar con una estrategia de captación de emprendedores la cual debe de seguir los siguientes pasos.

Ilustración 136. Proceso de selección de emprendedores



Con los pasos a seguir para formar parte del proyecto se deben de aclarar ciertos puntos, la creación de una página web por donde los emprendedores puedan registrarse es opcional, pero como se podrá ver más adelante la creación de una página web puede ser beneficiosa para el proyecto.
Las entrevistas podrán realizarse por medio de llamadas telefónicas dado a que se considera que las personas que posean un emprendimiento pueden interferir en su día a día laboral.

4. **Requerimientos para la ejecución del proyecto.**

Una vez seleccionados los emprendedores con los cuales el proyecto dará su inicio se debe de considerar una seria de aspectos a tener en cuenta para garantizar la correcta ejecución de este mismo, por lo cual se debe de considerar lo siguiente:

- **Espacio físico adecuado.**
  Consiste en contar con un salón o área acondicionada que permita la comodidad de los asistentes, con capacidad suficiente y condiciones óptimas para que se facilite el aprendizaje en un ambiente propicio, promoviendo la participación activa y el intercambio de ideas entre los emprendedores.

- **Material didáctico y recursos audiovisuales.**
  Este puede incluir guías, folletos, manuales, presentaciones, proyectores, pizarras y otros elementos de apoyo visual y escrito, permitiendo reforzar los contenidos impartidos y mejora la comprensión y retención de los conocimientos adquiridos.

- **Profesionales especializados**
  Con este punto se requiere incluir a facilitadores o capacitadores con experiencia en creación de empresas, turismo y gestión empresarial para asegurar la calidad de los contenidos impartidos y brinda a los emprendedores orientación práctica y realista adaptada al contexto local.

- **Presupuesto para actividades de difusión y convocatoria.**
  En este apartado se requiere con antelación poseer recursos económicos destinados a promover el programa mediante afiches, redes sociales, anuncios radiales y otros medios de comunicación con el fin de garantizar la participación activa de los interesados y facilita la convocatoria de una diversidad de emprendedores.

- **Experiencias y retroalimentación.**
  Este punto en una primera convocatoria puede ser el más difícil de cumplir debido a que el proyecto no contara aun con la recopilación de casos, sin embargo, se pueden contar con testimonios de proyectos similares en otras regiones y con otro tipo de enfoque el cual motive a los participantes mostrando ejemplos reales y ofrece modelos que pueden replicar o adaptar en Panchimalco.

Para brindar una mayor comprensión al emprendedor se entrega una idea del cronograma a seguir en el proyecto, con el cual el emprendedor podrá estudiar para finiquitar las dudas que tenga sobre ciertos temas.

Taller de emprendedores.

Tabla 220 Cronograma de actividades para el taller de emprendedores

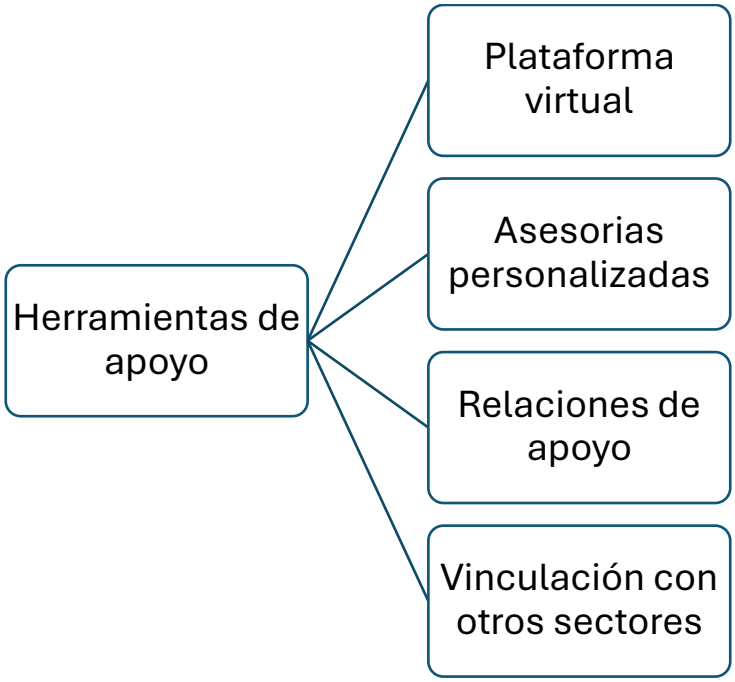
Día	Tema	Acción	Descripción
1	Introducción al emprendimiento turístico y diagnóstico inicial	Presentación del taller y objetivos.	Los facilitadores presentarán la importancia del emprendimiento turístico en Panchimalco y se aplicará un cuestionario inicial para conocer los perfiles y necesidades de los participantes.
2	Gestión financiera básica para emprendedores	Capacitación sobre finanzas y elaboración de presupuestos	Los participantes aprenderán conceptos de costos, precios, margen de ganancia y flujo de caja adaptados a pequeños negocios turísticos.
3	Creación y diseño de productos turísticos	Taller práctico de desarrollo de productos turísticos.	Se trabajará en la creación de experiencias y productos atractivos basados en los recursos culturales y naturales de Panchimalco.
4	Marketing y promoción	Capacitación sobre estrategias de marketing digital y tradicional.	Los emprendedores aprenderán a utilizar redes sociales, plataformas turísticas y otros canales para promocionar sus negocios.
5	Atención al cliente y calidad de servicio	Simulación de situaciones reales de atención al turista.	Se fortalecerán habilidades en trato al cliente, resolución de conflictos y gestión de quejas.

6	Formalización y asesoría legal	Orientación sobre requisitos legales y formalización de negocios.	Se ofrecerá asesoría sobre permisos, registros y obligaciones tributarias.
7	Evaluación y presentación de proyectos	Presentación de ideas de negocio por parte de los participantes.	Cada emprendedor presentará su propuesta y recibirá retroalimentación de expertos y compañeros.

Herramientas de apoyo.

Es importante que el proyecto sea sostenido por los participantes y la administración encargada de llevarlo a cabo, por lo cual se da a su disposición una serie de herramientas que buscan mantener una relación lo más cercana posible con el emprendedor ya sea para documentar su caso o para ayudarlo en las etapas donde se encuentren estancados.

Ilustración 137. Herramientas de apoyo para el proyecto de formación para emprendedores



Plataforma virtual para seguimiento y consultas posteriores.

Este tipo de plataformas pueden ser por medio de una página web, redes sociales como perfiles en Facebook o Instagram, de igual manera el objetivo es brindar una serie de canales de comunicación para solicitar ayuda o asistencia en caso el emprendedor la necesite.

→ **Registro en la plataforma**: Los participantes se integran a la plataforma digital la cual puede ser una página web, grupos en WhatsApp, fan Page, etc. Como datos imprescindibles, el registro debe de contar con la siguiente información:

Tabla 221 Estructura de registro de emprendedores

Campo	Descripción	Tipo de dato
Nombre	Nombre y apellido del emprendedor	Texto
Correo electrónico	Dirección de correo electrónico para enviar notificaciones	Alfanumérico
Contraseña	Clave de acceso que contenga un mínimo de caracteres	Alfanumérico
Nombre de la empresa	Nombre del emprendimiento	Alfanumérico
Actividad económica	Sector en el que la empresa opera	Lista desplegable
Ubicación de la empresa	Ubicación física de donde se encuentra la empresa o el emprendedor.	Alfanumérico
Teléfono	Teléfono de contacto del emprendedor	Numero

→ **Consultas de los emprendedores:** El emprendedor publica su consulta o necesidad en la plataforma, ya sea de manera pública o por privado.

→ **Respuesta inicial:** Un asesor o facilitador responde en el menor tiempo posible con orientaciones preliminares.

→ **Discusión colaborativa:** Otros emprendedores pueden aportar experiencias o soluciones en caso de ser una asistencia pública, en caso de ser una asistencia por privado se consultará con otros organismos en caso de ser necesario.

- → **Resolución de la consulta:** Se ofrece la solución final, ya sea mediante indicaciones concretas o recomendando una asesoría personalizada si el caso lo requiere.
- → **Registro y evaluación:** Se lleva un registro de las consultas más frecuentes y la satisfacción de los participantes con las respuestas recibidas.

Asesorías personalizadas.

En caso que las resoluciones de las consultas no satisfagan las necesidades del emprendedor se incluirá a estos en una asesoría más personalizada, para ello se realizará lo siguiente:

- → **Identificación de la necesidad:** El emprendedor detecta una duda, problema o necesidad de orientación específica donde la resolución de su consulta no logro finiquitarla.
- → **Solicitud de asesoría:** El emprendedor realiza por medio de un asesor una presentación formal ya sea en línea o presencial sobre una asesoría.
- → **Programación de la cita:** El equipo organiza una reunión individual según disponibilidad y necesidad.
- → **Reunión de asesoría**: Se realiza la sesión personalizada, donde el asesor analiza la situación del emprendedor y ofrece soluciones, recomendaciones y pasos a seguir.
- → **Seguimiento:** Tras la asesoría, se realiza una llamada o mensaje de seguimiento para verificar avances y aclarar dudas adicionales.
- → **Cierre del caso:** Cuando el emprendedor logra aplicar las soluciones y se siente satisfecho con los resultados, se registra el cierre de la asesoría.

Relaciones de apoyo.

Para garantizar la continuidad del proyecto, se implementarán estrategias de sostenibilidad que permitan mantener la formación de emprendedores a largo plazo con el apoyo de otras organizaciones que estén directa o indirectamente relacionadas con el turismo, para ello se busca lo siguiente:

1. Buscar alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales y ONG para obtener financiamiento continuo.
2. Establecer programas de mentoría donde emprendedores capacitados apoyen a nuevas generaciones.
3. Crear un fondo de inversión para emprendimientos turísticos con el apoyo del sector privado.
4. Desarrollar eventos anuales de networking para fomentar la colaboración y el intercambio de experiencias.
5. Implementar una cuota simbólica para acceder a futuras capacitaciones avanzadas.

Vinculación con otros sectores

Integrar el turismo con otros sectores productivos locales permitirá maximizar los beneficios económicos y fomentar la diversificación de la oferta turística, por ello es muy importante establecer una serie de relaciones con otros sectores para una mayor red de apoyo, para ello se realiza lo siguiente:

1. Identificar sectores clave que puedan beneficiarse del turismo, como agricultura, artesanía y gastronomía, en el territorio de Panchimalco es importante la agricultura de la cual a la fecha del presente trabajo se ha realizado una serie de ferias gastronómicas dedicadas a la cosecha de alimentos como el maíz, anona y tamarindo.
2. Desarrollar programas de colaboración con agricultores y artesanos para que sus productos sean parte de la experiencia turística.
3. Capacitar a emprendedores en técnicas de diversificación de ingresos y agregación de valor.
4. Establecer ferias o mercados locales donde los turistas puedan comprar productos locales.
5. Crear rutas turísticas temáticas que integren diferentes sectores (por ejemplo, ruta del café, ruta artesanal, etc.).

Retroalimentación.

Para garantizar que los emprendedores implementen lo aprendido, se establecerá un plan de acompañamiento después de la capacitación con el fin de encontrar los puntos donde se puede mejorar para ofrecer una mejor guía y apoyo al emprendedor y puntos donde se ha podido ofrecer una ayuda a la altura de las situaciones que han sucedido. Para ello se cuenta con las siguientes herramientas:

Tabla 222 Herramientas de retroalimentación

Herramienta	Descripción
Encuestas de evaluación	Se establecerá un registro de los casos de los emprendedores cada cierto tiempo para evaluar el seguimiento de sus problemáticas.
Reuniones de seguimiento	Se organizarán sesiones periódicas de consulta con los capacitadores.
Grupo de apoyo en línea	Se mantendrá activa una plataforma donde los emprendedores puedan hacer preguntas y compartir experiencias
Red de mentoría	Se asignarán emprendedores avanzados como guías para los nuevos participantes

Para marcar una pauta en las herramientas a utilizar se ofrece un formato de encuentra en el cual se establecen los siguientes puntos:

Tabla 223 Encuesta de seguimiento de casos

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco **Encuesta de seguimiento de casos** Fecha: _____ Empresa: _____ Asesor: _____ Numero de caso: _____

Indicación: Subraye la opción que mejor se adecue a la resolución del caso.

1. ¿Cómo califica la atención recibida a lo largo del caso a solventar?

   Excelente Bueno Regular Malo

   Comentarios:

   _____

   _____

2. ¿El tiempo de respuestas fue el adecuado?

   Excelente Bueno Regular Malo

   Comentarios:

   _____

   _____

3. ¿El asesor logro solventar todas sus dudas con su caso?

   Si No

   Comentarios:

   _____

   _____

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Encuesta de seguimiento de casos

4. ¿Su problemática fue resuelta en su totalidad?

   Si No

   Comentarios:

   _____

   _____

5. ¿El tiempo de respuesta fue adecuado?

   Si No

Comentarios:

_____

_____

6. ¿Cómo califica el desempeño en general de la unidad de turismo de Panchimalco para la resolución de su problemática?

   Excelente Bueno Regular Malo

   Comentarios:

   _____

   _____

Si desea agregar algún otro comentario puede hacerlo en el siguiente apartado

Comentarios adicionales: _____

_____

_____

_____

Requerimiento para el proyecto de formación de emprendedores.

Recurso humano

El equipo humano es fundamental para coordinar, facilitar y ejecutar cada una de las acciones de formación, asegurando calidad y pertinencia en los contenidos impartidos.

Tabla 224 Recurso humano del proyecto de formación de emprendedores

Puesto	Descripción	Cantidad necesaria	Salario
Coordinador del proyecto	Encargado de planificar, coordinar y supervisar todas las actividades formativas, asegurando el cumplimiento de los objetivos.	1	$1,200

Formador especialista	Responsable de impartir talleres y diseñar los contenidos educativos adaptados a los emprendedores locales.	2	$700
Promotor comunitario	Realiza la convocatoria local, seguimiento y vinculación entre la comunidad y el proyecto.	1	$500
Asistente administrativo	Brinda apoyo logístico, gestiona documentación, redes sociales y compras menores	2	$450

Mobiliario y equipo.

Tabla 225 Inmobiliario y equipo del proyecto de formación de emprendedores

Mobiliario/Equipo	
Mesa plegable **Medidas:** 30”X72.5”X23” **Precio:** $60 c/u **Cantidad requerida:** 5 Permiten realizar dinámicas grupales, trabajo colaborativo y soporte para materiales de formación	**Sillas plásticas** **Medidas:** 50x50x80 cm **Precio:** $15 c/u **Cantidad requerida:** 25 Brindan comodidad a los participantes durante jornadas largas de capacitación.
Pizarra acrílica con rodos **Medidas:** 1.00x1.50x1.90 m **Precio:** $159.95 **Cantidad requerida:** 1 Herramienta de apoyo visual utilizada para explicar conceptos clave en los talleres.	**Laptop** Especificaciones: 8 GB RAM, 512 Gb SSD **Precio:** $600 **Cantidad requerida:** 5 Se requiere para almacenamiento de documentos y materiales
Proyector **Precio:** $149 **Cantidad requerida: 1**	**Impresora multifuncional** Impresora Multifuncional HP Smart Tank 580 **Precio:** $180 **Cantidad:** 1

Permite presentar diapositivas y videos educativos que refuerzan el aprendizaje.	Para imprimir informes y documentos.

Recursos operativos

Hojas tamaño carta (paquete 500 hojas): Se utilizarán para la impresión de materiales de apoyo, guías y ejercicios para los participantes. (2 x $5.00)

Cartucho de tinta: Se utilizará para las impresiones necesarias para los participantes, ya sea para material didáctico, encuestas, entre otros. (2 x $50.00)

Plumones, marcadores y rotuladores: Se usarán en las capacitaciones y dinámicas grupales para escribir en pizarras, rotafolios o carteles. (4 x $1.50)

Cinta adhesiva y masking tape: Facilitarán la colocación de afiches, carteles y otros materiales visuales durante las actividades. (2 x $1.50)

Carpetas para material de participantes: Permitirán entregar de forma ordenada el material impreso a cada participante. (40 x $0.25)

Bolígrafos: Se entregarán a los participantes para que tomen notas durante las capacitaciones y talleres. (3 cajas x $2.75)

Costo aprox. $137.25

C. Proyecto: Capacitación para personal turístico

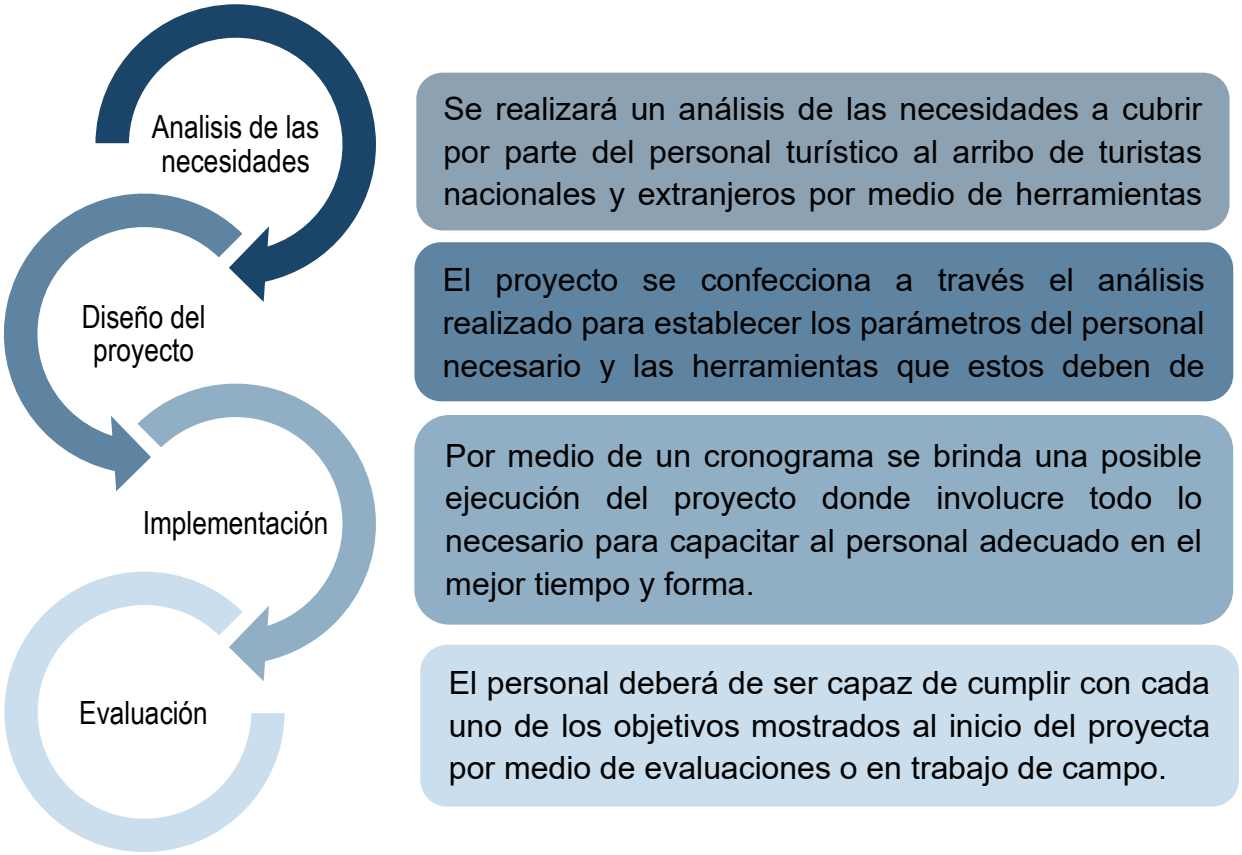
El turismo en El Salvador se encuentra en una etapa de crecimiento por lo cual se considera necesario garantizar una experiencia de calidad a los turistas para ello es fundamental que el personal turístico cuente con conocimientos adecuados en atención al cliente, patrimonio cultural y turismo sostenible. Este programa de capacitación tiene busca preparar al personal que trabajan en contacto directo con los turistas asegurando que puedan ofrecer un servicio de excelencia y reforzar la identidad turística del municipio. Con esta formación, se busca fortalecer las competencias del personal turístico, incrementar la satisfacción de los visitantes y fomentar un turismo responsable que impulse el desarrollo económico local.

Objetivos

- → Brindar formación especializada en atención al turista y hospitalidad para asegurar que el personal tenga habilidades para interactuar con los visitantes de manera profesional y acogedora.
- → Capacitar al personal en historia, cultura y atractivos turísticos del territorio de Panchimalco proporcionando conocimientos que les permitan transmitir con precisión y entusiasmo la riqueza cultural y patrimonial del territorio.
- → Mejorar la calidad del servicio turístico a través de estándares de atención al cliente que garanticen una experiencia satisfactoria para los turistas.

Metodología.

Ilustración 138.Metodología del proyecto de capacitación para el personal turístico.



Análisis de las necesidades.

El proyecto de capacitación turístico se enfoca en la gestión del turismo por medio desarrollo de conocimientos, destrezas y actitudes para ofrecer un buen servicio al

turista y esto parte desde formar personas comprometidas con el desarrollo turístico de la zona, así como el personal que sepa desenvolverse dentro de barreras como el idioma, conocimientos turísticos y atención personalizada. Por ello se consideran las siguientes necesidades:

Tabla 226 Necesidades de los turistas

Necesidad	Propósito	Barrera
Comunicación con el turista	Brindar un canal de comunicación donde se personal y el turista puedan comunicarse sin ningún problema	- Idioma. - Malas habilidades comunicativas. -Poca claridad del servicio turístico.
Atención turística	Ofrecer una buena imagen al turista por medio de la hospitalidad y servicio al cliente.	-Desconocimiento del trato al turista. -Falta de inteligencia emocional.
Aprendizaje de nuevas culturas	Conocer la historia y cultura de Panchimalco por medio de datos relacionados con los tours que se ofrecen al turista.	- Poco dominio de la importancia cultura. -Falta de conocimientos. -Comunicación deficiente.
Resolución de problemas	Solventar las dificultades provenientes del servicio turístico en el menor tiempo posible al turista.	-Desinterés por parte del personal. -Desconocimiento de las obligaciones del personal.

La identificación de las necesidades mostradas en la tabla es obtenida por medio de observación de los investigadores del presente trabajo de investigación, siendo

esta una valoración propia que busca incluir aspectos del servicio que pueden ser mejorados por medio de una capacitación.

Los elementos más importantes que se encuentran de manera implícita en cada necesidad es la importancia de conocer la cultura e historia de Panchimalco para ofrecer así una nueva perspectiva y conocimientos a los turistas sobre la región lo cual contribuye a la creación de nuevas experiencias e historias que los turistas pueden compartir, además de eso se remarca la importancia de brindar un buen servicio al turista por medio de una atención al cliente impecable donde el personal debe de poseer una identidad y entrega al proyecto que se refleje en la hospitalidad para que el turista se encuentre cómodo en todo momento.

Diseño del proyecto.

Según las necesidades que se muestran en el inciso anterior y las barreras identificadas es necesario establecer una serie de herramientas que el personal deberá de manejar para así sustentar cada una de las necesidades, para ello se obtiene lo siguiente:

Tabla 227 Soluciones a las barreras para cumplir las necesidades de los turistas

Barrera	Solución
Idioma.	-Brindar un curso básico de inglés basado en el turismo. -Establecer informativos como folletos, letreros, brochure que estén en español e inglés. -Hacer uso de tecnología por medio de traductores por escrito o de manera oral.
Malas habilidades comunicativas.	-Practicas simuladas evaluadas por un asesor. -Clases de oratoria. -Técnicas de comunicación efectiva.

Poca claridad del servicio turístico.	-Establecer objetivos para cada puesto- -Dar claridad a cada uno de los roles de trabajo. -Esquematizar por medio de Blueprint diversas situaciones reales.
Desconocimiento del trato al turista.	-Brindar perfiles del turista. -Principios de atención al cliente. -Ejemplos prácticos del día a día.
Falta de inteligencia emocional.	-Manejo de emociones. -Manejo de problemas.
Poco dominio de la importancia cultura.	-Curso de la historia de Panchimalco. -Promover la identidad cultural de la región.
Falta de conocimientos.	- Incentivos para promover el conocimiento cultural
Comunicación deficiente.	-Curso de comunicación efectiva. -Tips de como iniciar, desarrollar o terminar una conversación.
Desinterés por parte del personal.	-Establecer la cultura de la identidad empresarial en los trabadores. -Formar un grupo basado en los valores del proyecto.
Desconocimiento de las obligaciones del personal.	-Establecimiento de los roles del personal. -Manuales para los empleados. -Evaluaciones periódicas a los trabajadores.

Cada una de las posibles soluciones propuestas pretenden que el personal a cualificar posea una base en ciertos conocimiento o actitudes para que estas puedan transmitirse de buena manera, por ello el perfil de personal aptas para realizar una capacitación será el siguiente:

Ilustración 139. Perfil de personal a capacitar.



Las habilidades, características y conocimientos del perfil del personal a capacitar que se muestra es una representación general, debido a que cada puesto de trabajo deberá requerirá de más habilidades y conocimientos para ser ejercidos.

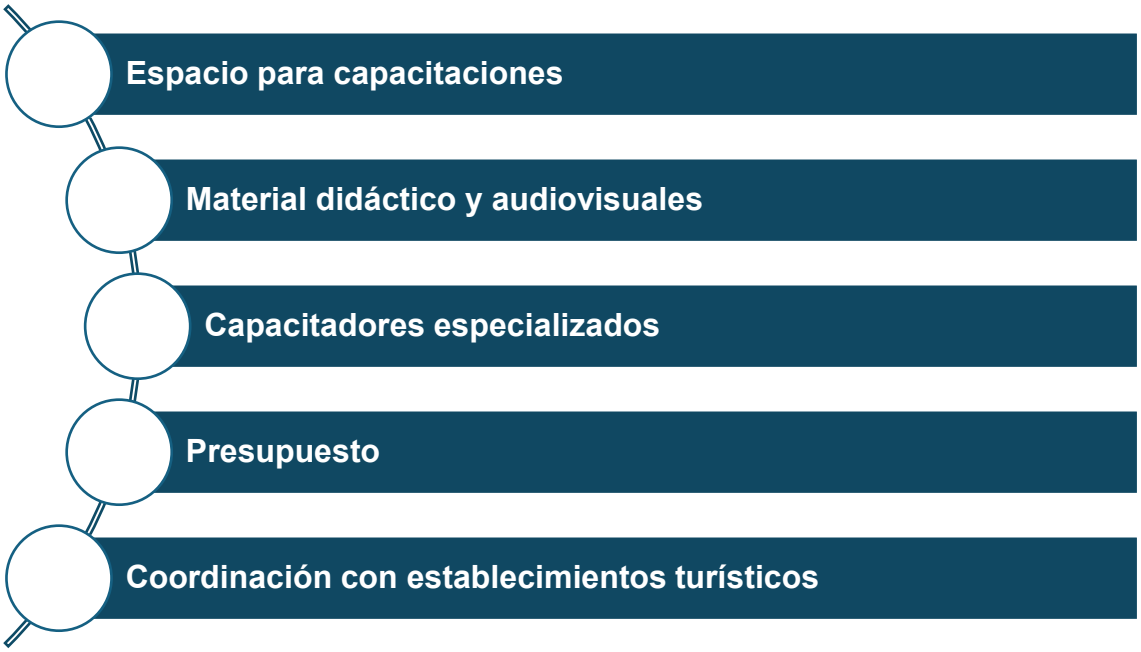
Implementación.

Una vez se tenga definidos los problemas a intentar subsanar y los conocimientos previos que se requiere para poder llevar a cabo una capacitación inicial se debe de considerar que para este tipo de capacitaciones el periodo de tiempo no debe de excederse debido a los costos que esto conlleva, por ello es importante que el personal a capacitar posea conocimientos previos para agilizar el aprendizaje, antes de esto se debe definir los elementos necesarios que se necesitan para implementar el proyecto de capacitación.

Requerimientos para el Proyecto

Para la correcta ejecución del programa de capacitación, se requiere cumplir con una serie de elementos fundamentales:

Ilustración 140. Requerimientos para el proyecto



- **Espacio para capacitaciones:** Se debe contar con un lugar acondicionado con proyector, sillas y materiales de apoyo, asegurando un ambiente propicio para el aprendizaje.

- **Material didáctico y audiovisuales:** Provisión de manuales, presentaciones, videos y guías de referencia que refuercen los conocimientos adquiridos.

- **Capacitadores especializados**: Profesionales en turismo, atención al cliente y patrimonio cultural, que brinden formación teórica y práctica de calidad.

→ **Presupuesto:** Recursos destinados al proyecto para garantizar una capacitación de calidad.

- **Coordinación con establecimientos turísticos:** Colaboración con hoteles, restaurantes y agencias de turismo para asegurar la asistencia de su personal a las sesiones de capacitación.

Descripción de Herramientas Por Utilizar

El programa se desarrollará mediante una combinación de herramientas teóricas y prácticas que garantizarán un aprendizaje efectivo:

→ **Talleres presenciales:** Capacitaciones dinámicas con ejercicios prácticos y simulaciones de situaciones reales.

→ **Manuales impresos y digitales:** Material de apoyo con información clave sobre el servicio turístico, protocolos de atención y sostenibilidad.

→ **Simulaciones de atención al cliente:** Prácticas en escenarios reales donde los participantes interactuarán con actores representando turistas.

→ **Visitas guiadas y recorridos formativos:** Experiencias prácticas en los principales atractivos turísticos, donde los participantes aprenderán a guiar y responder preguntas de visitantes.

Cronograma de Capacitación

La capacitación se desarrollará durante un mes con sesiones semanales especializadas que cubren los aspectos fundamentales del servicio turístico identificados en los puntos anteriores, con este programa se quiere establecer una idea de los puntos que deben de ser instruidos por parte del personal capacitador a los trabajadores que capacitara, con esto dicho se obtiene lo siguiente:

Semana	Tema	Principales temas	Descripción
1	Fundamentos del turismo y atención al visitante	Explicación de la importancia del turismo para la economía local. Principios básicos de hospitalidad y servicio al cliente. Estrategias para mejorar la primera impresión y la comunicación con los turistas.	En la primera semana se busca fortalecer la atención al turista por medio de técnicas de comunicación, amabilidad y hospitalidad para establecer una buena imagen al turista por medio de un trato acorde a las exigencias de estos.
2	Historia, cultura y atractivos turísticos de Panchimalco	Análisis del patrimonio cultural e histórico del municipio. Técnicas efectivas para compartir la historia local con los visitantes. Identificación de atractivos clave y su valor turístico.	Para la segunda semana se necesita brindar de herramientas de comunicación efectiva para brindar los diferentes datos culturas e históricos que se vean en el presente cronograma.

3	Buenas prácticas en el servicio turístico	Técnicas de comunicación efectiva y manejo de quejas. Protocolo de servicio y hospitalidad en hoteles, restaurantes y sitios turísticos. Prácticas de inclusión y accesibilidad para atender a distintos tipos de turistas.	En esta semana se busca instruir al personal por medio de estrategias basadas en la buena ejecución de sus roles de trabajo, desde el cumplimiento de sus deberes de la mejor forma posible hasta la ayuda e instrucción a los turistas.
4	Relación con turistas en inglés y evaluación final	Introducción al inglés básico para atención al turista. Expresiones clave para brindar información y asistencia. Simulación de interacción en inglés con turistas. Evaluación teórica y práctica sobre los conocimientos adquiridos. Entrega de certificaciones a los trabajadores capacitados	En la última semana se busca proporcionar diferentes tipos de herramientas orientas a la comunicación en el idioma inglés, estas pueden ser vocabulario turístico, folletos, afiches entre otros además de establecer una evaluación de todo el curso para evaluar el desempeño y aprendizaje del personal capacitado.

Tabla 228.Cronograma de capacitación para el personal turístico.

Evaluación.

La etapa de la evaluación es esencial para medir la eficacia del programa de capacitación para el personal turístico. Al evaluar el desempeño del personal, se puede identificar áreas de mejora y garantizar que se brinda al turista la mejor experiencia posible.

Esta evaluación se centra en cuatro áreas clave las cuales son atención al cliente, comunicación con el turista, resolución de problemas y conocimientos sobre la historia y la cultura de la región. Cada área se evalúa en una escala del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta. Para aprobar la evaluación el mínimo de puntaje será 60 puntos de 80 posibles debido a que el total de incisos será de 16 en total.

Si la evaluación fuese reprobada por el personal turístico se dará un margen de 2 semanas para que este pueda volver a cursar la evaluación o en su defecto volver a cursar el programa de capacitación, lo cual quedara a criterio del evaluador, además en la parte inferior se dará un espacio para que el evaluador pueda anotar aspectos importantes ocurridos en el transcurso de la evaluación.
La evaluación quedaría de la siguiente manera:

Tabla 229 Evaluación de capacitación para personal turístico

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Evaluación de capacitación turística.

Nombre: _____

Cargo: _____ Fecha: _____

Indicación: En una escala del 1 al 5 donde el 1 es la menor calificación y el 5 es la mayor calificación, evalué lo siguiente:

Atención al cliente.

1. El personal fue amable y servicial.

1	2	3	4	5

El personal estaba bien informado sobre los servicios turísticos de la región

1	2	3	4	5

2. El personal atendió las necesidades de los turistas de manera oportuna.

1	2	3	4	5

3. El personal hizo un esfuerzo adicional para hacer que los turistas se sientan cómodos y bienvenidos

1	2	3	4	5

Comunicación con el turista.

1. El personal se comunicó con los turistas de manera clara y efectiva.

1	2	3	4	5

2. El personal utilizó un lenguaje apropiado y respetuoso

1	2	3	4	5

3. El personal escuchó atentamente las necesidades y preocupaciones de los turistas.

1	2	3	4	5

4. El personal respondió a las preguntas de los turistas de manera completa y precisa.

1	2	3	4	5

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Encuesta de seguimiento de casos

Resolución de problemas.

1. El personal manejó los problemas de los turistas de manera rápida y eficiente

1	2	3	4	5

2. El personal encontró soluciones creativas a los problemas de los turistas

1	2	3	4	5

3. El personal mantuvo a los turistas informados sobre el estado de sus problemas.

1	2	3	4	5

4. El personal se aseguró de que los turistas estuvieran satisfechos con la resolución de sus problemas.

1	2	3	4	5

Conocimientos sobre la historia y cultura de la región

1. El personal estaba bien informado sobre la historia y la cultura de la región

1	2	3	4	5

2. El personal pudo responder a las preguntas de los turistas sobre la historia y la cultura de la región

1	2	3	4	5

3. El personal utilizó su conocimiento de la historia y la cultura de la región para mejorar la experiencia de los turistas.

1	2	3	4	5

4. El personal explico de forma clara los datos culturales e históricos:

1	2	3	4	5

Comentarios: _____

_____

Requerimiento para el proyecto de capacitación para personal turístico.

Recurso humano

Tabla 230 Recurso humano del proyecto de capacitación de personal turístico

Puesto	Descripción	Cantidad necesaria	Salario
Coordinador académico	Encargado de estructurar el contenido formativo y supervisar el cumplimiento de los objetivos de capacitación.	1	$1,200

Instructor en atención al cliente	Responsable de impartir talleres sobre servicio al cliente, resolución de conflictos y hospitalidad turística.	2	$150
Instructor de inglés básico	Facilitador de clases prácticas de inglés orientadas a la atención de turistas internacionales.	1	$150
Instructor de seguridad turística	Capacita en medidas preventivas, protocolos de emergencia y orientación al visitante.	1	$150
Asistente logístico	Apoya con materiales, control de asistencia, insumos y coordinación de espacios físicos.	2	$450

Mobiliario y equipo.

Tabla 231 Inmobiliario y equipo del proyecto de capacitación de personal turístico

Mobiliario/Equipo	
Mesa plegable **Medidas:** 30”X72.5”X23” **Precio:** $60 c/u **Cantidad requerida:** 5 Permiten realizar dinámicas grupales, trabajo colaborativo y soporte para materiales de formación	**Sillas plásticas** **Medidas:** 50x50x80 cm **Precio:** $15 c/u **Cantidad requerida:** 25 Brindan comodidad a los participantes durante jornadas largas de capacitación.
Pizarra acrílica con rodos **Medidas:** 1.00x1.50x1.90 m **Precio:** $159.95 **Cantidad requerida:** 1 Herramienta de apoyo visual utilizada para explicar conceptos clave en los talleres.	**Laptop** Especificaciones: 8 GB RAM, 512 Gb SSD **Precio:** $600 **Cantidad requerida:** 5 Se requiere para almacenamiento de documentos y materiales
Proyector	**Impresora multifuncional**

Precio: $149 **Cantidad requerida: 1** Permite presentar diapositivas y videos educativos que refuerzan el aprendizaje.	Impresora Multifuncional HP Smart Tank 580 **Precio:** $180 **Cantidad:** 1 Para imprimir informes y documentos.

Recursos operativos

Hojas tamaño carta (paquete 500 hojas): Se utilizarán para la impresión de materiales de apoyo, guías y ejercicios para los participantes. (2 x $5.00)

Cartucho de tinta: Se utilizará para las impresiones necesarias para los participantes, ya sea para material didáctico, encuestas, entre otros. (2 x $50.00)

Plumones, marcadores y rotuladores: Se usarán en las capacitaciones y dinámicas grupales para escribir en pizarras, rotafolios o carteles. (4 x $1.50)

Cinta adhesiva y masking tape: Facilitarán la colocación de afiches, carteles y otros materiales visuales durante las actividades. (2 x $1.50)

Carpetas para material de participantes: Permitirán entregar de forma ordenada el material impreso a cada participante. (40 x $0.25)

Bolígrafos: Se entregarán a los participantes para que tomen notas durante las capacitaciones y talleres. (3 cajas x $2.75)

Costo aprox. $137.25

IV. Programa "Marketing"

Introducción al programa

El programa de marketing se concibe como una herramienta estratégica fundamental para posicionar a Panchimalco como un destino turístico de referencia a nivel nacional e internacional. Reconociendo el potencial único del municipio, que combina riqueza histórica, cultural y natural, este programa busca diseñar e implementar estrategias de marketing innovadoras y efectivas.

El programa se enfoca en crear una marca turística sólida para Panchimalco, resaltando sus atractivos distintivos y generando una imagen positiva y memorable en la mente de los potenciales visitantes. Se busca aprovechar las nuevas tecnologías y plataformas digitales, así como las estrategias de marketing tradicional, para alcanzar a diferentes segmentos de mercado y promover un turismo sostenible y responsable.

Objetivos del programa

General.

Elaborar un plan de marketing que permita posicionar a Panchimalco como un destino turístico cultural y patrimonial atractivo y accesible, destacando sus sitios emblemáticos y fomentando una experiencia auténtica y enriquecedora para los visitantes.

Específicos

- → Incrementar la visibilidad y el conocimiento de los sitios clave de las diferentes rutas a través de estrategias de marketing digital y tradicional.
- → Desarrollar materiales informativos y recursos digitales que enriquezcan la visita a los sitios de la ruta, proporcionando contexto histórico y cultural relevante.

Proyectos a desarrollar:

- → Creación de marca
- → Promoción del distrito
- → Organización y participación de ferias y eventos

A. Proyecto: Creación de marca Panchimalco

Reconociendo la importancia de una identidad de marca sólida para atraer visitantes y fomentar el turismo sostenible, este proyecto busca crear una marca que capture la esencia única del territorio de Panchimalco, resaltando sus atractivos principales y aumentando el flujo turístico en el territorio.

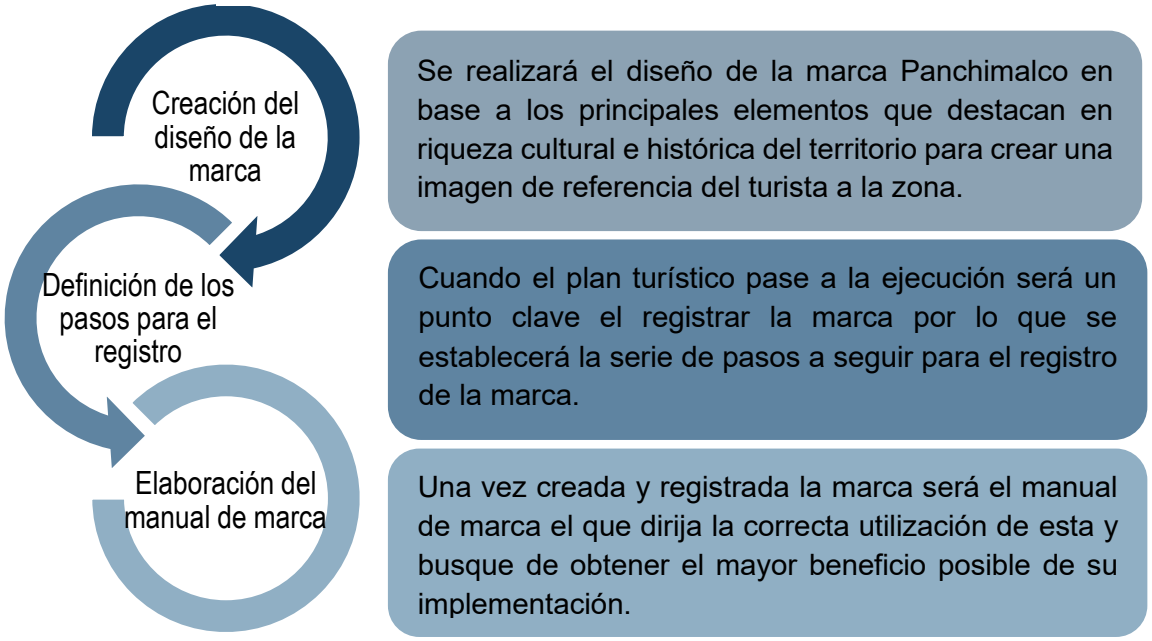
Objetivos.

- → Crear un logotipo, tipografía y una paleta de colores que capturen la esencia del territorio de Panchimalco y sus atractivos principales.

→ Brindar los pasos que la unidad de turismo debe seguir para registrar la marca turística en el país.
→ Crear un manual de marca que defina los lineamientos para el uso de la marca en diferentes plataformas y materiales.

Metodología

Ilustración 141. Metodología del proyecto creación de marca turística



1. **Creación del diseño de la marca**

La marca turística es la representación de la identidad visual, verbal y emocional, que refleja el ADN de un destino turístico a través de un conjunto de elementos, tiene como objetivo crear una percepción positiva del destino en la mente del consumidor, destacando sus características y atributos únicos, como su cultura, historia, naturaleza, gastronomía, entre otros. A través de la marca turística, se busca atraer a los turistas, generar lealtad y promover el desarrollo económico del destino turístico.

A continuación, se presenta la propuesta de logo que se adaptará para la creación de la marca turística y posteriormente en el manual de marca se describirá los elementos que la componen.

Ilustración 142. Logotipo de la marca turística “Panchimalco”



Potencial como parte de la marca turística

Este logo tiene el potencial de convertirse en parte de una marca turística emblemática por varias razones:

→ Representación Integral: Captura la diversidad de Panchimalco, desde su historia y cultura hasta su belleza natural.

→ Conexión Emocional: Evoca un sentido de lugar y pertenencia, invitando a los visitantes a descubrir la autenticidad de Panchimalco.

→ Memorabilidad: Su diseño único y distintivo lo hace fácilmente reconocible y memorable.

→ Versatilidad: Puede adaptarse a diferentes plataformas y materiales promocionales, manteniendo su impacto visual.

2. Proceso para el registro de una marca en El Salvador

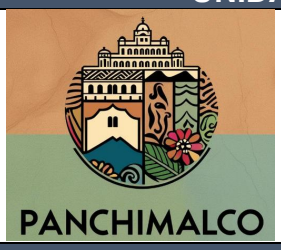
Para el proceso de registro de marca de su empresa en El Salvador, la autoridad gubernamental dedicada es el Centro Nacional de Registros, a través de su área de Registro de Propiedad Intelectual.

Tabla 232 Descripción del proceso de registro de una marca en El Salvador

Paso	Descripción	Procedimiento
Búsqueda de antecedentes	Es crucial realizar una búsqueda exhaustiva para verificar que la marca a registrar no esté ya registrada o sea similar a otra existente. Esto evita conflictos legales futuros.	Realizar esta búsqueda en las oficinas del Registro de la Propiedad Intelectual o, en algunos casos, a través de sus plataformas en línea.
Presentación de la solicitud	Esta aplicación debe contener el diseño y la descripción de los productos y servicios a proteger. Es importante en este paso que se tenga bien definida	Completar el formulario de solicitud de registro de marca, disponible en el CNR. Proporcionar información detallada sobre la marca, incluyendo su diseño, los productos o servicios que representa y la clasificación correspondiente.

	la marca ya que una vez se envíe la solicitud y el Registro la acepte, no podrá modificarla durante el proceso.	Presentar la escritura pública de constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro de Comercio. Realizar el pago de los aranceles correspondientes al registro de la marca.
Examen de la Solicitud	Este examen es fundamental para garantizar la validez y la protección de la marca registrada	El Registro de la Propiedad Intelectual examinará la solicitud para verificar que cumple con todos los requisitos legales.
Publicación de aplicación de registro de marca	Si la solicitud de registro de marca es aceptada por el Registro de Propiedad Intelectual, se obtendrá lo que se conoce como un conjunto de carteles. Se tendrá un período de 6 meses a partir de la entrega de los carteles por parte del Registro de Propiedad Intelectual para realizar las publicaciones respectivas.	La solicitud de registro de marca se publica en el Diario Oficial y en un diario de mayor circulación nacional. El propósito de la publicación es dar a conocer la solicitud a terceros, quienes pueden presentar oposiciones si consideran que la marca afecta sus derechos.
Resolución y Registro	Si no se presentan oposiciones o si las oposiciones son desestimadas, el Registro de la Propiedad Intelectual emitirá una resolución favorable.	Una vez aprobada la resolución, se procede al registro de la marca y se emite el certificado de registro. Luego se deberá pagar las tarifas de registro, que son USD $100

3. Manual de marca

UNIDAD DE TURISMO DE PANCHIMALCO				
	MANUAL DE MARCA			
	Fecha:	01	02	2025
	Código:	-	Versión:	01

Introducción

Este manual de marca es una guía exhaustiva para la correcta aplicación de la identidad visual y verbal de Panchimalco como destino turístico. Su propósito es asegurar la coherencia y consistencia de la marca en todos los puntos de contacto con el público, desde materiales promocionales y señalización hasta experiencias turísticas y comunicación digital.

Panchimalco es un municipio con una rica herencia cultural e histórica, una belleza natural incomparable y una comunidad vibrante y acogedora. La marca Panchimalco ha sido diseñada para capturar la esencia única de este destino, transmitiendo sus valores de autenticidad, comunidad, creatividad, sostenibilidad y celebración.

Este manual define los elementos clave de la marca, incluyendo el logo, la paleta de colores, la tipografía, el eslogan y el mensaje de marca. También proporciona lineamientos para la aplicación de la marca en diferentes contextos, asegurando que la identidad de Panchimalco se proyecte de manera clara y efectiva.

El manual está dirigido a todos aquellos que participan en la promoción y gestión del turismo en Panchimalco, incluyendo autoridades locales, empresarios, guías turísticos, artistas, artesanos y miembros de la comunidad en general. Su objetivo es servir como una herramienta práctica y útil para construir una marca turística sólida y memorable, que atraiga a visitantes de todo el mundo y contribuya al desarrollo sostenible de Panchimalco.

Objetivos

General:
Establecer a Panchimalco como un destino turístico cultural y natural emblemáticos para atraer a visitantes nacionales e internacionales que busquen experiencias auténticas y enriquecedoras.

Específicos:
Desarrollar una identidad visual y verbal distintiva y coherente para la marca Panchimalco creando una imagen memorable y reconocible que resalte los valores y atractivos únicos del destino.
Fomentar la participación activa de la comunidad local en la promoción y gestión del turismo para generar un sentido de pertenencia y orgullo en los habitantes de Panchimalco

UNIDAD DE TURISMO DE PANCHIMALCO			
	MANUAL DE MARCA		
Fecha:	01	02	2025
Código:	-	Versión:	01

Identidad Visual



Descripción de los componentes:

1. Iconografía Central:

→ Círculo Segmentado: El círculo central, dividido en secciones, representa la diversidad de Panchimalco. Cada segmento actúa como una ventana a diferentes aspectos de la identidad del territorio.

→ Parroquia Santa Cruz de Roma: La representación estilizada de la parroquia en la sección superior central es un homenaje al patrimonio colonial de Panchimalco. Su inclusión establece un vínculo inmediato con la historia y la arquitectura del lugar.

→ Montañas: La sección superior derecha muestra montañas, evocando el paisaje natural de Panchimalco y su entorno montañoso.

→ Patrones Indígenas: Los patrones en la sección derecha inferior hacen referencia a la rica herencia indígena de Panchimalco, conectando la marca con las raíces ancestrales del territorio.

→ Casa y Puerta: La sección izquierda central muestra una casa con una puerta, representando la arquitectura local y la hospitalidad de la comunidad.

→ Flor: La flor en la sección inferior derecha es un símbolo de la fiesta de las flores y las palmas, una celebración emblemática de Panchimalco.

→ Río: La línea ondulada en la sección inferior izquierda representa un río, simbolizando la conexión con la naturaleza y la exploración del territorio.

2. Tipografía:

→ La palabra PANCHIMALCO en la parte inferior del logo utiliza una tipografía sans-serif moderna y legible. Su simplicidad contrasta con la complejidad del icono, creando un equilibrio visual.

3. Paleta de Colores:



→ |Los colores terrosos y naturales (tonos de beige, verde y azul) refuerzan la conexión con la tierra y el paisaje de Panchimalco.

→ El rojo vibrante de la flor añade un toque de vitalidad y celebra la cultura local.

Identidad visual

Propuesta de Eslogan

"Panchimalco: Herencia Viva"

Es un eslogan conciso y poderoso que encapsula la esencia del territorio como un destino turístico rico en historia y cultura. La frase transmite la idea de que Panchimalco no es solo un lugar con un pasado histórico, sino un espacio donde la herencia cultural sigue presente y vibrante en la vida cotidiana de su gente.

Elementos Clave y su Significado

- → Herencia: Esta palabra evoca la rica historia de Panchimalco, desde sus raíces indígenas hasta su pasado colonial. Sugiere un legado cultural transmitido a través de generaciones.
- → Viva: Este adjetivo dinamiza el concepto de herencia, indicando que no se trata de algo estático o relegado al pasado, sino de una parte integral de la identidad y la vida actual de Panchimalco.

Mensaje de la marca

Valores de la marca

Autenticidad: Panchimalco se enorgullece de su rica herencia cultural e histórica, que se manifiesta en sus tradiciones, arquitectura y gastronomía. La marca busca transmitir la autenticidad de Panchimalco como un destino que ofrece experiencias genuinas y memorables.

Comunidad: Panchimalco es un pueblo unido y acogedor, donde los visitantes son recibidos con calidez y hospitalidad. La marca busca fomentar un sentido de comunidad y pertenencia, invitando a los turistas a conectar con la gente y la cultura local.

Creatividad: Panchimalco es un centro de expresión artística y cultural, donde florecen la creatividad y la innovación. La marca busca celebrar la creatividad de Panchimalco, destacando sus manifestaciones artísticas y culturales.

Sostenibilidad: Panchimalco se compromete a preservar su patrimonio natural y cultural para las futuras generaciones. La marca busca promover un turismo responsable y sostenible, que beneficie a la comunidad local y proteja el medio ambiente.

Celebración: Panchimalco es un lugar de alegría y celebración, donde las tradiciones y festividades se viven con pasión y entusiasmo. La marca busca transmitir el espíritu festivo de Panchimalco, invitando a los visitantes a participar en sus celebraciones.

Mensaje de la marca

Voz de la marca

Tono: Amigable, cálido, acogedor, cercano, inspirador, respetuoso.
Lenguaje: Claro, sencillo, evocador, descriptivo, emotivo, inclusivo.
Estilo: Narrativo, descriptivo, experiencial, testimonial, poético.

Historia de la Marca

Panchimalco es un pueblo con una historia milenaria, que se remonta a la época prehispánica. Fundado por los pipiles, Panchimalco conserva vestigios de su pasado indígena en sus tradiciones, costumbres y lengua. Durante la época colonial, Panchimalco se convirtió en un importante centro religioso y cultural, como lo demuestra la majestuosa Parroquia Santa Cruz de Roma.

A lo largo de los siglos, Panchimalco ha sabido conservar su identidad y su patrimonio, adaptándose a los cambios y desafíos del tiempo. Hoy en día, Panchimalco es un destino turístico que ofrece una experiencia única y auténtica, donde los visitantes pueden descubrir la riqueza de su historia, la belleza de su naturaleza y la calidez de su gente.

La marca Panchimalco busca transmitir esta historia a través de sus mensajes y experiencias, invitando a los visitantes a ser parte de la herencia viva de este pueblo mágico.

Estrategia de Marketing

Público Objetivo

Turistas Nacionales y Extranjeros

- Interés en realizar turismo interno
- Realizar actividades de ocio y relajación
- Formar parte de la población económicamente activa
- Tiempo dedicado a realizar turismo ocasional y frecuente

Canales de Marketing

Sitio Web:

- Crear un sitio web atractivo y fácil de usar, con información completa sobre Panchimalco (atractivos, actividades, alojamiento, gastronomía, etc.).
- Incluir un blog con artículos sobre la cultura, la historia y la naturaleza de Panchimalco.
- Ofrecer la posibilidad de reservar tours y actividades en línea.

UNIDAD DE TURISMO DE PANCHIMALCO			
	MANUAL DE MARCA		
	Fecha:	01	02	2025
	Código:	-	Versión:	01

Estrategia de Marketing

Redes Sociales:

- Utilizar plataformas como Facebook, Instagram y YouTube para compartir contenido visual atractivo (fotos, videos, historias).
- Interactuar con los seguidores, responder a sus preguntas y comentarios.
- Realizar campañas publicitarias segmentadas para llegar a diferentes públicos.

Marketing de Contenidos:

- Crear contenido de alta calidad (artículos, videos, infografías) que destaque los atractivos de Panchimalco.
- Utilizar palabras clave relevantes para mejorar el posicionamiento en buscadores (SEO).
- Distribuir el contenido a través de diferentes canales (sitio web, redes sociales, correo electrónico).

Relaciones Públicas:

- Establecer relaciones con medios de comunicación locales, nacionales e internacionales.
- Organizar viajes de prensa para dar a conocer Panchimalco a periodistas y blogueros.
- Participar en ferias y eventos turísticos para promocionar el destino.

Colaboraciones:

- Establecer alianzas con agencias de viajes, tour operadores y otros actores del sector turístico.
- Colaborar con influencers y blogueros de viajes para generar contenido sobre Panchimalco.
- Realizar promociones conjuntas con otros destinos turísticos cercanos.

Merchandasing



Requerimientos del proyecto de Marketing

Recurso Humano

Tabla 233 Detalle del recurso humano para el proyecto marketing

Descripción	Cantidad	Salario	Costo Total
Coordinador general	1	$408.80	$408.80
Diseñador gráfico	1	$408.80	$408.80
Community Manager	1	$500	$500
Fotógrafo / Videógrafo	1	$204.40	$204.40
Total			$1,750.00

Materia Prima e Insumos

Tabla 234 Detalle la materia prime e insumos para el proyecto marketing

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Camisetas promocionales	50	$5.00	$250.00
Tazas promocionales	50	$3.00	$150.00
Llaveros promocionales	100	$1.50	$150.00
Material publicitario impreso	100	$0.75	$75.00
Insumos para kits turísticos	50	$4.00	$200.00
Papelería y materiales de oficina	1	$100.00	$100.00
Servicios de impresión y diseño	1	$180.00	$180.00
Total			$1,105.00

B. Proyecto: Promoción turística del territorio de Panchimalco

El proyecto se enfoca en resaltar la autenticidad y el encanto único del territorio de Panchimalco, creando una narrativa que conecte emocionalmente con los potenciales visitantes. Se busca aprovechar las nuevas tecnologías y plataformas digitales, así como las estrategias de marketing tradicional, para alcanzar a diferentes segmentos de mercado y promover un turismo sostenible y responsable.

La colaboración con los actores locales, incluyendo empresarios, comunidades y autoridades, será clave para el éxito de este proyecto. Se busca generar un sentido de

pertenencia y orgullo en la comunidad, involucrándola activamente en la promoción del turismo.

Objetivos

- → Desarrollar una propuesta de promoción para incrementar el número de visitantes y posicionar al destino como una opción atractiva en el mercado turístico.
- → Crear contenido que resalte la historia, las tradiciones y la identidad única del territorio de Panchimalco para atraer a turistas interesados en la cultura y en vivir experiencias auténticas

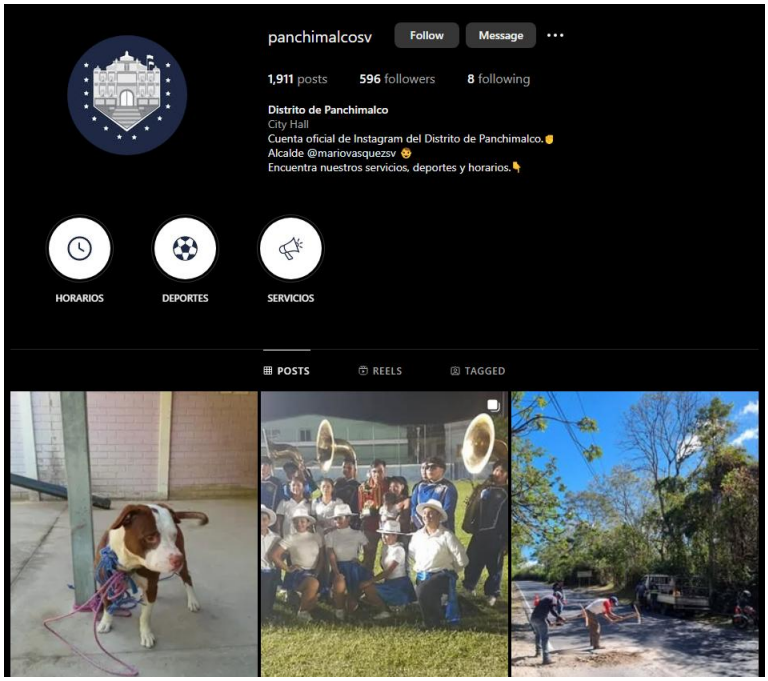
Administración de páginas de redes sociales

Actualmente la gobernanza del territorio de Panchimalco ya cuenta con un perfil de Facebook e Instagram creado, en donde dan a conocer noticias y hechos relevantes del territorio, por lo que se sugiere incorporar a esta gestión lo referente a la promoción de la unidad de turismo.

Ilustración 143. Perfil de Facebook del distrito de Panchimalco



Ilustración 144. Perfil de Instagram del distrito de Panchimalco



Se utilizará las páginas web para dar a conocer al territorio, esta página mostrará todos los atractivos y recursos turísticos, se pretende que se dé a conocer la oferta de las rutas turísticas. Además de mostrar el arte, cultura, historia, gastronomía entre otros recursos.

Lineamientos para la gestión de redes sociales.

- → Publicar anuncios y contenido orgánico que destaquen las características y beneficios de la aplicación.
- → Utilizar hashtags relevantes (#Panchimalco, #TurismoElSalvador, etc.) para aumentar la visibilidad.
- → Publicar contenido interactivo (encuestas, preguntas, etc.) para fomentar la participación de los usuarios.
- → Responder a los comentarios y mensajes de los usuarios de manera oportuna.
- → Crear grupos o comunidades en línea para que los usuarios compartan sus experiencias con la aplicación.
- → Publicar fotos y videos de alta calidad de Panchimalco y sus atractivos turísticos.
- → Utilizar gráficos y diseños atractivos para promocionar
- → Realizar transmisiones en vivo para mostrar cómo se vive la experiencia turística en las rutas y responder a las preguntas de los usuarios.
- → Participar en eventos y festivales para promocionar la oferta turística

Horarios de Mejores Resultados

Facebook: Días laborables: 11 a.m. a 1 p.m. y Fines de semana: 9 a.m. a 1 p.m.
Instagram: Días laborables: 12 p.m. a 1 p.m. y Fines de semana: 9 a.m. a 11 a.m.

Ilustración 145. Imágenes ilustrativas del territorio



Fuente: Facebook Alcaldía San Salvador Sur

Diseño de publicidad de rutas turísticas:

Ilustración 146. Publicidad de oferta de rutas turísticas



C. Proyecto: Organización y participación de ferias y eventos

Este proyecto se enfoca en fortalecer la promoción turística de Panchimalco a través de la participación estratégica en ferias y eventos, tanto a nivel local como externo. Reconociendo la importancia de estos espacios para la difusión de la oferta turística y el fomento de la economía local.

Objetivos

- → Optimizar la organización y gestión de los eventos tradicionales de Panchimalco, como la Cofradía de las Flores y las Palmas, el Festival de la Anona y el Festival del Tamarindo.
- → Establecer alianzas estratégicas para promover Panchimalco como destino turístico.

Organización de ferias locales.

En Panchimalco se cuenta con diferentes ferias y eventos, los que destacan principalmente son la cofradía de las flores y las palmas, el festival de la anona y el festival del tamarindo, por ello este proyecto se enfocará en el establecimiento de las generalidades para dichos eventos, de manera que se pueda explotar los recursos turísticos incrementando el flujo de turistas en la zona por las festividades.

1. **Cofradía de las flores y las palmas.**

Tabla 235 Descripción de la festividad cofradía de las flores y las palmas

UNIDAD DE TURISMO DE PANCHIMALCO	
PANCHIMALCO	**Ferias y eventos**
	Lineamientos Generales de la Realización de ferias y eventos.
	Cofradía de las flores y las palmas
Generalidades del Evento	
Tipo de Evento: Celebración religiosa y cultural. **Fecha de realización:** Primer domingo de mayo **Ubicación:** Panchimalco, El Salvador (principalmente en el centro del pueblo y la Parroquia Santa Cruz de Roma).	

Ilustración 147. Fotografía ilustrativa del lugar de desarrollo de la festividad



Participantes:

- → Comunidades locales (cofradías, familias, grupos religiosos).
- → Artesanos y vendedores de flores y palmas.
- → Turistas nacionales e internacionales.
- → Autoridades locales y religiosas.

Planificación y Logística

Organización:

- → Coordinación con la Parroquia Santa Cruz de Roma y las cofradías locales.
- → Establecimiento de rutas para la procesión.
- → Asignación de espacios para artesanos y vendedores.
- → Coordinación de seguridad y logística (tráfico, primeros auxilios).

Preparación:

- → Elaboración de las palmas y arreglos florales (proceso artesanal).
- → Ensayos de los grupos de danza y música tradicional.
- → Preparación de la iglesia y los altares.

Desarrollo del Evento:

- → Misa dominical
- → Procesión con palmas y flores por las calles de Panchimalco.
- → Presentaciones de danza y música tradicional.
- → Venta de artesanías y productos locales

Promoción en redes Sociales:

- → Publicaciones en Facebook, Instagram y otras plataformas.
- → Uso de hashtags relevantes (#CofradíaFloresPalmas, #Panchimalco, etc.).
- → Transmisiones en vivo de la procesión y las actividades.

Medios de Comunicación:

- → Comunicados de prensa a medios locales y nacionales.
- → Entrevistas con organizadores y participantes.
- → Cobertura del evento en televisión y radio.

Materiales Promocionales:

- → Afiches y folletos informativos.
- → Mapas con la ruta de la procesión.
- → Productos conmemorativos

Ilustraciones del evento




2. Festival de la anona

Tabla 236 Descripción del festival de la anona

UNIDAD DE TURISMO DE PANCHIMALCO	
PANCHIMALCO	**Ferias y eventos**
	Lineamientos Generales de la Realización de ferias y eventos.
	Festival de la anona

Generalidades del Evento

Tipo de Evento: Festival gastronómico y cultural.

Fecha de realización: Usualmente se lleva a cabo en agosto, coincidiendo con la temporada de cosecha de la anona.

Ubicación:
El centro del pueblo.
La Ermita del cantón Los Troncones.
Cantones y caseríos específicos conocidos por la producción de anonas.

Ilustración 148. Recorrido desde el centro de Panchimalco hacia los cultivos de anona



Fuente: Google Maps

Participantes:

- → Productores locales de anona.
- → Vendedores de productos derivados de la anona (bebidas, postres, platillos).
- → Artesanos locales.
- → Grupos de música y danza folclórica.
- → Turistas nacionales e internacionales.
- → Familias locales.

Planificación y Logística

Organización:

- → Coordinación con productores locales y comunidades.
- → Establecimiento de áreas para venta de productos y actividades culturales.
- → Coordinación de permisos y logística (seguridad, limpieza, etc.).
- → Coordinación de los horarios de las actividades culturales.
- → Coordinación de seguridad y logística (tráfico, primeros auxilios).

Preparación:

- → Preparación de los productos derivados de la anona
- → Decoración de los espacios de venta y actividades culturales.
- → Difusión del evento en los diferentes medios de comunicación.

Desarrollo del Evento:

- → Venta de anonas y productos derivados.
- → Degustaciones gastronómicas.
- → Presentaciones de música y danza folclórica.
- → Venta de artesanías locales.
- → Actividades recreativas para niños y adultos.

Promoción en redes Sociales:

- → Publicaciones en Facebook, Instagram y otras plataformas.
- → Uso de hashtags relevantes (#FestivalDeLaAnona, #Panchimalco, etc.).
- → Transmisiones en vivo de la procesión y las actividades.

Medios de Comunicación:

- → Comunicados de prensa a medios locales y nacionales.
- → Entrevistas con organizadores y participantes.
- → Cobertura del evento en televisión y radio.

Materiales Promocionales:

- → Afiches y folletos informativos.
- → Mapas con la ruta de la procesión.
- → Productos conmemorativos

Ilustraciones del evento



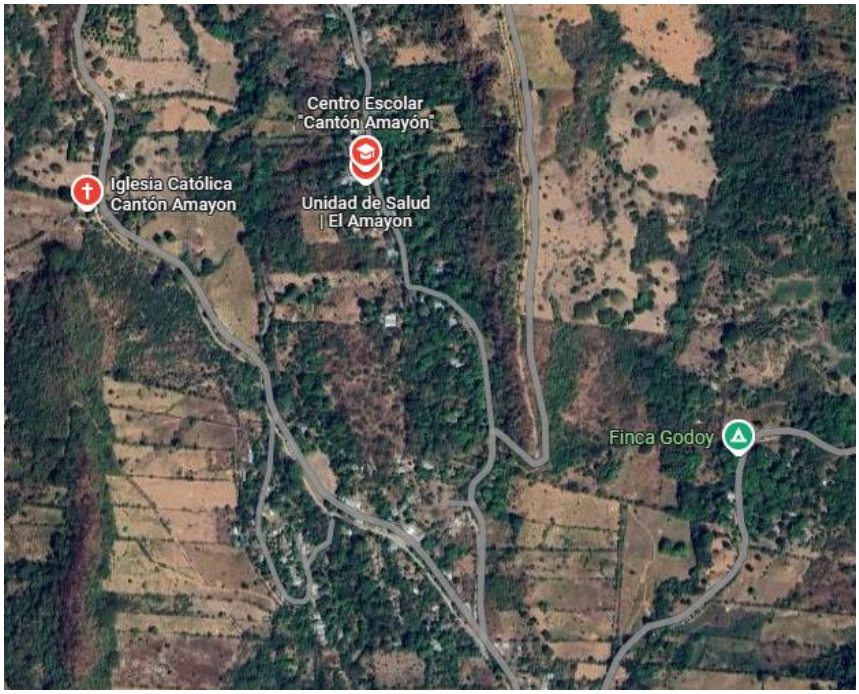


3. Festival del tamarindo

Tabla 237 Descripción del festival del tamarindo

UNIDAD DE TURISMO DE PANCHIMALCO	
PANCHIMALCO	**Ferias y eventos**
	Lineamientos Generales de la Realización de ferias y eventos.
	Festival del tamarindo
Generalidades del Evento	
Tipo de Evento: Festival gastronómico y cultural. **Fecha de realización:** Usualmente se lleva a cabo durante la temporada de cosecha del tamarindo, que generalmente ocurre en los meses de marzo y abril. **Ubicación:** El centro del pueblo. Cantones y caseríos específicos conocidos por la producción de tamarindo. Espacios públicos designados para eventos y ferias.	

Ilustración 149. Cantón de desarrollo del festival



Fuente: Google Maps

Participantes:

- → Productores locales del tamarindo.
- → Vendedores de productos derivados de la anona (bebidas, postres, platillos).
- → Artesanos locales.
- → Grupos de música y danza folclórica.
- → Turistas nacionales e internacionales.
- → Familias locales.

Planificación y Logística

Organización:

- → Coordinación con productores locales y comunidades.
- → Establecimiento de áreas para venta de productos y actividades culturales.
- → Coordinación de permisos y logística (seguridad, limpieza, etc.).
- → Coordinación de los horarios de las actividades culturales.

→ Coordinación de seguridad y logística (tráfico, primeros auxilios).

Preparación:

→ Preparación de los productos derivados del tamarindo

→ Decoración de los espacios de venta y actividades culturales.

→ Difusión del evento en los diferentes medios de comunicación.

Desarrollo del Evento:

→ Venta de tamarindo y productos derivados.

→ Degustaciones gastronómicas.

→ Presentaciones de música y danza folclórica.

→ Venta de artesanías locales.

→ Actividades recreativas para niños y adultos.

Promoción en redes Sociales:

→ Publicaciones en Facebook, Instagram y otras plataformas.

→ Uso de hashtags relevantes (#FestivalDelTamarindo, #Panchimalco, etc.)

→ Transmisiones en vivo de la procesión y las actividades.

Medios de Comunicación:

→ Comunicados de prensa a medios locales y nacionales.

→ Entrevistas con organizadores y participantes.

→ Cobertura del evento en televisión y radio.

Materiales Promocionales:

→ Afiches y folletos informativos.

→ Mapas con la ruta de la procesión.

→ Productos conmemorativos

Ilustraciones del evento




4. **Participación en ferias turísticas.**

Además de aquellas ferias y eventos en donde la unidad de turismo es la responsable de su desarrollo también se debe identificar oportunidades de participar en eventos de terceros, esto con el objetivo de acercarse más al mercado de consumidores potenciales. Por tanto, la participación de la unidad de turismo en dichos eventos será regulada por los siguientes lineamientos:

Selección de Ferias Estratégicas

- → Buscar ferias especializadas en turismo cultural, de aventura o gastronómico, y los relacionados a los atractivos de Panchimalco que forman parte de las rutas turísticas.
- → Participar en ferias de artesanía y cultura para promover los productos locales y las tradiciones de Panchimalco.

Planificación y Logística

Formación de un Equipo de Participación:

- → Designar un equipo responsable de la planificación, logística y participación en las ferias.
- → Incluir representantes de la Unidad de Turismo, artesanos, productores locales y guías turísticos.

Elaboración de un Presupuesto Detallado:

- → Calcular los costos de participación en cada feria (alquiler de stand, transporte, alojamiento, materiales promocionales, etc.).
- → Buscar fuentes de financiamiento (fondos públicos, patrocinios, colaboración con agencias de viaje).

Diseño y Montaje del Stand:

- → Crear un stand atractivo y funcional que refleje la identidad de Panchimalco.
- → Utilizar elementos visuales impactantes (fotos, videos, artesanías).
- → Incluir un área de degustación de los productos locales.

Materiales Promocionales:

- → Elaborar folletos, mapas y guías turísticas en varios idiomas.
- → Crear videos promocionales de alta calidad.
- → Diseñar souvenirs y productos conmemorativos.

Promoción y Difusión
Estrategia de Marketing Digital:

- → Promocionar la participación en ferias a través de redes sociales, sitios web y correo electrónico.
- → Utilizar hashtags relevantes y crear contenido atractivo.

Actividades en la Feria
Presentaciones Culturales:

- → Realizar demostraciones de artesanía y cocina local.

Degustaciones Gastronómicas:

- → Ofrecer degustaciones de productos locales

Actividades Interactivas:
Organizar talleres de artesanía y cocina para los visitantes.
Brindar información de los recorridos turísticos.

Requerimientos de participación en ferias

Tabla 238 Requerimientos de participación en ferias

Requerimiento	Descripción
Formulario de Inscripción	Completar el formulario de inscripción de la feria, proporcionando información sobre Panchimalco y su oferta turística. El costo puede variar dependiendo la localidad y la organización del evento
Pago de la Cuota de Inscripción	Realizar el pago de la cuota de inscripción, que varía según la feria y el tamaño del espacio deseado.
Reserva de Espacio	Seleccionar y reservar el espacio para el stand, considerando la ubicación y el tamaño adecuado.
Diseño del Stand	Diseñar un stand atractivo y funcional que refleje la identidad de Panchimalco.
Montaje del Stand	Contratar personal y equipo para el montaje del stand, incluyendo la instalación de paneles, iluminación, mobiliario, etc.

Folletos y Mapas	Elaborar folletos y mapas turísticos en varios idiomas, destacando los atractivos de Panchimalco.
Personal de Atención al Público	Designar personal capacitado para atender a los visitantes en el stand, proporcionar información y responder a sus preguntas.
Transporte	Organizar el transporte de materiales, personal y productos hacia y desde la feria.

Recursos operativos

Stand de ferias: Espacio designado dentro de la feria para la presentación de los productos y promocionarlos **Carpa:** Estructura similar a una pequeña tienda para delimitar el espacio del stand **Mesas plegables:** Utilizada dentro de los Stand para presentar los productos **Sillas:** Para los participantes del stand puedan tomar asiento cuando lo requieran **Rótulos informativos:** En los que se detalla la finalidad de la feria Costo aprox. Entre $500 y $600	**Tarima:** Sera el escenario principal donde se dará presentación al festival y donde se presentarán puntos artísticos (6x4M) **Carpa:** Estructura que delimitará y dará sombra a la tarima **Sillas:** Para los participantes que se encuentren sobre la tarima y requieran el uso de estas **Banderines decorativos:** Alusivos a la feria que se esté dando y que resale la tarima Costo aprox. Entre $700 y $900

Recurso humano

Tabla 239 Recursos humanos de participación en ferias

Puesto	Descripción	Cantidad	Salario
Coordinador general de eventos	Responsable de la planificación general, contacto con proveedores, gestión del cronograma.	1	$1,000.00
Promotor/a turístico	Apoya con la contratación de servicios, alquileres, transporte y montaje, coordina con participantes, comunidades y promueve el evento.	1	$800.00
Diseñador gráfico	Diseña materiales promocionales (banners, volantes, identificaciones).	1	$600.00

V. Programa “Cultura y conciencia turística”

Introducción al programa:

El programa tiene como iniciativa clave garantizar que el plan de desarrollo turístico se lleve a cabo de manera responsable y sostenible buscando a través de él que toda la riqueza cultural y natural que posee el territorio sea valorizada, promoviendo su respeto a los visitantes. Para ellos es primordial reconocer el papel que posee la comunidad en la preservación de la cultura y que con ayuda de ellos poder construir un turismo consiente, con este programa se pretende implementar estrategias que fortalezcan la identidad local y fomentar el respeto por el entorno.

Su enfoque principal es sensibilizar a la comunidad local como a los visitantes sobre la importancia de preservar y promover el patrimonio de Panchimalco. Se busca crear una cultura turística basada en el respeto de las tradiciones actuales, y toda la historia que se posee, esto se llevará a cabo a través de actividades educativas, campañas de sensibilización y proyectos de conservación, este programa será una contribución para la comunidad para garantizar su sostenibilidad en el tiempo.

Objetivo General:

Fomentar una cultura de turismo sostenible en Panchimalco, promoviendo la conservación del patrimonio cultural y natural, valorizando y fomentado la participación de forma activa de los pobladores de Panchimalco.

Objetivos Específicos:

- → Diseñar proyectos orientados a la conservación y restauración de los principales sitios históricos y naturales de Panchimalco.
- → Sensibilizar a los habitantes y los visitantes del territorio a fin de aumentar la conciencia y el reconocimiento del patrimonio cultural y natural de Panchimalco.
- → Impulsar prácticas de turismo responsable que minimicen los impactos negativos y potencien los beneficios del turismo en la comunidad.

→ Difundir el respeto por las tradiciones y expresiones culturales locales, promoviendo el intercambio de experiencias auténticas entre habitantes y turistas.

Proyectos a desarrollar:

→ Sensibilización comunitaria
→ Conservación y rescate de los patrimonios naturales y culturales

A. Proyecto: Sensibilización comunitaria

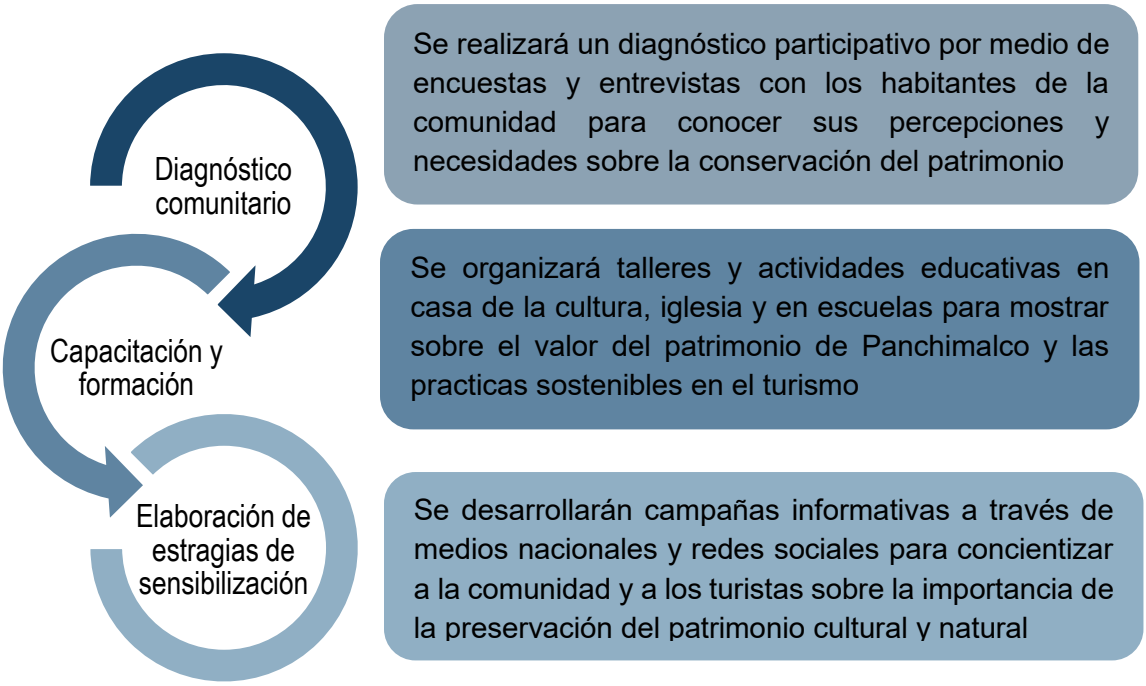
Este proyecto tiene como propósito aumentar el compromiso de la comunidad de Panchimalco en la preservación y promoción del patrimonio cultural y natural, esto por medio de una participación activa y proactiva de los habitantes para reforzar su sentido de identidad y responsabilidad con su entorno, de manera que se adopten prácticas de turismo sostenible

Objetivos:

→ Incrementar el conocimiento de la comunidad local sobre el valor de su patrimonio cultural y natural, proporcionándoles información relevante y accesible que permita reconocer la importancia de su conservación y protección.
→ Fortalecer la identidad cultural de Panchimalco, reforzando el sentido de pertenencia y orgullo entre sus habitantes, a través de actividades comunitarias, eventos culturales y espacios de dialogo.
→ Fomentar la adopción de prácticas sostenibles dentro del turismo local, promoviendo el respeto por el medio ambiente y cultura.

Metodología

Ilustración 150 Metodología programa de sensibilización comunitaria



1. Diagnóstico comunitario

El diagnóstico comunitario será la primera fase de la sensibilización, y es fundamental para obtener una visión real y profunda de la opinión de los habitantes de Panchimalco sobre el patrimonio cultural y natural, para poder determinar sus necesidades, y expectativas sobre el turismo y como este influye en el patrimonio, además se busca que los pobladores sean los protagonistas en identificar los puntos de mejoras en la preservación del patrimonio.

Se empleará un enfoque metodológico mixto en el cual se combinará técnicas cualitativas y cuantitativas para lograr una mejor visión, mediante las técnicas cualitativas

permitirán visualizar las experiencias y percepciones y con las cuantitativas proporcionar datos estadísticos

Técnicas a emplear: Grupos focales

Tabla 240 Ficha técnica grupo focal a habitantes de Panchimalco

Ficha técnica Grupo Focal a habitantes de Panchimalco	
Objetivo:	Recopilar información sobre las opciones, percepciones y experiencias de los habitantes de Panchimalco hacia el patrimonio cultural, identificando los puntos de mejoras para fortalecer la sensibilización comunitaria y la preservación del patrimonio
Ámbito	Comunidad de Panchimalco
Tipo de muestreo	Muestreo no probabilístico.
Método de muestreo	Muestreo por juicio, a través de los principales líderes comunitarios
Instrumento	Guía de discusión semiestructurada, con preguntas abiertas
Método de recolección	Discusión grupal guiada por un moderador y con un observador que tomara notas detalladas
Observadores	Personal de la Unidad de Turismo de Panchimalco
Objeto de estudio	-Percepciones sobre el estado actual del patrimonio cultural de Panchimalco -Identificación de factores que influyen en la valoración y transmisión del patrimonio cultural -Detección de problemáticas que afectan el patrimonio cultural

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

TEMA: GRUPO FOCAL DE DIAGNÓSTICO COMUNITARIO SOBRE EL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DE PANCHIMALCO

Objetivo del grupo focal: Recopilar información sobre las opciones, percepciones y experiencias de los habitantes de Panchimalco hacia el patrimonio cultural, identificando los puntos de mejoras para fortalecer la sensibilización comunitaria y la preservación del patrimonio

Estructura:

1. Inicio
   - → Bienvenida, explicación del objetivo y de normas de convivencia
   - → Presentación de los participantes

2.Dinamica de participación
   - → Presentación de imágenes del patrimonio de Panchimalco y pregunta inicial de ¿Qué significa el patrimonio cultural de Panchimalco para ustedes?

3.Discusión central
   - → ¿Cuáles consideran que son los elementos más representativos del patrimonio cultural de Panchimalco?
   - → ¿Cómo creen que la comunidad valora actualmente su patrimonio cultural? ¿Ha cambiado esa valoración con el tiempo?
   - → ¿Cómo se transmiten las tradiciones y conocimientos culturales en Panchimalco? ¿Qué papel juegan las generaciones mayores?
   - → ¿Sienten que las nuevas generaciones están interesadas en el patrimonio cultural?
   - → ¿Qué tipo de actividades o programas creen que serían más efectivos para sensibilizar a la comunidad?
   - → ¿Cómo creen que se podría aumentar la participación de la comunidad en la protección y promoción del patrimonio?
   - → ¿Cómo creen que el turismo afecta al patrimonio cultural? ¿De manera positiva o negativa?
   - → ¿Existen grupos u organizaciones en la comunidad que ya estén trabajando en la preservación del patrimonio?
   - → ¿Qué papel sienten que juegan ustedes como individuos en la preservación del patrimonio cultural?

4.Cierre

→ Resumen de las ideas claves

→ Comentarios finales y agradecimientos

Tabla 241 Ficha técnica Encuesta a habitantes de Panchimalco

Ficha técnica Encuesta a habitantes de Panchimalco	
Objetivo:	Recopilar información sobre percepciones y niveles de conocimiento de los habitantes de Panchimalco respecto a su patrimonio cultural y natural
Ámbito	Comunidad de Panchimalco mayores de 16 años
Tipo de muestreo	Muestreo probabilístico.
Método de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Instrumento	Cuestionario estructurado con preguntas cerradas
Método de recolección	Aplicación de encuestas presenciales
Observadores	Personal de la Unidad de Turismo de Panchimalco
Objeto de estudio	-Conocimiento del Patrimonio Cultural Local -Actitudes hacia la Preservación del Patrimonio -Participación en Actividades Culturales

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

TEMA: ENCUESTA DE DIAGNÓSTICO COMUNITARIO SOBRE EL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DE PANCHIMALCO

Objetivo de la encuesta: Recopilar información sobre percepciones y niveles de conocimiento de los habitantes de Panchimalco respecto a su patrimonio cultural y natural

1. Edad: ____

2. Género:

( ) Masculino ( ) Femenino ( ) Otro

3. Lugar de Residencia (Barrio/Comunidad): ____

4. ¿Cuáles de los siguientes elementos considera parte del patrimonio cultural de Panchimalco?

( ) Iglesia Santa Cruz de Roma ( ) Cofradía de las flores y las palmas

( ) Parques naturales ( ) Mirador de los planes de Renderos

( ) Las artesanías locales ( ) Gastronomía Loca

( ) Otro (especifique): ____

5. En una escala del 1 al 5 (1 = nada, 5 = mucho), ¿cuánto valora usted el patrimonio cultural de Panchimalco?

1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( )

6.¿Cree que el patrimonio cultural de Panchimalco se está preservando adecuadamente?

( ) Sí ( ) No ( ) No estoy seguro

7. ¿Cómo cree que ha cambiado la valoración del patrimonio cultural en los últimos años?

( ) Ha aumentado ( ) Ha disminuido ( ) Se mantiene igual

8. ¿Con qué frecuencia participa en eventos o actividades culturales en Panchimalco?

( ) Semanalmente ( ) Mensualmente ( ) Anualmente ( ) Nunca

9. ¿Ha participado en alguna actividad de sensibilización sobre el patrimonio cultural de Panchimalco?

( ) Sí ( ) No

10. ¿Qué tipo de actividades de sensibilización considera más efectivas? (Marque todas las que apliquen)

( ) Talleres educativos ( ) Charlas comunitarias ( ) Eventos culturales

( ) Campañas en redes sociales ( ) Otro (especifique): ____

11. ¿Cómo cree que el turismo afecta al patrimonio cultural de Panchimalco?

( ) Positivamente ( ) Negativamente ( ) No afecta

12. ¿Cree que el turismo puede contribuir a la preservación del patrimonio cultural?

( ) Sí ( ) No ( ) No estoy seguro

2. Capacitación y formación

La capacitación va orientada a desarrollar las habilidades y conocimientos de los residentes de Panchimalco para que sean parte de la conservación del patrimonio cultural y natural y a su vez se desarrolle un turismo sostenible, se enfoca principalmente en una capacitación práctica y teórica sobre temas claves sobre compartir y preservar las tradiciones, historias y sitios emblemáticos de Panchimalco, fomentando un sentido de orgullo y responsabilidad.

Se realizará un taller el cual será dirigido a toda la población del territorio de Panchimalco que quiera participar, estos talleres se desarrollaran dentro de las escuelas del territorio, iglesias y la casa de la cultura

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

TEMA: Taller de capacitación

Objetivo: Proporcionar a los participantes las herramientas y técnicas necesarias para comunicar y sensibilizar sobre el valor del patrimonio cultural de Panchimalco.

Módulos del Taller:

1.Explorando Nuestro Patrimonio:

- → Identificación de los elementos clave del patrimonio cultural de Panchimalco (tangible e intangible).
- → Investigación y documentación de historias, leyendas y tradiciones locales.

2.Técnicas de Narración y Comunicación:

- → Desarrollo de habilidades para contar historias de manera atractiva y efectiva.
- → Uso de recursos visuales y narrativos para enriquecer la comunicación.

3.Diseño de Actividades de Sensibilización:

- → Creación de talleres, rutas guiadas y eventos culturales para diferentes públicos.

→ Adaptación de los mensajes y actividades a las necesidades de la comunidad y los visitantes. 4.Prácticas y Simulaciones: → Simulación de actividades de sensibilización en sitios emblemáticos de Panchimalco. → Retroalimentación y evaluación del desempeño de los participantes.

3. Estrategias de sensibilización

En estas estrategias se busca crear conciencia y fomentar la responsabilidad de preservar el patrimonio cultural y natural de Panchimalco en los habitantes y visitantes, esto mediante campañas informativas en la que se utilicen medios locales y plataformas digitales para difundir la información.

Tabla 242 Estrategias de sensibilización comunitaria

Mensaje clave:	→ Elementos más representativos del patrimonio de Panchimalco → Mensajes atractivos sobre la importancia de la preservación
Medios a utilizar	Radio → Anunció cortos para difundir la importancia del patrimonio cultura Prensa → Artículos de periódico con imágenes sobre el patrimonio de Panchimalco
Campañas a utilizar	Redes sociales → Crear publicaciones atractivas con fotos, videos sobre Panchimalco y su patrimonio a través de canales de la alcaldía

	→ Realizar videos cortos sobre tradiciones por parte de los pobladores → Utilizar Facebook, Instagram, YouTube y TikTok para llegar a diferentes segmentos de público.
Actividades complementarias	Ferias → Organizar eventos culturales y ferias artesanales para promover el patrimonio, y utilizar estos espacios para distribuir material informativo y realizar actividades de sensibilización.

En el desarrollo del proyecto de sensibilización comunitaria se propone la participación de la participación de la comunidad indígena desde una perspectiva activa, ya que serán todos los habitantes los protagonista en la preservación y promoción del patrimonio cultural y natural, Las fases de diagnóstico comunitario, capacitación y estrategias de sensibilización garantizan su involucramiento directo en la identificación de necesidades, la formulación de acciones y la ejecución de actividades culturales.

A través de las actividades como grupos focales y encuestas comunitarias, se busca incorporar las percepciones de la población indígena, saberes tradicionales y prácticas ancestrales que ellos desarrollan en su vida cotidiana, fortaleciendo así su identidad y sentido de pertenencia. Estas dinámicas permiten que las decisiones relacionadas con el turismo no sean impuestas de manera externa, sino construidas de forma colaborativa con quienes habitan el territorio.

Requerimientos del proyecto de sensibilización comunitaria

Recurso Humano

Tabla 243 Recurso humano del proyecto de sensibilización comunitaria

Puesto	Descripción	Cantidad	Salario
Facilitadores	Especialistas en sensibilización comunitaria y conservación del patrimonio cultural que sean encargados	2	$200.00

	de realizar los grupos focales y las capacitaciones.		
Community manager	Encargado de gestionar las campañas informativas y la difusión local y en plataformas digitales, además de crear material visual para las campañas.	1	$600.00

Recursos tecnológicos

Tabla 244 Material y equipo del proyecto de sensibilización comunitaria

Cargo requerido	Cantidad	Descripción
Redes sociales	5	Una cuenta por plataforma, Facebook, Instagram, X, TikTok, YouTube
Radio local	1	Se incorporará un programa a la radio local

Recursos operativos

Hojas tamaño carta (paquete 500 hojas): Se utilizarán para la impresión de materiales de apoyo, guías y ejercicios para los participantes. **Impresión de afiches y volantes para difusión:** Sirven para promocionar y dar a conocer las actividades del proyecto en la comunidad. **Plumones, marcadores y rotuladores:** Se usarán en las capacitaciones y dinámicas grupales para escribir en pizarras, rotafolios o carteles. **Cinta adhesiva y masking tape:** Facilitarán la colocación de afiches, carteles y otros materiales visuales durante las actividades. **Carpetas para material de participantes:** Permitirán entregar de forma ordenada el material impreso a cada participante.	**Oasis:** Se utilizará para mantener agua para los participantes en las capacitaciones que se realizaran **Sistema de micrófonos:** Micrófonos inalámbricos que servirán de apoyo para los facilitadores para que

Bolígrafos: Se entregarán a los participantes para que tomen notas durante las capacitaciones y talleres. Costo aprox. Entre $100.00 y $125.00	

B. Proyecto: Conservación y rescate del patrimonio natural y cultural.

El turismo, como motor de desarrollo, no debe limitarse a la mera atracción de visitantes con fines económicos. Es fundamental reconocer que el turismo debe ser una herramienta para promover y proteger el patrimonio natural y cultural, generando experiencias significativas y enriquecedoras para los visitantes. En Panchimalco, este enfoque es aún más relevante, ya que el municipio posee un rico legado histórico y cultural que merece ser preservado y transmitido a las futuras generaciones. Con el fin de contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural se plantean los siguientes criterios a cumplir y sus respectivas acciones:

- → **Códigos de conducta:** Se deberá contar con un código de conducta, el cual debe ser divulgado a la comunidad, visitantes y turistas.
- → **Preservación del patrimonio cultural:** Se deberá identificar las organizaciones o entidades que trabajen y contribuyan con la preservación y conservación del patrimonio cultural, con el fin de establecer alianzas estratégicas o actividades en conjunto para la preservación y conservación del patrimonio.
- → **Recuperación del patrimonio:** promover la recuperación del patrimonio arquitectónico y el uso de materiales tradicionales en la planta turística.
- → **Apoyo a las comunidades:** Se deberá apoyar el desarrollo de las comunidades u organizaciones que elaboran productos o prestan servicios, que promueven el uso sostenible de las materias primas utilizadas para su producción y que resalten las características propias de la zona.

Se establecen las herramientas de evaluación del estado de conservación de los atractivos naturales y culturales que permitirán dar seguimiento al impacto de la

ejecución del plan, cabe destacar que para el llenado de las evaluaciones se requiere de la aplicación de los estudios y análisis necesarios.

Tabla 245 Lista de chequeo de Inspección del estado del patrimonio natural

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Lista de chequeo de Inspección del estado del patrimonio natural

Fecha: _____ Atractivo Turístico: _____

Responsable:

_____

Indicación: Marque con un "✓", en la casilla que corresponde al resultado de la evaluación de cada criterio

Criterio	**Evaluación**			
Vegetación	Abundante	Moderada	Escasa	Nula
Fauna	Diversa	Moderada	Escasa	Nula
Superficie	Orgánico	Arenoso	Limoso	Rocoso
Recurso hídrico	Cristalino	Turbia	Contaminada	Residual
Accesibilidad	Óptima	Regular	Deficiente	Nula
Impacto ambiental	Crítico	Moderado	Baja	Nula

Hallazgos Importantes:

_____

_____

Tabla 246 Lista de chequeo de Inspección del estado del patrimonio cultural

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Lista de chequeo de Inspección del estado del patrimonio cultural

Fecha: _____ Atractivo Turístico: _____

Responsable: _____

Indicación: Marque con un "✓", en la casilla que corresponde al resultado de la evaluación de cada criterio

Criterio	**Evaluación**			
Época	Prehispánico	Colonial	Republicano	Contemporáneo
Estilo arquitectónico	Barroco	Neoclásico	Moderno	Contemporáneo
Estado arquitectónico	Íntegro	Alterado	Remodelado	Obsoleto
Administración	Gobierno	Unidad de turismo		Privado
Accesibilidad	Óptima	Regular	Deficiente	Nula
Impacto	Crítico	Moderado	Baja	Nula

Hallazgos Importantes:

_____

_____

Al finalizar las respectivas inspecciones se debe proceder con la investigación de las causas principales de los criterios que sean calificados de manera negativa y tomar medidas de acción para corregir la situación.

Medidas de prevención

Tabla 247 Medidas de prevención del patrimonio natural y cultural

Medida	Descripción
Monitoreo regular	Se establece una frecuencia de monitoreo semestral para cada criterio en donde se aplicará los estudios requeridos para determinar las condiciones de los atractivos, así como la aplicación de las hojas de inspección por personal capacitado para realizarlo.
Alertas tempranas	Se deberá definir umbrales de alerta para cada criterio que indiquen el deterioro significativo del patrimonio, para los cuales se deberá determinar protocolos de acción y personal responsable, así como la toma de medidas preventivas
Mantenimiento y restauración	Realizar mantenimiento preventivo de infraestructuras y equipos para evitar daños y prevenir la contaminación, así como implementar programas de restauración de ecosistemas degradados para recuperar su funcionalidad y biodiversidad y fomentar prácticas sostenibles entre los usuarios de los recursos naturales.
Educación y sensibilización	Desarrollar programas de educación ambiental dirigidos a la comunidad local, turistas y prestadores de servicios que permitan sensibilizar sobre la importancia de los recursos naturales y la necesidad de protegerlos, además de promover prácticas responsables y sostenibles en el uso de los recursos naturales.

Medidas de rescate

Tabla 248 Medidas de rescate del patrimonio natural y cultural

Medida	Descripción
Evaluación de daños	Realizar una evaluación exhaustiva de los daños para determinar la magnitud del problema y sus causas. Identificar los recursos naturales más afectados y las áreas que requieren atención urgente.

Acciones de emergencia	Implementar medidas de emergencia para detener o mitigar los daños Coordinar con autoridades y organizaciones relevantes para obtener apoyo y recursos.
Restauración a largo plazo	Desarrollar un plan de restauración a largo plazo que incluya acciones específicas para recuperar los recursos dañados. Monitorear la efectividad de las acciones de restauración y realiza ajustes si es necesario.
Investigación y adaptación	Investigar las causas de los daños y las mejores prácticas para prevenir y solucionar situaciones similares en el futuro. Adapta las estrategias de prevención y rescate en función de los resultados de la investigación y las lecciones aprendidas.

Recursos operativos del proyecto de protección del patrimonio natural y cultural

Tabla 249 Recursos operativos del proyecto de protección del patrimonio natural y cultural

Material / Insumo	Uso	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Material para talleres y sensibilización	Folletos, cartillas, materiales didácticos	500 unidades	$ 0.50	$250.00
Material para señalización y códigos de conducta	Carteles, posters, adhesivos	50 unidades	$ 4.00	$200.00

Tecnología y herramientas	Personal
Equipos de topografía y medición (para la documentación y mapeo del patrimonio). Estación topográfica $ 2,000 GPS de mano $ 400 Cinta métrica laser $ 10 Trípode y mira $300 Laptop $ 600	Arquitecto/a o restaurador/a para la evaluación y conservación del patrimonio. Costo mensual estimado/por horas: $160 USD/semana * 4 semanas/mes = $640 USD Abogado/a especializado en legislación de patrimonio (para la protección legal). Costo mensual estimado/por horas: $50 USD/semana * 4 semanas/mes = $200 USD Educador – Capacitor: sueldo= $600.00 US/mes

VI. Programa "Alianzas y Cooperación Estratégica"

A. Proyecto: Gestión de alianzas comerciales

El proyecto de gestión de alianzas comerciales para el territorio de Panchimalco tiene como finalidad el desarrollar y fortalecer las relaciones entre los diferentes actores involucrados en el sector turístico ya sea de manera directa o indirecta para mejorar la calidad de los servicios y productos turísticos a ofrecer, promoviendo el desarrollo económico y social de la zona. Este proyecto busca fomentar las relaciones entre los actores que participan en el sector turístico, los cuales incluye a hoteles, restaurantes, operadores turísticos, artesanos, guías locales y a la comunidad en general.

A través del presente proyecto se busca fortalecer una colaboración sólida y efectiva para mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos, diversificar la oferta y promover el desarrollo económico y social sostenible de la zona.

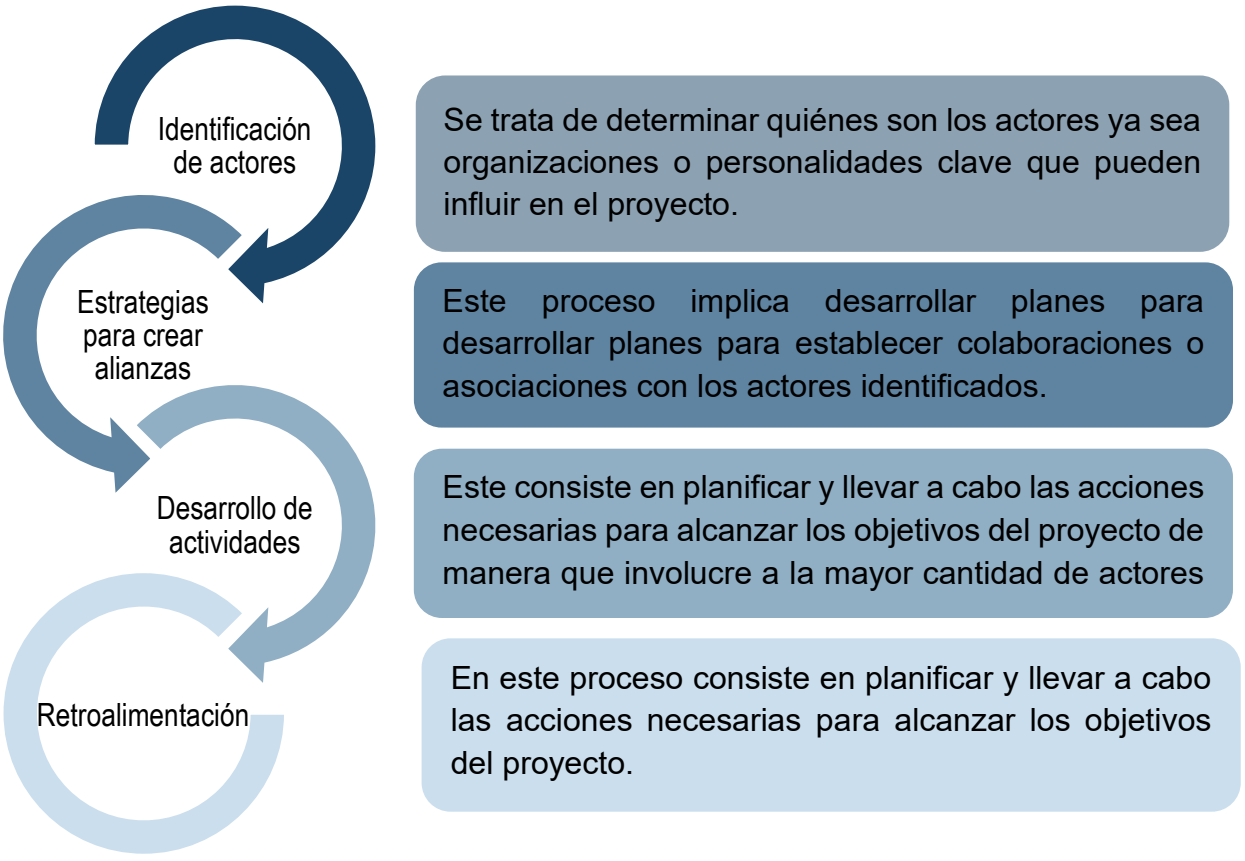
Objetivos:

- → Establecer una red de alianzas comerciales entre los diferentes actores del sector turístico en Panchimalco, incluyendo hoteles, restaurantes, tour operadores, artesanos y otros proveedores de servicios para promover el desarrollo económico y social del sector.

- → Desarrollar planes de marketing conjuntos para promover Panchimalco como un destino turístico atractivo.
- → Mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por los diferentes actores del sector turístico en Panchimalco para satisfacer las necesidades de los turistas.

Metodología.

Ilustración 151. Metodología para la Gestión de alianzas comerciales



Identificación de actores.

La identificación de actores se hará bajo la premisa ya establecida por medio de la matriz de involucrados desarrollada en incisos anteriores, para este apartado solamente es

necesario conocer el actor, rol y el valor que genera dentro del sector del turismo, con esto presente se obtiene lo siguiente:

Tabla 250 Actores involucrados

Actor	Descripción	Rol en el Sector Turístico
Unidad de Turismo del Territorio de Panchimalco	Entidad gubernamental responsable de promover y desarrollar el turismo en Panchimalco.	Planifica, coordina y ejecuta políticas y programas turísticos.
Habitantes de la Comunidad	Residentes de Panchimalco que participan en actividades turísticas, como guías locales, artesanos y proveedores de servicios.	Ofrecen experiencias auténticas y únicas a los visitantes, contribuyendo a la preservación de la cultura local.
Ministerio de Turismo (MITUR)	Institución gubernamental responsable de regular y promover el turismo en El Salvador.	Establece políticas y regulaciones turísticas, y promueve el país como destino turístico a nivel nacional e internacional.
Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)	Organización privada sin fines de lucro que apoya y promueve el desarrollo turístico en El Salvador.	Trabaja en colaboración con el gobierno y el sector privado para mejorar la competitividad del sector turístico.
Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)	Entidad gubernamental responsable de la formación y capacitación del personal turístico.	Ofrece programas de formación y certificación para mejorar las habilidades y conocimientos de los profesionales del turismo.
Policía de Turismo (POLITUR)	Unidad especializada de la Policía Nacional Civil responsable de brindar seguridad y protección a los turistas.	Garantiza la seguridad de los visitantes y previene la delincuencia en las zonas turísticas.

Comité de Emprendedores y Artesanos	Organización que representa a los emprendedores y artesanos de Panchimalco.	Promueve el desarrollo de emprendimientos locales y la comercialización de productos artesanales.
Inversionistas	Individuos o empresas que invierten en el sector turístico de Panchimalco.	Aportan capital para el desarrollo de infraestructura turística y la creación de nuevos negocios.
Turistas	Visitantes que viajan a Panchimalco con fines recreativos, culturales o educativos.	Gastan dinero en alojamiento, comida, transporte y actividades turísticas, contribuyendo a la economía local.
Tour Operadores	Empresas que organizan y venden paquetes turísticos a Panchimalco.	Facilitan el acceso de los turistas al destino y ofrecen una variedad de experiencias turísticas.
Universidad de El Salvador	Institución educativa que ofrece programas académicos en turismo y hotelería.	Formar profesionales calificados para trabajar en el sector turístico.
Competencia	Otras empresas o destinos turísticos que compiten por la atención de los turistas.	Influyen en los precios, la demanda y la calidad de los servicios turísticos.
Ministerio de Trabajo	Institución gubernamental responsable de regular las relaciones laborales en El Salvador.	Garantiza los derechos de los trabajadores del sector turístico y promueve la creación de empleos dignos.
Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	Entidad gubernamental responsable de proteger el medio ambiente y los recursos naturales de El Salvador.	Regula las actividades turísticas para minimizar su impacto ambiental.
Ministerio de Cultura	Institución gubernamental responsable de preservar y	Apoya iniciativas culturales y artísticas que contribuyen al desarrollo turístico.

	promover la cultura de El Salvador.	

Cada uno de estos actores involucrados son importantes para el desarrollo del plan de desarrollo turístico sostenible, pero es necesario identificarlo según el área de importancia, esto con el objetivo de establecer relaciones con estos actores según el tipo de necesidad que se tenga, para ello los actores se dividen en las siguientes áreas:

Tabla 251Clasificación de los actores involucrados

Económicos	Sociales	Medio Ambiente	Culturales	Turísticos
Inversionistas	Habitantes de la Comunidad	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	Ministerio de Cultura	Unidad de Turismo del Territorio de Panchimalco
Turistas	Comité de Emprendedores y Artesanos	Habitantes de la Comunidad	Unidad de Turismo del Territorio de Panchimalco	Ministerio de Turismo (MITUR)
Tour Operadores	Universidad de El Salvador	Ministerio de Turismo (MITUR)	Habitantes de la Comunidad	Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)
Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)	Ministerio de Trabajo			Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)

Competencia	Unidad de Turismo del Territorio de Panchimalco			Policía de Turismo (POLITUR)
				Tour Operadores
				Competencia

Cada uno de los actores seleccionados en las áreas donde poseen mayor influencia serán una opción para el sector turística al momento de solicitar ayuda sobre diversas situaciones que pueden ocurrir dentro del territorio. La selección se ha realizado bajo el criterio del grupo de investigación tomando en cuenta que el actor posea una influencia directa en cada sector o la influencia sea mayor en unos sectores que en otros, eso no limita a que hay actores que pueden guiar en otras áreas que no sean las que se han seleccionado en la tabla, pero siempre teniendo en cuenta que no es el sector donde se especializan.

En los actores económicos se encuentran aquellos que inciden de manera directa en la obtención de inversiones para proyectos, ingresos en materia de turismo y reguladores económicos, para los actores sociales se involucran aquellos que participen en el desarrollo del territorio y de sus habitantes, en los actores de medio ambiente residen principalmente aquellos que velan por la conservación y cuido de los diferentes biomas en el territorio, en los actores culturales son aquellos que velan con conservar y exponer las diferentes tradiciones e historia del territorio y por último los actores turísticos son aquellos que se encuentran relacionados de manera directa con el turismo en la zona, ya sea reguladores, organizadores, promotores y organizaciones de apoyo que nutren la influencia turística de la zona.

Estrategias para crear alianzas.

Al implementar estas estrategias clave y fomentar la colaboración entre todos los actores del sector, Panchimalco podrá desarrollar un turismo sostenible que beneficie tanto a la comunidad local como a los visitantes, al tiempo que protege su valioso patrimonio cultural y natural para las generaciones futuras.

- ✓ **Fomento del diálogo y la colaboración**: Se establecerán mecanismos de comunicación y espacios de encuentro periódicos entre los diferentes actores del sector turístico, con el fin de identificar necesidades, oportunidades y desafíos comunes, y trabajar de manera conjunta en la búsqueda de soluciones.
- ✓ **Capacitación y formación:** Se implementarán programas de capacitación y formación continua dirigidos a los diferentes actores del sector turístico, con el objetivo de mejorar sus habilidades y conocimientos, y fortalecer su capacidad de gestión y emprendimiento.
- ✓ **Promoción y comercialización conjunta:** Se desarrollarán estrategias de promoción y comercialización conjuntas que permitan posicionar a Panchimalco como un destino turístico atractivo y sostenible, destacando su riqueza cultural, histórica y natural.
- ✓ **Desarrollo de productos y servicios turísticos innovadores:** Se fomentará la creación y el desarrollo de productos y servicios turísticos innovadores y de calidad, que respondan a las demandas del mercado y contribuyan a la diversificación de la oferta turística.
- ✓ **Incorporación de la comunidad local**: Se promoverá la participación activa de la comunidad local en el desarrollo turístico de Panchimalco, a través de la generación de empleo, la promoción de emprendimientos locales y la valorización de su patrimonio cultural y natural.

A través de la implementación de estas estrategias, se espera que el proyecto de gestión de alianzas comerciales en el área de turismo en Panchimalco logre:

- → Mejorar la calidad de la experiencia turística.
- → Promover el desarrollo económico y social.
- → Posicionar a Panchimalco como un destino turístico sostenible.

Desarrollo de actividades.

Para fomentar un entorno de trabajo colaborativo y dinámico, es esencial implementar una serie de actividades que promuevan la comunicación abierta y el intercambio de ideas entre los miembros del equipo. Algunas de estas actividades pueden incluir:

Ilustración 152. Tipos de actividades a realizar



- → Reuniones periódicas: Establecer un calendario de reuniones regulares con una agenda definida para discutir el progreso de los proyectos, identificar posibles obstáculos y tomar decisiones conjuntas.
- → Debates estructurados: Organizar debates sobre temas relevantes para el equipo con roles asignados y reglas claras, para fomentar el pensamiento crítico y la argumentación constructiva.

- → Sesiones de lluvia de ideas: Crear espacios donde los miembros del equipo puedan compartir ideas libremente y sin miedo a ser juzgados, con el objetivo de generar soluciones innovadoras y creativas.
- → Talleres de trabajo: Realizar talleres prácticos para desarrollar habilidades específicas, fomentar el aprendizaje colaborativo y fortalecer las relaciones entre los miembros del equipo.
- → Mentoría: Establecer programas de mentoría para que los miembros del equipo puedan aprender de profesionales más experimentados y desarrollar su potencial.
- → Plataformas de comunicación: Utilizar herramientas digitales como chats, foros y wikis para facilitar la comunicación asincrónica y el intercambio de información entre los miembros del equipo.
- → Reconocimiento y celebración de logros: Reconocer y celebrar los logros individuales y colectivos del equipo para fomentar la motivación y el compromiso.

Al implementar estas actividades se puede crear un ambiente de trabajo propicio para el diálogo abierto, el intercambio de ideas y el desarrollo de soluciones innovadoras lo cual beneficiara y ampliara las alianzas que puedan ser construidas según las necesidades que se posean

Retroalimentación

Una vez Recopilar información detallada sobre el desempeño y la satisfacción en las alianzas comerciales, permitiendo a las empresas turísticas identificar áreas de mejora y fortalecer las relaciones con sus socios. El proceso que se seguirá para cada caso es el siguiente:

Ilustración 153. Proceso de retroalimentación



Después de un tiempo que se considere oportuno, se enviara a las personas que han establecido alianzas una evaluación para conocer si sus casos fueron exitosos.

El formulario será el siguiente:

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Evaluación de gestión de alianzas

Nombre: _____

Empresa: _____Fecha: _____

Alianza_____

Indicación: En una escala del 1 al 5 donde el 1 es la menor calificación y el 5 es la mayor calificación, evalué lo siguiente:

Preguntas:

1. ¿Cómo evalúa la comunicación con las organizaciones?

1	2	3	4	5

Comentarios: _____

_____

2. ¿Las organizaciones a las cuales tuvo acceso a comunicación tenían conocimientos para resolver su problema?

1	2	3	4	5

Comentarios:

_____

_____

3. ¿Los recursos como material didáctico, reuniones, asesorías y recomendaciones fueron de ayuda?

1	2	3	4	5

Comentarios: _____

_____

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Encuesta de seguimiento de casos

4. En caso de que se estableciera una alianza ¿Esta tuvo un impacto positivo notable en sus negocios? En caso de que no se estableciera una alianza, explique

1	2	3	4	5

Comentarios:

_____

_____

Si se estableció una alianza puede continuar con las siguientes preguntas:

5. ¿Se cumplieron los acuerdos establecidos al momento de formalizar una alianza o acuerdo?

1	2	3	4	5

Comentarios: _____

_____

6. ¿Cuáles son las principales fortalezas que usted encuentra en la alianza?

1	2	3	4	5

Comentarios: _____

_____

Unidad de turismo del Distrito de Panchimalco

Encuesta de seguimiento de casos

7. ¿Recomendaría a sus allegados establecer el proceso de crear alianzas con otras organizaciones?

1	2	3	4	5

Comentarios: _____

_____

Si tiene otro tipo de comentarios o sugerencias puede escribirlas en esta sección:

Comentarios:

_____

_____

_____

_____

_____

Requerimiento para el proyecto de Gestión de alianzas comerciales

Recurso humano

Tabla 252 Recurso humano del proyecto de gestión de alianzas comerciales

Puesto	Descripción	Cantidad necesaria	Rango salarial
Gestor de alianzas	Encargado de identificar, negociar y formalizar convenios con actores estratégicos públicos y privados.	1	$900
Asesor jurídico	Apoya en la elaboración, revisión y legalización de convenios y cartas de entendimiento.	1	$650
Comunicador institucional	Diseña materiales de promoción, coordina relaciones públicas y da seguimiento a difusión de alianzas.	1	$600
Asistente de coordinación	Apoya en la organización de reuniones, registro de acuerdos y seguimiento a compromisos adquiridos.	2	$450

Mobiliario y equipo.

Tabla 253 Inmobiliario y equipo del proyecto de gestión de alianzas comerciales.

Mobiliario/Equipo	
Escritorio **Medidas:** 75X120.5X42.5CM **Precio:** $100 c/u **Cantidad requerida:** 4 Se requiere uno para el gestor de alianzas, uno que lo compartirán los asistentes de coordinación y los restantes para los puestos mencionados	**Silla de oficina** **Medidas:** 80-91 x 53 x 51 Soporta 70 kg (154 lb) **Precio:** $75 c/u **Cantidad requerida:** 6 Se requiere una por escritorio y adicional una por cualquier invitado.
Pizarra acrílica con rodos **Medidas:** 1.00x1.50x1.90 m **Precio:** $159.95 **Cantidad requerida:** 1 Herramienta de apoyo visual utilizada para explicar conceptos clave en los talleres.	**Laptop** Especificaciones: 8 GB RAM, 512 Gb SSD **Precio:** $600 **Cantidad requerida:** 5 Se requiere para almacenamiento de documentos y materiales
Proyector **Precio:** $149 **Cantidad requerida: 1** Permite presentar diapositivas y videos educativos que refuerzan el aprendizaje.	**Impresora multifuncional** Impresora Multifuncional HP Smart Tank 580 **Precio:** $180 **Cantidad:** 1 Para imprimir informes y documentos.

Recursos operativos

Hojas tamaño carta (paquete 500 hojas): Se utilizarán para la impresión de materiales de apoyo, guías y ejercicios para los participantes. (2 x $5.00) **Cartucho de tinta:** Se utilizará para las impresiones necesarias para los participantes, ya sea para material didáctico, encuestas, entre otros. (1 x $50.00) **Plumones, marcadores y rotuladores:** Se usarán para anotar o remarcar diferentes tipos de actividades importantes. (2 x $1.50)

Cinta adhesiva y masking tape: Facilitarán la colocación de afiches, carteles y otros materiales visuales durante las actividades. (2 x $1.50)

Bolígrafos: Serán necesarios para el equipo para anotar eventos importantes. (1 cajas x $2.75)

Costo aprox. $68.75

B. Proyecto: Financiamiento

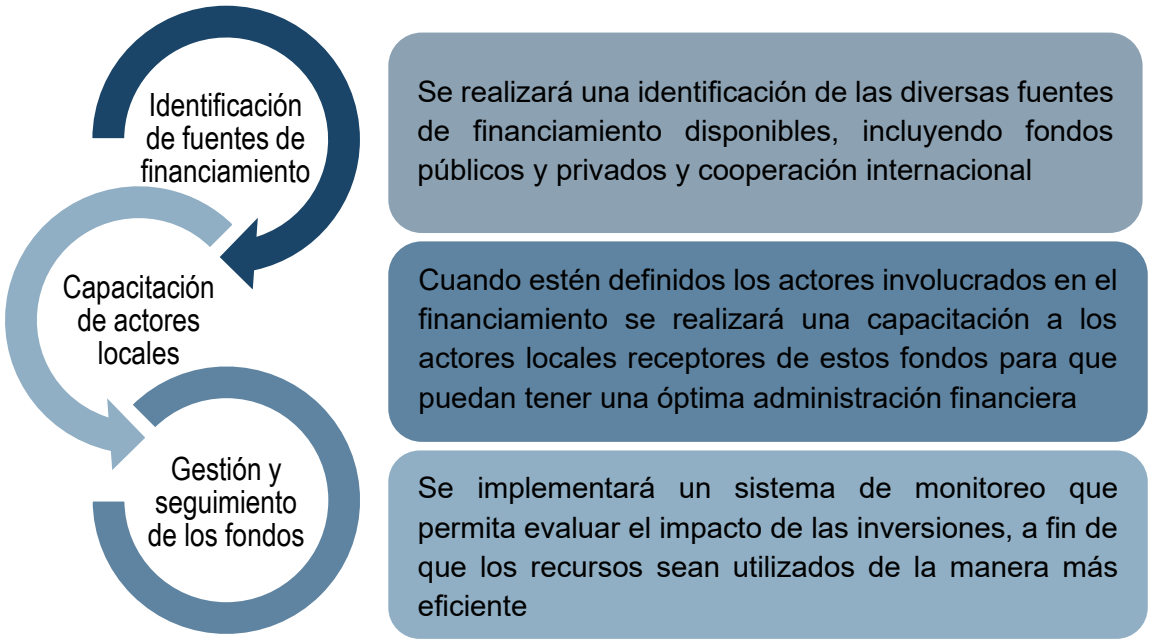
El proyecto de financiamiento tiene como finalidad identificar, captar y gestionar eficientemente los recursos necesarios para el desarrollo turístico sostenible de Panchimalco. Con este se busca diseñar una estrategia en la que se garantice que los fondos a corto, mediano y largo plazo estén disponibles en el momento que se necesiten, esto se realizara a través de la búsqueda de fuentes de financiamiento que incluyan fondos públicos como fondos privados además de la inclusión de cooperaciones internacionales. Como último punto se busca tener una gestión eficiente del recurso financiero a fin de asegurar un impacto positivo en el desarrollo de la comunidad.

Objetivos:

- Identificar las principales fuentes de financiamiento que se pueden tener en el proyecto, tanto de entidades públicas como de inversión privada, también se busca incluir cooperación internacional
- Asegurar que los fondos obtenidos sean destinados únicamente para proyectos turísticos que sean sostenibles garantizando que los principales beneficiados sean los habitantes de Panchimalco
- Capacitar a los actores locales en la formulación de proyectos para la obtención de financiamiento además de un uso eficiente de este.

Metodología

Ilustración 154 Metodología proyecto de financiamiento



1. Identificación de fuentes de financiamiento

En esta fase se busca realizar un análisis de todas las posibles fuentes de financiamiento para los proyectos turísticos a realizar, se busca crear un inventario con todas las opciones que se tienen disponibles, esta identificación incluye además de las instituciones que brindan financiamiento los programas o proyectos de los cuales se invierten fondos y se detallara a quien va dirigido el apoyo ya sea a la municipalidad a través de la unidad de turismo de Panchimalco o a los habitantes que quieran obtener un financiamiento para proyectos que incidan positivamente en el turismo.

Tabla 254 Fuentes de financiamiento

BANDESAL	
Programa	-Banca EmprendES -Línea de crédito para mujeres emprendedoras

Apoyo a	- Personas emprendedoras naturales o jurídicas de todos los sectores económicos, cuya actividad productiva no haya iniciado o tenga menos de un año de operación -Mujeres empresarias salvadoreñas que operen como personas naturales o personas jurídicas, cuya representación legal este a cargo de una mujer
Programa	Línea de crédito impulsando el turismo en el salvador
Apoyo a	-Personas naturales o jurídicas que requieran financiamiento para actividades turísticas
FECAMYPE	
Programa	- Línea de crédito Impulsa MYPE
Apoyo a	-Personas empresarias, propietarias de microempresas o pequeñas empresas de todos los sectores productivos, que operen como personas naturales o personas jurídicas. Y que sean contribuyentes o no al Impuesto al Valor Agregado
Banco Hipotecario	
Programa	-Línea de Crédito para Vendedoras de los Mercados Municipales
Apoyo a	-Financiamiento exclusivo para Mujeres comerciantes de los mercados del país
Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)	
Programa	Programa Regional de Competitividad y Sostenibilidad para la MIPYME Turística (PROMITUR)
Apoyo a	emprendimientos innovadores, nuevos modelos de negocio para empresas establecidas y emprendedores
Banco Centroamericano de Integración Económica	
Programa	Financiamiento de Infraestructura Municipal
Apoyo a	Financiar obras municipales o de interés comunitario para contribuir a mejorar las condiciones de vida de la población centroamericana.

2. Capacitación de actores locales

En esta fase del proyecto se centra en fortalecer las capacidades de los actores locales, empoderando a la comunidad dándoles herramientas y los conocimientos necesarios para que puedan acceder a financiamientos y para rendir cuentas de manera transparente, dentro de los actores a fortalecer se encuentran emprendedores, líderes comunitarios, representantes de organizaciones no gubernamentales y funcionarios públicos. A continuación, se detalla cómo se desarrollará la capacitación

A. Diagnóstico de necesidades

i. Se realizar un diagnóstico detallado para identificar las necesidades que se poseen en términos de financiamiento

B. Talleres de capacitación

i. Organización de talleres teóricos impartidos por un especialista en el área financiera

ii. Organización de talleres prácticos que involucren elaboración de planes de negocio, análisis de presupuestos, estados financieros, gestión de riesgos

iii. Talleres de uso de herramientas de software para la gestión financiera

C. Asesoría

i. Crear espacios para realizar espacios a los participantes de los talleres para sus proyectos específicos

ii. Acompañamiento en los procesos de petición de fondos

3.Gestión y seguimiento de los fondos

En esta última fase del proyecto de financiamiento se buscará crear una base sólida que administre y controle los recursos que se han obtenido, a fin de tener un uso eficiente de los fondos buscando maximizar su impacto positivo en el desarrollo turístico sostenible de Panchimalco, para tener una vista transparente sobre en que se ha invertido el financiamiento y que impactos ha generado. Esto implica una correcta planificación,

asignación y uso de los fondos. La gestión y seguimiento de los fondos se realizará de la forma siguiente

A. Registro y control

Se creará un sistema de control a través de una hoja de cálculo en Excel en que se debe registrar la fuente de los fondos, cantidad otorgada, plazo de entrega y el uso que se le dará, la hoja de cálculo tendrá la siguiente estructura:

Tabla 255 Sistema de registro y control de financiamiento

ID Registro	Fecha Recepción	Fuente de Fondos	Monto (USD)	Proyecto/Asignado	Uso Específico	Responsable Recepción	Estado	Observaciones

- → ID Registro: Identificador único para cada transacción.
- → Fecha Recepción: Fecha en que se recibieron los fondos.
- → Fuente de Fondos: Entidad o persona que proporcionó los fondos.
- → Monto (USD): Cantidad de fondos recibidos en dólares estadounidenses.
- → Proyecto/Componente Asignado: Proyecto o componente específico al que se asignaron los fondos.
- → Uso Específico: Detalle del uso particular de los fondos.
- → Estado: Estado actual de la recepción y uso de los fondos (Completado, En Proceso, Pendiente, Planificado).
- → Observaciones: Comentarios adicionales o información relevante.

B. Indicadores de progreso

Definición de indicadores para cada proyecto financiado, estos indicadores se llevarán dentro del mismo libro de Excel con el que se llevará el registro y control, con ellos se busca medir el impacto que está teniendo el uso de los fondos, a continuación, se detalla la estructura que se tendrá el seguimiento de los indicadores.

Tabla 256 Indicadores de progreso de financiamiento

Tipo de Indicador	Proyecto	Indicador de Éxito	Unidad de Medida	Frecuencia de Medición	Resultado Obtenido	Porcentaje de Cumplimiento	Responsable Medición	Observaciones
Económico								
Social								
Social								
Ambiental								
Otro								

Requerimientos del proyecto de financiamiento

Recurso Humano

Tabla 257 Recurso humano del proyecto de financiamiento

Puesto	Descripción	Cantidad	Salario
Especialista en finanzas	1 personas profesionales en recursos financieros que serán los encargados de elaborar estrategias de captación de fondos con las instituciones correspondientes	1	$1,500.00
Capacitadores	2 personas para que desarrollen los talleres de formulación de proyectos, análisis de presupuestos, elaboración de planes de negocio y uso de herramientas financieras	2	$800.00
Asesor financiero	1 persona encargada de brindar asesoramiento personalizado a los actores locales durante el proceso de petición de fondos	1	$1,500.00

Material y equipo

Tabla 258 Material y equipo del proyecto de financiamiento

Computadora: 2 equipos para poder utilizar los programas y herramientas para llevar el control **Teléfono:** 1 dispositivo telefónico para poder realizar llamadas y contactarse con las instituciones que financiaran los proyectos, así como con los actores locales.	**Material didáctico (folletos, cartillas):** Para talleres y capacitaciones **Papelería, impresiones y suministros**: Material de oficina y papelería para seguimiento y administración.

Sistema de registro control e indicadores: Sistema de registro y control y de seguimiento a través de indicadores de progreso por medio del programa Excel Costo aprox. Entre $2,000.00 y $2,150.00	

C. Proyecto: Seguridad turística

La seguridad turística se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo sostenible de destinos como Panchimalco. Este municipio, reconocido por su riqueza cultural, tradiciones ancestrales y belleza natural, atrae a visitantes de diversas partes del mundo. Sin embargo, para garantizar una experiencia positiva y memorable, es imprescindible contar con un entorno seguro y protegido.

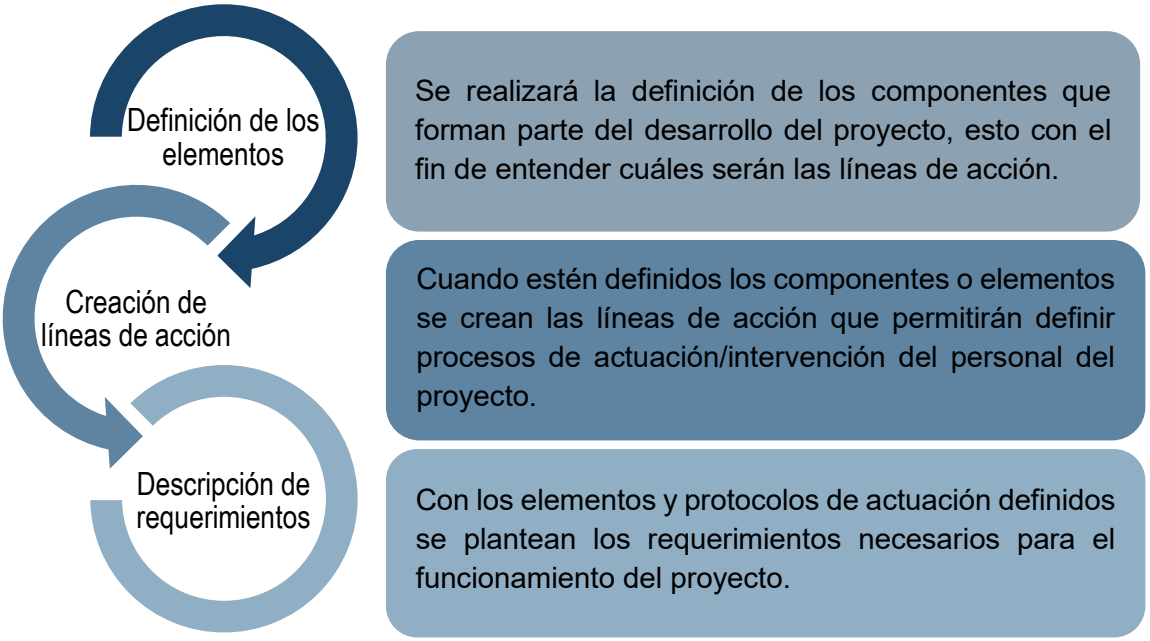
Un plan de seguridad turística integral no solo protege a los visitantes de posibles delitos o emergencias, sino que también fortalece la imagen de Panchimalco como un destino confiable y acogedor. Al implementar medidas preventivas, protocolos de respuesta y programas de capacitación, se crea un ambiente de confianza que fomenta la llegada de más turistas y la inversión en el sector.

Objetivos

- → Garantizar la seguridad y el bienestar de los turistas en Panchimalco, creando un entorno confiable y agradable para su visita.
- → Fomentar la colaboración entre las autoridades, la comunidad y el sector turístico en materia de seguridad.

Metodología

Ilustración 155. Metodología del proyecto Seguridad turística



1. **Definición de los elementos del proyecto seguridad turística**

Prevención

- → Presencia Policial: Se establece la presencia de POLITUR y otras fuerzas de seguridad en áreas turísticas y durante el desarrollo de las rutas, estableciendo puntos de control de seguridad turística.
- → Señalización: Colocación de señalización clara y visible sobre medidas de seguridad y protocolos de emergencia.
- → Alertas Tempranas: Desarrollo de un sistema de alertas tempranas para informar a los turistas sobre posibles riesgos.

Atención de Emergencias (Definido en el “Plan de emergencia”)

- → Protocolos de Respuesta: Se establecen los protocolos de respuesta ante emergencias médicas basados en la actuación definida en el proyecto “plan de emergencia”
- → Capacitación en Primeros Auxilios: Se establece la capacitación del personal turístico y de seguridad en primeros auxilios y atención pre hospitalaria previa al inicio de la comercialización de las rutas turísticas.
- → Coordinación con Servicios de Emergencia: Establecimiento de canales de comunicación y coordinación con hospitales, ambulancias y otros servicios de emergencia en base a lo definido en el plan de emergencia
- → Puntos de Asistencia: Establecimiento de puntos de asistencia turística en cada uno de los atractivos que forman parte de la ruta turística, los cuales deben contar con personal capacitado para brindar información y ayuda.

Colaboración y Coordinación

- → Comité de Seguridad Turística: El comité de seguridad turística está formado por los miembros del plan de emergencia, según el organigrama del comité del plan de emergencia (Ilustración 120), son los correspondientes a las ramas bajo el cargo del jefe de seguridad, personal que tiene como función principal asegurar la salvaguarda de los turistas y ciudadanos locales.

2. Creación de las líneas de acción

POLITUR

Ilustración 156. Logo POLITUR



Fuente: Google Imágenes

POLITUR (Policía de Turismo) es una división especializada de la Policía Nacional Civil de El Salvador, creada para garantizar la seguridad de los turistas nacionales e internacionales en los principales destinos turísticos del país. Su principal objetivo es prevenir delitos, brindar asistencia y orientación a los visitantes, y proyectar una imagen positiva de El Salvador como destino seguro.

Punto de control

El punto de control oficial de la POLITUR en Panchimalco está situado en el parque Balboa, será esta la sede central del territorio. Además, para cada ruta se destina el acompañamiento de 1 agente, el cual deberán ser solicitados con tiempo y forma a lo que POLITUR indique.

Señalización de emergencias

Se realizará la colocación de señales de actuación en caso de emergencia en cada uno de los atractivos turísticos establecidos en las diferentes rutas. Se utilizará las siguientes señales:

Ilustración 157. Recomendaciones de actuación en caso de emergencia sísmica



Fuente: Google Imágenes

Ilustración 158. Recomendaciones de actuación en caso de emergencia de incendios.



Fuente: Google Imágenes

Alarmas de emergencias

Las alarmas deben ser verificadas y en su defecto instaladas según la normativa de NFPA 72 (Código Nacional de Alarmas de Incendio y Señalización). Estas normas establecen los requisitos técnicos para el diseño, instalación, prueba y mantenimiento de sistemas de alarma contra incendios.

Ilustración 159. Equipo de emergencia



Fuente: Google Imágenes

3. Requerimientos del proyecto de seguridad turística

Recurso Humano

Tabla 259 Recurso humano del proyecto de seguridad turística

Cargo requerido	Cantidad	Descripción
Agentes POLITUR	6	1 por ruta turística más personal de punto de control, a tomar en cuenta es que el salario depende del empleador, solo se considerara brindar hidratación
Personal de apoyo	2	2 personas para la colocación de los sistemas de alarmas y de mantenimiento de seguridad

Material y equipo

Tabla 260 Material y equipo para el proyecto de seguridad turística

Cargo requerido	Cantidad	Costo Unitario	Descripción
Señales de emergencia	20	$ 5.00	Señales de protocolos de actuación en caso de sismos y de incendios para los diferentes atractivos turísticos
Alarma de incendio	6	$ 10.50	Se incorporarán alarmas a los atractivos reconstruidos en el plan y a aquellos que no cuenten con un sistema

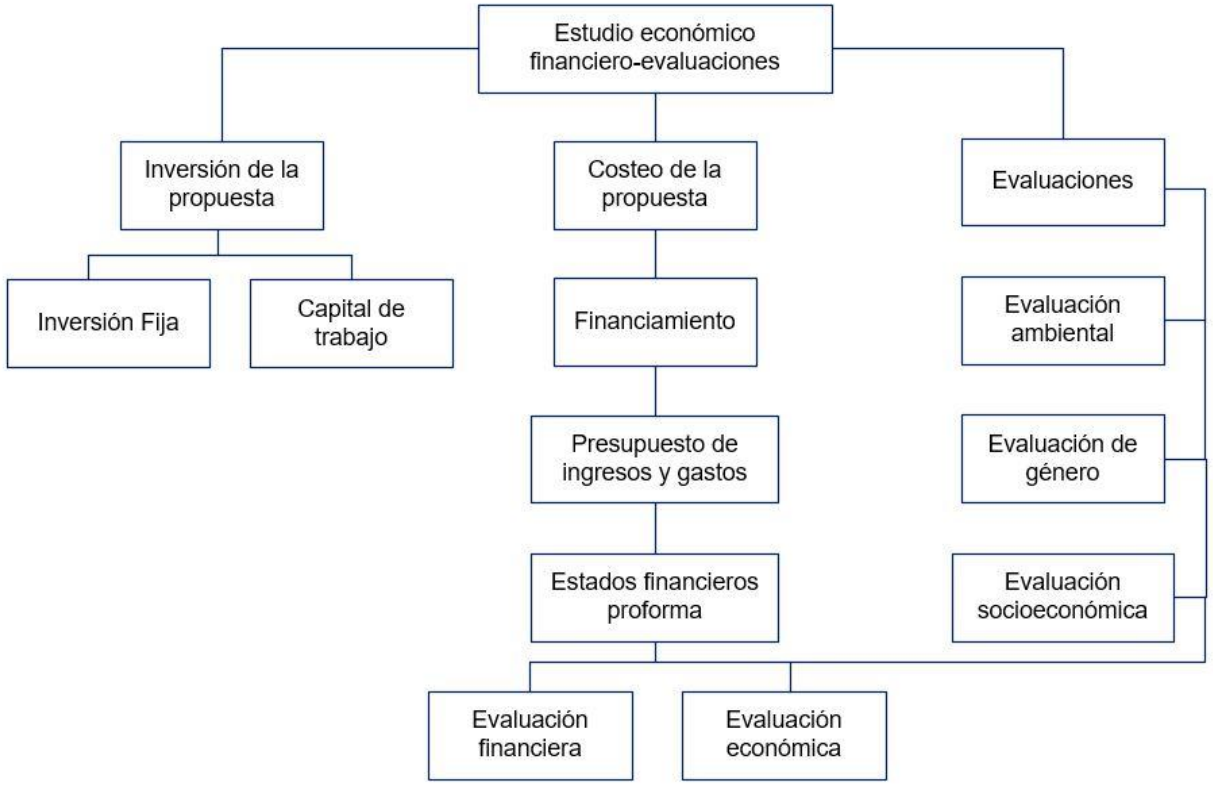
CAPITULO VIII:
ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

CAPITULO VIII. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

I. Metodología general

El capítulo tiene como finalidad detallar el estudio económico financiero de la propuesta, así como las evaluaciones complementarias que permiten dimensionar su viabilidad integral. A través de un enfoque metodológico estructurado tal como se muestra en el siguiente esquema:

Ilustración 160. Esquema metodológico del capítulo VIII. Estudio económico financiero- Evaluaciones



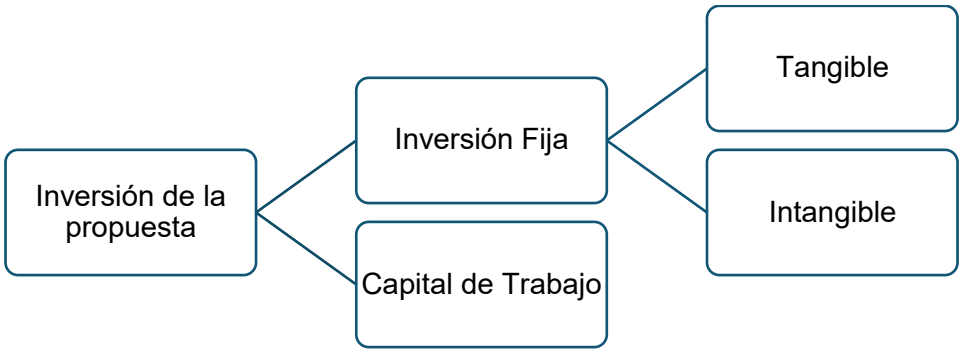
II. Inversión de la propuesta

Baca (2006), define un proyecto de inversión como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

Debido a que un proyecto implica costos y beneficios, es conveniente llevar a cabo un análisis de los posibles resultados que permiten determinar si conviene o no destinar recursos para su ejecución. En este sentido, es importante llevar a cabo un análisis cuantitativo del resultado probable a fin de asegurar, en lo posible, que se tomará una decisión correcta con respecto a los beneficios esperados en referencia a los costos a realizar.

Las inversiones por considerar en la ejecución del proyecto se pueden clasificar de acuerdo con su destinación en dos tipos como se muestra en el siguiente diagrama:

Ilustración 161. Clasificación de las inversiones de la propuesta



A. Inversión Fija

La inversión fija corresponde a los recursos destinados a la adquisición de bienes y activos físicos necesarios para el funcionamiento inicial del proyecto. Estos activos tienen una vida útil prolongada y no se consumen en el corto plazo, por lo que representan una parte fundamental de la estructura productiva de la propuesta.

1. Inversión Fija Tangible

Riggs, J. L. (1991), define la inversión fija tangible como la inversión que incluye todos aquellos activos físicos, como edificios, maquinaria y equipo, que se utilizan en la producción o prestación de servicios durante más de un año, y que no se destinan a la venta directa. Para identificar esta inversión se dividirán en las categorías siguientes:

- Obra Civil

- Mobiliario y Equipo
- Sistemas de Apoyo

A continuación, se desglosa la inversión detallada por cada categoría:

✓ **Obra Civil**

Dentro de este rubro se tienen todas las actividades de la obra civil necesarias para la ejecución del plan, como la construcción de nuevas infraestructuras y la remodelación y acondicionamiento de las estructuras ya existentes. Según como se determinó en el diseño de la propuesta, se requiere áreas de cabañas, miradores, áreas de descanso, baños, centros u oficinas de información, entre otros. A continuación, se desglosa cada uno de ellos:

Tabla 261. Costos de cabañas para avistamiento de flora y fauna

Cabaña para avistamiento de flora y fauna				
Material prima				
Materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo total por material	Costo Total
Bloques	500	$ 0.65	$ 325.00	$ 928.65
Cemento para escalera (bolsas)	24	$ 9.30	$ 223.20	
Arena para mezcla (m³)	1.5	$ 33.50	$ 50.25	
Grava para mezcla (m³)	1	$ 52.00	$ 52.00	
Varilla 3/8" (m)	20	$ 0.60	$ 12.00	
Hierro para mesa (m)	12	$ 0.60	$ 7.20	
Tejas de barro (unidad)	120	$ 1.20	$ 144.00	
Madera para soporte de techo (m)	20	$ 4.00	$ 80.00	
Clavos para techo (kg)	2	$ 5.00	$ 10.00	
Pintura impermeabilizante (galón)	1	$ 25.00	$ 25.00	
Mano de obra				
Número de trabajadores	Días	Costo unitario diario	Costo total por trabajador	Costo Total
5	6	$ 20.00	100.00	$ 600.00
Costos indirectos				
Costo por día		Número de días		Costo total
4		7		$ 28.00
Costo total de obra civil para 4 cabañas de avistamiento de flora y fauna				**$ 6,226.60**

Tabla 262. Costos de Escaleras para caminatas

Escaleras para caminatas				
Material prima				
Materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo total por material	Costo Total
Tablones de madera para escalones	4400	$ 3.50	$ 15,400.00	$ 23,368.50
Postes de barandal	1000	$ 4.00	$ 4,000.00	
Listones horizontales barandal	1100.0	$ 3.00	$ 3,300.00	
Clavos 2" (100 unidades por caja)	50	$ 3.00	$ 150.00	
Tornillos 2” (bolsa para 100 uniones)	50	$ 1.35	$ 67.50	
Barniz para madera	10	$ 35.10	$ 351.00	
Herramientas manuales	2	$ 50.00	$ 100.00	
Mano de obra				
Número de trabajadores	Días	Costo unitario diario	Costo total por trabajador	Costo Total
4	40	$ 20.00	80.00	$ 3,200.00
Costos indirectos				
Costo por día		Número de días		Costo total
4		40		$ 160.00
Costo total de obra civil para escaleras para caminatas				**$ 26,728.50**

Tabla 263. Costos de Mirador

Mirador				
Material prima				
Materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo total por material	Costo Total
Cemento (bolsas)	12	$ 9.30	$ 111.60	$ 933.50
Arena (m³)	1	$ 33.50	$ 33.50	
Grava (m³)	1	$ 52.00	$ 52.00	
Malla electrosoldada (m²)	16	$ 2.00	$ 32.00	
Varilla 3/8" (m)	20	$ 0.60	$ 12.00	
Tablones de madera para piso	30	$ 3.50	$ 105.00	
Tablones de madera para escaleras	15	$ 3.50	$ 52.50	
Columnas de madera 4"x4"x3m	4	$ 41.70	$ 166.80	
Vigas de refuerzo 4"x4"x4m	3	$ 41.70	$ 125.10	
Tornillos y anclajes (juego)	1	$ 40.00	$ 40.00	
Listones de baranda 2"x4"x2m	12	$ 5.00	$ 60.00	
Postes verticales 4"x4"x1m	8	$ 12.00	$ 96.00	
Sellador para madera (galón)	1	$ 25.00	$ 25.00	
Pintura para madera (galón)	1	$ 22.00	$ 22.00	

Mano de obra				
Número de trabajadores	Días	Costo unitario diario	Costo total por trabajador	Costo Total
6	20	$ 20.00	120.00	$ 2,400.00
Costos indirectos				
Costo por día		Número de días		Costo total
4		20		$ 80.00
Costo total de obra civil para 2 miradores				**$ 6,827.00**

Tabla 264. Costo de mesas circulares

Mesas circulares				
Material prima				
Materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo total por material	Costo Total
Cemento (bolsas)	22	$ 9.30	$ 204.60	$ 515.05
Arena (m³)	1.5	$ 33.50	$ 50.25	
Grava (m³)	1.8	$ 52.00	$ 93.60	
Varilla 3/8" (m)	61	$ 0.60	$ 36.60	
Mano de obra	1	$ 80.00	$ 80.00	
Encofrado	1	$ 35.00	$ 35.00	
Sellador para concreto	1	$ 15.00	$ 15.00	
Mano de obra				
Número de trabajadores	Días	Costo unitario diario	Costo total por trabajador	Costo Total
3	6	$ 20.00	60.00	$ 360.00
Costos indirectos				
Costo por día		Número de días		Costo total
4		6		$ 24.00
Costo total de obra civil para 8 mesas circulares				**$ 7,192.40**

Tabla 265. Costo de vestidores

Vestidores				
Material prima				
Materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo total por material	Costo Total
Cemento (bolsas)	30	$9.30	$ 279.00	$ 1,775.25
Arena (m³)	3.5	$33.50	$ 117.25	
Grava (m³)	2	$52.00	$ 104.00	

Malla electrosoldada (m²)	18	$2.00	$ 36.00	
Varilla 3/8" (m)	35	$0.60	$ 21.00	
Bloques de concreto (unidad)	700	$0.65	$ 455.00	
Lavamanos de 4 compartimientos (prefabricado)	1	$180.00	$ 180.00	
Espejo rectangular (1.5 m)	1	$35.00	$ 35.00	
Tanque plástico 500 L	1	$120.00	$ 120.00	
Tubería PVC hidráulica y accesorios	1	$80.00	$ 80.00	
Lámina arquiteja (m²)	18	$6.00	$ 108.00	
Estructura soporte metálica o madera (m)	24	$4.50	$ 108.00	
Tornillos para lámina (kg)	2	$5.00	$ 10.00	
Cable eléctrico y accesorios	1	$45.00	$ 45.00	
Focos tipo LED (unidad)	2	$6.00	$ 12.00	
Interruptor y caja	1	$15.00	$ 15.00	
Pintura impermeabilizante (galón)	2	$25.00	$ 50.00	
Mano de obra				
Número de trabajadores	Días	Costo unitario diario	Costo total por trabajador	Costo Total
6	20	$ 20.00	120.00	$ 2,400.00
Costos indirectos				
Costo por día		Número de días		Costo total
4		20		$ 80.00
Costo total de obra civil para 1 vestidor				**$ 4,255.30**

Tabla 266. Costo de baños

Baños				
Material prima				
Materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo total por material	Costo Total
Cemento (bolsas)	65	$9.30	$ 604.50	$ 5,627.05
Arena (m³)	7	$33.50	$ 234.50	
Grava (m³)	4	$52.00	$ 208.00	
Malla electrosoldada (m²)	62.4	$2.00	$ 124.80	
Varilla 3/8" (m)	80	$0.60	$ 48.00	
Bloques de concreto (unidad)	1400	$0.65	$ 910.00	
Acabado tipo madera (m²)	68.16	$10.00	$ 681.60	
Lámina tipo arquiteja (m²)	37.4418	$6.00	$ 224.65	
Estructura metálica soporte techo (m)	40	$4.50	$ 180.00	
Tornillos para lámina (kg)	3	$5.00	$ 15.00	

Inodoros para hombres	2	$110.00	$ 220.00	
Mingitorios	2	$90.00	$ 180.00	
Lavamanos largo (4 personas)	1	$220.00	$ 220.00	
Inodoros para mujeres	4	$110.00	$ 440.00	
Lavamanos largo (4 personas)	1	$220.00	$ 220.00	
Puertas interiores (madera)	6	$65.00	$ 390.00	
Tubería PVC y accesorios	1	$180.00	$ 180.00	
Cámara séptica o biodigestor	1	$300.00	$ 300.00	
Focos LED	2	$8.00	$ 16.00	
Cable eléctrico, interruptores y caja	1	$60.00	$ 60.00	
Espejos	2	$35.00	$ 70.00	
Pintura y sellador (galones)	4	$25.00	$ 100.00	
Mano de obra				
Número de trabajadores	Días	Costo unitario diario	Costo total por trabajador	Costo Total
10	30	$ 20.00	200.00	$ 6,000.00
Costos indirectos				
Costo por día		Número de días		Costo total
4		30		$ 120.00
Costo total de obra civil para baños				**$ 11,747.05**

Tabla 267. Costo de espacio de descanso

Espacio de descanso				
Material prima				
Materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo total por material	Costo Total
Cemento (bolsas)	22	$9.30	$ 204.60	$ 3,138.10
Arena (m³)	3	$33.50	$ 100.50	
Grava (m³)	3	$52.00	$ 156.00	
Malla electrosoldada (m²)	102	$2.00	$ 204.00	
Varilla 3/8" (m)	50	$0.60	$ 30.00	
Tablones de madera tratada (1 m)	130	$3.50	$ 455.00	
Tornillos y anclajes para madera	1	$40.00	$ 40.00	
Columnas de hierro 4"x4"x4m	8	$60.00	$ 480.00	
Perfiles metálicos para techo rejilla (m)	60	$5.00	$ 300.00	
Tornillos, soldadura y fijación (kit)	1	$60.00	$ 60.00	
Sellador para madera (galón)	4	$25.00	$ 100.00	
Pintura anticorrosiva para hierro (galón)	3	$30.00	$ 90.00	

Lámina de policarbonato 6 mm (transparente)	102	$9.00	$ 918.00	
Mano de obra				
Número de trabajadores	Días	Costo unitario diario	Costo total por trabajador	Costo Total
6	20	$ 20.00	120.00	$ 2,400.00
Costos indirectos				
Costo por día		Número de días		Costo total
4		20		$ 80.00
Costo total de obra civil para 1 espacio de descanso				**$ 5,618.10**

El resumen de la inversión total en obra civil se muestra a continuación:

Tabla 268. Resumen de inversión en obra civil

Descripción	Costo
Cabañas para avistamiento de flora y fauna	$6,226.60
Escaleras para caminatas	$26,728.50
Mirador	$6,827.00
Mesas circulares	$7,192.40
Vestidores	$4,255.30
Baños	$11,747.05
Espacio de descanso	$5,618.10
Total	**$68,594.95**

- ✓ **Mobiliario y equipo**

Esta sección contempla todas las adquisiciones de mobiliario, equipos e instrumentos esenciales para la ejecución de cada uno de los proyectos contemplados en el Plan de Desarrollo Turístico. A continuación, se detalla la inversión destinada a la adquisición de dichos bienes, los cuales son fundamentales para el funcionamiento operativo de las acciones planteadas en el plan.

*T*abla 269. Detalle de inversión fija tangible

Categoría	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
	Stand de feria	3	$33.33	$99.99
	Tarima de ferias	1	$1,200.00	$1,200.00

Infraestructura para ferias y eventos	Carpa	1	$200.00	$200.00
	Mesa plegable	13	$60.00	$780.00
	Sillas plásticas	60	$15.00	$900.00
	Dispensador de agua (oasis)	3	$130.00	$390.00
	Sistema de micrófono	1	$95.00	$95.00
	Equipo de sonido	1	$150.00	$150.00
Mobiliario de oficina y reuniones	Silla de oficina	19	$75.00	$1,425.00
	Escritorio	9	$100.00	$900.00
	Mesa amplia de reuniones	1	$234.85	$234.85
	Archiveros	2	$52.00	$104.00
	Pizarra acrílica con rodos	4	$159.95	$639.80
Equipo tecnológico y de oficina	Computadora de escritorio	4	$445.00	$1,780.00
	Impresora multifuncional	5	$180.00	$900.00
	Laptop	18	$600.00	$10,800.00
	Laptop especializada para diseño	1	$1,000.00	$1,000.00
	Teléfono móvil	1	$500.00	$500.00
	Tablet	4	$279.00	$1,116.00
Equipo de campo y levantamiento técnico	Estación topográfica	1	$2,000.00	$2,000.00
	GPS	1	$400.00	$400.00
	Cinta métrica	10	$100.00	$1,000.00
	Trípode y mira	1	$300.00	$300.00
Equipo de comunicación, audio y visuales	Radios portátiles	4	$9.19	$36.74
	Dispositivo de conteo y captura de datos	4	$1,299.75	$5,199.00
	Proyector	4	$149.00	$596.00
	Cámara fotográfica	1	$500.00	$500.00
	Dron	1	$180.00	$180.00
Equipo de mantenimiento	Escoba	15	$ 2.15	$ 32.25
	Trapeador	15	$ 2.50	$ 37.50
	Basurero	15	$ 14.60	$ 219
	Barril	15	$ 29	$ 435
Total				**$33,970.13**

- ✓ **Sistemas de Apoyo**

Se incluyen los equipos complementarios que servirán de apoyo para el funcionamiento del diseño del Plan de Desarrollo Turístico en el desarrollo de las rutas.

Tabla 270. Detalle de inversión fija intangible para los sistemas de apoyo

Señalización turística	Cantidad	Señal	Estructura	Cimiento	Total
Reducción de camino	4	$15.00	$10.00	$5.00	$ 120.00
Corriente de agua	4	$15.00	$10.00	$5.00	$ 120.00
Termina pavimento	2	$15.00	$10.00	$5.00	$ 60.00
Zona escolar	4	$15.00	$10.00	$5.00	$ 120.00
Punto de reunión	5	$25.00	$15.00	$10.00	$ 250.00
Salida	3	$25.00	$15.00	$10.00	$ 150.00
Salida de emergencia	3	$25.00	$15.00	$10.00	$ 150.00
Peligro de incendio	5	$25.00	$15.00	$10.00	$ 250.00
Peligro de caída a distinto nivel	6	$25.00	$15.00	$10.00	$ 300.00
Rótulo de bienvenida	13	$70.00	$50.00	$30.00	$ 1,950.00
Paneles informativos	7	$130.00	$80.00	$40.00	$ 1,750.00
Oficinas de información	1	$25.00	$15.00	$10.00	$ 50.00
Baños	5	$25.00	$15.00	$10.00	$ 250.00
Restaurantes	2	$25.00	$15.00	$10.00	$ 100.00
Artesanías	3	$25.00	$15.00	$10.00	$ 150.00
Monumento	2	$70.00	$40.00	$20.00	$ 260.00
Parque nacional	5	$25.00	$15.00	$10.00	$ 250.00
Prohibido fumar	4	$15.00	$10.00	$5.00	$ 120.00
Prohibido fogatas	4	$15.00	$10.00	$5.00	$ 120.00
Prohibidos perros	3	$15.00	$10.00	$5.00	$ 90.00
Botar la basura en su lugar	13	$15.00	$10.00	$5.00	$ 390.00
Registrar ingresos	3	$15.00	$10.00	$5.00	$ 90.00
Lávese las manos	5	$15.00	$10.00	$5.00	$ 150.00
TOTAL					**$ 7,240.00**

Resumen de Inversión Fija Tangible

La inversión fija tangible total, se muestra a continuación:

Tabla 271. Resumen de inversión fija tangible

Categoría	Inversión
Obra Civil	$ 68,594.95
Mobiliario y Equipo	$ 33,970.13
Sistemas de apoyo	$ 7,240.00
Total Inversión Fija Tangible	**$109,805.08**

2. Inversión Fija Intangible

Este rubro de inversión abarca todos aquellos gastos efectuados durante la fase preoperativa del proyecto que no se traducen en bienes físicos tangibles. Es decir, se trata de inversiones fijas de carácter intangible consideradas dentro del plan. Estas se clasificarán de la siguiente forma:

- ✓ **Investigación y estudios previos**

Este rubro comprende los gastos generados durante la etapa inicial del proyecto, correspondientes a la investigación y análisis realizados antes de la ejecución del plan. En él se incluyen los costos asociados al levantamiento de información, elaboración de diagnósticos y estudios especializados que permiten determinar la viabilidad y el enfoque del desarrollo turístico.

Tabla 272. Descripción de la inversión de las investigaciones y estudios previos.

Recurso	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
Humano	Salario	$ 2.28	$ 2,954.88
	Almuerzos	$ 8	$ 288.00
Materiales	Papelería	$ 3.55	$ 64.00
	Laptop (Depreciación)	$ 8.00	$ 432.00
Complementos	Transporte	$ 2.20	$ 118.80
	Consumo eléctrico	$ 2.36	$ 127.44
	Internet	$ 3.28	$ 177.12
	Servicio de telefonía	$ 2.00	$ 108.00
	Agua	$ 1.20	$ 64.80
	Otros recursos	$ 4.15	$ 224.11
Total			**$ 4,559.15**

- ✓ **Administración de la implantación**

Este rubro contempla los gastos vinculados con la gestión y ejecución del proyecto durante su fase de implementación. Incluye los salarios y honorarios del personal encargado de coordinar la administración del plan, así como los recursos necesarios para garantizar el cumplimiento oportuno y eficiente de las actividades programadas. El

desglose de los costos se encuentra en el apartado “Plan de Implantación”, por lo que a continuación se presenta el monto total:

Tabla 273. Descripción de la inversión de la administración del plan de implantación

Categoría	Costo
Costos de los entregables de la implementación	$5,181.00
Salarios del personal de la implementación	$31,500.00
Costos Indirectos varios	$5,775.00
Imprevistos	$547.80
Total	**$48,184.80**

- ✓ **Obtención de permisos**

Para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico se considera la inversión que se tendrá que realizar en la gestión y tramitación de los permisos de construcción para obra civil, dentro de los cuales se considera:

Tabla 274. Descripción de los permisos requeridos para la construcción de la obra civil.

Ministerio / Institución	Permiso requerido	Costo estimado	Tiempo de trámite	Requisitos generales
Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	Permiso Ambiental	$ 150	30-60 días hábiles	- Formulario ambiental - Estudio de Impacto Ambiental (EIA) - Programa de Manejo Ambiental - Consulta pública - Fianza de cumplimiento ambiental
Ministerio de Obras Públicas y de Transporte (MOP)	Permiso de construcción y supervisión de obra	$ 180.62	30-60 días hábiles	- Planos constructivos firmados por profesional autorizado - Estudio topográfico y geotécnico - Constancia de propiedad/posesión del terreno - Pago de tasas de revisión - Licencia ambiental del MARN
Monto Total		**$ 330.62**		

- ✓ **Sistemas administrativos**

Este rubro incluye las herramientas tecnológicas necesarias para apoyar la gestión y operación del proyecto, facilitando la organización interna y la promoción de los productos turísticos. A continuación, se detallan los recursos contemplados.

Tabla 275. Descripción de la inversión en sistemas administrativos

Descripción	Costo
Software de análisis de datos	$ 185.00
Software de encuestas en línea	$ 756.00
Creación de página web	$ 800.00
Total	**$ 1,741.00**

- ✓ **Capacitaciones**

A continuación, se presenta la inversión a realizar para la capacitación del personal e involucrados del plan:

Tabla 276. Descripción de la inversión para el área de capacitaciones

Descripción	Frecuencia	Costo Anual	Costo Total
Formación para emprendedores	1	$ 1,537.25	$ 1,537.25
Servicio de atención al cliente	2	$ 437.25	$ 874.50
Idiomas	1	$ 287.25	$ 287.25
Seguridad turística	1	$ 287.25	$ 287.25
Sensibilización comunitaria	1	$ 700	$ 700.00
Educación ambiental	1	$ 125	$ 125.00
Gestión de finanzas	1	$ 337.25	$ 337.25
Total			**$ 4,148.27**

- ✓ **Registro de marca**

A continuación, se presenta la inversión a realizar para el registro de marca:

Tabla 277. Descripción de la inversión para el registro de marca

Descripción	Costo total estimado
Búsqueda de antecedentes	$20.00
Presentación de la solicitud	$150.00
Examen de la solicitud	$0.00
Publicación de la solicitud	$70.00
Resolución y registro	$100.00

Total	**$ 340.00**

Resumen de Inversión Fija Intangible

La inversión fija intangible total, se muestra a continuación:

Tabla 278. Resumen de inversión fija intangible

Categoría	Inversión
Investigación y estudios previos	**$ 4,559.15**
Administración de la implantación	**$ 48,184.80**
Obtención de permisos	**$ 330.62**
Sistemas administrativos	**$ 1,741.00**
Capacitaciones	**$ 4,148.27**
Registro de marca	**$ 340.00**
Total	**$ 59,303.84**

B. Capital de Trabajo

El capital de trabajo se refiere a los recursos que una organización necesita para operar eficientemente en el corto plazo, especialmente durante la fase inicial de ejecución de un proyecto. En términos financieros, se relaciona directamente con el activo corriente, es decir, efectivo, inversiones a corto plazo, cuentas por cobrar e inventarios, que permiten cubrir necesidades inmediatas como insumos, materia prima, salarios, reposición de activos y otras obligaciones operativas.

Según Gitman (2007), el capital de trabajo representa “la inversión de una empresa en activos corrientes necesarios para mantener sus operaciones en marcha”. En el caso del Plan de Desarrollo Turístico, este capital será fundamental para asegurar la operatividad de los proyectos durante sus primeros meses, etapa crítica en la que la demanda suele ser baja y el personal se encuentra en un proceso de aprendizaje y adaptación. Desde el momento en que se adquieren insumos o se ofrecen servicios turísticos, se generan egresos que deben ser cubiertos, incluso antes de percibir ingresos. Por ello, el capital de trabajo actúa como un fondo de respaldo que garantiza la continuidad operativa en la fase de arranque.

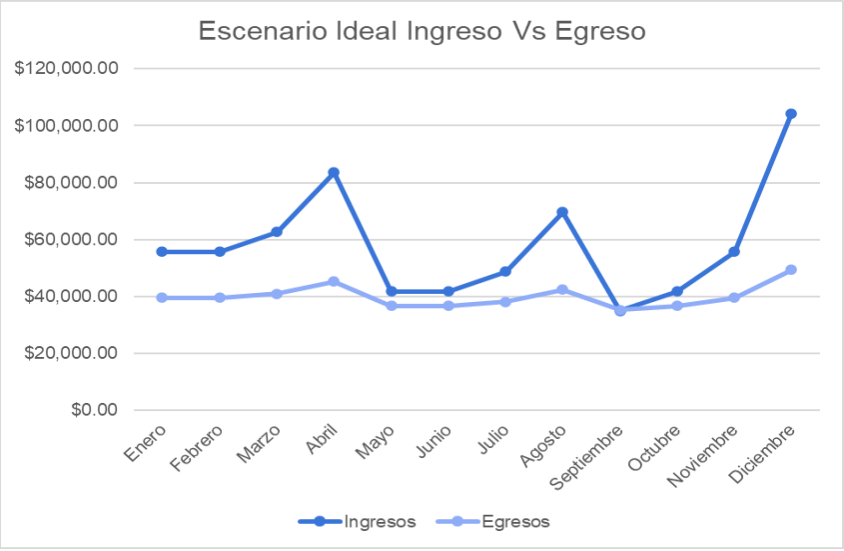
Consideraciones del capital de trabajo

Para determinar el capital de trabajo se realizará un análisis de sensibilidad en conjunto con el método del déficit máximo acumulado, ya que se proyectarán los ingresos y egresos mensuales del primer año de operación, identificando los flujos netos acumulados y el momento en que se alcanza el mayor déficit. Este enfoque permite estimar con mayor precisión la cantidad de recursos necesarios para mantener la operación sin interrupciones durante los meses en que los egresos superan temporalmente a los ingresos, para ello se plantea 3 escenarios, según se muestra a continuación:

1.Escenario Ideal. En el escenario ideal para el primer año de operación (asumiendo pago del préstamo) el flujo acumulado mantiene saldos positivos durante todo el año, garantizando estabilidad financiera.

Tabla 279. Escenario ideal para el capital de trabajo

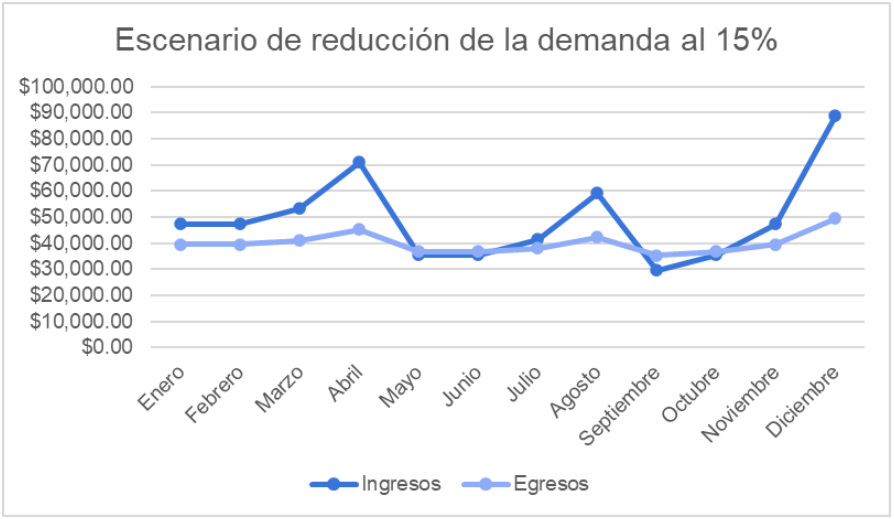
Mes	Ingresos	Egresos	Flujo	Acumulado
Enero	$55,675.00	$39,487.62	$16,187.38	$16,187.38
Febrero	$55,675.00	$39,487.62	$16,187.38	$32,374.76
Marzo	$62,650.00	$40,896.26	$21,753.74	$54,128.50
Abril	$83,525.00	$45,122.18	$38,402.82	$92,531.32
Mayo	$41,750.00	$36,670.34	$5,079.66	$97,610.99
Junio	$41,750.00	$36,670.34	$5,079.66	$102,690.65
Julio	$48,725.00	$38,078.98	$10,646.02	$113,336.67
Agosto	$69,600.00	$42,304.90	$27,295.10	$140,631.77
Septiembre	$34,800.00	$35,261.70	-$461.70	$140,170.07
Octubre	$41,750.00	$36,670.34	$5,079.66	$145,249.73
Noviembre	$55,675.00	$39,487.62	$16,187.38	$161,437.12
Diciembre	$104,400.00	$49,348.10	$55,051.90	$216,489.02



2.Escenario reducción de la demanda de un 15% (Según CEPAL, 2022; BID, 2021, los proyectos de turismo en América Latina pueden generar caídas de entre 15% y 30% en la afluencia anual)

Tabla 280. Escenario reducción del 15%

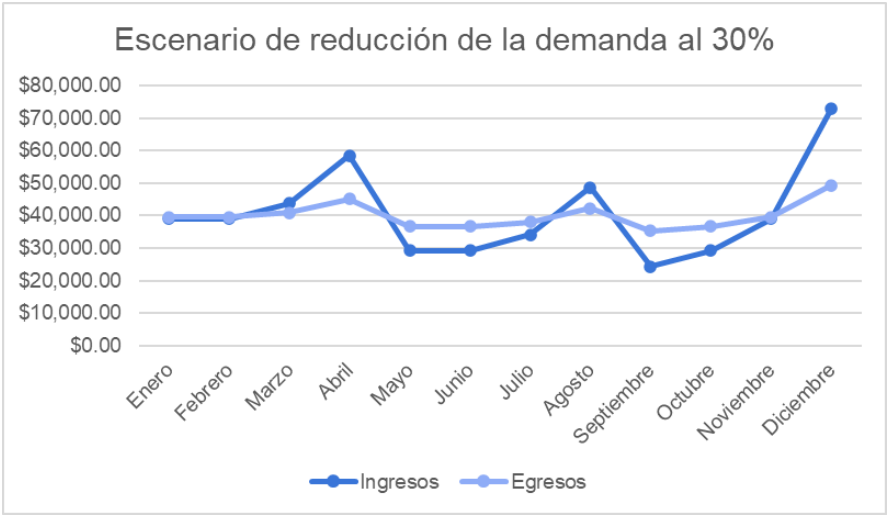
Mes	Ingresos	Egresos	Flujo	Acumulado
Enero	$47,323.75	$39,487.62	$7,836.13	$7,836.13
Febrero	$47,323.75	$39,487.62	$7,836.13	$15,672.26
Marzo	$53,252.50	$40,896.26	$12,356.24	$28,028.50
Abril	$70,996.25	$45,122.18	$25,874.07	$53,902.57
Mayo	$35,487.50	$36,670.34	-$1,182.84	$52,719.74
Junio	$35,487.50	$36,670.34	-$1,182.84	$51,536.90
Julio	$41,416.25	$38,078.98	$3,337.27	$54,874.17
Agosto	$59,160.00	$42,304.90	$16,855.10	$71,729.27
Septiembre	$29,580.00	$35,261.70	-$5,681.70	$66,047.57
Octubre	$35,487.50	$36,670.34	-$1,182.84	$64,864.73
Noviembre	$47,323.75	$39,487.62	$7,836.13	$72,700.87
Diciembre	$88,740.00	$49,348.10	$39,391.90	$112,092.77



3.Escenario reducción de la demanda en un 30%

Tabla 281. Escenario reducción del 30%

Mes	Ingresos	Egresos	Flujo	Acumulado
Enero	$38,972.50	$39,487.62	-$515.12	-$515.12
Febrero	$38,972.50	$39,487.62	-$515.12	-$1,030.24
Marzo	$43,855.00	$40,896.26	$2,958.74	$1,928.50
Abril	$58,467.50	$45,122.18	$13,345.32	$15,273.82
Mayo	$29,225.00	$36,670.34	-$7,445.34	$7,828.49
Junio	$29,225.00	$36,670.34	-$7,445.34	$383.15
Julio	$34,107.50	$38,078.98	-$3,971.48	-$3,588.33
Agosto	$48,720.00	$42,304.90	$6,415.10	$2,826.77
Septiembre	$24,360.00	$35,261.70	-$10,901.70	-$8,074.93
Octubre	$29,225.00	$36,670.34	-$7,445.34	-$15,520.27
Noviembre	$38,972.50	$39,487.62	-$515.12	-$16,035.38
Diciembre	$73,080.00	$49,348.10	$23,731.90	$7,696.52



El tercer escenario considera una disminución del 30% en la demanda proyectada, planteado con el objetivo de analizar el comportamiento del flujo de caja ante un entorno de riesgo alto o crisis sectorial. Basado en estudios de la CEPAL (2022) y el BID (2021) estiman que los proyectos turísticos en América Latina pueden enfrentar caídas de entre 15% y 30% en periodos de inestabilidad o baja estacional, se estima en base al límite superior para incorporar una zona de estrés financiero.

Conclusión de tiempo a considerar para el capital de trabajo

A partir del comportamiento observado en los tres escenarios, se concluye que el proyecto mantiene su rentabilidad a primera vista incluso con caídas moderadas del 15%, y que las pérdidas bajo una reducción del 30% son transitorias y recuperables en diciembre, cuando los ingresos superan nuevamente los egresos.

Con base en lo anterior, se demuestra que un capital de trabajo equivalente a tres meses es el monto óptimo para garantizar la continuidad del proyecto. De forma particular, el escenario del 30% evidencia déficits temporales que solo pueden ser absorbidos sin comprometer la operación con un capital de trabajo cercano a tres meses. Este monto se encuentra alineado con las recomendaciones de organismos internacionales como CEPAL (2022) y BID (2021). En consecuencia, el capital de trabajo de tres meses representa la opción más eficiente al equilibrar seguridad financiera y rentabilidad del proyecto.

A continuación, se presenta un resumen con los costos considerados para el Capital de Trabajo considerando los primeros 3 meses de operación y lo realizado en el apartado del costeo.

- ✓ **Costos de operación**

A continuación, se presenta el resumen de los costos de operación en base a lo detallado en el apartado del costeo.

Tabla 282. Resumen costos de operación para el capital de trabajo

Categoría	Subcategoría	Costo
Personal operativo	Personal operativo directo	$44,922.00
	Personal operativo indirecto	$6,652.50

Insumos		$3,093.55
Recursos operativos de apoyo	Directos	$1,423.79
	Indirectos	$763.79
Depreciación		$16.53
Amortización		$44,922.00
Total		**$ 56,872.16**

- ✓ **Costos de comercialización**

A continuación, se presenta el resumen de los costos de comercialización en base a lo detallado en el apartado del costeo.

Tabla 283. Resumen costos de comercialización para el capital de trabajo

Categoría	Costo
Personal de comercialización	$16,373.75
Materias primas e Insumos	$378.75
Depreciación	$224.38
Amortización	$23.50
Total	**$17,000.38**

- ✓ **Costos administrativos**

A continuación, se presenta el resumen de los costos administrativos en base a lo detallado en el apartado del costeo.

Tabla 284. Resumen costos administrativos para el capital de trabajo

Categoría	Costo
Personal Administrativo	$45,512.50
Materias Primas e Insumos	$179.43
Tecnología y Herramientas	$63.75
Depreciación	$1,280.02
Amortización	$118.42
Total	**$47,154.11**

Inversión Total de la Propuesta

A continuación, se presenta un resumen detallado de la inversión de la propuesta.

Tabla 285. Cuadro resumen de la inversión de la propuesta

Tipo de Inversión	Descripción	Monto
Inversión Fija	Tangible	**$ 109,805.08**
	Intangible	**$ 59,303.84**
	Subtotal	**$ 169,108.92**
Capital de trabajo	Costos de operación	**$56,872.16**
	Costos de comercialización	**$17,000.38**
	Costos administrativos	**$47,154.11**
	Subtotal	**$121,026.64**
Inversión Total		**$290,135.56**

C. Financiamiento del plan de desarrollo turístico

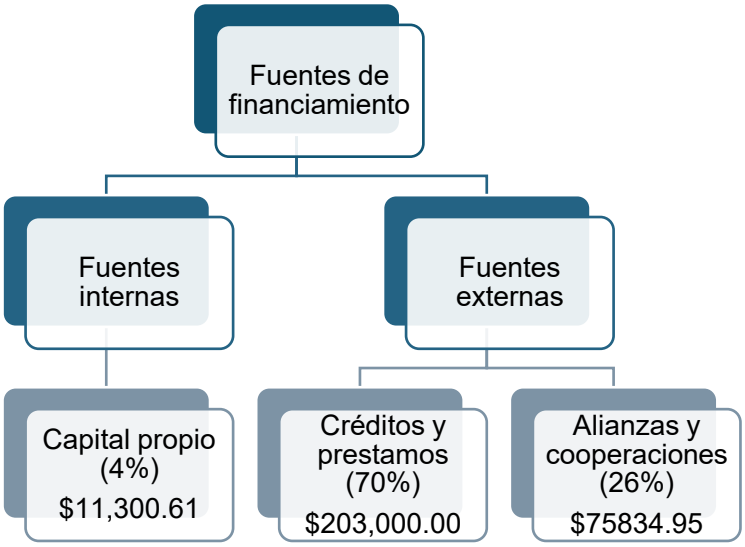
1. Necesidad de financiamiento

Para poner en marcha el plan de desarrollo turístico sostenible para el territorio de Panchimalco es necesario contar con el recursos económico que permitan que se ejecuten todos los programas y proyectos que se han planteado anteriormente, esta inversión al ser una cantidad elevada la municipalidad y la comunidad local no tienen la capacidad económica para cubrir el monto total de la inversión, por lo cual se vuelve necesario recurrir a otras fuentes de financiamiento dentro de las cuales podemos encontrar fuentes internas y externas además de fuentes de financiamiento nacionales e internacionales.

La correcta adquisición del financiamiento asegura una ejecución progresiva y efectiva del proyecto, de la misma forma permite reducir riesgos financieros al diversificar las fuentes de ingreso y apoyo, lo cual dará sostenibilidad al plan en el mediano y largo plazo.

2. Fuentes de financiamiento

Ilustración 162. Fuentes de financiamiento



- ✓ **Capital propio**

El financiamiento por capital propio con el que cuente la alcaldía municipal de San Salvador Sur es un método de financiamiento que se basa en los ingresos que genera internamente la misma alcaldía, estos no provienen de préstamos o transferencias ni de donaciones externas, principalmente estos ingresos provienen de la recaudación de impuestos o contribuciones

Fuentes de financiamiento por capital de trabajo

Ingresos tributarios: Son los impuestos y contribuciones obligatorias que la municipalidad recauda de los ciudadanos y las empresas

Ingresos no tributarios: Provienen de la venta de bienes y servicios públicos como alquiler de espacios públicos, multas administrativas, tarifas y recolección de basura entre otros.

Una de las principales ventajas de financiarse con recursos propios es una mayor autonomía para definir prioridades y ejecutar proyectos ya que la toma de decisiones depende de la institución y no de un prestamista o donante externo, además de que al no tener deuda se eliminan costos asociados a préstamos como intereses, comisiones y gastos de gestión. Sin embargo, la alcaldía tiene una capacidad limitada para utilizar

recursos propios ya que la recaudación de ingresos no da abasto para cubrir en su totalidad la inversión del plan de desarrollo turístico.

- ✓ **Créditos y prestamos**

Préstamo: Esta modalidad de financiamiento se ejecuta mediante una entidad que otorga una cantidad fija de dinero en uno o varios desembolsos con la obligación de devolver el monto más los intereses que genere en un plazo determinado, el pago se realiza mediante cuotas periódicas que incluyen capital como intereses

Características de un préstamo:

- La operación tiene una duración definida desde el inicio.
- Los intereses se calculan sobre el total del dinero recibido.
- Una vez cancelado el capital e intereses, la operación concluye y no puede seguir utilizándose salvo que se gestione un nuevo préstamo.
- Generalmente se otorgan a plazos medios o largos (años), lo que los hace útiles para inversiones en infraestructura o bienes duraderos.

Ventajas:

- Posibilidad de acceder a montos significativos.
- Tasas de interés relativamente más bajas que en un crédito.
- Permite financiar inversiones de largo plazo con pagos predecibles.

Desventajas:

- Rigidez: una vez definido el monto no se puede aumentar.
- Pago de intereses sobre la totalidad del capital, independientemente de que se use todo el dinero al inicio.
- Requiere capacidad de endeudamiento y garantías.

Crédito: es una forma de financiamiento más flexible, ya que la entidad financiera pone a disposición del usuario una línea de dinero con un límite máximo, del cual se puede disponer total o parcialmente según la necesidad en cada momento.

Características de un crédito:

- Se paga interés únicamente por la cantidad efectivamente utilizada, no sobre el total autorizado.
- Puede cobrarse una comisión de mantenimiento, aunque no se use la totalidad del límite.
- A medida que se devuelve el dinero, se puede volver a disponer de él, siempre dentro del límite acordado.
- Generalmente se otorgan a plazos cortos o renovables anualmente.

Ventajas:

- Mayor flexibilidad en la disposición del dinero.
- Permite financiar necesidades de liquidez temporal o gastos operativos.
- Los intereses se calculan solo sobre los montos usados.

Desventajas:

- Tasas de interés suelen ser más altas que en los préstamos.
- Exigen disciplina financiera para evitar sobreendeudamiento.
- Son poco adecuados para financiar inversiones a largo plazo.

Alianzas y cooperaciones

Otra de las fuentes mediante las cuales se puede conseguir financiamiento es mediante la articulación con otros actores públicos y privados, organismos internacionales o gubernamentales, universidades, ONG y asociación comunitaria, con esto se pueden fortalecer la capacidad de optimizar recursos y garantizar la sostenibilidad de los proyectos.

Características de las alianzas y cooperaciones:

- Se basan en el intercambio de recursos, conocimientos o experiencias entre dos o más partes.

- No siempre implican desembolso de dinero, pueden incluir apoyo técnico, logístico, legal o institucional.
- Pueden ser formales (convenios, memorandos de entendimiento) o informales (apoyo mutuo en actividades específicas).
- Buscan generar un impacto positivo compartido, reduciendo costos y evitando duplicidad de esfuerzos.

Ventajas:

- Permiten acceder a recursos adicionales (económicos, humanos o materiales).
- Favorecen la transferencia de conocimiento y tecnología.
- Incrementan la legitimidad del plan, al contar con el respaldo de múltiples actores.
- Fomentan la participación comunitaria y el trabajo interinstitucional.

Desventajas:

- Pueden depender de la voluntad política y la continuidad de autoridades.
- Riesgo de que los intereses de los aliados no siempre coincidan con los objetivos locales.
- Requieren tiempo y recursos para la gestión de convenios y coordinación.

3. Entidades como fuentes de financiamiento

Ilustración 163.
Logotipo BANDESAL

- ✓ **BANDESAL**

CREDITO IMPULSANDO EL TURISMO EN EL SALVADOR

Sujeto elegible: Personas naturales o jurídicas que requieran financiamiento productivo

Porcentaje de financiamiento del proyecto: Hasta el 90% de la inversión

Actividades a financiar: Productos y/o servicios que busquen promover y transformar la cadena de valor del turismo

Beneficios:

- ✓ Sin cobro de comisiones
- ✓ Financiamiento adaptado a cada sector
- ✓ Periodos de gracia adaptados al proyecto
- ✓ Asesoría personalizada

Condiciones:

Ilustración 164. Condiciones adquisición de crédito BANDESAL

Destinos	Plazo máximo	Período de gracia máximo
Adquisición de inmuebles o terrenos para la construcción, reconversión, mejora o ampliación de proyectos.	15 años	2 años
Adquisición de maquinaria, vehículos automotores, mobiliario y equipo, software y gastos de internación e instalación de activos fijos, entre otros.	8 años	2 años
Obtención, implementación y mejoras relacionadas a certificaciones, estudios especializados, transferencia tecnológica y contratación de expertos o consultores.	5 años	1 año
Capital de trabajo.	3 años	N/A

Fuente: Página web BANDESAL

Tasa de intereses:

Ilustración 165. Tarifas de tasas de interés BANDESAL

BANDESAL GOBIERNO DE EL SALVADOR

Banco de Desarrollo de la República de El Salvador

TARIFAS DE TASAS DE INTERÉS EN LAS OPERACIONES ACTIVAS, COMISIONES Y RECARGOS [1]
VIGENTES A PARTIR 01 DE SEPTIEMBRE DE 2025

TASAS DE INTERÉS NOMINALES Y EFECTIVAS PARA OPERACIONES ACTIVAS[1]
Tasa de Referencia para Operaciones Activas (TR): 15.00% anual.

OPERACIONES ACTIVAS	PRÉSTAMOS PRODUCTIVOS		AGRO		CONSTRUCCIÓN		ENERGÍA RENOVABLE Y EFICIENCIA ENERGÉTICA	
	Tasa Nominal Máxima [2]	Tasa Efectiva Máxima [2] [3]	Tasa Nominal Máxima	Tasa Efectiva Máxima	Tasa Nominal Máxima	Tasa Efectiva Máxima	Tasa Nominal Máxima	Tasa Efectiva Máxima
a) Tasas de interés hasta un año plazo	Hasta 15.31%	Hasta 20.16%	Hasta 17.31%	Hasta 22.15%	Hasta 16.31%	Hasta 21.16%	Hasta 14.31%	Hasta 19.17%
b) Tasas de interés más de un año plazo	Hasta 16.46%	Hasta 18.81%	Hasta 18.46%	Hasta 20.80%	Hasta 17.46%	Hasta 19.80%	Hasta 15.46%	Hasta 17.82%
c) Intereses moratorios	5.00% anual		5.00% anual		5.00% anual		5.00% anual	
d) Plan de pago								
I) Tablas de amortización	x		x		x		x	
II) Al vencimiento								

Fuente: Página web BANDESAL

- ✓ **BANCO AGRICOLA**

Ilustración 166. Logotipo Banco agrícola

Líneas de crédito empresas y gobierno

Es una línea de crédito para necesidades de mediano y largo plazo que permite al cliente realizar una Inversión, Puesta en marcha de Proyectos o Importación/Instalación de Maquinaria y Equipo. La utilización se efectúa mediante desembolsos parciales que se van dando conforme a las necesidades del cliente, sin una supervisión especifica de parte del Banco.

Requisitos:

- Firmar y entregar la solicitud de Crédito.
- Pertenecer a la categoría A o B en el Sistema Financiero.
- Presentar la siguiente información financiera de la empresa:
  - Copia de las últimas 6 declaraciones del IVA
  - Copia de las últimas 2 declaraciones de Renta
  - Constancia de otros ingresos adicionales (cuando aplique)
  - Estados financieros de los últimos 3 años, debidamente auditados
  - Balance general y estado de resultados proyectados (mínimo 3 años) con sus respectivas premisas o principales premisas sobre los resultados esperados (crecimiento en ventas, inversiones, márgenes, deuda, etc.)
  - Para montos mayores a USD$ 350,000.00, también se deberá presentar el flujo mensual proyectado a 12 meses (o sus respectivas premisas) y el balance de comprobación de los últimos 6 meses
  - Adicionalmente, se debe presentar información correspondiente a Personal Natural o Persona Jurídica (según aplique).
  - DUI y NIT del representante legal
  - NIT de la empresa
  - Tarjeta de registro del IVA
  - Credencial vigente del representante legal
  - Formulario de registro en el Ministerio de Hacienda
  - Nómina de Accionistas y Junta Directiva debidamente firmada y sellada por la empresa (los números de libro y folio deben incluirse).
  - Escritura de constitución
  - Modificación al Pacto Social (si aplica)

- Carta para compartir información
- Declaración jurada con un plazo no mayor a 1 año
- Formulario de vinculación con un plazo no mayor a 1 año
- Matrícula de comercio o Declaratoria de beneficiario final
- Validación FATCA, cuando se trate de una persona estadounidense

Tasa de intereses

Tabla 286. Tasa de interés Banco Agrícola

Plazo	Tasa Nominal	Tasa Efectiva
Hasta un Año	Hasta 17.50%	plazo Hasta 26.50%
Más de un Año plazo	Hasta 19.50%	Hasta 20.50%

Fuente: Pagina Web Banco Agrícola

- ✓ **BANCO DE AMERICA CENTRAL**

Características:

Ilustración 167. Logotipo BAC



- Beneficios:
- Crédito directo.
- Atención personalizada y rápida.
- Permite crecer competir y ampliar.

Requisitos:

- Solicitud de crédito PYME
- Copia de escritura de Constitución de la empresa o comerciante
- Declaración accionistas actuales
- Copia NIT de la empresa o representante legal
- Ultima declaración de IVA
- Copia de permiso de operación
- Estados financieros de los dos últimos años
- Estados financieros de comprobación a la fecha más reciente.

Financiamiento disponible

- Financiamiento hasta un plazo de 10 años

Tabla 287. Tasa de interés BAC

Plazo	Tasa Nominal	Tasa Efectiva
Hasta un Año plazo	Hasta 21.50%	Hasta 41.93%

Más de un Año plazo	Hasta 21.50%	Hasta 36.02%

Fuente: Página Web Banco Central de Reserva

- ✓ **Dirección de obras municipales (DOM)**

Ilustración 168. Logotipo DOM

La Dirección de Obras Municipales (DOM) de El Salvador es una entidad del Estado, creada por decreto legislativo en 2021, que tiene como objetivo principal la calificación, aprobación, contratación y ejecución de proyectos de inversión en los 262 municipios del país.

Se trata de una entidad de Derecho Público descentralizada con autonomía en la administración de su patrimonio y en el ejercicio de sus funciones. Sustituyó al Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL) y es la principal institución del Gobierno Central para la ejecución de proyectos en los municipios.

Funciones Principales de la DOM

- Ejecución de Proyectos: La DOM se encarga de llevar a cabo proyectos de infraestructura y servicios en las áreas urbanas y rurales de los municipios. Esto incluye la construcción y mejora de calles, escuelas, centros de salud, mercados, espacios deportivos, y la ejecución de proyectos de interés turístico.
- Gestión de Proyectos: Califica y aprueba los proyectos que las alcaldías solicitan, asegurando que cumplan con los estándares de calidad y que se alineen con los planes de desarrollo nacional.
- Financiamiento y Control: La DOM utiliza recursos asignados en su propio presupuesto y puede gestionar financiamiento de otras fuentes. Además, está sujeta a auditorías para garantizar un uso transparente de los fondos públicos.

Proceso de Gestión de Proyectos con la DOM

- **Presentación del Proyecto:** Las comunidades identifican una necesidad y presentan su propuesta de proyecto al alcalde.
- **Aprobación Municipal:** El alcalde lleva la propuesta al Concejo Municipal para su aprobación formal.

- **Solicitud a la DOM:** La alcaldía gestiona la solicitud de apoyo ante la Dirección de Obras Municipales (DOM), presentando la documentación completa del proyecto.
- **Evaluación de la DOM:** La DOM evalúa la viabilidad del proyecto y decide el nivel de apoyo que brindará.

4. Selección de fuente de financiamiento

Luego de presentar las alternativas de bancos para la obtención de financiamiento, se determinará cual es la mejor alternativa para lo cual se muestra a continuación las alternativas con su tasa de interés anual y el plazo en años para pagar el préstamo.

Tabla 288. Selección de fuentes de financiamiento

BANCO	PLAZO	TASA EFECTIVA ANUAL
BANDESAL	Más de un año	16.46%
BANCO AGRICOLA	Más de un año	20.50%
BANCO DE AMERICA CENTRAL	Más de un año	36.02%

Se observa en la tabla anterior que la entidad bancaria con mejor tasa de intereses es la del Banco de Desarrollo Salvadoreño con un interés del 16.46% anual, respecto a los otros bancos que la tasa se incrementa con diferencia, por lo cual se elegirá a BANDESAL como la opción para financiar una parte del proyecto, además que BANDESAL ofrece un periodo de gracia de hasta 2 años en los que la alcaldía puede beneficiarse de no pagar cuota ni intereses y al optar por la línea de crédito para turismo se provee que la adquisición del préstamo sea más sencilla. Por otra parte, se plantea que la Dirección de Obras Municipales (DOM) sea la responsable de financiar la inversión de la obra civil y la señalización para plan de desarrollo turístico, este apoyo será gestionado por la alcaldía con las entidades correspondientes, a continuación, se detalla el financiamiento que será otorgado por la DOM

Tabla 289. Inversión DOM

Inversión	Total
Obra civil	$68,594.95
Señalización	$ 7,240.00
Total	**$ 75,834.95**

5. Condiciones de financiamiento

La inversión del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el territorio de Panchimalco es de **$290,135.56,** de los cuales la municipalidad de San Salvador Sur asumirá el 4%, la Dirección de Obras Municipales (DOM) el 26% y el Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL) el 70% restante lo que es equivalente a $203,000.00 dólares americanos.

A continuación, se evaluarán 3 alternativas con condiciones de financiamiento distinto para un plazo de 3, 4 y 5 años tomando en cuenta que BANDESAL da un periodo de gracia de 2 años de gracia sin pagar ninguna cuota se tomara únicamente un año de gracia en lo que el CDT empieza a tener ingresos del Plan de Desarrollo turístico

- ✓ **Alternativa 1: 3 años**

Tabla 290. Financiamiento a 3 años

Año	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
0				$ 476,000.00
0				$ 203,000.00
1	$ -	$ -	$ -	$ 203,000.00
2	$ 91,069.63	$ 33,413.80	$ 57,655.83	$ 145,344.17
3	$ 91,069.63	$ 23,923.65	$ 67,145.97	$ 78,198.20
4	$ 91,069.63	$ 12,871.42	$ 78,198.20	$ -

- ✓ **Alternativa 2: 4 años**

Tabla 291. Financiamiento a 4 años

Año	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
0				$ 203,000.00
1	$ -	$ -	$ -	$ 203,000.00
2	$ 73,214.35	$ 33,413.80	$ 39,800.55	$ 163,199.45
3	$ 73,214.35	$ 26,862.63	$ 46,351.72	$ 116,847.73
4	$ 73,214.35	$ 19,233.14	$ 53,981.21	$ 62,866.52
5	$ 73,214.35	$ 10,347.83	$ 62,866.52	$ -

✓ **Alternativa 3: 5 años**

Tabla 292. Financiamiento a 5 años

Año	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
0				$ 203,000.00
1	$ -	$ -	$ -	$ 203,000.00
2	$ 62,664.68	$ 33,413.80	$ 29,250.88	$ 173,749.12
3	$ 62,664.68	$ 28,599.11	$ 34,065.57	$ 139,683.56
4	$ 62,664.68	$ 22,991.91	$ 39,672.76	$ 100,010.79
5	$ 62,664.68	$ 16,461.78	$ 46,202.90	$ 53,807.90
6	$ 62,664.68	$ 8,856.78	$ 53,807.90	$ -

6. Selección de alternativa de financiamiento

A continuación, se presenta una tabla resumen con las alternativas, total del préstamo, intereses totales a pagar, y capital total a pagar para hacer la selección.

Tabla 293. Selección de alternativa de financiamiento

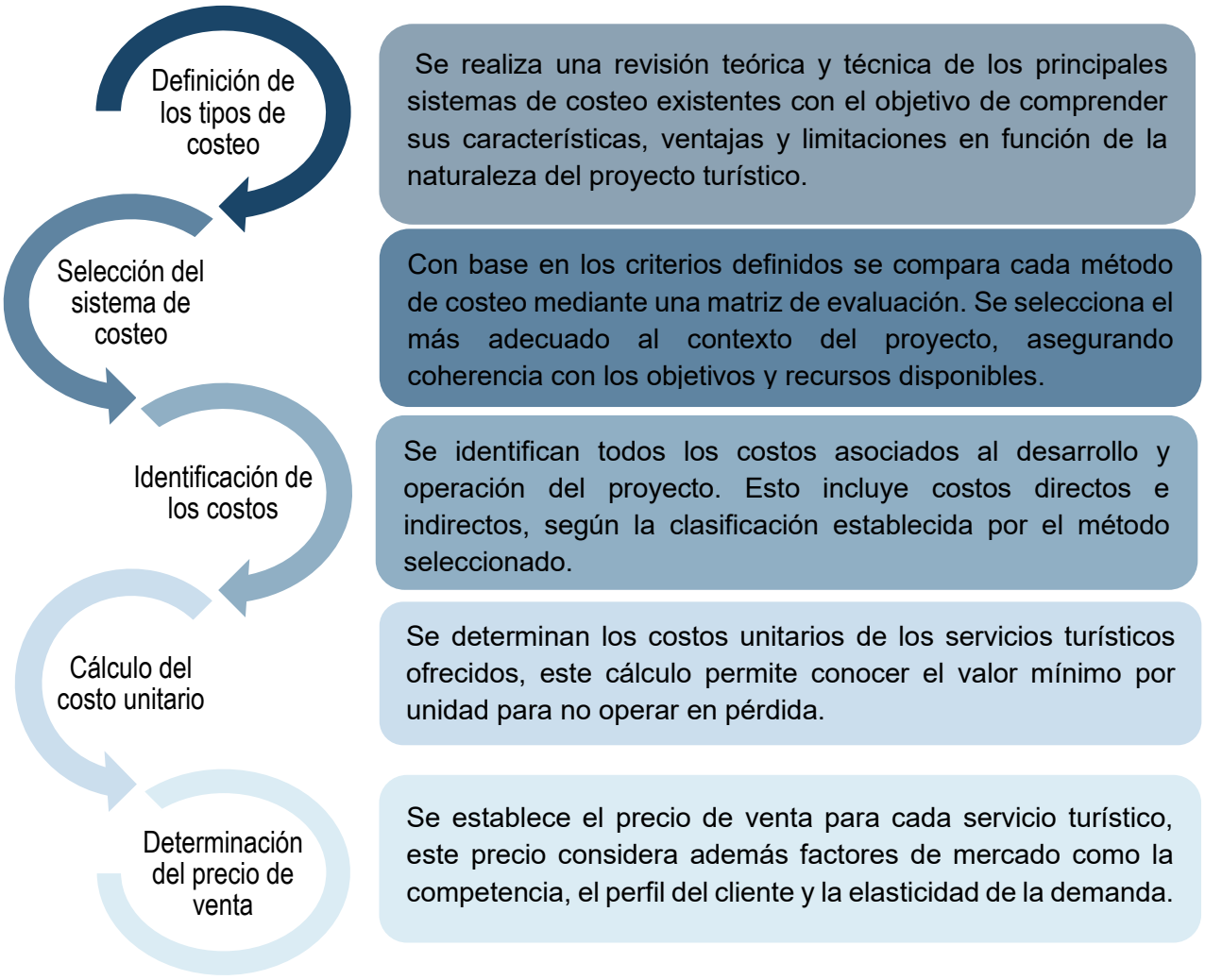
Alternativa	Préstamo	Intereses totales	Total pagado
3 años	$203,000.00	$70,208.88	$273,208.88
4 años	$203,000.00	$89,857.40	$292,857.40
5 años	$203,000.00	$110,323.38	$313,323.38

Al analizar los datos obtenido según las alternativas, se verifica que la alternativa 1 del préstamo a 3 años como la mejor opción, ya que al pagarlo en un menor tiempo la generación de intereses es menor, con esta lógica la opción menos viable es la de 5 años generando un monto pagado significativamente mayor respecto al capital recibido, lo cual implica una carga financiera más pesada para la institución., sin embargo, la alternativa de 4 años presenta un equilibrio interesante entre costo financiero y capacidad de pago anual. Aunque los intereses totales aumentan a $89,857.40, esta opción permite distribuir la obligación en un plazo razonable, suavizando la presión anual sobre el presupuesto de la institución en comparación con la opción de 3 años, sin llegar a los elevados costos financieros del plazo más largo. De hecho, esta alternativa reduce el total pagado en $20,466 menos respecto a la opción de 5 años.

III. Costos de la propuesta

A. Metodología

Ilustración 169. Metodología para la definición de los costos de la propuesta



B. Definición de los tipos de sistemas de costeo

Para estimar adecuadamente los costos de producción y operación en el contexto de un plan de desarrollo turístico, es necesario seleccionar el sistema de costeo más adecuado a las características del proyecto. A continuación, se describen tres de los sistemas más comunes de costeo:

a) Costeo por absorción

El costeo por absorción, también conocido como costeo integral, implica que todos los costos de producción —tanto fijos como variables— se asignan al costo del producto o servicio. Esto incluye costos directos como la materia prima y la mano de obra, así como los costos indirectos como servicios, depreciaciones o sueldos administrativos relacionados con la producción (Horngren et al., 2006).

Ventaja principal: ofrece una visión completa del costo total del producto o servicio, útil para análisis financieros y toma de decisiones en el largo plazo.

b) Costeo variable

Este método solo asigna los costos variables de producción a los productos o servicios, mientras que los costos fijos se reconocen como gastos del período. Es útil para tomar decisiones de corto plazo y análisis de rentabilidad marginal (Garrison, Noreen & Brewer, 2012).

Ventaja principal: permite analizar cómo los cambios en volumen afectan las utilidades, facilitando decisiones operativas tácticas.

c) Costeo basado en actividades (ABC)

Este sistema asigna costos indirectos en función de las actividades que realmente consumen recursos, identificando los generadores de costos (cost drivers). Es ideal para proyectos complejos con múltiples servicios o productos (Kaplan & Cooper, 1998).

Ventaja principal: mayor precisión en la asignación de costos, al identificar con claridad dónde y por qué se generan.

C. Selección del sistema de costeo

Para seleccionar el sistema de costeo más adecuado al contexto del proyecto turístico propuesto, se definieron una serie de criterios evaluativos que permiten realizar una comparación objetiva entre las diferentes alternativas disponibles. Estos criterios fueron seleccionados con base en su relevancia para proyectos turísticos sostenibles y en función de su aplicabilidad práctica. A continuación, se describen:

- Precisión en la asignación de costos: evalúa qué tan correctamente el sistema permite identificar y distribuir los costos directos e indirectos a los productos o servicios ofrecidos. Un sistema con alta precisión reduce la probabilidad de subvaloraciones o sobrevaloraciones del costo unitario.
- Facilidad de implementación: considera la complejidad técnica y operativa de aplicar el sistema. Se valora positivamente la simplicidad de uso, la disponibilidad de datos y la compatibilidad con las capacidades administrativas del proyecto.
- Adaptabilidad al tipo de actividad turística: analiza si el sistema es adecuado para las particularidades del proyecto turístico, como variabilidad en la demanda, múltiples servicios complementarios y presencia de costos indirectos significativos.
- Capacidad para la toma de decisiones: se refiere al nivel de información útil que el sistema proporciona para apoyar decisiones estratégicas y operativas (por ejemplo, fijación de precios, identificación de servicios más rentables o rediseño de procesos).
- Costo de implementación y operación: mide los recursos económicos y humanos necesarios para poner en marcha y mantener el sistema. Un sistema menos costoso será más viable para proyectos de menor escala o con presupuesto limitado.
- Enfoque integral: este criterio valora la capacidad del sistema para incluir la totalidad de los costos involucrados en el proceso productivo, desde la adquisición de insumos hasta la entrega del servicio final.

Cada uno de estos criterios será ponderado y calificado en una matriz comparativa para facilitar la selección objetiva del sistema de costeo más adecuado para el proyecto. La escala de ponderación se define a continuación:

Tabla 294. Escala de valoración para la selección del sistema de costeo

Escala	1	2	3
Definición	Bajo	Medio	Alto

En la escala se considera mientras más alto es el valor, mejor puntuado se encuentra bajo las características del criterio que se evalúa.

Matriz comparativa para la selección del sistema de costeo

Tabla 295. Matriz de selección del sistema de costeo

Criterio	Costeo por Absorción	Costeo Variable	Costeo ABC
Precisión en la asignación de costos	2	1	3
Facilidad de implementación	3	3	1
Adaptabilidad a la actividad turística	3	2	2
Capacidad para la toma de decisiones	2	2	3
Costo de implementación y operación	3	3	1
Enfoque integral	3	1	2
Total	**16**	**12**	**12**

Según los resultados de la matriz, el **sistema de costeo por absorción** obtiene la mayor puntuación total (16 puntos), destacándose especialmente en facilidad de implementación, adaptabilidad al entorno turístico, bajo costo operativo y enfoque integral de los costos, facilita la planeación presupuestaria y la justificación económica de las inversiones realizadas. Si bien el costeo ABC ofrece una asignación más precisa de los costos indirectos, su nivel de complejidad y requerimientos de información detallada lo hacen poco viable para una fase de ejecución inicial con recursos limitados.

El costeo variable, por su parte, puede resultar útil en decisiones operativas, pero no proporciona un panorama integral del costo de los productos turísticos, lo cual es esencial para este tipo de plan.

Con el sistema de costeo definido, se clasificarán los costos según los siguiente:

- → **Costos de operación:** Son aquellos necesarios para la prestación efectiva del servicio, tales como suministros, servicios básicos, mantenimiento y salarios del personal operativo. Según Horngren, Datar y Rajan (2015), estos costos están directamente relacionados con el funcionamiento cotidiano de las actividades productivas.
- → **Costos de comercialización:** Corresponden a los gastos destinados a promover, posicionar y vender el servicio turístico. Incluyen publicidad, promoción y actividades comerciales (Morales, 2014). Estos costos, aunque no afectan directamente la producción, son esenciales para garantizar la demanda del producto.

- → **Costos administrativos:** Involucran los recursos utilizados en la gestión general de la organización, incluyendo los sueldos del personal administrativo y la depreciación de los activos relacionados con funciones administrativas. Tal como señala Polimeni et al. (2011), estos costos no están ligados a la producción ni a la venta directa, pero son fundamentales para el funcionamiento organizativo.
- → **Costos financieros:** Son aquellos derivados del uso de capital ajeno, como intereses por préstamos u otras obligaciones financieras. Para Garrison, Noreen y Brewer (2018), estos costos representan compromisos externos que permiten la sostenibilidad financiera del proyecto en el corto y largo plazo.

Además de esta clasificación funcional, los costos también se clasificarán en:

- → **Costos fijos:** Permanecen constantes en el corto plazo, independientemente del nivel de demanda (Horngren et al., 2015).
- → **Costos variables:** Fluctúan proporcionalmente al volumen de actividad. A mayor demanda del servicio, mayor será el costo variable asociado (Garrison et al., 2018).

D. Identificación de los costos

1. Costos de operación

Los costos de operación se refieren a los gastos directos e indirectos necesarios para la prestación del servicio turístico, es decir, la ejecución de las rutas y actividades. Entre los cuales se clasifican las siguientes categorías:

- Personal operativo: Se refiere a los costos salariales del personal involucrado en la ejecución de las actividades turísticas.
- Materias primas e insumos: Esta categoría incluye los recursos y artículos consumibles que se utilizan en la operación de los servicios.
- Recursos operativos: Aquí se agrupan los equipos y la tecnología necesarios para la prestación del servicio y la seguridad.

a) Personal Operativo

Personal operativo directo

El personal operativo se considerará como un costo mixto, se tiene los siguientes puestos a considerar para el personal fijo:

Tabla 296. Detalle del personal operativo fijo para el servicio de rutas turísticas.

Cargo/Puesto	Cantidad	Salario Mensual	Salario Anual
Personal sistemas de conteo	2	$635.00	$15,240.00
Personal de seguridad	4	$550.00	$26,400.00
Auxiliar de sistemas (medio tiempo)	1	$240.00	$ 2,880.00
Total			**$44,520.00**

Respecto al personal que se determina como variable se tiene:

Tabla 297. Detalle del personal operativo variable para el servicio de rutas turísticas.

Puesto	Personal por recorrido	Salario por recorrido	Recorridos Planificados	Costo Anual
Guía Turístico	1	$25	1056	$26,400.00
Transportista	1	$45	1056	$47,520.00
Apoyo Logístico	1	$10	1056	$10,560.00
Auxiliar del CDT	2	$8	1056	$16,896.00
Primeros Auxilios	2	$8	1056	$16,896.00
Asistente logístico	1	$8	1056	$8,448.00
Brigadistas	1	$8	1056	$8,448.00
Total				**$135,168.00**

.

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para el personal operativo directo:

Tabla 298. Detalle del personal operativo fijo y variable para el primer año de operación proyectados

Mes	Guía Turístico	Transportista	Apoyo Logístico	Primeros Auxilios	Asistente logístico	Brigadistas	Personal sistemas de conteo	Personal de seguridad	Auxiliar de sistemas	Auxiliar de CDT
Mes 1	$2,112.00	$3,801.60	$844.80	$1,351.68	$675.84	$675.84	$1,219.20	$2,112.00	$230.40	$1,351.68
Mes 2	$2,112.00	$3,801.60	$844.80	$1,351.68	$675.84	$675.84	$1,219.20	$2,112.00	$230.40	$1,351.68
Mes 3	$2,376.00	$4,276.80	$950.40	$1,520.64	$760.32	$760.32	$1,371.60	$2,376.00	$259.20	$1,520.64
Mes 4	$3,168.00	$5,702.40	$1,267.20	$2,027.52	$1,013.76	$1,013.76	$1,828.80	$3,168.00	$345.60	$2,027.52
Mes 5	$1,584.00	$2,851.20	$633.60	$1,013.76	$506.88	$506.88	$914.40	$1,584.00	$172.80	$1,013.76
Mes 6	$1,584.00	$2,851.20	$633.60	$1,013.76	$506.88	$506.88	$914.40	$1,584.00	$172.80	$1,013.76
Mes 7	$1,848.00	$3,326.40	$739.20	$1,182.72	$591.36	$591.36	$1,066.80	$1,848.00	$201.60	$1,182.72
Mes 8	$2,640.00	$4,752.00	$1,056.00	$1,689.60	$844.80	$844.80	$1,524.00	$2,640.00	$288.00	$1,689.60
Mes 9	$1,320.00	$2,376.00	$528.00	$844.80	$422.40	$422.40	$762.00	$1,320.00	$144.00	$844.80
Mes 10	$1,584.00	$2,851.20	$633.60	$1,013.76	$506.88	$506.88	$914.40	$1,584.00	$172.80	$1,013.76
Mes 11	$2,112.00	$3,801.60	$844.80	$1,351.68	$675.84	$675.84	$1,219.20	$2,112.00	$230.40	$1,351.68
Mes 12	$3,960.00	$7,128.00	$1,584.00	$2,534.40	$1,267.20	$1,267.20	$2,286.00	$3,960.00	$432.00	$2,534.40
Total	**$26,400.00**	**$47,520.00**	**$10,560.00**	**$16,896.00**	**$8,448.00**	**$8,448.00**	**$15,240.00**	**$26,400.00**	**$2,880.00**	**$16,896.00**

.

Desglose por año de ejecución del plan para el personal operativo directo:

Tabla 299. Detalle del personal operativo fijo y variable para los 5 años de operación proyectados.

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4		Año 5
Guía Turístico	$26,400.00	$27,550.00	$28,725.00	$29,975.00	$31,275.00	$143,925.00
Transportista	$47,520.00	$49,590.00	$51,705.00	$53,955.00	$56,295.00	$259,065.00
Apoyo Logístico	$10,560.00	$11,020.00	$11,490.00	$11,990.00	$12,510.00	$57,570.00
Auxiliar de CDT	$16,896.00	$17,627.12	$18,389.94	$19,185.45	$20,016.15	$92,114.66
Primeros Auxilios	$16,896.00	$17,632.00	$18,384.00	$19,184.00	$20,016.00	$92,112.00
Asistente logístico	$8,448.00	$8,816.00	$9,192.00	$9,592.00	$10,008.00	$46,056.00
Brigadistas	$8,448.00	$8,816.00	$9,192.00	$9,592.00	$10,008.00	$46,056.00
Personal sistemas de conteo	$15,240.00	$15,240.00	$15,240.00	$15,240.00	$15,240.00	$76,200.00
Personal de seguridad	$26,400.00	$26,400.00	$26,400.00	$26,400.00	$26,400.00	$132,000.00
Auxiliar de sistemas	$2,880.00	$2,880.00	$2,880.00	$2,880.00	$2,880.00	$14,400.00
Total	**$179,688.00**	**$185,571.12**	**$191,597.94**	**$197,993.45**	**$204,648.15**	**$959,498.66**

Personal operativo indirecto

El personal operativo indirecto está conformado por trabajadores y técnicos que brindan apoyo complementario a las actividades principales, aunque no participan de manera directa en la prestación del servicio, su labor es esencial para garantizar la funcionalidad, mantenimiento y condiciones adecuadas de la infraestructura y espacios destinados a la actividad turística.

Tabla 300. Detalle del personal operativo indirecto

Cargo/Puesto	Cantidad	Salario	Prestación
Personal de Limpieza y Mantenimiento	4	$408.80	Mensual
Encargado de la gestión de desechos	1	$408.80	Mensual
Personal de fontanería	1	$ 60.00	2 veces por año
Técnico de sistemas de riego	1	$ 80.00	2 veces por año
Especialista en tratamiento de aguas	1	$120.00	2 veces por año
Electricista	1	$240.00	2 veces por año

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para el personal operativo indirecto:

Tabla 301. Detalle del personal operativo indirecto para el primer año de operación proyectado

Cargo	Personal de Aseo	Encargado de desechos	Personal de fontanería	Técnico de sistemas de riego	Especialista tratamiento de aguas	Electricista	Total Mensual
Mes 1	$1,635.20	$408.80	$9.60	$12.80	$24.00	$38.40	$2,128.80
Mes 2	$1,635.20	$408.80	$9.60	$12.80	$24.00	$38.40	$2,128.80
Mes 3	$1,839.60	$459.90	$10.80	$14.40	$27.00	$43.20	$2,394.90
Mes 4	$2,452.80	$613.20	$14.40	$19.20	$36.00	$57.60	$3,193.20
Mes 5	$1,226.40	$306.60	$7.20	$9.60	$18.00	$28.80	$1,596.60
Mes 6	$1,226.40	$306.60	$7.20	$9.60	$18.00	$28.80	$1,596.60
Mes 7	$1,430.80	$357.70	$8.40	$11.20	$21.00	$33.60	$1,862.70
Mes 8	$2,044.00	$511.00	$12.00	$16.00	$30.00	$48.00	$2,661.00
Mes 9	$1,022.00	$255.50	$6.00	$8.00	$15.00	$24.00	$1,330.50
Mes 10	$1,226.40	$306.60	$7.20	$9.60	$18.00	$28.80	$1,596.60
Mes 11	$1,635.20	$408.80	$9.60	$12.80	$24.00	$38.40	$2,128.80
Mes 12	$3,066.00	$766.50	$18.00	$24.00	$45.00	$72.00	$3,991.50
Total Anual	$20,440.00	$5,110.00	$120.00	$160.00	$300.00	$480.00	$26,610.00

Desglose por año de ejecución para el plan para el personal operativo indirecto:

Tabla 302. Detalle del personal operativo indirecto para los 5 años de operación proyectados.

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total Cargo
Personal de Aseo	$20,440.00	$20,440.00	$20,658.03	$20,658.03	$20,658.03	$102,854.09
Encargado de desechos	$5,110.00	$5,110.00	$5,164.51	$5,164.51	$5,164.51	$25,713.53
Personal de fontanería	$120.00	$120.00	$120.00	$120.00	$120.00	$600.00
Técnico de sistemas de riego	$160.00	$160.00	$160.00	$160.00	$160.00	$800.00
Especialista tratamiento de aguas	$300.00	$300.00	$300.00	$300.00	$300.00	$1,500.00
Electricista	$480.00	$480.00	$480.00	$480.00	$480.00	$2,400.00
Total Anual	**$26,610.00**	**$26,610.00**	**$26,882.54**	**$26,882.54**	**$26,882.54**	

b) **Materias Primas e Insumos**

Las materias primas e insumos se clasificarán en directos e indirectos, por lo tanto, se tiene lo siguiente:

Materias Primas/Insumos Directos: Son aquellos que se consumen directamente en la prestación del servicio de rutas turísticas.

Tabla 303. Detalle de materias primas e insumos directos por mes para el servicio de rutas turísticas

Insumo Directo	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Anual
Material Informativo	2,332	$0.05	$116.00	$1,399.20
Pulsera numerada	2,332	$0.10	$185.60	$2,798.20
Folleto/cartillas	470	$0.52	$244.40	$2,932.80
Carteles/pósteres adhesivos	52	$4.00	$200.00	$2,496.00
Total				**$9,626.20**

Materias Primas/Insumos Indirectos: Son insumos de apoyo que no se vinculan de forma directa al servicio, pero son necesarios para la operación.

Tabla 304. Detalle de materias primas e insumos indirectos por mes para el servicio de rutas turísticas

Insumo Indirecto	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Bolsas de basura	530	$0.05	$26.50	$ 318.00
Papel higiénico	530	$0.25	$132.50	$ 1,590.00
Jabón líquido	56	$1.25	$70.00	$ 840.00
Total				**$ 2,748.00**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para las materias primas e insumos:

Tabla 305. Detalle de la materia prima e insumos para el primer año de operación proyectado

Materia Prima	Material Informativo	Pulsera numerada	Folleto /cartillas	Carteles/ póster adhesivos	Bolsa basura	Papel higiénico	Jabón líquido	Total Anual
Mes 1	$111.94	$223.86	$234.62	$199.68	$25.44	$127.20	$67.20	$941.38
Mes 2	$111.94	$223.86	$234.62	$199.68	$25.44	$127.20	$67.20	$941.38
Mes 3	$125.93	$251.84	$263.95	$224.64	$28.62	$143.10	$75.60	$1,059.05
Mes 4	$167.90	$335.78	$351.94	$299.52	$38.16	$190.80	$100.80	$1,412.06
Mes 5	$83.95	$167.89	$175.97	$149.76	$19.08	$95.40	$50.40	$706.03
Mes 6	$83.95	$167.89	$175.97	$149.76	$19.08	$95.40	$50.40	$706.03
Mes 7	$97.94	$195.87	$205.30	$174.72	$22.26	$111.30	$58.80	$823.70
Mes 8	$139.92	$279.82	$293.28	$249.60	$31.80	$159.00	$84.00	$1,176.72
Mes 9	$69.96	$139.91	$146.64	$124.80	$15.90	$79.50	$42.00	$588.36
Mes 10	$83.95	$167.89	$175.97	$149.76	$19.08	$95.40	$50.40	$706.03
Mes 11	$111.94	$223.86	$234.62	$199.68	$25.44	$127.20	$67.20	$941.38
Mes 12	$209.88	$419.73	$439.92	$374.40	$47.70	$238.50	$126.00	$1,765.08
Total Anual	$1,399.20	$2,798.20	$2,932.80	$2,496.00	$318.00	$1,590.00	$840.00	$11,767.20

Desglose por año de ejecución del plan para las materias primas e insumos:

Tabla 306. Detalle de materias primas e insumos indirectos por año para el servicio de rutas turística

Materia Prima/Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total Material
Material Informativo	$1,399.20	$1,452.25	$1,515.10	$1,580.65	$1,649.10	$1,399.20
Pulsera numerada	$2,798.20	$2,904.50	$3,030.20	$3,161.30	$3,298.20	$2,798.20

Folleto/cartillas	$2,932.80	$2,964.00	$2,995.20	$3,026.40	$3,057.60	$2,932.80
Carteles/póster adhesivos	$2,496.00	$2,544.00	$2,592.00	$2,640.00	$2,688.00	$2,496.00
Bolsa basura	$318.00	$318.00	$318.00	$318.00	$318.00	$1,590.00
Papel higiénico	$1,590.00	$1,590.00	$1,590.00	$1,590.00	$1,590.00	$7,950.00
Jabón líquido	$840.00	$840.00	$840.00	$840.00	$840.00	$4,200.00
Total Anual	**$12,374.20**	**$12,612.75**	**$12,880.50**	**$13,156.35**	**$13,440.90**	

c) Recursos operativos de apoyo

Los recursos de apoyo comprenden desde materiales de apoyo directo, como botiquines de primeros auxilios, equipos de supervivencia y señalización de emergencia, hasta servicios complementarios de mantenimiento, seguridad e infraestructura tecnológica. Partiendo de lo anterior se clasifican también en directos e indirectos como se muestra a continuación:

Recursos operativos de apoyo directo: Son los que se asocian directamente con la ejecución de la actividad principal del proyecto

Tabla 307. Detalle de los recursos operativos directos por mes pertenecientes a los costos operativos

Área	Recurso	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual
Material y Equipo de Emergencias	Botiquín de primeros auxilios	3	$40	$120
	Equipo de supervivencia	3	$50	$150
Material y Equipo de Seguridad Turística	Señales de emergencia	20	$5.00	$100
Material y Equipo de Seguridad Turística	Alarmas de incendio	6	$10.50	$63

Recursos operativos de apoyo indirecto: Son gastos necesarios para mantener la operación, pero que no se pueden atribuir directamente a una actividad específica.

Energía Eléctrica

Para los costos mostrados se ha tomado en cuenta la potencia en watts de cada uno de los utensilios mostrados en la tabla, además el costo de cada KW es de $0.182482.

Tabla 308. Detalle de los costos operativos indirectos referente al costo de la energía eléctrica.

Descripción	Cantidad	Potencia	Horas uso/Mes	KW/Mes	Costo Energía/Mes
Dispensador de agua (oasis)	3	75	240	54	$9.85
Sistema de micrófono	1	50	60	3	$0.55
Equipo de sonido	1	60	60	3.6	$0.66
Computadora de escritorio	4	300	240	288	$52.55
Impresora multifuncional	5	100	120	60	$10.95
Laptop	18	70	240	302.4	$55.18
Laptop especializada para diseño	1	150	240	36	$6.57
Teléfono móvil	1	30	240	7.2	$1.31
Tablet	4	30	240	28.8	$5.26
Radios portátiles	4	10	240	9.6	$1.75
Dispositivo de conteo y captura de datos	4	10	240	9.6	$1.75
Proyector	4	50	60	12	$2.19
Cámara fotográfica	1	10	60	0.6	$0.11
Dron	1	200	60	12	$2.19
Sistema de iluminaria (focos)	10	70	360	252	$45.99
				TOTAL MENSUAL	**$196.86**
TOTAL ANUAL					**$2,362.34**

Agua Potable

Para los costos de agua potable se considera la tabla asignada para comercios e instituciones estatales la cual especifica que, si el consumo de agua se encuentra entre 31 a 50 metros cúbicos, la tarifa por metro cubico será de $1.50 y el costo fijo por los servicios de alcantarillados rondará los $7.50.

Tabla 309. Detalle de los costos operativos indirectos referente al costo del agua

Descripción	Cantidad	Costo	Costo/Mes
Garrafón de agua	12	$ 2.85	$34.20
Consumo de agua potable (m3)	40	$ 1.68	$ 67.50
		TOTAL MENSUAL	**$101.70**
		TOTAL ANUAL	**$1,220.40**

Transporte

Se considera adecuado realizar dos viajes por semana para monitorear los avances de las diferentes actividades.

Tabla 310. Detalle de los costos operativos indirectos referente al costo del transporte

Descripción	Cantidad	Costo	Costo/Mes
Transporte para inspecciones y tramites	2	$38.00	$76.00
TOTAL MENSUAL			**$76.00**
TOTAL ANUAL			**$912.00**

Internet

Tabla 311. Detalle de los costos operativos indirectos referente al costo de servicios de internet y línea fija

Descripción	Cantidad	Costo	Costo/Mes
Servicio de internet	1	$59.00	$59.00
Línea fija	1	$4.95	$4.95
TOTAL MENSUAL			**$63.95**
TOTAL ANUAL			**$767.40**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para los recursos operativos:

Tabla 312. Detalle de los recursos operativos de apoyo para el primer año de operación proyectado

Recurso	Botiquín	Equipo	Señales	Alarmas	Energía	Agua	Transporte	Internet	Total Mensual
Mes 1	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 2	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 3	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 4	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 5	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 6	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 7	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 8	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 9	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 10	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 11	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Mes 12	$10.00	$12.50	$8.33	$5.25	$196.86	$101.70	$76.00	$63.95	$474.60
Total Anual	$120.00	$150.00	$100.00	$63.00	$2,362.34	$1,220.40	$912.00	$767.40	$5,695.14

Desglose por año de ejecución del plan para los recursos operativos:

Tabla 313. Detalle de los recursos operativos por año pertenecientes a los costos operativos

Recurso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Botiquín de auxilio	$120	$120	$120	$120	$120	$600
Equipo de supervivencia	$150.00	$150.00	$150.00	$150.00	$150.00	$750
Señales de emergencia	$100.00	$100.00	$100.00	$100.00	$100.00	$500
Alarmas de incendio	$63.00	$63.00	$63.00	$63.00	$63.00	$315
Energía Eléctrica	$2,362.34	$2,362.34	$2,362.34	$2,362.34	$2,362.34	$11,812
Agua Potable	$1,220.40	$1,220.40	$1,220.40	$1,220.40	$1,220.40	$6,102
Transporte	$912.00	$912.00	$912.00	$912.00	$912.00	$4,560
Internet	$767.40	$767.40	$767.40	$767.40	$767.40	$3,837
Total Anual	**$5,695.14**	**$5,695.14**	**$5,695.14**	**$5,695.14**	**$5,695.14**	**$28,476**

d) Depreciación de activos

En este apartado se presenta la depreciación de los activos fijos tangibles incluidos en el plan de operación turística, con el objetivo de reflejar de manera adecuada el consumo anual de los recursos durables utilizados en la prestación del servicio. La depreciación se calcula para aquellos bienes cuyo valor se extiende a lo largo de varios años, como equipo de trabajo, vehículos, mobiliario, entre otros.

Para efectos del plan, se ha seleccionado el método de depreciación en línea recta, que consiste en distribuir el costo del activo de manera uniforme a lo largo de su vida útil. De esta manera, cada año se registra una porción constante del costo del activo como gasto operativo, lo que permite proyectar de manera realista los costos asociados a la utilización de los recursos durables y facilitar la planificación financiera del proyecto. Dicho método se define a través de la formula siguiente:

$$\boldsymbol{D = \frac{P - VR}{n}}$$

Donde:

D: Depreciación anual del activo

P: Precio de compra

n: Vida útil del activo

VR: Valor de recuperación

A continuación, se presenta el costo anual por depreciación de los activos tangibles, considerando un valor residual nulo para aquellos bienes materiales que no tienen valor de mercado de reventa ni posibilidad real de recuperación al final de su vida útil:

Tabla 314. Detalle de los costos de depreciación para los recursos operativos anuales

Descripción	Cantidad	Precio de compra	Costo total	Vida útil	Valor Residual	Depreciación Unitaria	Depreciación Anual
Equipo de supervivencia	3	$50.00	$375.00	3	$5.00	$15.00	$ 45.00
Señales de emergencia	20	$5.00	$167.00	2	$0.25	$2.38	$ 47.50
Alarmas de incendio	9	$10.50	$158.00	3	$1.05	$3.15	$ 28.35
Dispensador de agua	3	$130.00	$390.00	5	$13.00	$23.40	$ 70.20
Sistema de micrófono	1	$95.00	$95.00	4	$9.50	$21.38	$ 21.38
Equipo de sonido	1	$150.00	$150.00	4	$15.00	$33.75	$ 33.75
Estación topográfica	1	$2,000.00	$2,000.00	6	$200.00	$300.00	$ 300.00
GPS	1	$400.00	$400.00	4	$40.00	$90.00	$ 90.00
Cinta métrica	10	$100.00	$1,000.00	2	$0.00	$50.00	$ 500.00
Trípode y mira	1	$300.00	$300.00	6	$30.00	$45.00	$ 45.00
Radios portátiles	4	$9.19	$36.74	4	$0.92	$2.07	$ 8.27
Dispositivo de conteo y	4	$1,299.75	$5,199.00	6	$129.97	$194.96	$ 779.85
Escoba	15	$2.15	$32.25	2	$0.00	$1.08	$ 16.12
Trapeador	15	$2.50	$37.50	2	$0.00	$1.25	$ 18.75
Basurero	15	$14.60	$219.00	2	$0.00	$7.30	$ 109.50
Barril	15	$29.00	$435.00	2	$0.00	$14.50	$ 217.50
Señalización de apoyo	106	$1,330.00	$7,240.00	10	$0.00	$133.00	$ 724.00
Total							**$ 3,055.17**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para la depreciación operativa:

Tabla 315. Detalle de depreciación para el primer año de operación proyectada

Recurso	Equipo	Señales	Alarmas	Dispensador	Micrófono	Equipo	Estación	GPS	Cinta métrica	Trípode
Mes 1	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 2	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 3	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 4	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 5	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 6	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 7	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 8	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 9	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 10	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 11	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Mes 12	$3.75	$3.96	$2.36	$5.85	$1.78	$2.81	$25.00	$7.50	$41.67	$3.75
Total Anual	$45.00	$47.50	$28.35	$70.20	$21.38	$33.75	$300.00	$90.00	$500.00	$45.00

Recurso	Radios	Dispositivo	Escoba	Trapeador	Basurero	Barril	Señalización	Total Mensual
Mes 1	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 2	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 3	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 4	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 5	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 6	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 7	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 8	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 9	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 10	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 11	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Mes 12	$0.69	$64.99	$1.34	$1.56	$9.13	$18.13	$60.33	$254.60
Total Anual	$8.27	$779.85	$16.12	$18.75	$109.50	$217.50	$724.00	$3,055.17

Desglose por año de ejecución del plan para la depreciación operativa:

Tabla 316. Detalle de la depreciación operativa por año

Recurso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total por articulo
Equipo de supervivencia	$45.00	$45.00	$45.00	$45.00	$45.00	$225.00
Señales de emergencia	$47.50	$47.50	$47.50	$47.50	$47.50	$237.50
Alarmas de incendio	$28.35	$28.35	$28.35	$28.35	$28.35	$141.75
Dispensador de agua	$70.20	$70.20	$70.20	$70.20	$70.20	$351.00
Sistema de micrófono	$21.38	$21.38	$21.38	$21.38	$21.38	$106.90
Equipo de sonido	$33.75	$33.75	$33.75	$33.75	$33.75	$168.75
Estación topográfica	$300	$300.00	$300.00	$300.00	$300.00	$1,500.00
GPS	$90.00	$90.00	$90.00	$90.00	$90.00	$450.00
Cinta métrica	$500.00	$500.00	$500.00	$500.00	$500.00	$2,500.00
Trípode y mira	$45.00	$45.00	$45.00	$45.00	$45.00	$225.00
Radios portátiles	$8.27	$8.27	$8.27	$8.27	$8.27	$41.35
Dispositivo de conteo y captura de datos	$779.85	$779.85	$779.85	$779.85	$779.85	$3,899.25
Escoba	$16.12	$16.12	$16.12	$16.12	$16.12	$80.60
Trapeador	$18.75	$18.75	$18.75	$18.75	$18.75	$93.75
Basurero	$109.50	$109.50	$109.50	$109.50	$109.50	$547.50
Barril	$217.50	$217.50	$217.50	$217.50	$217.50	$1,087.50
Señalización de apoyo	$724.00	$724.00	$724.00	$724.00	$724.00	$3,620.00
Total Anual	**$3,055.17**	**$3,055.17**	**$3,055.17**	**$3,055.17**	**$3,055.17**	

e) Amortización

En este apartado se presenta la amortización de los activos intangibles del plan turístico, entendiendo como tales aquellos bienes no físicos que generan beneficios económicos durante varios años. Los activos intangibles pueden incluir software de reservas, licencias, derechos de uso de sistemas digitales, patentes o franquicias que sean necesarios para la operación y gestión eficiente de las rutas turísticas.

Tabla 317. Detalle de los costos de amortización anuales

Descripción / Recurso	Costo o valor original	Costo de amortización anual
Permisos de construcción	$ 330.62	$ 66.12
Total		**$ 66.12**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para la amortización operativa:

Tabla 318. Detalle de amortización para el primer año de operación proyectado

Recurso	Permisos de construcción	Total Mensual
Mes 1	$5.51	$5.51
Mes 2	$5.51	$5.51
Mes 3	$5.51	$5.51
Mes 4	$5.51	$5.51
Mes 5	$5.51	$5.51
Mes 6	$5.51	$5.51
Mes 7	$5.51	$5.51
Mes 8	$5.51	$5.51
Mes 9	$5.51	$5.51
Mes 10	$5.51	$5.51
Mes 11	$5.51	$5.51
Mes 12	$5.51	$5.51
Total Anual	$66.12	$66.12

Desglose por año de ejecución del plan para la amortización operativa:

Tabla 319. Detalle de la amortización operativa por año

Recurso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Permisos de construcción	$ 66.12	$ 66.12	$ 66.12	$ 66.12	$ 66.12	$ 330.62

f) Prorrateo de los costos de operación

El prorrateo es el proceso mediante el cual se distribuye el monto total de un rubro o categoría, asignando a los diferentes grupos la proporción que le corresponde. Esta técnica permite que los costos totales se asignen de manera justa y proporcional, facilitando un control más preciso de los gastos y una mejor comprensión de cómo cada

servicio contribuye al costo global de la operación. En el contexto de proyectos turísticos, el prorrateo asegura que los costos de los diferentes recorridos o actividades se reflejen adecuadamente según su participación en la operación general.

Para el plan de desarrollo turístico, la asignación de los costos operativos en base a la demanda resulta especialmente beneficiosa debido a la naturaleza del costo, que permite que los gastos se distribuyan de acuerdo con el nivel real de utilización de los servicios. Al considerar la demanda proyectada, se reconoce que ciertos recorridos turísticos generarán un mayor desgaste y consumo de recursos que otros, ajustando así los costos de manera proporcional.

Retomando los valores de la demanda proyectada, calculada a partir del estudio de mercado para el primer año, se tiene:

Tabla 320. Detalle de los pesos por ruta para el prorrateo de los costos operativos a partir de la demanda.

Ruta	Grupos por mes	Turista por grupo	Demanda Total por Mes	Demanda Anual	Peso por ruta
Ruta 1	32	35	1120	13440	48%
Ruta 2	32	15	480	5760	21%
Ruta 3	24	30	720	8640	31%
Total	88	80	2320	27840	100%

El incremento anual en la demanda proyectada se determinó en un 4% considerando la tendencia promedio de crecimiento del flujo turístico nacional registrada por el Ministerio de Turismo (MITUR) y el Banco Central de Reserva (BCR), la cual oscila entre el 4% y el 5% en los últimos años. Además, la distribución mensual de la demanda responde a la estacionalidad del turismo, donde los meses de vacaciones y festividades concentran un mayor flujo de visitantes y los más bajos corresponden a meses de temporada baja o lluviosa, reflejando un comportamiento turístico típico basado en patrones climáticos, vacaciones escolares y actividades culturales.

Como resumen de los costos de operación se tiene la siguiente información:

Tabla 321. Detalle de los costos operativos para el primer año de operación proyectado

Descripción	Personal operativo directo	Personal operativo indirecto	Materias primas e insumos operativos	Recursos operativos	Depreciación	Amortización	**Total Mensual**
Mes 1	$14,375.04	$2,128.80	$989.94	$474.60	$254.60	$5.51	$18,228.49
Mes 2	$14,375.04	$2,128.80	$989.94	$474.60	$254.60	$5.51	$18,228.49
Mes 3	$16,171.92	$2,394.90	$1,113.68	$474.60	$254.60	$5.51	$20,415.21
Mes 4	$21,562.56	$3,193.20	$1,484.90	$474.60	$254.60	$5.51	$26,975.37
Mes 5	$10,781.28	$1,596.60	$742.45	$474.60	$254.60	$5.51	$13,855.04
Mes 6	$10,781.28	$1,596.60	$742.45	$474.60	$254.60	$5.51	$13,855.04
Mes 7	$12,578.16	$1,862.70	$866.19	$474.60	$254.60	$5.51	$16,041.76
Mes 8	$17,968.80	$2,661.00	$1,237.42	$474.60	$254.60	$5.51	$22,601.93
Mes 9	$8,984.40	$1,330.50	$618.71	$474.60	$254.60	$5.51	$11,668.32
Mes 10	$10,781.28	$1,596.60	$742.45	$474.60	$254.60	$5.51	$13,855.04
Mes 11	$14,375.04	$2,128.80	$989.94	$474.60	$254.60	$5.51	$18,228.49
Mes 12	$26,953.20	$3,991.50	$1,856.13	$474.60	$254.60	$5.51	$33,535.54
Total Anual	**$179,688.00**	**$26,610.00**	**$12,374.20**	**$5,695.20**	**$3,055.20**	**$66.12**	

Tabla 322. Detalle de los costos de operación anuales a prorratear

Descripción	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	Total
Personal operativo directo	$162,792.00	$170,104.00	$175,368.00	$180,968.00	$186,792.00	$876,024.00
Personal operativo indirecto	$43,506.00	$44,237.12	$45,272.48	$46,067.99	$46,898.69	$225,982.28
Materias primas e insumos operativos	$12,374.20	$12,612.75	$12,880.50	$13,156.35	$13,440.90	$64,464.70
Recursos operativos	$5,695.14	$5,695.14	$5,695.14	$5,695.14	$5,695.14	$28,475.70
Depreciación	$3,055.17	$3,055.17	$3,055.17	$3,055.17	$3,055.17	$15,275.85
Amortización	$66.12	$66.12	$66.12	$66.12	$66.12	$330.60
Costos operativos totales	**$227,488.63**	**$235,770.30**	**$242,337.41**	**$249,008.77**	**$255,948.02**	**$1,210,553.13**

A continuación, se presenta el prorrateo de los costos de operación por año:

Tabla 323. Detalle de los costos de operación prorrateadas por ruta en base a la demanda

	Ruta 1	Ruta 2	Ruta 3	Ruta 1	Ruta 2	Ruta 3	Ruta 1	Ruta 2	Ruta 3
	Año 1			Año 2			Año 3		
Personal operativo directo	$78,140.16	$34,186.32	$50,465.52	$81,649.92	$35,721.84	$52,732.24	$84,176.64	$36,827.28	$54,364.08
Personal operativo indirecto	$20,882.88	$9,136.26	$13,486.86	$21,233.82	$9,289.80	$13,713.51	$21,730.79	$9,507.22	$14,034.47
Materias primas e insumos operativos	$5,939.62	$2,598.58	$3,836.00	$6,054.12	$2,648.68	$3,909.95	$6,182.64	$2,704.91	$3,992.96
Recursos operativos	$2,733.67	$1,195.98	$1,765.49	$2,733.67	$1,195.98	$1,765.49	$2,733.67	$1,195.98	$1,765.49
Depreciación	$1,466.48	$641.59	$947.10	$1,466.48	$641.59	$947.10	$1,466.48	$641.59	$947.10
Amortización	$31.74	$13.89	$20.50	$31.74	$13.89	$20.50	$31.74	$13.89	$20.50
	Año 4			Año 5					
Personal operativo directo	$86,864.64	$38,003.28	$56,100.08	$89,660.16	$39,226.32	$57,905.52			
Personal operativo indirecto	$22,112.64	$9,674.28	$14,281.08	$22,511.37	$9,848.72	$14,538.59			
Materias primas e insumos operativos	$6,315.05	$2,762.83	$4,078.47	$6,451.63	$2,822.59	$4,166.68			
Recursos operativos	$2,733.67	$1,195.98	$1,765.49	$2,733.67	$1,195.98	$1,765.49			
Depreciación	$1,466.48	$641.59	$947.10	$1,466.48	$641.59	$947.10			
Amortización	$31.74	$13.89	$20.50	$31.74	$13.89	$20.50			

2. Costos de comercialización

El presente apartado detalla los recursos financieros destinados a las actividades de difusión, promoción y posicionamiento del plan turístico en el mercado. Se consideran costos de comercialización los siguientes:

a) Personal de comercialización

Este equipo integra perfiles estratégicos, creativos y operativos que permiten desarrollar y ejecutar acciones de marketing, comunicación y atención al cliente, fortaleciendo así la visibilidad y competitividad del proyecto. De esta manera, la contratación de este equipo garantiza no solo la ejecución de estrategias de marketing, sino también la creación de experiencias comunicacionales coherentes con la propuesta de valor del plan de rutas turísticas. Se consideran los cargos siguientes:

Tabla 324. Detalle del personal de comercialización para el servicio de rutas turísticas.

Cargo/Puesto	Cantidad	Salario Mensual	Salario Anual
Coordinador general de marketing	1	$ 408.80	$ 4,905.60
Diseñador gráfico	2	$ 408.80	$ 9,811.20
Community Manager	1	$ 500.00	$ 6,000.00
Fotógrafo / Videógrafo	1	$ 204.40	$ 2,452.80
Personal de atención al público	1	$ 408.80	$ 4,905.60
Coordinador de eventos	1	$ 1,000.00	$12,000.00
Promotor turístico	1	$ 800.00	$ 9,600.00
Promotor	1	$ 500.00	$ 6,000.00
Comunicador	1	$ 600.00	$ 7,200.00
Total			**$ 62,875.20**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para el personal de comercialización:

Tabla 325. Detalle del personal de comercialización para el primer año de operación proyectado

Descripción	Coordinador general de marketing	Diseñador gráfico	Community Manager	Fotógrafo / Videógrafo	Atención al público	Coordinador de eventos	Promotor turístico	Promotor	Comunicador	Total Mensual
Mes 1	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 2	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 3	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 4	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 5	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 6	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 7	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 8	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 9	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 10	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 11	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Mes 12	$425.83	$851.67	$520.83	$212.92	$425.83	$1,041.67	$833.33	$520.83	$625.00	$5,457.92
Total Anual	$5,110.00	$10,220.00	$6,250.00	$2,555.00	$5,110.00	$12,500.00	$10,000.00	$6,250.00	$7,500.00	$65,495.00

Desglose por año de ejecución del plan para el personal de comercialización:

Tabla 326. Detalle de salarios de personal de comercialización por año

Año/ Cargo	Coordinador general de marketing	Diseñador gráfico	Community Manager	Fotógrafo / Videógrafo	Atención al público	Coordinador de eventos	Promotor turístico	Promotor	Comunicador	Total Anual
Año 1	$5,110.00	$10,220.00	$6,250.00	$2,555.00	$5,110.00	$12,500.00	$10,000.00	$6,250.00	$7,500.00	**$65,495.00**

Año 2	$5,110.00	$10,220.00	$6,250.00	$2,555.00	$5,110.00	$12,500.00	$10,000.00	$6,250.00	$7,500.00	**$65,495.00**
Año 3	$5,164.51	$10,329.01	$6,316.67	$2,582.25	$5,164.51	$12,633.33	$10,106.67	$6,316.67	$7,580.00	**$66,193.61**
Año 4	$5,164.51	$10,329.01	$6,316.67	$2,582.25	$5,164.51	$12,633.33	$10,106.67	$6,316.67	$7,580.00	**$66,193.61**
Año 5	$5,164.51	$10,329.01	$6,316.67	$2,582.25	$5,164.51	$12,633.33	$10,106.67	$6,316.67	$7,580.00	**$66,193.61**

b) Materias primas e Insumos

Este apartado comprende los recursos materiales y promocionales necesarios para respaldar las actividades de difusión y comercialización del servicio de rutas turísticas. Se incluyen insumos que permiten fortalecer la identidad visual del proyecto, generar posicionamiento de marca y brindar una experiencia integral a los visitantes.

Tabla 327. Detalle de materias primas e insumos de comercialización para el servicio de rutas turísticas

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual
Camisetas promocionales	50	$5.00	$ 250.00
Tazas promocionales	50	$3.00	$ 150.00
Llaveros promocionales	100	$1.50	$ 150.00
Material publicitario impreso	100	$0.75	$ 75.00
Insumos para kits turísticos	50	$4.00	$ 200.00
Papelería y materiales de oficina	1	$100.00	$ 100.00
Servicios de impresión y diseño	1	$180.00	$ 180.00
Diseño de Stand	1	$60.00	$ 60.00
Rotulo informativo	100	$2.00	$ 200.00
Banderines decorativos	50	$3.00	$ 150.00
Total			**$ 1,515.00**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para la materia prima e insumos de comercialización:

Tabla 328. Detalle de la materia prima e insumos de comercialización para el primer año de operación proyectado

Descripción	Camisetas	Tazas	Llaveros	Material publicitario	Insumos para kits turísticos	Papelería y materiales	Servicios de impresión	Diseño de Stand	Rotulo informativo	Banderines decorativos	Total Mensual
Mes 1	$20.00	$12.00	$12.00	$6.00	$16.00	$8.00	$14.40	$4.80	$16.00	$12.00	$121.20
Mes 2	$20.00	$12.00	$12.00	$6.00	$16.00	$8.00	$14.40	$4.80	$16.00	$12.00	$121.20
Mes 3	$22.50	$13.50	$13.50	$6.75	$18.00	$9.00	$16.20	$5.40	$18.00	$13.50	$136.35
Mes 4	$30.00	$18.00	$18.00	$9.00	$24.00	$12.00	$21.60	$7.20	$24.00	$18.00	$181.80
Mes 5	$15.00	$9.00	$9.00	$4.50	$12.00	$6.00	$10.80	$3.60	$12.00	$9.00	$90.90
Mes 6	$15.00	$9.00	$9.00	$4.50	$12.00	$6.00	$10.80	$3.60	$12.00	$9.00	$90.90
Mes 7	$17.50	$10.50	$10.50	$5.25	$14.00	$7.00	$12.60	$4.20	$14.00	$10.50	$106.05
Mes 8	$25.00	$15.00	$15.00	$7.50	$20.00	$10.00	$18.00	$6.00	$20.00	$15.00	$151.50
Mes 9	$12.50	$7.50	$7.50	$3.75	$10.00	$5.00	$9.00	$3.00	$10.00	$7.50	$75.75
Mes 10	$15.00	$9.00	$9.00	$4.50	$12.00	$6.00	$10.80	$3.60	$12.00	$9.00	$90.90
Mes 11	$20.00	$12.00	$12.00	$6.00	$16.00	$8.00	$14.40	$4.80	$16.00	$12.00	$121.20
Mes 12	$37.50	$22.50	$22.50	$11.25	$30.00	$15.00	$27.00	$9.00	$30.00	$22.50	$227.25
Total Anual	$250.00	$150.00	$150.00	$75.00	$200.00	$100.00	$180.00	$60.00	$200.00	$150.00	$1,515.00

Desglose por año de ejecución del plan para la materia prima e insumos de comercialización:

Tabla 329. Detalle de materias primas e insumos de comercialización por año para el servicio de rutas turísticas

Año	Camisetas	Tazas	Llaveros	Material publicitario	kits turísticos	Papelería materiales	Servicios de diseño	Diseño Stand	Rotulo Informativo	Banderines decorativos	Total
Año 1	$250.00	$150.00	$150.00	$75.00	$200.00	$100.00	$180.00	$60.00	$200.00	$150.00	**$1,515.00**
Año 2	$250.00	$150.00	$150.00	$75.00	$200.00	$100.00	$180.00	$60.00	$200.00	$150.00	**$1,515.00**
Año 3	$250.00	$150.00	$150.00	$75.00	$200.00	$100.00	$180.00	$60.00	$200.00	$150.00	**$1,515.00**
Año 4	$250.00	$150.00	$150.00	$75.00	$200.00	$100.00	$180.00	$60.00	$200.00	$150.00	**$1,515.00**
Año 5	$250.00	$150.00	$150.00	$75.00	$200.00	$100.00	$180.00	$60.00	$200.00	$150.00	**$1,515.00**

c) Depreciación

Se deprecian los activos tangibles referentes a los costos de comercialización:

Tabla 330. Detalle de los costos de depreciación para los recursos de comercialización anuales

Descripción	Cantidad	Precio compra	Costo total	Vida útil	Valor Residual	Depreciación Unitaria	Depreciación Anual
Stand de feria	3	$33.33	$99.99	5	$3.33	$6.00	$ 18.00
Tarima de ferias	1	$1,200.00	$1,200.00	5	$20.00	$236.00	$ 236.00
Carpa	1	$200.00	$200.00	5	$20.00	$36.00	$ 36.00
Mesa plegable	13	$60.00	$780.00	5	$6.00	$10.80	$ 140.40
Sillas plásticas	60	$15.00	$900.00	5	$0.00	$3.00	$ 180.00
Proyector	4	$149.00	$596.00	4	$14.90	$33.52	$ 134.10
Cámara	1	$500.00	$500.00	4	$50.00	$112.50	$ 112.50
Dron	1	$180.00	$180.00	4	$18.00	$40.50	$ 40.50
Total							**$ 897.50**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para la depreciación de comercialización:

Tabla 331. Detalle de la depreciación de comercialización para el primer año de operación proyectado

Descripción	Stand de feria	Tarima de ferias	Carpa	Mesa plegable	Sillas Plásticas	Proyector	Cámara fotográfica	Dron	Total
Mes 1	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 2	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 3	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 4	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 5	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 6	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 7	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 8	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 9	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 10	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 11	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Mes 12	$1.50	$19.67	$3.00	$11.70	$15.00	$11.18	$9.38	$3.38	$74.79
Total Anual	$18.00	$236.00	$36.00	$140.40	$180.00	$134.10	$112.50	$40.50	$897.50

Desglose por año de ejecución del plan para la depreciación de comercialización:

Tabla 332. Detalle de depreciación comercialización por año

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total por articulo
Stand de feria	$ 18.00	$ 18.00	$ 18.00	$ 18.00	$ 18.00	$90.00
Tarima de ferias	$ 236.00	$ 236.00	$ 236.00	$ 236.00	$ 236.00	$1,180.00
Carpa	$ 36.00	$ 36.00	$ 36.00	$ 36.00	$ 36.00	$180.00
Mesa plegable	$ 140.40	$ 140.40	$ 140.40	$ 140.40	$ 140.40	$702.00
Sillas plásticas	$ 180.00	$ 180.00	$ 180.00	$ 180.00	$ 180.00	$900.00
Proyector	$ 134.10	$ 134.10	$ 134.10	$ 134.10	$ 134.10	$670.50
Cámara fotográfica	$ 112.50	$ 112.50	$ 112.50	$ 112.50	$ 112.50	$562.50
Dron	$ 40.50	$ 40.50	$ 40.50	$ 40.50	$ 40.50	$202.50
Total	**$ 897.50**	**$ 897.50**	**$ 897.50**	**$ 897.50**	**$ 897.50**	

a) Amortización

Se amortizan los activos intangibles referentes a los costos de comercialización:

Tabla 333. Detalle de costos de amortización por comercialización

Descripción	Costo Original	Costo Amortizar Anual
Diseño de stand	$ 300	$ 60
Registro de marca	$ 340	$ 34
Total	**$ 640**	**$ 94**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para la amortización de comercialización:

Tabla 334. Detalle de la amortización de comercialización para el primer año de operación proyectado

Descripción	Diseño de stand	Registro de marca	Total Mensual
Mes 1	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 2	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 3	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 4	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 5	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 6	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 7	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 8	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 9	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 10	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 11	$5.00	$2.83	$7.83
Mes 12	$5.00	$2.83	$7.83

Total Anual	$60.00	$34.00	$94.00

Desglose por año de ejecución del plan para la amortización de comercialización:

Tabla 335. Detalle de amortización de comercialización por año

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Diseño de stand	$ 60	$ 60	$ 60	$ 60	$ 60	**$300**
Registro de marca	$ 34	$ 34	$ 34	$ 34	$ 34	**$170**
Total	**$ 94**	**$ 94**	**$ 94**	**$ 94**	**$ 94**	**$470**

b) Prorrateo de los costos de comercialización

Retomando los valores de la demanda proyectada, calculada a partir del estudio de mercado, y retomando lo considerado para el prorrateo de los costos operativos se tiene:

Tabla 336. Detalle de los pesos por ruta para el prorrateo de los costos comerciales.

Ruta	Grupos por mes	Turista por grupo	Demanda Total por Mes	Demanda Anual	Peso por ruta
Ruta 1	32	35	1120	13440	48%
Ruta 2	32	15	480	5760	21%
Ruta 3	24	30	720	8640	31%
Total	88	80	2320	27840	100%

Además, como resumen de los costos de comercialización se tiene lo siguiente:

Tabla 337. Detalle de los costos de comercialización para el primer año de operación proyectado

Año	Personal comercial	Materias primas	Depreciación	Amortización	**Total**
Mes 1	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 2	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 3	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 4	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 5	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 6	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 7	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 8	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 9	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 10	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Mes 11	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79

Mes 12	$5,457.92	$126.25	$74.79	$7.83	$5,666.79
Total Anual	$65,495.00	$1,515.00	$897.50	$94.00	$68,001.50

Tabla 338. Detalle de los costos de comercialización a prorratear

Año	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Total**
Personal comercial	$65.495,00	$65.495,00	$66.193,61	$66.193,61	$66.193,61	$65.914,17
Materias primas	$1.515,00	$1.515,00	$1.515,00	$1.515,00	$1.515,00	$1.515,00
Depreciación	$897,50	$897,50	$897,50	$897,50	$897,50	$897,50
Amortización	$94,00	$94,00	$94,00	$94,00	$94,00	$94,00
Total	**$68.001,50**	**$68.001,50**	**$68.700,11**	**$68.700,11**	**$68.700,11**	**$342.103,33**

A continuación, se presenta el prorrateo de los costos de comercialización:

Tabla 339. Prorrateo de los costos de comercialización

	Ruta 1	Ruta 2	Ruta 3	Ruta 1	Ruta 2	Ruta 3
	Año 1			Año 2		
Personal comercial	$31,437.60	$13,753.95	$20,303.45	$31,437.60	$13,753.95	$20,303.45
Materias primas e insumos	$727.20	$318.15	$469.65	$727.20	$318.15	$469.65
Depreciación	$430.80	$188.48	$278.23	$430.80	$188.48	$278.23
Amortización	$45.12	$19.74	$29.14	$45.12	$19.74	$29.14
	Año 3			Año 4		
Personal comercial	$31,772.93	$13,900.66	$20,520.02	$31,772.93	$13,900.66	$20,520.02
Materias primas e insumos	$727.20	$318.15	$469.65	$727.20	$318.15	$469.65
Depreciación	$430.80	$188.48	$278.23	$430.80	$188.48	$278.23
Amortización	$45.12	$19.74	$29.14	$45.12	$19.74	$29.14
	Año 5					
Personal comercial	$31,772.93	$13,900.66	$20,520.02			
Materias primas e insumos	$727.20	$318.15	$469.65			
Depreciación	$430.80	$188.48	$278.23			
Amortización	$45.12	$19.74	$29.14			

3. Costos administrativos

Los costos administrativos comprenden aquellos gastos vinculados con la gestión, dirección y coordinación general de las actividades del proyecto, los cuales no se relacionan de manera directa con la operación, pero son indispensables para garantizar el adecuado funcionamiento de la organización. Estos costos permiten mantener un control eficiente de los recursos, dar seguimiento a los procesos internos y asegurar el cumplimiento de las normativas legales y financieras.

Dentro de esta categoría se incluyen principalmente los salarios de personal administrativo y profesional especializado. También se consideran los gastos derivados de servicios de apoyo y consultoría que fortalecen la toma de decisiones y la correcta administración de los recursos.

Dentro de los costos administrativos se consideran los siguientes:

a) Personal Administrativo

Se refiere al personal de la organización turística, encargado de la labor administrativa. El cual se detalla a continuación:

Tabla 340. Detalle del personal administrativo

Cargo/Puesto	Cantidad	Salario Mensual	Salario Anual
Analista de datos	1	$700.00	$8,400.00
Supervisor	1	$900.00	$10,800.00
Personal de seguridad de la información	1	$1,000.00	$12,000.00
Coordinador de calidad	1	$1,000.00	$12,000.00
Coordinador de emergencia	1	$1,200.00	$14,400.00
Jefe de Seguridad	1	$900.00	$10,800.00
Encargado de Comunicaciones	1	$750.00	$8,400.00
Encargado de Logística	1	$800.00	$9,600.00
Encargado de Atención a Víctimas	1	$750.00	$9,408.00
Especialista en finanzas	1	$1,500.00	$18,000.00
Gestor de alianzas	1	$900.00	$10,800.00
Asistente de coordinación	2	$450.00	$10,560.00
Coordinador académico	1	$1,200.00	$14,400.00
Coordinador	1	$1,200.00	$14,400.00
Asistente administrativo	2	$450.00	$10,800.00
Total		**$13,700.00**	**$174,768.00**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para el personal administrativo:

Tabla 341. Detalle de los costos de personal administrativo para el primer año de operación proyectado

	Analista de datos	Supervisor	Personal de información	Coordinador de calidad	Coordinador emergencia	Jefe de Seguridad	Encargado de Comunicaciones	Encargado de Logística
Mes 1	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 2	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 3	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 4	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 5	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 6	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 7	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 8	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 9	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 10	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 11	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33
Mes 12	$729.17	$937.50	$1,041.67	$1,041.67	$1,250.00	$937.50	$781.25	$833.33

	Encargado de Atención a Víctimas	Especialista en finanzas	Gestor de alianzas	Asistente de coordinación	Coordinador académico	Coordinador	Asistente admón.	**Total Mensual**
Mes 1	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 2	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 3	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 4	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 5	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 6	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 7	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 8	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 9	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 10	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 11	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83
Mes 12	$781.25	$1,562.50	$937.50	$918.75	$1,250.00	$1,250.00	$918.75	$15,170.83

Desglose por año del personal administrativo:

Tabla 342. Detalle por año de los salarios del personal administrativo

Cargo/Puesto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Analista de datos	$8,750.00	$8,750.00	$8,862.00	$8,862.00	$8,862.00	$56,682
Supervisor	$11,250.00	$11,250.00	$11,394.00	$11,394.00	$11,394.00	$62,980
Personal de seguridad de la información	$12,500.00	$12,500.00	$12,660.00	$12,660.00	$12,660.00	$62,980
Coordinador de calidad	$12,500.00	$12,500.00	$12,660.00	$12,660.00	$12,660.00	$75,576
Coordinador de emergencia	$15,000.00	$15,000.00	$15,192.00	$15,192.00	$15,192.00	$56,682
Jefe de Seguridad	$11,250.00	$11,250.00	$11,394.00	$11,394.00	$11,394.00	$47,235
Encargado de Comunicaciones	$9,375.00	$9,375.00	$9,495.00	$9,495.00	$9,495.00	$50,384
Encargado de Logística	$10,000.00	$10,000.00	$10,128.00	$10,128.00	$10,128.00	$47,235
Encargado de Atención a Víctimas	$9,375.00	$9,375.00	$9,495.00	$9,495.00	$9,495.00	$94,470
Especialista en finanzas	$18,750.00	$18,750.00	$18,990.00	$18,990.00	$18,990.00	$56,682
Gestor de alianzas	$11,250.00	$11,250.00	$11,394.00	$11,394.00	$11,394.00	$55,341
Asistente de coordinación	$11,025.00	$11,025.00	$11,097.00	$11,097.00	$11,097.00	$75,576
Coordinador académico	$15,000.00	$15,000.00	$15,192.00	$15,192.00	$15,192.00	$75,576
Coordinador	$15,000.00	$15,000.00	$15,192.00	$15,192.00	$15,192.00	$55,341
Asistente administrativo	$11,025.00	$11,025.00	$11,097.00	$11,097.00	$11,097.00	$56,682
Total Anual	**$182,050.00**	**$182,050.00**	**$184,242.00**	**$184,242.00**	**$184,242.00**	

b) Materias Primas e Insumos

A continuación, se presentan los costos de materia prima e insumo por mes para la prestación de servicio, estos se clasifican como costos indirectos:

Tabla 343. Detalle de las materias primas e insumos administrativos

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Anual
Papel Bond Resma	10	$3.90	$39.00
Lapiceros caja	10	$2.75	$27.50
Bolsa para basura (25 unidades)	1	$3.55	$3.55

Jabón líquido litro	4	$6.55	$26.20
Papel higiénico paquete (18 unidades)	1	$7.45	$7.45
Folletos y cartillas	525	$0.50	$262.50
Cartucho de tinta	6	$50.00	$300.00
Plumones	12	$1.50	$18.00
Cinta adhesiva	9	$1.50	$13.50
Carpeta	80	$0.25	$20.00
Total			**$ 717.70**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para la materia prima e insumos administrativas:

Tabla 344. Detalle de los costos de materia prima e insumos administrativos para el primer año de operación proyectado

	Papel Bond	Lapicero	Bolsa	Jabón	Papel	Folletos	Cartucho de tinta	Plumón	Cinta	Carpeta	Total Mensual
Mes 1	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 2	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 3	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 4	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 5	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 6	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 7	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 8	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 9	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 10	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 11	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Mes 12	$3.25	$2.29	$0.30	$2.18	$0.62	$21.88	$25.00	$1.50	$1.13	$1.67	$58.39
Total Anual	$39.00	$27.50	$3.55	$26.20	$7.45	$262.50	$300.00	$18.00	$13.50	$20.00	$700.70

Desglose por año de las materias primas e insumos administrativos:

Tabla 345. Detalle de las materias primas e insumos administrativos por año

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Papel Bond Resma	$39.00	$39.00	$39.00	$39.00	$39.00	$195.00
Lapiceros caja	$27.50	$27.50	$27.50	$27.50	$27.50	$137.50
Bolsa para basura	$3.55	$3.55	$3.55	$3.55	$3.55	$17.75
Jabón líquido litro	$26.20	$26.20	$26.20	$26.20	$26.20	$131.00
Papel higiénico	$7.45	$7.45	$7.45	$7.45	$7.45	$37.25

Folletos y cartillas	$262.50	$262.50	$262.50	$262.50	$262.50	$1,250.00
Cartucho de tinta	$300.00	$300.00	$300.00	$300.00	$300.00	$1,500.00
Plumones	$18.00	$18.00	$18.00	$18.00	$18.00	$90.00
Cinta adhesiva	$13.50	$13.50	$13.50	$13.50	$13.50	$45.00
Carpeta	$20.00	$20.00	$20.00	$20.00	$20.00	$100.00
Total	**$717.70**	**$717.70**	**$717.70**	**$717.70**	**$717.70**	

c) Tecnología y Herramientas

Este se refiere **gestión, mantenimiento y supervisión de los recursos tecnológicos** que soportan la operación administrativa y la recopilación de información estadística del proyecto. Se detalla a continuación:

Tabla 346. Detalle de costo administrativo por tecnología y herramientas

Descripción	Costo Anual
Plataforma de gestión de base de datos	$ 5.00
Mantenimiento de página web	$ 250.00
Total	**$ 255.00**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para la tecnología y herramientas administrativas:

Tabla 347. Detalle de los costos de tecnología y herramientas administrativos para el primer año de operación

Descripción	Plataforma de gestión de base de datos	Mantenimiento de página web	Total Mensual
Mes 1	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 2	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 3	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 4	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 5	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 6	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 7	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 8	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 9	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 10	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 11	$0.42	$20.83	$21.25
Mes 12	$0.42	$20.83	$21.25
Total Anual	$5.00	$250.00	$255.00

Desglose por año de la tecnología y herramientas administrativos:

Tabla 348. Detalle de la tecnología y herramientas administrativos por año

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Plataforma de gestión de base de datos	$5.00	$5.00	$5.00	$5.00	$5.00	$25.00
Mantenimiento de página web	$250.00	$250.00	$250.00	$250.00	$250.00	$1,250.00
Total	**$255.00**	**$255.00**	**$255.00**	**$255.00**	**$255.00**	

d) Depreciación

Se deprecian los activos tangibles referentes a los costos de administración:

Tabla 349. Detalle de los costos de depreciación para los recursos de administración anuales

Descripción	Cantidad	Precio compra	Costo total	Vida útil	Valor Residual	Depreciación Unitaria	Depreciación Anual
Silla de oficina	19	$75.00	$1,425.00	5	$7.50	$13.50	$256.50
Escritorio	9	$100.00	$900.00	5	$10.00	$18.00	$162.00
Mesa amplia de reuniones	1	$234.85	$234.85	5	$20.00	$42.97	$42.97
Archiveros	2	$52.00	$104.00	5	$5.20	$9.36	$18.72
Pizarra acrílica con rodos	4	$159.95	$639.80	5	$15.99	$28.79	$115.17
Computadora de escritorio	4	$445.00	$1,780.00	3	$66.75	$126.08	$504.33
Impresora multifuncional	5	$180.00	$900.00	4	$18.00	$40.50	$202.50
Laptop	18	$600.00	$10,800.00	3	$90.00	$170.00	$3,060.00
Laptop especializada para diseño	1	$1,000.00	$1,000.00	3	$100.00	$300.00	$300.00
Teléfono móvil	1	$500.00	$500.00	3	$75.00	$141.67	$141.67
Tablet	4	$279.00	$1,116.00	3	$41.85	$79.05	$316.20
Total							**$ 5,120.06**

.

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para la depreciación administrativa:

Tabla 350. Detalle de los costos de depreciación administrativa para el primer año de operación

	Silla de oficina	Escritorio	Mesa	Archiveros	Pizarra acrílica	Computadora de escritorio	Impresora	Laptop	Laptop especializada	Teléfono móvil	Tablet	Total Mensual
Mes 1	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 2	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 3	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 4	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 5	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 6	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 7	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 8	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 9	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 10	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 11	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Mes 12	$21.38	$13.50	$3.58	$1.56	$9.60	$42.03	$16.88	$255.00	$25.00	$11.81	$26.35	$426.67
Total	$256.50	$162.00	$42.97	$18.72	$115.17	$504.33	$202.50	$3,060.00	$300.00	$141.67	$316.20	$5,120.06

Desglose por año de la depreciación administrativa:

Tabla 351. Detalle de la depreciación administrativa por año

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Silla de oficina	$256.50	$256.50	$256.50	$256.50	$256.50	$1,282.50
Escritorio	$162.00	$162.00	$162.00	$162.00	$162.00	$810.00
Mesa amplia de reuniones	$42.97	$42.97	$42.97	$42.97	$42.97	$214.85
Archiveros	$18.72	$18.72	$18.72	$18.72	$18.72	$93.60
Pizarra acrílica con rodos	$115.17	$115.17	$115.17	$115.17	$115.17	$575.85
Computadora de escritorio	$504.33	$504.33	$504.33	$504.33	$504.33	$2,521.65
Impresora multifuncional	$202.50	$202.50	$202.50	$202.50	$202.50	$1,012.50
Laptop	$3,060.00	$3,060.00	$3,060.00	$3,060.00	$3,060.00	$15,300.00
Laptop especializada para diseño	$300.00	$300.00	$300.00	$300.00	$300.00	$1,500.00
Teléfono móvil	$141.67	$141.67	$141.67	$141.67	$141.67	$708.35
Tablet	$316.20	$316.20	$316.20	$316.20	$316.20	$1,581.00
Total	**$5,120.06**	**$5,120.06**	**$5,120.06**	**$5,120.06**	**$5,120.06**	

e) Amortización

Se amortizan los activos intangibles referentes a los costos de administración:

Tabla 352. Detalle de costos de amortización administrativos

Descripción / Recurso	Costo o valor original	Costo de amortización anual
Software de análisis de datos	$ 185.00	$ 61.67
Software de encuestas en línea	$ 756.00	$ 252.00
Creación de página web	$ 800.00	$ 160.00
Total		**$ 473.67**

Desglose por mes del primer año de ejecución del plan para la amortización administrativa:

Tabla 353. Detalle de los costos de amortización administrativa para el primer año de operación

Descripción / Recurso	Software de análisis de datos	Software de encuestas en línea	Creación de página web	Total Mensual
Mes 1	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 2	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 3	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 4	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 5	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 6	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 7	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 8	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 9	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 10	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 11	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Mes 12	$5.14	$21.00	$13.33	$39.47
Total Anual	$61.67	$252.00	$160.00	$473.67

Desglose por año de la amortización administrativa:

Tabla 354. Detalle de la amortización administrativa por año

Descripción / Recurso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Software de análisis de datos	$61.67	$61.67	$61.67	$61.67	$61.67	**$308.35**
Software de encuestas	$252.00	$252.00	$252.00	$252.00	$252.00	**$1,260.00**
Creación de página web	$160.00	$160.00	$160.00	$160.00	$160.00	**$800.00**
Total	**$473.67**	**$473.67**	**$473.67**	**$473.67**	**$473.67**	

Prorrateo de los costos administrativos

Retomando los valores de la demanda proyectada, calculada a partir del estudio de mercado, y retomando lo considerado para el prorrateo de los costos operativos se tiene:

Tabla 355. Detalle de los pesos por ruta para el prorrateo de los costos comerciales

Ruta	Grupos por mes	Turista por grupo	Demanda Total por Mes	Demanda Anual	Peso por ruta
Ruta 1	32	35	1120	13440	48%
Ruta 2	32	15	480	5760	21%
Ruta 3	24	30	720	8640	31%
Total	88	80	2320	27840	100%

Además, como resumen de los costos de administración se tiene la siguiente información:

Tabla 356. Detalle de los costos de administración para el primer año de operación

	Personal	Materias primas	Tecnología	Depreciación	Amortización	**Total**
Mes 1	$14,564.00	$57.42	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 2	$14,564.00	$57.42	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 3	$16,384.50	$64.59	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 4	$21,846.00	$86.12	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 5	$10,923.00	$43.06	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 6	$10,923.00	$43.06	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 7	$12,743.50	$50.24	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 8	$18,205.00	$71.77	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 9	$9,102.50	$35.89	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 10	$10,923.00	$43.06	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 11	$14,564.00	$57.42	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Mes 12	$14,564.00	$57.42	$21.25	$426.67	$39.47	$15,754.12
Total Anual	**$182,050.00**	**$717.70**	**$255.00**	**$5,120.06**	**$473.67**	**$189,049.43**

Tabla 357. Detalle de los costos de administración a prorratear

Cargo/Puesto	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Total**
Personal	$182,500.00	$182,500.00	$184,446.66	$184,446.66	$184,446.66	$918,339.98
Materias primas e Insumos	$700.70	$700.70	$700.70	$700.70	$700.70	$3,503.50
Tecnología y herramientas	$255.00	$255.00	$255.00	$255.00	$255.00	$1,275.00

Depreciación	$5,120.06	$5,120.06	$5,120.06	$5,120.06	$5,120.06	$25,600.30
Amortización	$473.67	$473.67	$473.67	$473.67	$473.67	$2,368.35
Total	**$189,049.43**	**$189,049.43**	**$190,996.09**	**$190,996.09**	**$190,996.09**	**$951,087.13**

A continuación, se presenta el prorrateo de los costos administrativos:

Tabla 358. Prorrateo de los costos de administración

	Ruta 1	Ruta 2	Ruta 3	Ruta 1	Ruta 2	Ruta 3
	Año 1			Año 2		
Personal	$87,384.00	$38,230.50	$56,435.50	$87,384.00	$38,230.50	$56,435.50
Materias primas e insumos	$344.50	$150.72	$222.49	$344.50	$150.72	$222.49
Tecnología y herramientas	$122.40	$53.55	$79.05	$122.40	$53.55	$79.05
Depreciación	$2,457.63	$1,075.21	$1,587.22	$2,457.63	$1,075.21	$1,587.22
Amortización	$227.36	$99.47	$146.84	$227.36	$99.47	$146.84
	Año 3			Año 4		
Personal	$88,436.16	$38,690.82	$57,115.02	$88,436.16	$38,690.82	$57,115.02
Materias primas e insumos	$336.34	$147.15	$217.22	$336.34	$147.15	$217.22
Tecnología y herramientas	$122.40	$53.55	$79.05	$122.40	$53.55	$79.05
Depreciación	$2,457.63	$1,075.21	$1,587.22	$2,457.63	$1,075.21	$1,587.22
Amortización	$227.36	$99.47	$146.84	$227.36	$99.47	$146.84
	Año 5					
Personal	$88,436.16	$38,690.82	$57,115.02			
Materias primas e insumos	$336.34	$147.15	$217.22			
Tecnología y herramientas	$122.40	$53.55	$79.05			
Depreciación	$2,457.63	$1,075.21	$1,587.22			
Amortización	$227.36	$99.47	$146.84			

4. Costos Financieros

Los costos financieros son los que se generan por el uso del financiamiento que incluye intereses, comisiones entre otros, para el plan de desarrollo turístico los costos financieros en los que se incurrirán serán debido al préstamo bancario que se adquirirá con BANDESAL, estos costos se detallan a continuación:

Tabla 359. Desglose de costes financieros

Préstamo	**$203,000.00**
Plazo	4 años
Tasa de interés	16.46% anual
Pago anual	$73,214.35
Pago mensual	**$6,101.20**

Desglose por año de los costos financieros:

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Pago del préstamo	-	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35	$292,857.40

Tabla 360. Detalle de los costos financieros por año proyectado

Este costo financiero será prorrateado en las rutas turísticas definidas anteriormente y se les aplicara un porcentaje de participación en base a la demanda que se ha proyectado que tengan cada una de las rutas:

Tabla 361. Consolidados costos financieros

Periodo	Ruta 1: de Montaña (48%)	Ruta 2: Colonial (21%)	Ruta 3: Descubre Panchimalco (31%)	Costo financiero Total
Mes1	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes 2	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes 3	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes4	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes5	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes6	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes7	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes8	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes9	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes10	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes11	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Mes12	$ 2,928.57	$ 1,281.25	$1,891.37	$6,101.20
Año 2	$ 35,142.89	$ 15,375.01	$ 22,696.45	$ 73,214.35
Año 3	$ 35,142.89	$ 15,375.01	$ 22,696.45	$ 73,214.35
Año 4	$ 35,142.89	$ 15,375.01	$ 22,696.45	$ 73,214.35
TOTAL	$140,571.55	$ 61,500.05	$ 90,785.79	$ 292,857.40

5. Costos totales por ruta

El cálculo de los costos totales de cada ruta se realizará integrando los diferentes rubros que intervienen en la operación del proyecto. Para ello, se consideran de manera conjunta los costos operativos, de comercialización, administrativos y financieros, ya que en su conjunto reflejan los recursos necesarios para garantizar el funcionamiento y sostenibilidad de las actividades turísticas. Bajo esta estructura, los costos totales

permiten tener una visión integral de las necesidades económicas de cada recorrido, facilitando la planificación y la evaluación de su viabilidad en el corto y mediano plazo.

Los costos totales vienen dados por la fórmula siguiente:

$$\boldsymbol{Costos\ Totales} = Costos\ Operativos + Costos\ de\ comercialización + Costos\ Administrativos + Costos\ Financieros$$

Se presenta a continuación el resumen de los costos por cada ruta:

Ruta 1: Ruta de Montaña

Tabla 362. Detalle de los costos totales para la ruta 1 “Ruta de montañas”

Ruta 1	Costos Operativos	Costos de Comercialización	Costos Administrativos	Costos Financieros	Costos Totales
Mes 1	$8,735.56	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$21,928.85
Mes 2	$8,735.56	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$21,928.85
Mes 3	$9,827.51	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$23,020.80
Mes 4	$13,103.35	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$26,296.64
Mes 5	$6,551.67	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$19,744.96
Mes 6	$6,551.67	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$19,744.96
Mes 7	$7,643.62	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$20,836.91
Mes 8	$10,919.45	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$24,112.74
Mes 9	$5,459.73	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$18,653.02
Mes 10	$6,551.67	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$19,744.96
Mes 11	$8,735.56	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$21,928.85
Mes 12	$16,379.18	$2,720.06	$7,544.66	$2,928.57	$29,572.47
Año 1	$109,194.54	$32,640.72	$90,535.89	$35,142.89	$267,514.04
Año 2	$112,028.93	$32,640.72	$90,535.89	$35,142.89	$270,348.43
Año 3	$115,181.14	$32,976.05	$91,588.05	$35,142.89	$274,888.13
Año 4	$118,383.39	$32,976.05	$91,588.05	$35,142.89	$278,090.38
Año 5	$121,714.23	$32,976.05	$91,588.05	$35,142.89	$281,421.22

Ruta 2: Ruta Colonial de Panchimalco

Tabla 363. Detalle de los costos totales para la ruta 2 “Ruta Colonial de Panchimalco”

Ruta 2	Costos Operativos	Costos de Comercialización	Costos Administrativos	Costos Financieros	Costos Totales
Mes 1	$3,821.81	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$9,593.88
Mes 2	$3,821.81	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$9,593.88

Mes 3	$4,299.54	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$10,071.61
Mes 4	$5,732.71	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$11,504.78
Mes 5	$2,866.36	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$8,638.43
Mes 6	$2,866.36	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$8,638.43
Mes 7	$3,344.08	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$9,116.15
Mes 8	$4,777.26	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$10,549.33
Mes 9	$2,388.63	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$8,160.70
Mes 10	$2,866.36	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$8,638.43
Mes 11	$3,821.81	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$9,593.88
Mes 12	$7,165.89	$1,190.03	$3,300.79	$1,281.25	$12,937.96
Año 1	$47,772.61	$14,280.32	$39,609.45	$15,375.01	$117,037.39
Año 2	$49,012.66	$14,280.32	$39,609.45	$15,375.01	$118,277.44
Año 3	$50,391.75	$14,427.02	$40,069.77	$15,375.01	$120,263.55
Año 4	$51,792.73	$14,427.02	$40,069.77	$15,375.01	$121,664.53
Año 5	$53,249.98	$14,427.02	$40,069.77	$15,375.01	$123,121.78

Ruta 3: Descubre Panchimalco

Tabla 364. Detalle de los costos totales para la ruta 3 “Ruta Descubre Panchimalco”

Ruta 3	Costos Operativos	Costos de Comercialización	Costos Administrativos	Costos Financieros	Costos Totales
Mes 1	$5,641.72	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$15,286.92
Mes 2	$5,641.72	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$15,286.92
Mes 3	$6,346.93	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$16,202.93
Mes 4	$8,462.58	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$18,951.00
Mes 5	$4,231.29	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$13,454.88
Mes 6	$4,231.29	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$13,454.88
Mes 7	$4,936.50	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$14,370.89
Mes 8	$7,052.15	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$17,118.96
Mes 9	$3,526.07	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$12,538.85
Mes 10	$4,231.29	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$13,454.88
Mes 11	$5,641.72	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$15,286.92
Mes 12	$10,578.22	$1,756.71	$4,872.59	$3,086.17	$21,699.05
Año 1	$70,521.48	$21,080.47	$58,471.09	$37,034.09	$187,107.13
Año 2	$72,352.02	$21,080.47	$58,471.09	$37,034.09	$188,937.67
Año 3	$74,387.82	$21,297.03	$59,150.61	$37,034.09	$191,869.55
Año 4	$76,455.94	$21,297.03	$59,150.61	$37,034.09	$193,937.67
Año 5	$78,607.11	$21,297.03	$59,150.61	$37,034.09	$196,088.84

6. Clasificación de costos fijos y variables

La clasificación de los costos previamente definidos en fijos y variables permitirá organizar la información de manera clara y sistemática, facilitando el análisis posterior de los costos unitarios asociados a cada ruta turística. A continuación, se muestra la clasificación de los costos fijos (CF) y costos variables (CV) para la operación de las rutas turísticas:

Tabla 365. Detalle general de los costos fijos y variables de las rutas turísticas

Rubro	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV
Costos operativos	$82,424.43	$145,064.20	$82,424.43	$151,185.87	$82,696.97	$157,480.44	$82,696.97	$164,151.80	$82,696.97	$171,091.05
Personal directo	$44,520.00	$135,168.00	$44,520.00	$141,051.12	$44,520.00	$147,077.94	$44,520.00	$153,473.45	$44,520.00	$160,128.15
Personal indirecto	$26,610.00		$26,610.00		$26,882.54		$26,882.54		$26,882.54	
Materias primas	$2,748.00	$9,626.20	$2,748.00	$9,864.75	$2,748.00	$10,132.50	$2,748.00	$10,408.35	$2,748.00	$10,692.90
Recursos	$5,695.14		$5,695.14		$5,695.14		$5,695.14		$5,695.14	
Depreciación	$3,055.17		$3,055.17		$3,055.17		$3,055.17		$3,055.17	
Amortización	$66.12		$66.12		$66.12		$66.12		$66.12	
Costos de comercialización	$67,451.50		$67,451.50		$68,150.11		$68,150.11		$68,150.11	
Personal comercial	$65,495.00		$65,495.00		$66,193.61		$66,193.61		$66,193.61	
Materias primas	$965.00	$550.00	$965.00	$550.00	$965.00	$550.00	$965.00	$550.00	$965.00	$550.00
Depreciación	$897.50		$897.50		$897.50		$897.50		$897.50	
Amortización	$94.00		$94.00		$94.00		$94.00		$94.00	
Costos de administración	$188,616.43		$188,616.43		$190,808.43		$190,808.43		$190,808.43	
Personal administrativo	$182,050.00		$182,050.00		$184,242.00		$184,242.00		$184,242.00	
Materias primas	$717.70		$717.70		$717.70		$717.70		$717.70	
Tecnología y	$255.00		$255.00		$255.00		$255.00		$255.00	
Depreciación	$5,120.06		$5,120.06		$5,120.06		$5,120.06		$5,120.06	
Amortización	$473.67		$473.67		$473.67		$473.67		$473.67	
Costos financieros			$73,214.35		$73,214.35		$73,214.35		$73,214.35	
Pago préstamo			$73,214.35		$73,214.35		$73,214.35		$73,214.35	
Costos totales	**$338,762.36**	**$144,794.20**	**$411,976.71**	**$150,915.87**	**$411,976.71**	**$157,210.44**	**$411,976.71**	**$163,881.80**	**$411,976.71**	**$170,821.05**

Ruta 1: Ruta de montañas

Tabla 366. Detalle de los costos fijos y variables de la ruta turística de montañas

Rubro	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV
Costos operativos										
Personal directo	$21,369.60	$64,880.64	$21,369.60	$67,704.54	$21,369.60	$70,597.41	$21,369.60	$73,667.26	$21,369.60	$76,861.51
Personal indirecto	$12,772.80		$12,772.80		$12,903.62		$12,903.62		$12,903.62	
Materias primas	$1,319.04	$4,620.58	$1,319.04	$4,735.08	$1,319.04	$4,863.60	$1,319.04	$4,996.01	$1,319.04	$5,132.59
Recursos	$2,733.67		$2,733.67		$2,733.67		$2,733.67		$2,733.67	
Depreciación	$1,466.48		$1,466.48		$1,466.48		$1,466.48		$1,466.48	
Amortización	$31.74		$31.74		$31.74		$31.74		$31.74	
Costos de comercialización										
Personal comercial	$31,437.60		$31,437.60		$31,772.93		$31,772.93		$31,772.93	
Materias primas	$463.20	$264.00	$463.20	$264.00	$463.20	$264.00	$463.20	$264.00	$463.20	$264.00
Depreciación	$430.80		$430.80		$430.80		$430.80		$430.80	
Amortización	$45.12		$45.12		$45.12		$45.12		$45.12	
Costos de administración										
Personal directo	$87,384.00		$87,384.00		$88,436.16		$88,436.16		$88,436.16	
Materias primas	$344.50		$344.50		$344.50		$344.50		$344.50	
Tecnología y Herramientas	$122.40		$122.40		$122.40		$122.40		$122.40	
Depreciación	$2,457.63		$2,457.63		$2,457.63		$2,457.63		$2,457.63	
Amortización	$227.36		$227.36		$227.36		$227.36		$227.36	
Costos financieros										
Pago préstamo			$35,142.89		$35,142.89		$35,142.89		$35,142.89	
Costos totales	**$162,605.93**	**$69,765.22**	**$197,748.82**	**$72,703.62**	**$199,267.13**	**$75,725.01**	**$199,267.13**	**$78,927.26**	**$199,267.13**	**$82,258.10**

Ruta 2: Ruta Colonial de Panchimalco

Tabla 367. Detalle de los costos fijos y variables de la ruta turística colonial de Panchimalco

Rubro	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV
Costos operativos										
Personal directo	$9,349.20	$28,385.28	$9,349.20	$29,620.74	$9,349.20	$30,886.37	$9,349.20	$32,229.42	$9,349.20	$33,626.91
Personal indirecto	$5,588.10		$5,588.10		$5,645.33		$5,645.33		$5,645.33	
Materias primas	$577.08	$2,021.50	$577.08	$2,071.60	$577.08	$2,127.83	$577.08	$2,185.75	$577.08	$2,245.51
Recursos	$1,195.98		$1,195.98		$1,195.98		$1,195.98		$1,195.98	
Depreciación	$641.59		$641.59		$641.59		$641.59		$641.59	
Amortización	$13.89		$13.89		$13.89		$13.89		$13.89	
Costos de comercialización										
Personal comercial	$13,753.95		$13,753.95		$13,900.66		$13,900.66		$13,900.66	
Materias primas	$202.65	$115.50	$202.65	$115.50	$202.65	$115.50	$202.65	$115.50	$202.65	$115.50
Depreciación	$188.48		$188.48		$188.48		$188.48		$188.48	
Amortización	$19.74		$19.74		$19.74		$19.74		$19.74	
Costos de administración										
Personal administrativo	$38,230.50		$38,230.50		$38,690.82		$38,690.82		$38,690.82	
Materias primas	$150.72		$150.72		$150.72		$150.72		$150.72	
Tecnología y Herramientas	$53.55		$53.55		$53.55		$53.55		$53.55	
Depreciación	$1,075.21		$1,075.21		$1,075.21		$1,075.21		$1,075.21	
Amortización	$99.47		$99.47		$99.47		$99.47		$99.47	
Costos financieros										
Pago préstamo			$15,375.01		$15,375.01		$15,375.01		$15,375.01	
Costos totales	**$71,140.10**	**$30,522.28**	**$86,515.11**	**$31,807.83**	**$87,179.37**	**$33,129.69**	**$87,179.37**	**$34,530.68**	**$87,179.37**	**$35,987.92**

Ruta 3: Ruta Descubre Panchimalco

Tabla 368. Detalle de los costos fijos y variables de la ruta turística Descubre Panchimalco

Rubro	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV
Costos operativos										
Personal directo	$13,801.20	$41,902.08	$13,801.20	$43,725.85	$13,801.20	$45,594.16	$13,801.20	$47,576.77	$13,801.20	$49,639.73
Personal indirecto	$8,249.10		$8,249.10		$8,333.59		$8,333.59		$8,333.59	
Materias primas	$851.88	$2,984.12	$851.88	$3,058.07	$851.88	$3,141.08	$851.88	$3,226.59	$851.88	$3,314.80
Recursos	$1,765.49		$1,765.49		$1,765.49		$1,765.49		$1,765.49	
Depreciación	$947.10		$947.10		$947.10		$947.10		$947.10	
Amortización	$20.50		$20.50		$20.50		$20.50		$20.50	
Costos de comercialización										
Personal comercial	$20,303.45		$20,303.45		$20,520.02		$20,520.02		$20,520.02	
Materias primas	$299.15	$170.50	$299.15	$170.50	$299.15	$170.50	$299.15	$170.50	$299.15	$170.50
Depreciación	$278.23		$278.23		$278.23		$278.23		$278.23	
Amortización	$29.14		$29.14		$29.14		$29.14		$29.14	
Costos de administración										
Personal administrativo	$56,435.50		$56,435.50		$57,115.02		$57,115.02		$57,115.02	
Materias primas	$222.49		$222.49		$222.49		$222.49		$222.49	
Tecnología y herramientas	$79.05		$79.05		$79.05		$79.05		$79.05	
Depreciación	$1,587.22		$1,587.22		$1,587.22		$1,587.22		$1,587.22	
Amortización	$146.84		$146.84		$146.84		$146.84		$146.84	
Costos financieros										
Pago préstamo			$22,696.45		$22,696.45		$22,696.45		$22,696.45	
Costos totales	**$105,016.33**	**$45,056.70**	**$127,712.78**	**$46,954.42**	**$128,693.36**	**$48,905.74**	**$128,693.36**	**$50,973.86**	**$128,693.36**	**$53,125.03**

7. Costo Unitario por ruta

En este apartado se presenta el cálculo del costo unitario de las rutas turísticas, aplicando el **método de absorción,** que integra tanto los costos fijos como los variables, permitiendo determinar el costo promedio por visitante. Para calcular el costo unitario se tiene en consideración la fórmula siguiente:

$$Costo\ Total\ Unitario\ (CTU) = \frac{Costos\ Fijos\ (CF) + Costos\ Variables(CV)}{Número\ de\ visitantes\ (Q)}$$

Donde Q será considerada como la demanda proyectada en la etapa de diseño.

Partiendo de la ecuación anterior se procede a calcular el costo total unitario para cada ruta turística:

Ruta 1: Ruta de montañas

Tabla 369. Cálculo del costo unitario por año para la ruta turística 1 “Ruta de montañas”

Periodo de Estimación	CF	CV	Q	CTU
Mes 1	$16,479.07	$5,581.22	1,075	$20.52
Mes 2	$16,479.07	$5,581.22	1,075	$20.52
Mes 3	$16,479.07	$6,278.87	1,210	$18.81
Mes 4	$16,479.07	$8,371.83	1,613	$15.41
Mes 5	$16,479.07	$4,185.91	806	$25.64
Mes 6	$16,479.07	$4,185.91	806	$25.64
Mes 7	$16,479.07	$4,883.57	941	$22.70
Mes 8	$16,479.07	$6,976.52	1,344	$17.45
Mes 9	$16,479.07	$3,488.26	672	$29.71
Mes 10	$16,479.07	$4,185.91	806	$25.64
Mes 11	$16,479.07	$5,581.22	1,075	$20.52
Mes 12	$16,479.07	$10,464.78	2,016	$13.37
Año 1	$197,748.82	$69,765.22	13,439	$19.91
Año 2	$197,748.82	$72,703.62	14,022	$19.29
Año 3	$199,267.13	$75,725.01	14,629	$18.80
Año 4	$199,267.13	$78,927.26	15,262	$18.23
Año 5	$199,267.13	$82,258.10	15,923	$17.68

A partir de los datos de la tabla anterior y la clasificación de costos fijos y variables, se puede conocer el costo según la demanda a atender, para estimar costos futuros, lo cual viene dado de la siguiente formula:

$$Cv = \frac{CV}{Q}$$

Donde:

Cv = Costo variable equivalente

CV = Costo Variable

Q= Demanda estimada

Considerando la formula se procede a calcular el costo variable equivalente para la ruta:

Tabla 370. Cálculo de costo variable unitario para la ruta 1

Descripción	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
CV	$69,765.22	$72,703.62	$75,725.01	$78,927.26	$82,258.10
Q	13,439	14,022	14,629	15,262	15,923
Cv	$5.19	$5.18	$5.18	$5.17	$5.17

Ruta 2: Ruta Colonial de Panchimalco

Tabla 371. Cálculo del costo unitario por año para la ruta turística 2 “Ruta colonial de Panchimalco”

Periodo de Estimación	CF	CV	Q	CTU
Mes 1	$6,921.21	$2,441.78	461	$20.31
Mes 2	$6,921.21	$2,441.78	461	$20.31
Mes 3	$7,786.36	$2,747.01	518	$20.33
Mes 4	$10,381.81	$3,662.67	691	$20.32
Mes 5	$5,190.91	$1,831.34	346	$20.30
Mes 6	$5,190.91	$1,831.34	346	$20.30
Mes 7	$6,056.06	$2,136.56	403	$20.33
Mes 8	$8,651.51	$3,052.23	576	$20.32
Mes 9	$4,325.76	$1,526.11	288	$20.32
Mes 10	$5,190.91	$1,831.34	346	$20.30
Mes 11	$6,921.21	$2,441.78	461	$20.31
Mes 12	$12,977.27	$4,578.34	864	$20.32
Año 1	$86,515.11	$30,522.28	5,761	$20.32

Año 2	$86,515.11	$31,807.83	6,009	$19.69
Año 3	$87,179.37	$33,129.69	6,269	$19.19
Año 4	$87,179.37	$34,530.68	6,540	$18.61
Año 5	$87,179.37	$35,987.92	6,823	$18.05

A partir de los datos de la tabla anterior y la clasificación de costos fijos y variables, se puede conocer el costo según la demanda a atender, para estimar costos futuros, lo cual viene dado de la siguiente formula:

$$Cv = \frac{CV}{Q}$$

Donde:

Cv = Costo variable equivalente

CV = Costo Variable

Q= Demanda estimada

Considerando la formula se procede a calcular el costo variable equivalente para la ruta:

Tabla 372. Cálculo de costo variable unitario para la ruta 2

Descripción	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
CV	$30,522.28	$31,807.83	$33,129.69	$34,530.68	$35,987.92
Q	5,761	6,009	6,269	6,540	6,823
Cv	$5.30	$5.29	$5.28	$5.28	$5.27

Ruta 3: Ruta Descubre Panchimalco

Tabla 373. Cálculo del costo unitario por año para la ruta turística 3 “Ruta Descubre Panchimalco”

Periodo de Estimación	CF	CV	Q	CTU
Mes 1	$10,217.02	$3,604.54	691	$20.00
Mes 2	$10,217.02	$3,604.54	691	$20.00
Mes 3	$11,494.15	$4,055.10	778	$19.99
Mes 4	$15,325.53	$5,406.80	1,037	$19.99
Mes 5	$7,662.77	$2,703.40	518	$20.01
Mes 6	$7,662.77	$2,703.40	518	$20.01

Mes 7	$8,939.89	$3,153.97	605	$19.99
Mes 8	$12,771.28	$4,505.67	864	$20.00
Mes 9	$6,385.64	$2,252.84	432	$20.00
Mes 10	$7,662.77	$2,703.40	518	$20.01
Mes 11	$10,217.02	$3,604.54	691	$20.00
Mes 12	$19,156.92	$6,758.51	1,296	$20.00
Año 1	$127,712.78	$45,056.70	8,639	$20.00
Año 2	$127,712.78	$46,954.42	9,014	$19.38
Año 3	$128,693.36	$48,905.74	9,404	$18.89
Año 4	$128,693.36	$50,973.86	9,811	$18.31
Año 5	$128,693.36	$53,125.03	10,236	$17.76

A partir de los datos de la tabla anterior y la clasificación de costos fijos y variables, se puede conocer el costo según la demanda a atender, para estimar costos futuros, lo cual viene dado de la siguiente formula:

$$Cv = \frac{CV}{Q}$$

Donde:

Cv = Costo variable equivalente

CV = Costo Variable

Q= Demanda estimada

Considerando la formula se procede a calcular el costo variable equivalente para la ruta:

Tabla 374. Cálculo de costo variable unitario para la ruta 3

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CV	$45,056.70	$46,954.42	$48,905.74	$50,973.86	$53,125.03
Q	8,639	9,014	9,404	9,811	10,236
Cv	$5.22	$5.21	$5.20	$5.20	$5.19

8. Determinación del precio de venta

El precio de venta constituye uno de los elementos más determinantes para la viabilidad de cualquier proyecto turístico, ya que de él dependen tanto la competitividad en el mercado como la generación de ingresos suficientes para garantizar la sostenibilidad de la iniciativa. Establecer un precio adecuado implica comprender el valor que los visitantes perciben en la experiencia ofrecida, así como asegurar que dicho valor se traduzca en una propuesta accesible y rentable al mismo tiempo.

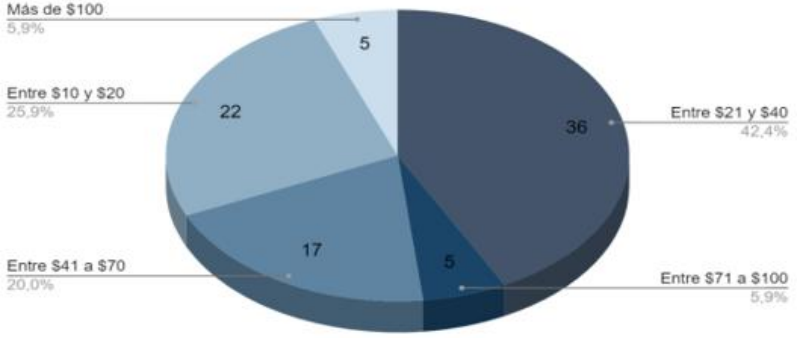
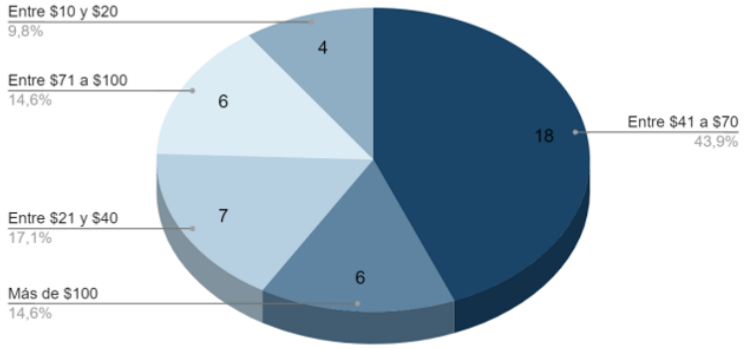
En este sentido, la definición del precio no solo responde a un cálculo financiero, sino también a una estrategia que busca equilibrar la satisfacción del consumidor con la estabilidad económica del proyecto. De esta manera, se pretende construir una oferta turística atractiva, que pueda adaptarse a las condiciones del entorno y que asegure el cumplimiento de los objetivos planteados en el plan de desarrollo para ello se considera bajo análisis lo siguientes criterios de determinación del precio:

- Consumo o gasto turístico
- Precios de la competencia
- Costos unitarios

a) Consumo o gasto turístico

Durante el estudio de mercado se realizó por medio de la técnica de recolección de la encuesta que se aplicó a los segmentos de turista nacional y turista extranjero, en la encuesta se buscó profundizar en el gasto promedio individual turístico de las actividades que los encuestados suelen realizar en un día, los hallazgos de la investigación se muestran a continuación:

Tabla 375. Análisis comparativo de gasto turístico por segmento para la determinación del precio de venta

Pregunta	¿Cuál es el gasto promedio individual que invierte en realizar actividades turísticas?			
Segmento	Turista Nacional		Turista Extranjero	
Gráfico	 *Gráfico 16. Gasto promedio individual diario del segmento nacional.*		 *Gráfico 52. Gasto promedio individual diario del segmento extranjero*	
Resultados	Entre $10 y $20	25.90%	Entre $10 y $20	9.80%
	Entre $21 y $40	42.40%	Entre $21 y $40	17.10%
	Entre $41 a $70	20%	Entre $41 a $70	43.90%
	Entre $71 a $100	5.90%	Entre $71 a $100	14.60%
	Más de $100	5.90%	Más de $100	14.60%

Al analizar ambos segmentos en conjunto tenemos que los siguientes resultados:

Tabla 376. Análisis en conjunto de gastos turístico para la determinación del precio de venta

Categoría de precio	Porcentaje
Entre $10 y $20	20.63%
Entre $21 y $40	34.13%
Entre $41 a $70	27.78%
Entre $71 a $100	8.73%
Más de $100	8.73%

Considerando el consumo o gasto turístico se define lo siguiente:

Los turistas nacionales gastan en su mayoría entre $21 y $40 (42.4%) promedio del rango $31.00 y los turistas extranjeros entre $41 a $70 (43.9%) promedio del rango $55.50 en realizar actividades turísticas, esto muestra que el turista extranjero tiene un gasto promedio con mayor disposición a invertir más en comparación con el turista nacional.

El rango óptimo para establecer el precio de venta se encuentra entre $21 y $40, ya que:

- Es el rango más representativo en el análisis conjunto (34.13%).
- Coincide con el gasto mayoritario del turista nacional.
- Mantiene accesibilidad para la demanda interna (clave para la sostenibilidad).

b) Precio de la competencia

Durante el estudio del mercado competidor se logró definir los principales competidores para el plan turístico. Dentro de los cuales se encuentran los siguientes pueblo o ciudades:

Juayúa	Cinquera	Chinameca
Apaneca	Suchitoto	Perquín
Concepción de Ataco	Berlín	La Palma

Se presenta entonces la información recopilada de tour operadores y los costos que actualmente ofrece la competencia en la siguiente tabla:

Tabla 377. Precio promedio individual del mercado competidor

Pueblo / ciudad	Precio Individual promedio
Juayúa	$40
Apaneca	$45
Concepción de Ataco	$40
Cinquera	$55
La Palma	$40
Suchitoto	$55
Perquín	$35
Berlín	$40
Chinameca	$30

El desglose de precios muestra que la mayoría de los destinos se encuentran en un rango de $40, por lo que el análisis permite identificar que un precio individual cercano a ese valor sería consistente con los precios promedio de la competencia, asegurando competitividad, sin dejar de considerar la accesibilidad para la demanda interna.

c) Costos unitarios

La definición de la estructura de costos permitió identificar el costo unitario por ruta para cada año de operación, considerando el costo máximo por ruta se presenta el siguiente cuadro resumen:

Tabla 378. Resumen de costo unitario por ruta para la determinación del precio de venta

N° Ruta	Nombre	Costo unitario
1	Ruta de montañas	$ 18.78
2	Ruta colonial de Panchimalco	$ 19.17
3	Ruta descubre Panchimalco	$ 18.87

Al analizar la estructura de costos definida para cada ruta turística, se determinó que el costo unitario por persona se encuentra entre $18,78 y $19.17, siendo la ruta colonial de Panchimalco la de mayor costo unitario y la ruta de montañas la de menor costo. Las tres rutas presentan costos muy cercanos entre sí, con una diferencia máxima de apenas $0.61, lo que indica consistencia en la estructura de costos y facilita la planificación de precios uniforme para distintas rutas. Además, estos valores representan el mínimo necesario para cubrir los costos, por lo que cualquier precio de venta debe superar al menos este umbral.

d) Margen de utilidad

En resumen, para la definición del precio de venta se consideraron los tres criterios analizados: el consumo o gasto turístico, los precios de la competencia y el costo unitario por ruta. Los resultados muestran que el turista nacional tiene un gasto promedio de $31, dentro de un rango mayoritario de $21 a $40, lo que sugiere que una tarifa cercana a este nivel resulta accesible y sostenible para la demanda interna. Por otro lado, el análisis de la competencia refleja precios que oscilan entre $30 y $55, con un promedio

representativo cercano a $40, lo que confirma que existe un margen para posicionar las rutas con un precio inferior y mantener competitividad en el mercado.

Considerando que los costos unitarios rondan los $19, se aplicó un margen aproximado del 30%, lo que sitúa el precio óptimo entre $24 y $25. En este sentido, se propone establecer un precio uniforme de $25 por persona para las tres rutas, ya que cubre holgadamente los costos, se encuentra dentro del rango de gasto habitual de los turistas nacionales y se mantiene por debajo del promedio de la competencia. Este valor asegura tanto la rentabilidad del proyecto como la accesibilidad de la oferta, facilitando su comercialización y contribuyendo a la sostenibilidad del plan turístico. Lo anterior se resume en la siguiente tabla:

Tabla 379. Resumen del margen de utilidad por ruta según la determinación del precio de venta

Ruta	Costo Unitario	Precio de Venta	Margen de utilidad ($)
Ruta de montañas	$18.78	$25.00	$6.22
Ruta colonial de Panchimalco	$19.17	$25.00	$5.83
Ruta descubre Panchimalco	$18.87	$25.00	$6.13

Adicional se determina el precio de venta de los promocionales, retomando las cantidades anuales que se especificaron en la tabla “Detalle de materias primas e insumos de comercialización para el servicio de rutas turísticas”, para ello se consideran tres criterios:

1. Margen: en turismo local se suelen aplicar márgenes entre el 40% y 70% sobre el costo unitario de artículos promocionales.
2. Precios de la competencia: en El Salvador, camisetas con impresión turística suelen rondar entre $8 y $12, tazas entre $5 y $7 y llaveros entre $2 y $3.50.
3. Poder adquisitivo del público objetivo: Considerando que el público objetivo al que se espera atraer con las rutas turísticas es en su mayoría nacional, conviene mantener precios bajos en relación al costo.

Considerando lo anterior se establecen los siguientes precios de venta:

Tabla 380. Resumen del margen de utilidad por promocionales según la determinación del precio de venta

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Precio de Venta	Margen de utilidad ($)
Camisetas promocionales	50	$5.00	$9.00	$4.00
Tazas promocionales	50	$3.00	$6.00	$3.00
Llaveros promocionales	100	$1.50	$2.50	$1.00

IV. Presupuesto de Ingresos y Gastos

El presupuesto de ingresos y gastos constituye una herramienta fundamental para la planificación financiera del proyecto, ya que permite anticipar el comportamiento económico esperado en función de la proyección de la demanda y de la estructura de costos previamente definida. Este presupuesto integra tanto las fuentes de ingresos derivadas de la operación de las rutas turísticas como los servicios complementarios.

A. Presupuesto de Ingresos

A continuación, se presenta la estimación del presupuesto de ingresos, detallado en periodos mensuales por año de operación para los cinco años siguientes, con el fin de contar con una visión clara del desempeño esperado en el corto y mediano plazo.

Tabla 381. Pronóstico de ingresos para el primer año de operación por ruta turística

Año 1	Ruta 1		Ruta 2		Ruta 3	
Mes	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso
Enero	1,075	$26,875	461	$11,525	691	$17,275
Febrero	1,075	$26,875	461	$11,525	691	$17,275
Marzo	1,210	$30,250	518	$12,950	778	$19,450
Abril	1,613	$40,325	691	$17,275	1,037	$25,925
Mayo	806	$20,150	346	$8,650	518	$12,950
Junio	806	$20,150	346	$8,650	518	$12,950

Julio	941	$23,525	403	$10,075	605	$15,125
Agosto	1,344	$33,600	576	$14,400	864	$21,600
Septiembre	672	$16,800	288	$7,200	432	$10,800
Octubre	806	$20,150	346	$8,650	518	$12,950
Noviembre	1,075	$26,875	461	$11,525	691	$17,275
Diciembre	2,016	$50,400	864	$21,600	1,296	$32,400
Total	**13,439**	**$335,975**	**5,761**	**$144,025**	**8,639**	**$215,975**

Tabla 382. Pronóstico de ingresos para el segundo año de operación por ruta turística

Año 2	Ruta 1		Ruta 2		Ruta 3	
Mes	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso
Enero	1,122	$28,050	481	$12,025	721	$18,025
Febrero	1,122	$28,050	481	$12,025	721	$18,025
Marzo	1,262	$31,550	541	$13,525	811	$20,275
Abril	1,683	$42,075	721	$18,025	1,082	$27,050
Mayo	841	$21,025	361	$9,025	541	$13,525
Junio	841	$21,025	361	$9,025	541	$13,525
Julio	982	$24,550	420	$10,500	631	$15,775
Agosto	1,402	$35,050	601	$15,025	901	$22,525
Septiembre	701	$17,525	299	$7,475	451	$11,275
Octubre	841	$21,025	361	$9,025	541	$13,525
Noviembre	1,122	$28,050	481	$12,025	721	$18,025
Diciembre	2,103	$52,575	901	$22,525	1,352	$33,800
Total	**14,022**	**$350,550**	**6,009**	**$150,225**	**9,014**	**$225,350**

Tabla 383. Pronóstico de ingresos para el tercer año de operación por ruta turística

Año 3	Ruta 1		Ruta 2		Ruta 3	
Mes	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso
Enero	1,170	$29,250	502	$12,550	752	$18,800
Febrero	1,170	$29,250	502	$12,550	752	$18,800
Marzo	1,317	$32,925	564	$14,100	846	$21,150
Abril	1,755	$43,875	752	$18,800	1,128	$28,200
Mayo	878	$21,950	376	$9,400	564	$14,100
Junio	878	$21,950	376	$9,400	564	$14,100
Julio	1,024	$25,600	439	$10,975	658	$16,450

Agosto	1,463	$36,575	627	$15,675	940	$23,500
Septiembre	732	$18,300	313	$7,825	471	$11,775
Octubre	878	$21,950	376	$9,400	565	$14,125
Noviembre	1,170	$29,250	502	$12,550	753	$18,825
Diciembre	2,194	$54,850	940	$23,500	1,411	$35,275
Total	**14,629**	**$365,725**	**6,269**	**$156,725**	**9,404**	**$235,100**

Tabla 384. Pronóstico de ingresos para el cuarto año de operación por ruta turística

Año 4	Ruta 1		Ruta 2		Ruta 3	
Mes	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso
Enero	1,221	$30,525	523	$13,075	785	$19,625
Febrero	1,221	$30,525	523	$13,075	785	$19,625
Marzo	1,374	$34,350	589	$14,725	883	$22,075
Abril	1,831	$45,775	785	$19,625	1,177	$29,425
Mayo	916	$22,900	392	$9,800	589	$14,725
Junio	916	$22,900	392	$9,800	589	$14,725
Julio	1,068	$26,700	458	$11,450	687	$17,175
Agosto	1,526	$38,150	654	$16,350	980	$24,500
Septiembre	763	$19,075	328	$8,200	490	$12,250
Octubre	916	$22,900	392	$9,800	589	$14,725
Noviembre	1,221	$30,525	523	$13,075	785	$19,625
Diciembre	2,289	$57,225	981	$24,525	1,472	$36,800
Total	**15,262**	**$381,550**	**6,540**	**$163,500**	**9,811**	**$245,275**

Tabla 385. Pronóstico de ingresos para el quinto año de operación por ruta turística

Año 5	Ruta 1		Ruta 2		Ruta 3	
Mes	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso	Demanda	Ingreso
Enero	1,274	$31,850	546	$13,650	819	$20,475
Febrero	1,274	$31,850	546	$13,650	819	$20,475
Marzo	1,433	$35,825	614	$15,350	921	$23,025
Abril	1,911	$47,775	819	$20,475	1,228	$30,700
Mayo	955	$23,875	409	$10,225	614	$15,350
Junio	955	$23,875	409	$10,225	614	$15,350
Julio	1,115	$27,875	478	$11,950	717	$17,925
Agosto	1,592	$39,800	682	$17,050	1,024	$25,600
Septiembre	796	$19,900	341	$8,525	512	$12,800
Octubre	955	$23,875	409	$10,225	614	$15,350

Noviembre	1,274	$31,850	546	$13,650	819	$20,475
Diciembre	2,389	$59,725	1,024	$25,600	1,535	$38,375
Total	**15,923**	**$398,075**	**6,823**	**$170,575**	**10,236**	**$255,900**

Adicional se consideran los ingresos por ventas de los promocionales, recordando que, a diferencia de los ingresos generados por las rutas turísticas, donde se proyecta un crecimiento progresivo de la demanda en función del aumento de visitantes, en el caso de los artículos promocionales se ha considerado una cantidad fija de ventas anuales durante los cinco años de proyección. En este sentido, la siguiente tabla presenta la proyección anual de ingresos por la venta de camisetas, tazas y llaveros.

Tabla 386. Pronóstico de ingresos por la venta de promocionales por año de operación

Tipo de promocional	Camisetas Precio: $ 9.00		Tazas Precio: $ 6.00		Llaveros Precio: $ 2.50		Total
Mes	Cantidad	Ingreso	Cantidad	Ingreso	Cantidad	Ingreso	
Enero	4	$36.00	4	$24.00	8	$20.00	$80.00
Febrero	4	$36.00	4	$24.00	8	$20.00	$80.00
Marzo	5	$45.00	5	$30.00	9	$22.50	$97.50
Abril	6	$54.00	6	$36.00	12	$30.00	$120.00
Mayo	3	$27.00	3	$18.00	6	$15.00	$60.00
Junio	3	$27.00	3	$18.00	6	$15.00	$60.00
Julio	4	$36.00	4	$24.00	7	$17.50	$77.50
Agosto	5	$45.00	5	$30.00	10	$25.00	$100.00
Septiembre	2	$18.00	2	$12.00	5	$12.50	$42.50
Octubre	2	$18.00	2	$12.00	6	$15.00	$45.00
Noviembre	4	$36.00	4	$24.00	8	$20.00	$80.00
Diciembre	8	$72.00	8	$48.00	15	$37.50	$157.50
Total	**50**	**$450**	**50**	**$300**	**100**	**$250**	**$1,000**

A continuación, se presenta el consolidado de ingresos por año considerando las diferentes rutas turísticas y la venta de promocionales:

Tabla 387. Pronóstico de ingresos para los 5 años de operación

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	$55,755	$58,180	$60,680	$63,305	$66,055
Febrero	$55,755	$58,180	$60,680	$63,305	$66,055
Marzo	$62,748	$65,448	$68,273	$71,248	$74,298
Abril	$83,645	$87,270	$90,995	$94,945	$99,070
Mayo	$41,810	$43,635	$45,510	$47,485	$49,510
Junio	$41,810	$43,635	$45,510	$47,485	$49,510
Julio	$48,803	$50,903	$53,103	$55,403	$57,828
Agosto	$69,700	$72,700	$75,850	$79,100	$82,550
Septiembre	$34,843	$36,318	$37,943	$39,568	$41,268
Octubre	$41,795	$43,620	$45,520	$47,470	$49,495
Noviembre	$55,755	$58,180	$60,705	$63,305	$66,055
Diciembre	$104,558	$109,058	$113,783	$118,708	$123,858
Total	**$696,975**	**$727,125**	**$758,550**	**$791,325**	**$825,550**

B. Presupuesto de gastos

El presupuesto de gastos totales constituye una herramienta esencial para evaluar la viabilidad financiera del proyecto turístico, ya que integra en un solo resultado los costos operativos, de comercialización, administrativos y financieros que deberá afrontar la unidad de gestión. En este apartado se presentan los gastos estimados de manera mensual por año de funcionamiento, desglosados en costos fijos (CF), costos variables (CV) y costos totales (CT) por cada una de las rutas turísticas diseñadas.

Tabla 388. Pronóstico de gastos para el primer año de operación por ruta turística.

Año 1	Ruta 1. Ruta de Montañas			Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco			Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco		
Mes	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT
Enero	$13,550.49	$5,211.57	$18,762.07	$5,923.62	$2,446.32	$8,369.93	$8,744.39	$3,611.23	$12,355.62
Febrero	$13,550.49	$5,211.57	$18,762.07	$5,923.62	$2,446.32	$8,369.93	$8,744.39	$3,611.23	$12,355.62
Marzo	$13,550.49	$5,863.02	$19,413.51	$5,923.62	$2,752.11	$8,675.72	$8,744.39	$4,062.64	$12,807.02
Abril	$13,550.49	$7,817.36	$21,367.85	$5,923.62	$3,669.48	$9,593.09	$8,744.39	$5,416.85	$14,161.23
Mayo	$13,550.49	$3,908.68	$17,459.17	$5,923.62	$1,834.74	$7,758.36	$8,744.39	$2,708.42	$11,452.81
Junio	$13,550.49	$3,908.68	$17,459.17	$5,923.62	$1,834.74	$7,758.36	$8,744.39	$2,708.42	$11,452.81
Julio	$13,550.49	$4,560.12	$18,110.62	$5,923.62	$2,140.53	$8,064.15	$8,744.39	$3,159.83	$11,904.21
Agosto	$13,550.49	$6,514.46	$20,064.96	$5,923.62	$3,057.90	$8,981.51	$8,744.39	$4,514.04	$13,258.43
Septiembre	$13,550.49	$3,257.23	$16,807.73	$5,923.62	$1,528.95	$7,452.57	$8,744.39	$2,257.02	$11,001.41
Octubre	$13,550.49	$3,908.68	$17,459.17	$5,923.62	$1,834.74	$7,758.36	$8,744.39	$2,708.42	$11,452.81
Noviembre	$13,550.49	$5,211.57	$18,762.07	$5,923.62	$2,446.32	$8,369.93	$8,744.39	$3,611.23	$12,355.62
Diciembre	$13,550.49	$9,771.70	$23,322.19	$5,923.62	$4,586.85	$10,510.46	$8,744.39	$6,771.06	$15,515.45
Total	**$162,605.93**	**$65,144.64**	**$227,750.57**	**$71,083.40**	**$30,578.98**	**$101,662.38**	**$104,932.63**	**$45,140.40**	**$150,073.03**

Tabla 389. Pronóstico de gastos para el segundo año de operación por ruta turística.

Año 2	Ruta 1. Ruta de Montañas			Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco			Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco		
Mes	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT
Enero	$16,479.07	$5,816.29	$22,295.36	$7,202.72	$2,547.58	$9,750.30	$10,632.59	$3,760.72	$14,393.31
Febrero	$16,479.07	$5,816.29	$22,295.36	$7,202.72	$2,547.58	$9,750.30	$10,632.59	$3,760.72	$14,393.31
Marzo	$16,479.07	$6,543.33	$23,022.39	$7,202.72	$2,866.03	$10,068.75	$10,632.59	$4,230.81	$14,863.40
Abril	$16,479.07	$8,724.43	$25,203.50	$7,202.72	$3,821.38	$11,024.10	$10,632.59	$5,641.08	$16,273.66
Mayo	$16,479.07	$4,362.22	$20,841.29	$7,202.72	$1,910.69	$9,113.41	$10,632.59	$2,820.54	$13,453.13
Junio	$16,479.07	$4,362.22	$20,841.29	$7,202.72	$1,910.69	$9,113.41	$10,632.59	$2,820.54	$13,453.13
Julio	$16,479.07	$5,089.25	$21,568.32	$7,202.72	$2,229.14	$9,431.86	$10,632.59	$3,290.63	$13,923.22
Agosto	$16,479.07	$7,270.36	$23,749.43	$7,202.72	$3,184.48	$10,387.20	$10,632.59	$4,700.90	$15,333.48
Septiembre	$16,479.07	$3,635.18	$20,114.25	$7,202.72	$1,592.24	$8,794.96	$10,632.59	$2,350.45	$12,983.04

Octubre	$16,479.07	$4,362.22	$20,841.29	$7,202.72	$1,910.69	$9,113.41	$10,632.59	$2,820.54	$13,453.13
Noviembre	$16,479.07	$5,816.29	$22,295.36	$7,202.72	$2,547.58	$9,750.30	$10,632.59	$3,760.72	$14,393.31
Diciembre	$16,479.07	$10,905.54	$27,384.61	$7,202.72	$4,776.72	$11,979.44	$10,632.59	$7,051.35	$17,683.93
Total	**$197,748.82**	**$72,703.62**	**$270,452.44**	**$86,432.64**	**$31,844.79**	**$118,277.43**	**$127,591.04**	**$47,008.98**	**$174,600.02**

Tabla 390. Pronóstico de gastos para el tercer año de operación por ruta turística.

Año 3	Ruta 1. Ruta de Montañas			Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco			Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco		
Mes	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT
Enero	$16,605.59	$6,058.00	$22,663.60	$7,258.08	$2,653.33	$9,911.41	$10,714.30	$3,916.82	$14,631.13
Febrero	$16,605.59	$6,058.00	$22,663.60	$7,258.08	$2,653.33	$9,911.41	$10,714.30	$3,916.82	$14,631.13
Marzo	$16,605.59	$6,815.25	$23,420.85	$7,258.08	$2,985.00	$10,243.07	$10,714.30	$4,406.43	$15,120.73
Abril	$16,605.59	$9,087.00	$25,692.60	$7,258.08	$3,980.00	$11,238.07	$10,714.30	$5,875.24	$16,589.54
Mayo	$16,605.59	$4,543.50	$21,149.10	$7,258.08	$1,990.00	$9,248.07	$10,714.30	$2,937.62	$13,651.92
Junio	$16,605.59	$4,543.50	$21,149.10	$7,258.08	$1,990.00	$9,248.07	$10,714.30	$2,937.62	$13,651.92
Julio	$16,605.59	$5,300.75	$21,906.35	$7,258.08	$2,321.67	$9,579.74	$10,714.30	$3,427.22	$14,141.52
Agosto	$16,605.59	$7,572.50	$24,178.10	$7,258.08	$3,316.67	$10,574.74	$10,714.30	$4,896.03	$15,610.33
Septiembre	$16,605.59	$3,786.25	$20,391.84	$7,258.08	$1,658.33	$8,916.41	$10,714.30	$2,448.01	$13,162.32
Octubre	$16,605.59	$4,543.50	$21,149.10	$7,258.08	$1,990.00	$9,248.07	$10,714.30	$2,937.62	$13,651.92
Noviembre	$16,605.59	$6,058.00	$22,663.60	$7,258.08	$2,653.33	$9,911.41	$10,714.30	$3,916.82	$14,631.13
Diciembre	$16,605.59	$11,358.75	$27,964.35	$7,258.08	$4,975.00	$12,233.07	$10,714.30	$7,344.04	$18,058.35
Total	**$199,267.13**	**$75,725.01**	**$274,992.14**	**$87,096.90**	**$33,166.65**	**$120,263.56**	**$128,571.62**	**$48,960.30**	**$177,531.92**

Tabla 391. Pronóstico de gastos para el cuarto año de operación por ruta turística.

Año 4	Ruta 1. Ruta de Montañas			Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco			Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco		
Mes	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT
Enero	$16,605.59	$6,314.18	$22,919.78	$7,258.08	$2,765.41	$10,023.49	$10,714.30	$4,082.27	$14,796.58
Febrero	$16,605.59	$6,314.18	$22,919.78	$7,258.08	$2,765.41	$10,023.49	$10,714.30	$4,082.27	$14,796.58
Marzo	$16,605.59	$7,103.45	$23,709.05	$7,258.08	$3,111.09	$10,369.16	$10,714.30	$4,592.56	$15,306.86
Abril	$16,605.59	$9,471.27	$26,076.87	$7,258.08	$4,148.12	$11,406.19	$10,714.30	$6,123.41	$16,837.71

Mayo	$16,605.59	$4,735.64	$21,341.23	$7,258.08	$2,074.06	$9,332.13	$10,714.30	$3,061.71	$13,776.01
Junio	$16,605.59	$4,735.64	$21,341.23	$7,258.08	$2,074.06	$9,332.13	$10,714.30	$3,061.71	$13,776.01
Julio	$16,605.59	$5,524.91	$22,130.50	$7,258.08	$2,419.73	$9,677.81	$10,714.30	$3,571.99	$14,286.29
Agosto	$16,605.59	$7,892.73	$24,498.32	$7,258.08	$3,456.76	$10,714.84	$10,714.30	$5,102.84	$15,817.14
Septiembre	$16,605.59	$3,946.36	$20,551.96	$7,258.08	$1,728.38	$8,986.46	$10,714.30	$2,551.42	$13,265.72
Octubre	$16,605.59	$4,735.64	$21,341.23	$7,258.08	$2,074.06	$9,332.13	$10,714.30	$3,061.71	$13,776.01
Noviembre	$16,605.59	$6,314.18	$22,919.78	$7,258.08	$2,765.41	$10,023.49	$10,714.30	$4,082.27	$14,796.58
Diciembre	$16,605.59	$11,839.09	$28,444.68	$7,258.08	$5,185.15	$12,443.22	$10,714.30	$7,654.26	$18,368.56
Total	**$199,267.13**	**$78,927.26**	**$278,194.40**	**$87,096.90**	**$34,567.64**	**$121,664.54**	**$128,571.62**	**$51,028.42**	**$179,600.04**

Tabla 392. Pronóstico de gastos para el quinto año de operación por ruta turística.

Año 5	Ruta 1. Ruta de Montañas			Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco			Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco		
Mes	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT
Enero	$16,605.59	$6,580.65	$23,186.24	$7,258.08	$2,881.99	$10,140.07	$10,714.30	$4,254.37	$14,968.67
Febrero	$16,605.59	$6,580.65	$23,186.24	$7,258.08	$2,881.99	$10,140.07	$10,714.30	$4,254.37	$14,968.67
Marzo	$16,605.59	$7,403.23	$24,008.82	$7,258.08	$3,242.24	$10,500.31	$10,714.30	$4,786.16	$15,500.46
Abril	$16,605.59	$9,870.97	$26,476.57	$7,258.08	$4,322.99	$11,581.06	$10,714.30	$6,381.55	$17,095.85
Mayo	$16,605.59	$4,935.49	$21,541.08	$7,258.08	$2,161.49	$9,419.57	$10,714.30	$3,190.78	$13,905.08
Junio	$16,605.59	$4,935.49	$21,541.08	$7,258.08	$2,161.49	$9,419.57	$10,714.30	$3,190.78	$13,905.08
Julio	$16,605.59	$5,758.07	$22,363.66	$7,258.08	$2,521.74	$9,779.82	$10,714.30	$3,722.57	$14,436.87
Agosto	$16,605.59	$8,225.81	$24,831.40	$7,258.08	$3,602.49	$10,860.56	$10,714.30	$5,317.96	$16,032.26
Septiembre	$16,605.59	$4,112.91	$20,718.50	$7,258.08	$1,801.24	$9,059.32	$10,714.30	$2,658.98	$13,373.28
Octubre	$16,605.59	$4,935.49	$21,541.08	$7,258.08	$2,161.49	$9,419.57	$10,714.30	$3,190.78	$13,905.08
Noviembre	$16,605.59	$6,580.65	$23,186.24	$7,258.08	$2,881.99	$10,140.07	$10,714.30	$4,254.37	$14,968.67
Diciembre	$16,605.59	$12,338.72	$28,944.31	$7,258.08	$5,403.73	$12,661.81	$10,714.30	$7,976.94	$18,691.24
Total	**$199,267.13**	**$82,258.10**	**$281,525.24**	**$87,096.90**	**$36,024.88**	**$123,121.78**	**$128,571.62**	**$53,179.59**	**$181,751.21**

A continuación, se presenta el consolidado de gastos por año considerando las diferentes rutas turísticas:

Tabla 393. Pronóstico de gastos para los 5 años de operación

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	$39,488	$46,439	$47,206	$47,740	$48,295
Febrero	$39,488	$46,439	$47,206	$47,740	$48,295
Marzo	$40,896	$47,955	$48,785	$49,385	$50,010
Abril	$45,122	$52,501	$53,520	$54,321	$55,153
Mayo	$36,670	$43,408	$44,049	$44,449	$44,866
Junio	$36,670	$43,408	$44,049	$44,449	$44,866
Julio	$38,079	$44,923	$45,628	$46,095	$46,580
Agosto	$42,305	$49,470	$50,363	$51,030	$51,724
Septiembre	$35,262	$41,892	$42,471	$42,804	$43,151
Octubre	$36,670	$43,408	$44,049	$44,449	$44,866
Noviembre	$39,488	$46,439	$47,206	$47,740	$48,295
Diciembre	$49,348	$57,048	$58,256	$59,256	$60,297
Total	**$479,486**	**$563,330**	**$572,788**	**$579,459**	**$586,398**

C. Situación de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio permite identificar el nivel mínimo de ventas necesarias para cubrir los costos totales del proyecto, es decir, el punto donde no se generan ni pérdidas ni ganancias. Para este cálculo se utilizará el método del margen de contribución ponderado, ya que el proyecto ofrece distintos recorridos turísticos con diferentes niveles de participación en la demanda. Este método permite determinar el equilibrio considerando la mezcla de servicios ofrecidos y la proporción de su contribución a los ingresos totales. A continuación, se muestran un resumen de los datos a utilizar en el cálculo:

Tabla 394. Resumen de los datos para el cálculo del punto de equilibrio

Descripción	Ruta 1. Ruta de montañas	Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco	Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco
Precio de venta	$ 25.00	$ 25.00	$ 25.00
Participación de la demanda (%)	48%	21%	31%
Costo variable unitario	$ 5.18	$ 5.29	$ 5.20

Además, para aplicar el método del margen de contribución ponderado se hará uso de las siguientes formulas:

$$\text{Punto de equilibrio en unidades (PEu)} = \frac{Costo\ Fijo\ (CF)}{Margen\ de\ contribución\ ponderado\ total\ (MCPT)}$$

$$\text{Punto de equilibrio por servicio(PEs)} = PEu * Participación\ de\ la\ demanda\ (\%)$$

$$\text{Punto de equilibrio monetario (PEmon)} = \sum PEs * Precio\ de\ venta$$

$$\text{Margen de contribución ponderado total (MCPT)} = \sum Margen\ de\ contribución\ ponderado\ (MCP)$$

$$\text{Margen de contribución ponderado (MCP)} = Participación\ de\ la\ demanda\ (\%) * Margen\ de\ contribución\ unitario\ (MCU)$$

$$\text{Margen de contribución unitario (MCU)} = Precio\ de\ venta - Costo\ variable\ unitario$$

A partir de esta información se procede a calcular el punto de equilibrio:

Margen de contribución unitario (MCU)

Tabla 395. Cálculo del margen de contribución unitario (MCU)

Descripción	Precio de venta	Costo variable unitario	Margen de contribución unitario
Ruta 1. Ruta de montañas	$25.00	$ 5.18	$19.82
Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco	$25.00	$ 5.29	$19.71
Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco	$25.00	$ 5.20	$19.80

Margen de contribución ponderado (MCP)

Tabla 396. Cálculo del margen de contribución ponderado (MCP)

Descripción	Ruta 1. Ruta de montañas	Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco	Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco
Margen de contribución unitario (MCU)	$19.82	$19.71	$19.80
Participación de la demanda (%)	48%	21%	31%
Margen de contribución ponderado	$9.51	$4.14	$6.14

Margen de contribución ponderado total (MCPT)

Tabla 397. Cálculo del margen de contribución ponderado total (MCPT)

Descripción	MCP
Ruta 1. Ruta de montañas	$9.51
Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco	$4.14
Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco	$6.14
Margen de contribución ponderado total (MCPT)	$19.79

Punto de equilibrio en unidades (PEu)

Luego de calcular el margen de contribución ponderado total, se procede a realizar el cálculo del punto de equilibrio en unidades, aplicando la fórmula se tiene:

$$\text{Punto de equilibrio en unidades (PEu)} = \frac{\$\ 411{,}976.71}{\$19.79} = \boldsymbol{20{,}818\ recorridos}$$

Se determinó que para que el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Panchimalco sea económicamente viable, será necesario vender al menos 20,818 recorridos turísticos anualmente. Esto representa el punto en el que los ingresos cubren la totalidad de los costos fijos y variables del proyecto. Por tanto, ventas superiores a esta cantidad generarán utilidades, mientras que ventas por debajo del punto de equilibrio implicarían pérdidas operativas.

Punto de equilibrio por servicio (PEs)

Una vez determinado el punto de equilibrio del plan, se procederá a determinar el punto de equilibrio para cada una de las rutas turísticas:

Tabla 398. Cálculo del punto de equilibrio por servicio (PEs)

Descripción	Ruta 1. Ruta de montañas	Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco	Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco
Punto de equilibrio en unidades (PEu)	20,818		
Participación de la demanda (%)	48%	21%	31%
Punto de equilibrio por servicio (PEs)	9,993	4,372	6,454

Punto de equilibrio monetario (PEmon)

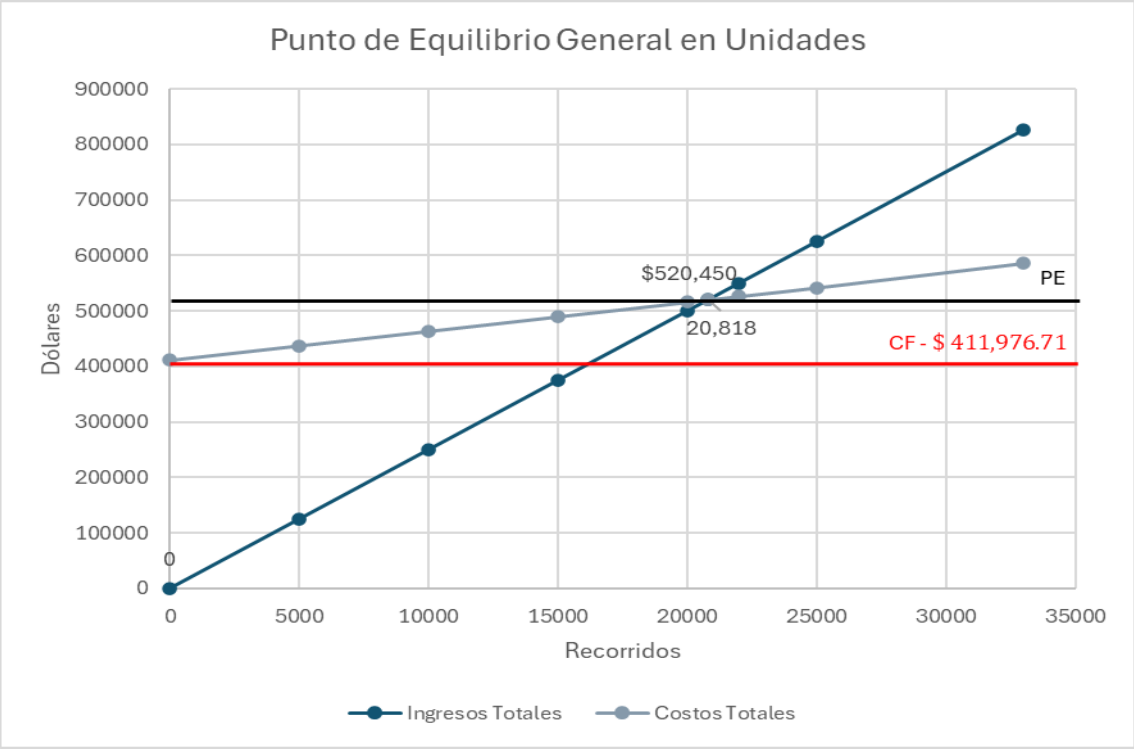
Además, se procede a calcular el punto de equilibrio monetario, el cual hace referencia al nivel de ingresos que debe alcanzarse para cubrir la totalidad de los costos del proyecto, sin generar pérdidas ni utilidades.

Tabla 399. Cálculo del punto de equilibrio monetario (PEmon)

Descripción	Ruta 1. Ruta de montañas	Ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco	Ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco
Punto de equilibrio por servicio (PEs)	9,993	4,372	6,454
Precio de venta unitario	$25.00	$25.00	$25.00
Punto de equilibrio monetario (PEmon)	$249,816.00	$109,294.50	$161,339.50
Punto de equilibrio monetario total	$520,450.00		

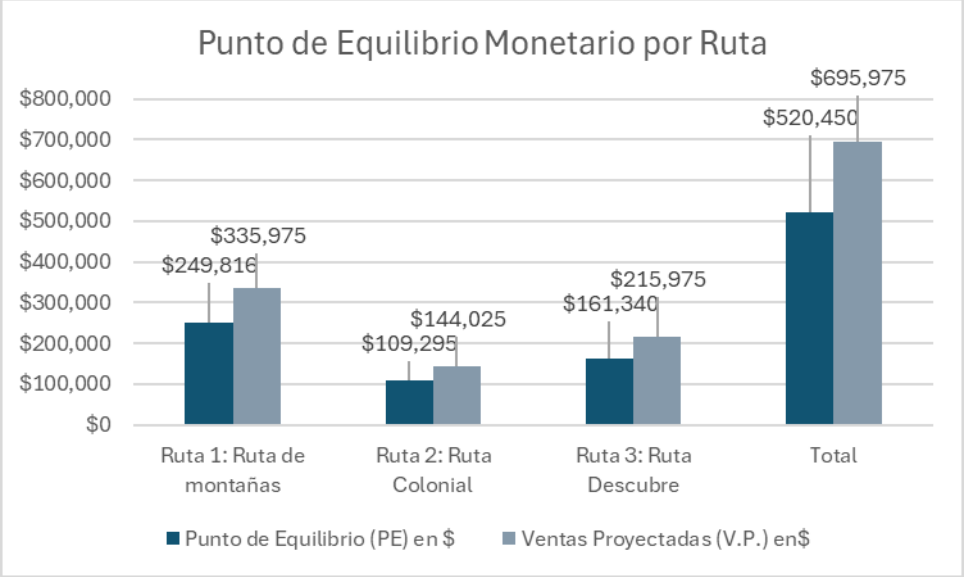
Considerando lo anterior, el punto de equilibrio en cantidad de servicios (recorridos) y unidades monetarias se representa de la siguiente manera:

Gráfico 77. Gráfico de la situación de equilibrio



Además, se presenta gráficamente la situación de equilibrio monetario por ruta turística

Gráfico 78. Gráfico del punto de equilibrio monetario por ruta turística



A continuación, se presenta una tabla resumen para analizar el punto de equilibrio respecto a los flujos proyectados de la demanda de cada año:

Tabla 400. Resumen de variación de la demanda proyecta vs el punto de equilibrio

Periodo	Punto Equilibrio (unidades)	Servicios Planificados	PE%	Margen Servicios	Margen%
Año 1	20,818	27,839	75%	7,021	25%
Año 2	20,818	29,045	72%	8,227	28%
Año 3	20,818	30,302	69%	9,484	31%
Año 4	20,818	31,613	66%	10,795	34%
Año 5	20,818	32,982	63%	12,164	37%

El análisis evidencia que, a lo largo de los cinco años, la demanda proyectada supera consistentemente el punto de equilibrio, reduciendo progresivamente el porcentaje necesario para cubrir los costos fijos (de 75% en el Año 1 a 63% en el Año 5). Esto genera un margen de servicios cada vez mayor, lo que indica que el proyecto no solo mantiene su viabilidad operativa desde el inicio, sino que mejora su capacidad de generar excedentes año con año, fortaleciendo su sostenibilidad financiera en el mediano plazo.

Margen de seguridad

Luego de determinar el punto de equilibrio, resulta fundamental analizar el margen de seguridad, ya que este indicador permite evaluar el nivel de protección financiera del proyecto frente a posibles disminuciones en las ventas.

El margen de seguridad expresa el porcentaje de ventas que supera el punto de equilibrio, mostrando así qué tanto puede reducirse la demanda antes de que el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Panchimalco empiece a generar pérdidas. Para su cálculo se emplea la siguiente fórmula:

$$Margen\ de\ seguridad = \frac{Ventas\ proyctadas - PEu}{Ventas\ proyectadas}$$

A continuación, se presenta el cálculo del margen de seguridad general y por ruta turística:

Tabla 401. Cálculo del margen de seguridad general

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas proyectadas ($)	$695,975	$726,125	$757,550	$790,325	$824,550
Punto de equilibrio ($)	$520,450	$520,450	$520,450	$520,450	$520,450
Margen de seguridad (%)	25%	28%	31%	34%	37%

Tabla 402. Cálculo del margen de seguridad para la ruta 1. Ruta de montañas

Margen de seguridad por ruta turística 1. Ruta de montañas					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas proyectadas ($)	$335,975	$350,550	$365,725	$381,550	$398,075
Punto de equilibrio ($)	$249,816	$249,816	$249,816	$249,816	$249,816
Margen de seguridad (%)	26%	29%	32%	35%	37%

Tabla 403. Cálculo del margen de seguridad para la ruta 2. Ruta Colonial de Panchimalco

Margen de seguridad por ruta turística 1. Ruta Colonial de Panchimalco					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas proyectadas ($)	$144,025	$150,225	$156,725	$163,500	$170,575

Punto de equilibrio ($)	$109,295	$109,295	$109,295	$109,295	$109,295
Margen de seguridad (%)	24%	27%	30%	33%	36%

Tabla 404. Cálculo del margen de seguridad para la ruta 3. Ruta Descubre Panchimalco

Margen de seguridad por ruta turística 1. Ruta Descubre Panchimalco					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas proyectadas ($)	$215,975	$225,350	$235,100	$245,275	$255,900
Punto de equilibrio ($)	$161,340	$161,340	$161,340	$161,340	$161,340
Margen de seguridad (%)	25%	28%	31%	34%	37%

Los márgenes de seguridad estimados reflejan una evolución positiva en la estabilidad financiera del proyecto, iniciando con un 28 % en el primer año y alcanzando un 39 % al quinto año. Esto indica que, desde el inicio, el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Panchimalco opera por encima de su punto de equilibrio.

El crecimiento progresivo del margen de seguridad demuestra que el proyecto incrementa su capacidad para absorber variaciones en la demanda o en los costos sin incurrir en pérdidas. En los primeros años, el margen moderado responde al proceso de consolidación y posicionamiento de las rutas turísticas; sin embargo, conforme avanza la operación y se fortalece la demanda, la rentabilidad mejora de forma constante.

V. Estados Financieros Proforma

Los estados financieros pro forma son proyecciones que permiten evaluar la situación económica y financiera futura del proyecto bajo determinados supuestos de operación, inversión y financiamiento. Estos estados constituyen una herramienta clave para la planeación estratégica y la toma de decisiones, ya que integran los resultados esperados en términos de rentabilidad, liquidez y estabilidad patrimonial.

Su preparación se fundamenta en los registros de ingresos, costos y gastos estimados, los cuales reflejan el comportamiento esperado del Plan de Desarrollo Turístico

Sostenible de Panchimalco a lo largo del horizonte de análisis. En este sentido, los estados financieros proforma permiten anticipar la viabilidad económica del proyecto, así como su capacidad para generar utilidades y mantener un equilibrio financiero sostenible.

En el presente apartado se presentan los siguientes estados financieros:

1. Estado de resultados: es un informe financiero que resume los ingresos, gastos, ganancias y pérdidas de una empresa durante un período específico, como un mes, trimestre o año. Este reporte, también llamado estado de ganancias y pérdidas, muestra la rentabilidad de la empresa y es esencial para la toma de decisiones, permitiendo a inversores y gerentes evaluar el desempeño financiero y la capacidad de la empresa para generar beneficios
2. Estado de flujo de efectivo: es un estado financiero que detalla el origen y el uso del efectivo de una empresa durante un período, clasificando las entradas y salidas en actividades de operación, inversión y financiamiento. Este informe ayuda a evaluar la liquidez, la solvencia y la capacidad de una empresa para generar efectivo y pagar sus deudas.
3. Balance general: es un estado financiero que muestra la situación económica de una empresa en un momento específico, detallando sus activos, pasivos y capital contable.

A. Estado de resultados

A continuación, se muestra el estado de resultado para los primeros 24 meses de ejecución, recordando que según lo definido en el apartado de financiamiento para el primer año no se realizará abonos por el préstamo ni en capital ni en intereses, por tanto, se desglosan los primeros dos años para entender el comportamiento del estado de resultado tanto con el costo financiero como sin el:

Tabla 405. Estado de resultados proforma para el primer año de ejecución del plan de desarrollo turístico sin abonar al costo financiero.

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ingreso por ventas	$55,755.00	$55,755.00	$62,747.50	$83,645.00	$41,810.00	$41,810.00
Costos operativos	$17,829.44	$17,829.44	$20,058.12	$26,744.17	$13,372.08	$13,372.08
Utilidad bruta	$37,925.56	$37,925.56	$42,689.38	$56,900.83	$28,437.92	$28,437.92
Costos de comercialización	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79
Costos de administración	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04
Utilidad de operación	$16,540.73	$16,540.73	$21,304.55	$35,516.01	$7,053.09	$7,053.09
Costos Financieros	$0.00	$0.00	$0.00	$0.00	$0.00	$0.00
Utilidad neta antes del impuesto	$16,540.73	$16,540.73	$21,304.55	$35,516.01	$7,053.09	$7,053.09
Impuesto sobre la renta (30%)	$4,962.22	$4,962.22	$6,391.36	$10,654.80	$2,115.93	$2,115.93
Utilidad neta del periodo	$11,578.51	$11,578.51	$14,913.18	$24,861.20	$4,937.16	$4,937.16

Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingreso por ventas	$48,802.50	$69,700.00	$34,842.50	$41,795.00	$55,755.00	$104,557.50
Costos operativos	$15,600.76	$22,286.81	$11,143.40	$13,372.08	$17,829.44	$33,430.21
Utilidad bruta	$33,201.74	$47,413.19	$23,699.10	$28,422.92	$37,925.56	$71,127.29
Costos de comercialización	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79
Costos de administración	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04
Utilidad de operación	$11,816.91	$26,028.37	$2,314.27	$7,038.09	$16,540.73	$49,742.46
Costos Financieros	$0.00	$0.00	$0.00	$0.00	$0.00	$0.00
Utilidad neta antes del impuesto	$11,816.91	$26,028.37	$2,314.27	$7,038.09	$16,540.73	$49,742.46
Impuesto sobre la renta (30%)	$3,545.07	$7,808.51	$694.28	$2,111.43	$4,962.22	$14,922.74
Utilidad neta del periodo	$8,271.84	$18,219.86	$1,619.99	$4,926.66	$11,578.51	$34,819.73

Tabla 406. Estado de resultados proforma para el segundo año de ejecución del plan de desarrollo turístico abonando al costo financiero.

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ingreso por ventas	$58,180.00	$58,180.00	$65,447.50	$87,270.00	$43,635.00	$43,635.00

Costos operativos	$18,679.81	$18,679.81	$21,014.79	$28,019.71	$14,009.86	$14,009.86
Utilidad bruta	$39,500.19	$39,500.19	$44,432.71	$59,250.29	$29,625.14	$29,625.14
Costos de comercialización	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79
Costos de administración	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04
Utilidad de operación	$18,115.36	$18,115.36	$23,047.89	$37,865.46	$8,240.32	$8,240.32
Costos Financieros	$6,101.20	$6,101.20	$6,101.20	$6,101.20	$6,101.20	$6,101.20
Utilidad neta antes del impuesto	$12,014.17	$12,014.17	$16,946.69	$31,764.26	$2,139.12	$2,139.12
Impuesto sobre la renta (30%)	$3,604.25	$3,604.25	$5,084.01	$9,529.28	$641.74	$641.74
Utilidad neta del periodo	$8,409.92	$8,409.92	$11,862.68	$22,234.98	$1,497.38	$1,497.38

Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingreso por ventas	$50,902.50	$72,700.00	$36,317.50	$43,620.00	$58,180.00	$109,057.50
Costos operativos	$16,344.83	$23,349.76	$11,674.88	$14,009.86	$18,679.81	$35,024.64
Utilidad bruta	$34,557.67	$49,350.24	$24,642.62	$29,610.14	$39,500.19	$74,032.86
Costos de comercialización	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79
Costos de administración	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04
Utilidad de operación	$13,172.84	$27,965.41	$3,257.79	$8,225.32	$18,115.36	$52,648.03
Costos Financieros	$6,101.20	$6,101.20	$6,101.20	$6,101.20	$6,101.20	$6,101.20
Utilidad neta antes del impuesto	$7,071.64	$21,864.22	-$2,843.40	$2,124.12	$12,014.17	$46,546.83
Impuesto sobre la renta (30%)	$2,121.49	$6,559.26	$0.00	$637.24	$3,604.25	$13,964.05
Utilidad neta del periodo	$4,950.15	$15,304.95	-$2,843.40	$1,486.88	$8,409.92	$32,582.78

Durante el primer año, el periodo de gracia del préstamo permite que todos los meses cierren con utilidad neta positiva, incluso en los meses de menor demanda. Esto demuestra cómo la medida fortalece la liquidez y mejora la percepción de rentabilidad, facilitando la acumulación de reservas para enfrentar compromisos futuros. En el segundo año, al comenzar los abonos del préstamo, se observa que algunos meses podrían registrar pérdidas netas lo que resalta la importancia de planificar el flujo de efectivo, asegurando la sostenibilidad del proyecto frente a compromisos financieros periódicos.

Ahora se presenta el estado de resultado por año de ejecución del plan:

Tabla 407. Estado de resultados proforma para los primeros 5 años de ejecución del plan de desarrollo turístico.

ESTADO DE RESULTADO PROFORMA					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	$696,975.00	$727,125.00	$758,550.00	$791,325.00	$825,550.00
Costos operativos	$222,868.05	$233,497.62	$240,064.73	$246,736.09	$253,675.34
Utilidad bruta	$474,106.95	$493,627.38	$518,485.27	$544,588.91	$571,874.66
Costos de comercialización	$68,001.50	$68,001.50	$68,700.11	$68,700.11	$68,700.11
Costos de administración	$188,616.43	$188,616.43	$190,808.43	$190,808.43	$190,808.43
Utilidad de operación	$217,489.02	$237,009.45	$258,976.73	$285,080.37	$312,366.12
Costos Financieros	$0.00	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35
Utilidad neta antes del impuesto	$217,489.02	$163,795.10	$185,762.38	$211,866.02	$239,151.77
Impuesto sobre la renta (30%)	$65,246.70	$49,138.53	$55,728.72	$63,559.81	$71,745.53
Utilidad neta del periodo	$152,242.31	$114,656.57	$130,033.67	$148,306.22	$167,406.24

B. Flujo de Efectivo

A continuación, se muestra el estado de flujo de efectivo para los primeros 12 meses de ejecución del plan.

Tabla 408. Estado de flujo de efectivo para el primer año de ejecución del plan de desarrollo turístico.

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Saldo inicial	$0.00	$12,387.39	$24,774.77	$40,496.83	$66,166.91	$71,912.95
Ingresos por ventas	$55,755.00	$55,755.00	$62,747.50	$83,645.00	$41,810.00	$41,810.00
Costo de ventas	$17,829.44	$17,829.44	$20,058.12	$26,744.17	$13,372.08	$13,372.08
Utilidad operativa	$37,925.56	$50,312.94	$67,464.15	$97,397.67	$94,604.83	$100,350.87
Costos de comercialización	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79
Costos de administración	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04
Efectivo antes del impuesto	$16,540.73	$28,928.11	$46,079.32	$76,012.84	$73,220.00	$78,966.04
ISR (30%)	$4,962.22	$4,962.22	$6,391.36	$10,654.80	$2,115.93	$2,115.93
Depreciación	$756.06	$756.06	$756.06	$756.06	$756.06	$756.06
Amortización	$52.82	$52.82	$52.82	$52.82	$52.82	$52.82
Flujo de efectivo del periodo	**$12,387.39**	**$24,774.77**	**$40,496.83**	**$66,166.91**	**$71,912.95**	**$77,658.99**

Descripción	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	$77,658.99	$86,739.70	$105,768.44	$108,197.30	$113,932.84	$126,320.23
Ingresos por ventas	$48,802.50	$69,700.00	$34,842.50	$41,795.00	$55,755.00	$104,557.50
Costo de ventas	$15,600.76	$22,286.81	$11,143.40	$13,372.08	$17,829.44	$33,430.21
Utilidad operativa	$110,860.73	$134,152.90	$129,467.54	$136,620.22	$151,858.40	$197,447.52
Costos de comercialización	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79	$5,666.79
Costos de administración	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04	$15,718.04
Efectivo antes del impuesto	$89,475.90	$112,768.07	$108,082.71	$115,235.39	$130,473.57	$176,062.69
ISR (30%)	$3,545.07	$7,808.51	$694.28	$2,111.43	$4,962.22	$14,922.74
Depreciación	$756.06	$756.06	$756.06	$756.06	$756.06	$756.06
Amortización	$52.82	$52.82	$52.82	$52.82	$52.82	$52.82
Flujo de efectivo del periodo	**$86,739.70**	**$105,768.44**	**$108,197.30**	**$113,932.84**	**$126,320.23**	**$161,948.83**

Ahora se presenta el estado de flujo de efectivo por año de ejecución del plan:

Tabla 409. Estado de flujo de efectivo para los primeros 5 años de ejecución del plan de desarrollo turístico.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-$290,135.56					
Saldo inicial		**$0.00**	**$161,948.83**	**$286,311.92**	**$426,052.11**	**$584,064.85**
Ingresos por ventas		$696,975.00	$727,125.00	$758,550.00	$791,325.00	$825,550.00
Costo de ventas		$222,868.05	$233,497.62	$240,064.73	$246,736.09	$253,675.34
Efectivo disponible		$474,106.95	$655,576.22	$804,797.20	$970,641.03	$1,155,939.51
Costos de comercialización		$68,001.50	$68,001.50	$68,700.11	$68,700.11	$68,700.11
Costos de administración		$188,616.43	$188,616.43	$190,808.43	$190,808.43	$190,808.43
Intereses		$0.00	$33,413.80	$26,862.63	$19,233.14	$10,347.83
Pago a capital		$0.00	$39,800.55	$46,351.72	$53,981.21	$62,866.52
Efectivo antes del impuesto		**$217,489.02**	**$325,743.94**	**$472,074.31**	**$637,918.14**	**$823,216.62**
ISR		$65,246.70	$49,138.53	$55,728.72	$63,559.81	$71,745.53
Depreciación		$9,072.73	$9,072.73	$9,072.73	$9,072.73	$9,072.73
Amortización		$633.79	$633.79	$633.79	$633.79	$633.79
Flujo de efectivo del periodo	-$290,135.56	**$161,948.83**	**$286,311.92**	**$426,052.11**	**$584,064.85**	**$761,177.61**

C. Balance General

A continuación, se muestra el balance general para los primeros 5 años de operación.

Tabla 410. Balance General para los primeros 5 años de ejecución del plan de desarrollo turístico

Descripción	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS CIRCULANTE	**$0.00**	**$161,948.83**	**$286,311.92**	**$426,052.11**	**$584,064.85**	**$761,177.61**
Efectivo y equivalente	$0.00	$161,948.83	$286,311.92	$426,052.11	$584,064.85	$761,177.61
ACTIVO NO CIRCULANTE	**$168,108.92**	**$159,402.40**	**$148,696.88**	**$137,989.36**	**$127,282.84**	**$116,576.32**
Obra civil	$68,594.95	$68,594.95	$68,594.95	$68,594.95	$68,594.95	$68,594.95
Mobiliario y equipo	$41,210.13	$41,210.13	$41,210.13	$41,210.13	$41,210.13	$41,210.13
Inversiones intangibles	$59,303.84	$59,303.84	$59,303.84	$59,303.84	$59,303.84	$59,303.84
Depreciación acumulada	-	-$9,072.73	-$18,145.46	-$27,218.19	-$36,290.92	-$45,363.65
Amortización acumulada	-	-$633.79	-$1,267.58	-$1,901.37	-$2,535.16	-$3,168.95
TOTAL ACTIVOS	**$290,135.56**	**$321,351.23**	**$435,008.80**	**$564,041.47**	**$711,347.69**	**$877,753.93**
PASIVO CIRCULANTE	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
PASIVO NO CIRCULANTE	**$204,000.00**	**$0.00**	**$73,214.35**	**$73,214.35**	**$73,214.35**	**$73,214.35**
Préstamos a largo plazo	$204,000.00	$0.00	$39,800.55	$46,351.72	$53,981.21	$62,866.52
Intereses por pagar	$0.00	$0.00	$33,413.80	$26,862.63	$19,233.14	$10,347.83
TOTAL PASIVOS	**$204,000.00**	**$0.00**	**$73,214.35**	**$73,214.35**	**$73,214.35**	**$73,214.35**
PATRIMONIO	**$86,135.56**	**$321,351.23**	**$361,794.45**	**$490,827.12**	**$638,133.34**	**$804,539.58**
Capital	$86,135.56	$86,135.56	$86,135.56	$86,135.56	$86,135.56	$86,135.56
Utilidad acumulada	$0.00	$235,215.67	$275,658.89	$404,691.56	$551,997.78	$718,404.02
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**$290,135.56**	**$321,351.23**	**$435,008.80**	**$564,041.47**	**$711,347.69**	**$877,753.93**

CAPITULO IX:
EVALUACIONES

CAPITULO IX. EVALUACIONES

A. Evaluación Económica

La evaluación económica-financiera constituye una etapa fundamental dentro del análisis de viabilidad de un proyecto, ya que permite determinar su capacidad para generar beneficios y sostener sus operaciones en el tiempo. A través de esta evaluación se analizan los resultados proyectados de ingresos, costos, inversiones y financiamiento, con el fin de medir la rentabilidad, eficiencia y estabilidad financiera del plan propuesto.

Entre los principales aspectos a evaluar se encuentran:

- **Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR):** Representa el rendimiento mínimo aceptable que debe generar el proyecto para considerarse viable.
- **Valor Actual Neto (VAN):** Permite determinar la rentabilidad del proyecto al actualizar los flujos de efectivo futuros al valor presente, descontando la TMAR.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** Indica la rentabilidad porcentual que genera el proyecto, es decir, la tasa a la cual el VAN se iguala a cero.
- **Relación Beneficio–Costo (B/C):** Compara el valor presente de los beneficios con el de los costos, mostrando si el proyecto genera valor económico.

A continuación, se presenta el cálculo de cada una de ellas:

1. **Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)**

La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) representa el porcentaje mínimo de rentabilidad que debe generar un proyecto para considerarse viable desde el punto de vista financiero. En otras palabras, es la tasa de retorno que compensa el costo del dinero en el tiempo y el riesgo asumido por los inversionistas. Esta tasa sirve como referencia para evaluar la conveniencia de invertir en un proyecto

determinado. Si la rentabilidad esperada (por ejemplo, la TIR) es mayor o igual a la TMAR, el proyecto se considera aceptable; si es menor, se considera no rentable.

La TMAR para los inversionistas se determina sumando un porcentaje de la inflación actual, considerando también su posible comportamiento futuro, además de un porcentaje adicional como compensación por el riesgo asumido. Su fórmula general es:

$$\boldsymbol{TMAR} = \acute{I}ndice\ inflacionario + premio\ al\ riesgo$$

$$\boldsymbol{TMAR} = i + f + if$$

Dónde:

i: Promedio de tasa inflacionaria de los últimos diez años.

f: Premio al riesgo

Para obtener en promedio de la tasa inflacionaria (i) de los últimos años se tomará como referencia la información brindada por el Banco Mundial a través del portal https://es.statista.com/. Los cuales se muestran a continuación:

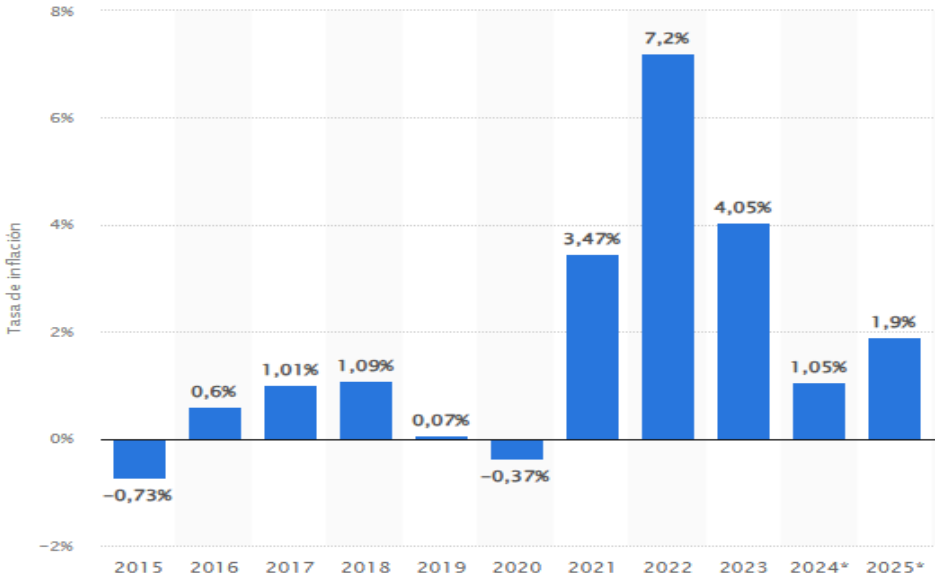


Tabla 411. Variación anual de la tasa de inflación en El Salvador periodo 2015-2024

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Promedio
Tasa	-0.73%	0.60%	1.01%	1.09%	0.07%	-0.37%	3.47%	7.20%	4.05%	1.05%	1.74%

Para el cálculo del premio al riesgo (f) se retoma del apartado de financiamiento la tasa efectiva anual de la entidad seleccionada para el financiamiento, es decir se considera la tasa efectiva anual de BANDESAL siendo esta un **16.46%** anual y para el caso de las entidades en condición de donadores se asuma una tasa del **10%** debido a que se trata de un proyecto de riesgo alto. Además, se coloca nuevamente el detalle de cómo se encuentra definido el financiamiento y los beneficios basados en la tasa de inversión por el monto que aporten al proyecto:

Tabla 412. Resumen de la composición del financiamiento y TMAR por entidad

Inversión Requerida		**$ 290,135.56**		
Entidad	Participación (%)	Monto a Financiar	Tasa	TMAR
Municipalidad	4%	$ 11,300.61	10%	11.91%
DOM	26%	$75,834.95	10%	11.91%
BANDESAL	70%	$203,000.00	16.46%	18.49%

A partir de lo anterior se calcula la TMAR para el plan turístico

$$\boldsymbol{TMAR} = (TMAR_{MUNICIPALIDAD}) * \big(Paticipación\ (\%)\big) + (TMAR_{DOM}) * \big(Paticipación\ (\%)\big) + (TMAR_{BANDESAL}) * \big(Paticipación\ (\%)\big)$$

$$\boldsymbol{TMAR} = 11.91\% * 4\% + 11.91\% * 26\% + 18.49\% * 70\% = \mathbf{16.52}\%$$

La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) representa el rendimiento mínimo que el proyecto debe alcanzar para cubrir el costo del capital y compensar el riesgo asumido por las entidades participantes. La TMAR calculada es de **16.52%**, dicho porcentaje asegura la rentabilidad necesaria para cumplir con los requerimientos de rendimiento de cada fuente de inversión, es decir, el 10% exigido por la Alcaldía y la DOM, así como el 16.46% del financiamiento de BANDESAL, ponderados de acuerdo con su nivel de participación en el proyecto.

2. Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es uno de los indicadores financieros más utilizados para evaluar la rentabilidad económica de un proyecto de inversión. Representa la

diferencia entre el valor presente de los ingresos futuros esperados y la inversión inicial. En otras palabras, el VAN mide cuánto valor genera o destruye un proyecto en términos monetarios, después de recuperar la inversión y cubrir el costo del dinero en el tiempo.

La fórmula que nos permite calcular el valor actual neto es:

$$\mathbf{VAN} = \sum_{i=1}^{n} \frac{\boldsymbol{Ft}}{(\mathbf{1}+\boldsymbol{t})^{i}} - \mathrm{Io}$$

Donde:

Ft: Flujo neto de efectivo para cada uno de los años, obtenido del estado de resultado proforma.

t: Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

Io: Inversión Inicial del plan.

i: Años en el análisis del plan.

Criterio de decisión:

Si **VAN > 0**, el proyecto es rentable, ya que genera valor adicional sobre la inversión.

Si **VAN = 0**, el proyecto recupera exactamente lo invertido, sin ganancias adicionales.

Si **VAN < 0**, el proyecto no es rentable, pues no alcanza a recuperar la inversión inicial.

Partiendo del flujo de efectivo proyectado para cada año y considerando la inversión se tiene lo siguiente:

Tabla 413. Datos base para el cálculo de la VAN

Inversión	TMAR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-$290,135.56	16.52%	$161,948.83	$286,311.92	$426,052.11	$584,064.85	$761,177.61

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

$$\boldsymbol{VAN} = -290{,}135.56 + \frac{\$161{,}948.83}{(1+0.1652)^{1}} + \frac{\$286{,}311.92}{(1+0.1652)^{2}} + \frac{\$426{,}052.11}{(1+0.1652)^{3}} + \frac{\$584{,}064.85}{(1+0.1652)^{4}} + \frac{\$761{,}177.61}{(1+0.1652)^{5}}$$

VAN = $1,290,430.72

En términos financieros, este resultado indica que el proyecto no solo recupera su inversión, sino que además genera una rentabilidad considerable por encima del costo de oportunidad del capital, lo cual demuestra su viabilidad económica y conveniencia de ejecución. Por tanto, al ser el VAN mayor que cero, se concluye que el proyecto crea valor para los inversionistas y financiadores, y que los ingresos proyectados son suficientes para cubrir los costos totales y proporcionar utilidades sostenibles en el tiempo.

3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es un indicador financiero que permite evaluar la rentabilidad relativa de un proyecto de inversión, expresada como el porcentaje de rendimiento que genera el flujo neto de efectivo a lo largo del tiempo. Representa la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos futuros con el monto de la inversión inicial, es decir, aquella que hace que el Valor Actual Neto (VAN) sea igual a cero. La fórmula es la siguiente:

$$\mathbf{TIR} = \sum_{\boldsymbol{T=0}}^{\boldsymbol{n}} \frac{\boldsymbol{Ft}}{(\mathbf{1}+\boldsymbol{i})^{\boldsymbol{n}}} - \mathbf{Io} = 0$$

Donde:

Ft: Flujo neto de efectivo para cada uno de los años

t: Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

Io: Inversión Inicial del plan.

i: Años en el análisis del plan

El criterio de decisión sobre la aceptación o rechazo es el siguiente:

TIR ≥ TMAR el proyecto se acepta

TIR < TMAR el proyecto se rechaza

Partiendo del flujo de efectivo proyectado para cada año y considerando la inversión se tiene lo siguiente:

Tabla 414. Datos base para el cálculo de la TIR

Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-$290,135.56	$161,948.83	$286,311.92	$426,052.11	$584,064.85	$761,177.61

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

$$0 = -290{,}135.56 + \frac{\$161{,}948.83}{(1+TIR)^1} + \frac{\$286{,}311.92}{(1+TIR)^2} + \frac{\$426{,}052.11}{(1+TIR)^3} + \frac{\$584{,}064.85}{(1+TIR)^4} + \frac{\$761{,}177.61}{(1+TIR)^5}$$

Al iterar hasta encontrar el valor de la TIR se tiene: **TIR = 93%**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del **93%**, indica una rentabilidad significativamente superior a la Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) establecida en **16.52%**. Este resultado refleja que el proyecto presenta una capacidad de recuperación de la inversión rápida y eficiente, generando beneficios que superan ampliamente los costos asociados.

4. **Relación Beneficio–Costo (B/C)**

El análisis beneficio-costo es una herramienta fundamental en la evaluación de proyectos, utilizada para determinar la viabilidad económica y social de una inversión. Su objetivo principal es comparar los beneficios esperados de un proyecto con los costos asociados, permitiendo identificar si los recursos invertidos generarán un valor neto positivo para la organización. La fórmula empleada para este cálculo es la siguiente:

$$\frac{B}{C} = \frac{VAN}{Inversión\ Inicial}$$

El criterio de decisión sobre la aceptación o rechazo es el siguiente:

Relación B/C > 1 Se Acepta

Relación B/C < 1 Se Rechaza

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

$$\frac{B}{C} = \frac{\$1{,}290{,}430.72}{\$290{,}135.56} = \mathbf{4.45}$$

Un B/C de 4.45 significa que, por cada dólar invertido, el proyecto genera $4.45 de beneficios presentes, Esto refuerza que el proyecto es altamente rentable.

B. Evaluación Financiera

La evaluación financiera del plan tiene como objetivo principal determinar la rentabilidad de la inversión inicial, así como analizar la capacidad del proyecto para generar flujos de efectivo suficientes para cubrir sus obligaciones financieras. Este tipo de evaluación permite medir la eficiencia económica del plan, proporcionando información clave que facilita la comparación del proyecto bajo diferentes escenarios de operación y financiamiento.

Para realizar una evaluación financiera integral, es fundamental considerar tanto los flujos de efectivo proyectados como las razones financieras, las cuales permiten identificar los puntos fuertes y débiles en la gestión de los recursos, la generación de utilidades y la capacidad de pago.

Para este apartado se realizará el cálculo de los siguientes elementos:

- Tiempo de retorno de la inversión (TRI)
- Razones Financieras
- Razones de Rentabilidad
- Razones de endeudamiento
- Análisis de sensibilidad

1. Tiempo de retorno de la inversión (TRI)

El Tiempo de Retorno de la Inversión (TRI) es un indicador financiero que permite medir el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial de un proyecto a partir de los flujos de efectivo generados. Es una herramienta práctica y ampliamente utilizada para evaluar la viabilidad y el riesgo de inversión, ya que mientras más corto sea el tiempo de retorno, menor es la exposición del proyecto a incertidumbres o cambios económicos.

El cálculo del TRI consiste en acumular los flujos de efectivo netos anuales hasta igualar el monto de la inversión inicial. Para el cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

$$TRI = \frac{Inversión\ Inicial}{Utilidad\ Promedio}$$

Partiendo del estado de resultado proyectado para cada año y considerando la inversión se tiene lo siguiente:

Tabla 415. Datos base para el cálculo de la TRI

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio
Utilidad	$207,469.81	$143,348.57	$161,365.37	$182,391.01	$204,365.94	$179,788.14
Inversión	$290,135.56					

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

$$TRI = \frac{\$290{,}135.56}{\$142{,}529} = TRI = 2.04\ años$$

Esto indica que, el proyecto recupera la inversión en aproximadamente **2 años**.

2. Razones Financieras

Las razones financieras, también conocidas como indicadores o ratios financieros, son herramientas fundamentales para evaluar la situación económica y operativa de un proyecto. Mediante la relación entre dos cifras contables, estos indicadores permiten medir aspectos clave como la liquidez, rentabilidad, apalancamiento, cobertura y eficiencia operativa, ofreciendo una visión integral del desempeño financiero y facilitando la identificación de fortalezas y debilidades en la gestión de los recursos.

Su análisis proporciona información estratégica para la toma de decisiones, optimizando la asignación de recursos, gestionando riesgos y evaluando el impacto de las decisiones financieras en la rentabilidad y estabilidad del proyecto a mediano y largo plazo.

a) Rotación de activos

La rotación de activos es un indicador que mide la eficiencia con la que se utiliza y administra los activos, reflejando el nivel de aprovechamiento de estos en su actividad operativa. Para el cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

$$Rotación\ de\ los\ activos = \frac{Ventas\ netas}{Activos\ Totales\ Promedio}$$

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

Tabla 416. Cálculo de la rotación de activos por año

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	$696,975.00	$727,125.00	$758,550.00	$791,325.00	$825,550.00
Activos Totales	$321,351.23	$435,008.80	$564,041.47	$711,347.69	$877,753.93
Rotación de los activos	**2.17**	**1.67**	**1.34**	**1.11**	**0.94**

La rotación de los activos totales tiene una media de 1.45, además, la rotación de activos presenta una tendencia descendente, pero esto es coherente con proyectos turísticos que requieren alta inversión en infraestructura, donde los activos se utilizan durante varios años mientras el crecimiento de la demanda es gradual. Aun así, el valor inicial de 2.17 indica una operación eficiente y justifica la viabilidad financiera del plan.

3. Razones de rentabilidad

Estos indicadores facilitan el análisis y la evaluación de las utilidades generadas en relación con un determinado nivel de ventas, activos o la inversión realizada.

a) Margen de Utilidad

El Margen de Utilidad también llamado margen operativo mide la eficiencia con que una empresa convierte sus ingresos en ganancias provenientes de sus actividades principales, antes de considerar los efectos financieros (intereses) y fiscales (impuestos). En términos simples, indica qué porcentaje de cada dólar vendido se convierte en utilidad operacional, es decir, lo que queda después de cubrir los costos

y gastos operativos (como materia prima, personal, mantenimiento, promoción, servicios, etc.).

La fórmula para calcularlo es la siguiente:

$$Margen\ de\ utilidad = \frac{Utilidades\ antes\ de\ impuestos}{Ventas\ netas}$$

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

Tabla 417. Cálculo del margen de utilidad operativa por año

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	$696,975.00	$727,125.00	$758,550.00	$791,325.00	$825,550.00
Utilidad de operación	$217,489.02	$237,009.45	$258,976.73	$285,080.37	$312,366.12
Margen de utilidad	**0.31**	**0.33**	**0.34**	**0.36**	**0.38**

El margen de utilidad en operaciones del proyecto muestra un desempeño financiero sólido y en constante mejora. A lo largo del periodo de análisis, el margen se incrementa de 31% a 38%, reflejando un uso eficiente de los recursos, una estructura de costos controlada y una progresiva optimización de las actividades operativas. Este comportamiento confirma que el proyecto no solo es rentable, sino también sostenible en el tiempo, con capacidad para generar utilidades crecientes a partir de sus operaciones principales, garantizando su viabilidad económica y su capacidad de cumplir con los compromisos financieros asumidos.

b) Rentabilidad Financiera (ROE)

La Rentabilidad Financiera, también conocida como ROE (Return on Equity), mide la capacidad del proyecto para generar utilidades a partir de los recursos aportados por los propietarios o inversionistas.

En otras palabras, el ROE indica cuánto gana el inversionista por cada dólar de capital propio invertido. Este indicador es uno de los más importantes en la evaluación financiera, ya que refleja la eficiencia del uso del patrimonio y el nivel de

retorno esperado para los socios o entidades que financian el proyecto. La fórmula para calcular el ROE es la siguiente:

$$ROE = \frac{Utilidades\ neta}{Capital}$$

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

Tabla 418. Cálculo del ROE por año

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	$152,242.31	$114,656.57	$130,033.67	$148,306.22	$167,406.24
Capital	$86,135.56	$86,135.56	$86,135.56	$86,135.56	$86,135.56
ROE	**1.77**	**1.33**	**1.51**	**1.72**	**1.94**

El indicador de rentabilidad financiera (ROE) refleja un desempeño sólido y sostenido del proyecto a lo largo del periodo analizado. Los valores obtenidos, que oscilan entre 133% y 194%, evidencian una gestión eficiente del capital propio y una elevada capacidad para generar utilidades netas en proporción a la inversión realizada. La tendencia general del indicador muestra un comportamiento estable con una ligera mejora hacia los últimos años, lo que demuestra que el proyecto mantiene una estructura financiera saludable y un aprovechamiento adecuado de los recursos disponibles. En términos financieros, este resultado confirma la viabilidad y la rentabilidad del proyecto, así como su potencial para sostener sus operaciones y reinvertir en su crecimiento a mediano y largo plazo.

c) Rentabilidad sobre los Activos (ROA)

La Rentabilidad sobre los Activos (ROA, por sus siglas en inglés “Return on Assets”) es un indicador que mide la eficiencia con la cual un proyecto utiliza sus activos totales para generar utilidades. Este índice muestra qué tan productivos son los recursos disponibles en la generación de beneficios netos.

En otras palabras, el ROA indica cuánto gana el proyecto por cada dólar invertido en activos, sin importar si esos activos se financiaron con capital propio o con deuda. Su análisis permite evaluar el desempeño operativo y la capacidad de la

organización para transformar inversión en resultados económicos sostenibles. La fórmula para calcular el ROA es la siguiente:

$$ROA = \frac{Utilidades\ neta}{Activos\ Totales}$$

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

Tabla 419. Cálculo del ROA por año

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	$152,242.31	$114,656.57	$130,033.67	$148,306.22	$167,406.24
Activos totales	$321,351.23	$435,008.80	$564,041.47	$711,347.69	$877,753.93
ROA	**0.47**	**0.26**	**0.23**	**0.21**	**0.19**

El indicador de rentabilidad sobre los activos (ROA) evidencia una tendencia estable y positiva a lo largo del periodo analizado, con valores que oscilan entre 19% y 47%. Este comportamiento refleja un uso eficiente de los recursos económicos y una adecuada gestión de la inversión total del proyecto. A medida que las operaciones se consolidan, los activos generan mayores beneficios, demostrando que el proyecto mantiene una estructura financiera sólida y un desempeño sostenible en el tiempo. En términos generales, los niveles de rentabilidad observados confirman la viabilidad económica y la capacidad del proyecto para transformar los recursos invertidos en resultados favorables para sus beneficiarios.

4. Razones de endeudamiento

Las razones de endeudamiento son indicadores financieros que permiten evaluar el grado en que un proyecto utiliza el financiamiento externo para desarrollar sus actividades y la capacidad que posee para cumplir con sus obligaciones a corto y largo plazo. Estos indicadores expresan la relación entre el total de deudas y los recursos propios, ofreciendo una visión clara sobre el nivel de riesgo financiero, la solidez patrimonial y el grado de apalancamiento del proyecto.

a) Índice de endeudamiento

El índice de endeudamiento es un indicador financiero que mide la proporción de los activos financiados mediante deudas, es decir, el grado en que el proyecto

depende del financiamiento externo para desarrollar sus operaciones. Este índice permite conocer qué parte de los recursos utilizados proviene de acreedores (bancos u otras instituciones) y qué parte corresponde a los aportes propios o al patrimonio.

Un valor alto del índice indica mayor dependencia del endeudamiento, lo que puede implicar mayor riesgo financiero si los flujos de efectivo no son suficientes para cubrir los compromisos adquiridos. Por el contrario, un valor bajo refleja autonomía financiera, aunque también puede sugerir una utilización insuficiente de la capacidad de apalancamiento. La fórmula para calcular el índice de endeudamiento es la siguiente:

$$Indice\ de\ endeudamiento = \frac{Pasivo\ Total}{Activos\ Total}$$

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

Tabla 420. Cálculo del índice de endeudamiento por año

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pasivo Total	$292,857.40	$292,857.40	$219,643.05	$146,428.70	$73,214.35
Activo Total	$321,351.23	$435,008.80	$564,041.47	$711,347.69	$877,753.93
Endeudamiento	**0.91**	**0.67**	**0.39**	**0.21**	**0.08**

El índice de endeudamiento del proyecto presenta una tendencia claramente descendente, pasando de 90% en el primer año a 8% en el quinto. Esta evolución refleja una gestión financiera prudente y una reducción progresiva del riesgo crediticio. A medida que el proyecto avanza, su dependencia del financiamiento externo disminuye significativamente, fortaleciendo su estabilidad y su capacidad para sostenerse con recursos propios. El comportamiento del indicador demuestra que la estrategia de amortización del préstamo y el uso eficiente de los ingresos han permitido alcanzar una posición financiera sólida, coherente con los principios de sostenibilidad económica y autonomía institucional que orientan el plan de desarrollo turístico.

b) Razón de capacidad de pago de interés

La razón de capacidad de pago de interés mide la facilidad con la que un proyecto puede cubrir los intereses de su deuda a partir de sus utilidades operativas. Este indicador evalúa la solvencia financiera y el riesgo de incumplimiento, al mostrar cuántas veces las utilidades antes de intereses e impuestos pueden cubrir el pago de los intereses anuales.

Un valor alto del indicador indica que el proyecto genera suficientes recursos operativos para cumplir con sus compromisos financieros sin comprometer su estabilidad. Por el contrario, un valor bajo puede señalar dificultades para cubrir los intereses, aumentando el riesgo de endeudamiento o de presión sobre la liquidez. La fórmula para calcular la razón de capacidad de pago de intereses es la siguiente:

$$Razón\ de\ capacidad\ de\ pago = \frac{Utilidad\ operativa}{Intereses}$$

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

Tabla 421. Cálculo de la razón de capacidad de pago de interés por año

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad operativa	217,489.02	237,009.45	258,976.73	285,080.37	312,366.12
Intereses anuales	$ -	$33,413.80	$26,862.63	$19,233.14	$10,347.83
Capacidad de pago de interés	**-**	**7.09**	**9.64**	**14.82**	**30.19**

La razón de capacidad de pago de interés, calculada con base en los intereses del préstamo, muestra valores entre 7.09 y 30.19 veces durante el periodo de evaluación. Estos niveles reflejan una alta solvencia y una adecuada gestión del financiamiento, ya que las utilidades operativas superan ampliamente los compromisos financieros. A medida que el proyecto avanza y el saldo de la deuda disminuye, la cobertura de intereses mejora de forma constante, confirmando que la estructura económica es sostenible y que la capacidad de pago se mantiene holgada en todos los años del análisis.

c) Índice de cobertura de deuda

El índice de cobertura de deuda mide la capacidad del proyecto para generar utilidades suficientes que le permitan cubrir sus obligaciones totales de deuda,

incluyendo tanto el pago de intereses como la amortización del capital. A diferencia de la razón de capacidad de pago de intereses que analiza únicamente la cobertura de los intereses, este indicador evalúa la solvencia integral del proyecto frente al total de los compromisos financieros anuales.

En otras palabras, muestra cuántas veces las utilidades operativas o el flujo neto generado por el proyecto son suficientes para cubrir el pago total del servicio de deuda.

Un valor superior a 1 indica que el proyecto puede cubrir sin dificultad sus pagos de capital e intereses, mientras que un valor inferior a 1 señalaría riesgo financiero o dependencia de recursos externos. La fórmula para calcular el índice de cobertura de deuda es la siguiente:

$$índice\ de\ cobertura\ de\ deuda = \frac{Utilidad\ operativa}{Intereses + Amortización}$$

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

Tabla 422. Cálculo del índice de cobertura de deuda por año

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad operativa	217,489.02	237,009.45	258,976.73	285,080.37	312,366.12
Intereses + Amortización	$0.00	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35
Índice de cobertura de deuda	**-**	**3.24**	**3.54**	**3.89**	**4.27**

El índice de cobertura de deuda del proyecto presenta valores entre 3.24 y 4.27 veces durante el periodo analizado, lo que demuestra una amplia capacidad de generación de recursos para atender el pago de capital e intereses del préstamo.

5. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad constituye una herramienta fundamental dentro de la evaluación financiera de proyectos, ya que permite determinar el grado de vulnerabilidad o estabilidad de los resultados económicos ante posibles variaciones en las condiciones iniciales. A través de este procedimiento se analiza cómo los

cambios en los principales factores que afectan los ingresos o los costos pueden modificar la rentabilidad, la viabilidad y la sostenibilidad del proyecto.

Para este estudio se plantean dos escenarios alternativos respecto al caso base:

- → Una disminución del 15% en la afluencia turística, que representa un escenario de menor demanda de los servicios turísticos.
- → Una reducción del 10% en el precio de venta de los servicios, que simula un ajuste comercial o competitivo en el mercado.

a) Escenario 1: Disminución en la afluencia turística

El presente escenario de sensibilidad analiza el impacto financiero que tendría una disminución del **15%** en la afluencia turística sobre la rentabilidad y estabilidad económica del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Panchimalco. Esta simulación permite evaluar la capacidad del proyecto para resistir una reducción significativa en la demanda de visitantes, lo cual constituye un riesgo real en contextos de inestabilidad social, económica o climática que puedan afectar el flujo turístico hacia el territorio.

El porcentaje de reducción adoptado del 15% se considera un escenario de riesgo recomendable de analizar, fundamentado en la variabilidad de proyectos de turismo en América Latina, donde factores externos como la estacionalidad, la competencia o los eventos imprevistos pueden generar caídas de entre 15% y 30% en la afluencia anual (CEPAL, 2022; BID, 2021). Optar por un valor dentro de este rango permite representar un escenario realista de estrés financiero, sin llegar a extremos improbables que distorsionarían la evaluación. Este nivel de reducción es suficiente para medir la resiliencia operativa y financiera del proyecto, analizando su comportamiento ante un descenso pronunciado de los ingresos y verificando si mantiene su capacidad de cubrir costos, generar utilidades y cumplir con los compromisos crediticios asumidos.

La demanda proyectada bajo el escenario de reducción del 15% se detalla a continuación:

Tabla 423. Demanda reducida escenario 1 del análisis de sensibilidad

Año	Demanda Total	Demanda Escenario1
Año 1	27,839	23,663
Año 2	29,045	24,688
Año 3	30,302	25,757
Año 4	31,613	26,871
Año 5	32,982	28,035
Total	**151,781**	**129,014**

Partiendo de la nueva demanda proyectada se tiene los siguientes estados financieros proforma:

Tabla 424. Estado de resultado proforma escenario 1 del análisis de sensibilidad

ESTADO DE RESULTADO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	$592,428.75	$618,056.25	$644,767.50	$672,626.25	$701,717.50
Costos operativos	$222,868.05	$233,497.62	$240,064.73	$246,736.09	$253,675.34
Utilidad bruta	$369,560.70	$384,558.63	$404,702.77	$425,890.16	$448,042.16
Costos de comercialización	$68,001.50	$68,001.50	$68,700.11	$68,700.11	$68,700.11
Costos de administración	$188,616.43	$188,616.43	$190,808.43	$190,808.43	$190,808.43
Utilidad de operación	$112,942.77	$127,940.70	$145,194.23	$166,381.62	$188,533.62
Costos Financieros	$0.00	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35
Utilidad neta antes del impuesto	$112,942.77	$54,726.35	$71,979.88	$93,167.27	$115,319.27
Impuesto sobre la renta (30%)	$65,246.70	$49,138.53	$55,728.72	$63,559.81	$71,745.53
Utilidad neta	**$47,696.06**	**$5,587.82**	**$16,251.17**	**$29,607.47**	**$43,573.74**

Tabla 425. Estado de flujo de efectivo proforma escenario 1 del análisis de sensibilidad

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	$0.00	$57,402.58	$72,696.92	$98,654.61	$137,968.60
Ingresos por ventas	$592,428.75	$618,056.25	$644,767.50	$672,626.25	$701,717.50
Costo de ventas	$222,868.05	$233,497.62	$240,064.73	$246,736.09	$253,675.34
Efectivo disponible	$369,560.70	$441,961.22	$477,399.70	$524,544.78	$586,010.76
Costos de comercialización	$68,001.50	$68,001.50	$68,700.11	$68,700.11	$68,700.11
Costos de administración	$188,616.43	$188,616.43	$190,808.43	$190,808.43	$190,808.43
Intereses	$0.00	$39,800.55	$46,351.72	$53,981.21	$62,866.52
Pago a capital	$0.00	$33,413.80	$26,862.63	$19,233.14	$10,347.83
Efectivo antes del impuesto	**$112,942.77**	**$112,128.94**	**$144,676.81**	**$191,821.89**	**$253,287.87**
ISR	$65,246.70	$49,138.53	$55,728.72	$63,559.81	$71,745.53

Depreciación	$9,072.73	$9,072.73	$9,072.73	$9,072.73	$9,072.73
Amortización	$633.79	$633.79	$633.79	$633.79	$633.79
Flujo de efectivo del periodo	**$57,402.58**	**$72,696.92**	**$98,654.61**	**$137,968.60**	**$191,248.86**

Los estados financieros proforma elaborados bajo el escenario de reducción del 15% en la afluencia turística reflejan el comportamiento esperado del proyecto ante una disminución significativa de la demanda. La reducción de ingresos impacta directamente en la utilidad neta, que presenta una contracción notoria durante los primeros años; sin embargo, los resultados muestran una tendencia de recuperación gradual a medida que las operaciones se consolidan y los flujos de efectivo se fortalecen.

Continuando con el análisis se realizan la evaluación económica – financiera:

Tabla 426. Evaluación económica para el escenario 1 del análisis de sensibilidad

Indicadores de evaluación económica		
Indicador	Valor	Interpretación
TMAR	16.52%	Representa el rendimiento mínimo exigido, al compararse con TIR supera el umbral y se mantiene financieramente atractiva
VAN	$213,129.49	Representa el rendimiento mínimo exigido; el proyecto supera ampliamente este umbral, manteniendo su atractivo financiero.
TIR	21%	Muestra una rentabilidad elevada frente a la inversión, confirmando que el proyecto sigue siendo rentable.
B-C	0.73	Evidencia que por cada dólar invertido se obtienen $0.73 en beneficios, reflejando una excelente eficiencia económica.

Tabla 427. Evaluación financiera para el escenario 1 del análisis de sensibilidad

Indicadores de evaluación financiera						
Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Interpretación
Margen de utilidad operativa	0.19	0.21	0.23	0.25	0.27	El margen mejora de forma sostenida, mostrando eficiencia en la gestión de costos operativos.
Rentabilidad financiera (ROE)	0.36	0.04	0.12	0.22	0.32	La rentabilidad del capital propio se recupera gradualmente tras una caída inicial, consolidando estabilidad al final del periodo.

Rentabilidad sobre los activos (ROA)	0.15	0.01	0.03	0.04	0.05	Los activos generan utilidades crecientes, reflejando un uso más eficiente de los recursos a lo largo del tiempo.
Índice de endeudamiento	0.91	0.67	0.39	0.21	0.08	La deuda disminuye de forma constante, fortaleciendo la autonomía y solvencia del proyecto.
Razón de capacidad de pago	-	3.83	5.41	8.65	18.22	La cobertura de intereses mejora año con año, evidenciando una sólida capacidad para cumplir los compromisos financieros.
Índice de cobertura de deuda	-	1.75	1.98	2.27	2.58	Desde el segundo año, el proyecto cubre completamente el servicio total de deuda, aumentando su solvencia gradualmente.

Conclusión: El análisis realizado bajo el escenario de una reducción del 15% en la afluencia turística demuestra que el plan conserva su viabilidad económica y financiera, aun frente a una disminución significativa de la demanda, esto se evidencia en estados financieros proforma que, si bien los ingresos se ven afectados, el proyecto mantiene márgenes operativos positivos y una generación constante de flujo de efectivo.

b) Escenario 2: Disminución del precio de venta

El segundo escenario de sensibilidad tiene como propósito analizar el efecto financiero de una disminución del 10% en el precio de venta de los servicios turísticos, con el fin de determinar la capacidad del proyecto para mantener su rentabilidad ante ajustes en las tarifas o estrategias de competitividad del mercado. La reducción del precio responde a la necesidad de evaluar un contexto comercial más exigente, en el que los operadores turísticos o el propio proyecto se vean obligados a disminuir los precios para atraer visitantes o mantenerse competitivos frente a otras ofertas de la región.

El porcentaje de –10% se considera razonable y técnicamente representativo de una estrategia de descuento o de presión competitiva significativa, pero sin comprometer por completo la estructura de ingresos. Estudios del Banco Mundial y de la CEPAL sobre análisis de sensibilidad en proyectos turísticos recomiendan variaciones de entre 10% y 25% para este tipo de simulaciones, ya que permiten observar el punto en el que la reducción de precios podría afectar la rentabilidad sin salir de un rango realista.

Bajo este escenario se analiza entonces la variación del precio de venta detallada a continuación:

Tabla 428. Variación del precio de venta para el análisis de sensibilidad del escenario 2

Precio de Venta Original	Precio de Venta -20%
$ 25.00	$ 22.50

Partiendo de la nueva demanda proyectada se tiene los siguientes estados financieros proforma:

Tabla 429. Estado de resultado proforma escenario 2 del análisis de sensibilidad

ESTADO DE RESULTADO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	$627,277.50	$654,412.50	$682,695.00	$712,192.50	$742,995.00
Costos operativos	$222,868.05	$233,497.62	$240,064.73	$246,736.09	$253,675.34
Utilidad bruta	$404,409.45	$420,914.88	$442,630.27	$465,456.41	$489,319.66
Costos de comercialización	$68,001.50	$68,001.50	$68,700.11	$68,700.11	$68,700.11
Costos de administración	$188,616.43	$188,616.43	$190,808.43	$190,808.43	$190,808.43
Utilidad de operación	$147,791.52	$164,296.95	$183,121.73	$205,947.87	$229,811.12
Costos Financieros	$0.00	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35	$73,214.35
Utilidad neta antes del impuesto	$147,791.52	$91,082.60	$109,907.38	$132,733.52	$156,596.77
Impuesto sobre la renta (30%)	$65,246.70	$49,138.53	$55,728.72	$63,559.81	$71,745.53
Utilidad neta	**$82,544.81**	**$41,944.07**	**$54,178.67**	**$69,173.72**	**$84,851.24**

Tabla 430. Estado de flujo de efectivo proforma escenario 2 del análisis de sensibilidad

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	$0.00	$92,251.33	$143,901.92	$207,787.11	$286,667.35
Ingresos por ventas	$627,277.50	$654,412.50	$682,695.00	$712,192.50	$742,995.00
Costo de ventas	$222,868.05	$233,497.62	$240,064.73	$246,736.09	$253,675.34

Efectivo disponible	$404,409.45	$513,166.22	$586,532.20	$673,243.53	$775,987.01
Costos de comercialización	$68,001.50	$68,001.50	$68,700.11	$68,700.11	$68,700.11
Costos de administración	$188,616.43	$188,616.43	$190,808.43	$190,808.43	$190,808.43
Intereses	$0.00	$39,800.55	$46,351.72	$53,981.21	$62,866.52
Pago a capital	$0.00	$33,413.80	$26,862.63	$19,233.14	$10,347.83
Efectivo antes del impuesto	**$147,791.52**	**$183,333.94**	**$253,809.31**	**$340,520.64**	**$443,264.12**
ISR	$65,246.70	$49,138.53	$55,728.72	$63,559.81	$71,745.53
Depreciación	$9,072.73	$9,072.73	$9,072.73	$9,072.73	$9,072.73
Amortización	$633.79	$633.79	$633.79	$633.79	$633.79
Flujo de efectivo del periodo	**$92,251.33**	**$143,901.92**	**$207,787.11**	**$286,667.35**	**$381,225.11**

Los resultados proforma del Escenario 2 reflejan que el proyecto posee un margen operativo eficiente y una estructura financiera sólida, capaz de sostenerse aun con una reducción del 10% en los precios de venta. Si bien la disminución afecta la rentabilidad en los primeros años, los flujos de efectivo positivos y la recuperación gradual de la utilidad neta confirman que el proyecto mantiene su equilibrio económico y capacidad de generación de r-recursos.

Continuando con el análisis se realizan la evaluación económica – financiera:

Tabla 431. Evaluación económica para el escenario 2 del análisis de sensibilidad

Indicadores de evaluación económica		
Indicador	Valor	Interpretación
TMAR	16.52%	El rendimiento exigido se mantiene como referencia base; el proyecto la supera con holgura, garantizando rentabilidad aun con menor precio de venta.
VAN	$533,586.36	El valor actual neto positivo confirma que el proyecto continúa generando beneficios sólidos y conserva su capacidad de crear valor económico.
TIR	51%	La rentabilidad interna del proyecto es muy superior a la tasa mínima requerida, evidenciando eficiencia y retorno atractivo incluso en condiciones de menor ingreso.
B-C	1.84	Por cada dólar invertido se obtienen $1.84 en beneficios, lo que demuestra un aprovechamiento eficiente del capital y una fuerte rentabilidad global.

Tabla 432. Evaluación financiera para el escenario 2 del análisis de sensibilidad

Indicadores de evaluación financiera						
Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Interpretación
Margen de utilidad operativa	0.24	0.25	0.27	0.29	0.31	El margen aumenta de forma constante, evidenciando mayor control de costos y eficiencia en las operaciones pese a la reducción de precios.
Rentabilidad financiera (ROE)	0.62	0.31	0.40	0.52	0.63	La rentabilidad del capital se mantiene elevada; tras una leve caída inicial, el proyecto recupera fuerza y consolida un desempeño sólido hacia el final del periodo.
Rentabilidad sobre los activos (ROA)	0.26	0.10	0.10	0.10	0.10	Los activos se utilizan de manera eficiente, generando un incremento sostenido en la rentabilidad total del proyecto.
Índice de endeudamiento	0.91	0.67	0.39	0.21	0.08	La deuda disminuye de forma acelerada, fortaleciendo la independencia financiera y reduciendo la exposición al riesgo crediticio.
Razón de capacidad de pago	-	4.92	6.82	10.71	22.21	El proyecto mantiene una cobertura de intereses amplia, mejorando año tras año su capacidad para cumplir los compromisos financieros.
Índice de cobertura de deuda	-	2.24	2.50	2.81	3.14	Desde el segundo año, el flujo operativo cubre cómodamente el servicio total de deuda, incrementando la solvencia y la estabilidad financiera.

Conclusión: El análisis efectuado bajo el escenario de una reducción del 10% en el precio de venta demuestra que el plan mantiene su equilibrio financiero y rentabilidad, incluso ante una disminución considerable en los ingresos unitarios. Los estados financieros proforma reflejan que, pese al ajuste en las tarifas, el proyecto preserva márgenes operativos estables, mejora su eficiencia en la gestión de costos y genera flujos de efectivo positivos y crecientes a lo largo del periodo evaluado.

6. Estrategias para los escenarios del análisis de sensibilidad

Ante los resultados obtenidos en los dos escenarios de sensibilidad, se identifican estrategias orientadas a mitigar los riesgos financieros y operativos que podrían afectar la rentabilidad del plan. Estas acciones buscan preservar la estabilidad económica del proyecto, garantizar su sostenibilidad en el tiempo y fortalecer su capacidad de adaptación frente a cambios en la demanda o en el entorno del mercado turístico.

A continuación, se detallan las estrategias específicas propuestas para cada escenario:

Tabla 433. Estrategias para mitigar los resultados del análisis de sensibilidad

Escenario	Estrategia	Descripción breve
Escenario 1: Reducción del 15% en la afluencia turística	1. Alianzas con operadores y plataformas	Establecer convenios de promoción con agencias, plataformas digitales y redes de turismo comunitario.
	2. Programas de fidelización local	Crear incentivos y descuentos para visitantes recurrentes y grupos locales, manteniendo flujo constante.
Escenario 2: Reducción del 10% en el precio de venta	1. Segmentación y paquetes diferenciados	Ofrecer paquetes turísticos por niveles de servicio (básico, medio, premium) para equilibrar ingresos.
	2. Fortalecimiento del marketing digital	Potenciar campañas en redes, influencers locales y promoción en línea con bajo costo operativo.

C. Evaluación socioeconómica

La evaluación socioeconómica consiste en un análisis que busca identificar el impacto que un proyecto genera en el bienestar económico y social de una comunidad o región. Este tipo de evaluación trasciende los aspectos puramente financieros, ya que permite comprender de forma integral cómo una iniciativa puede beneficiar o afectar a la sociedad en su conjunto, garantizando que contribuya efectivamente al desarrollo sostenible y al cumplimiento de sus objetivos.

Identificador de indicadores.

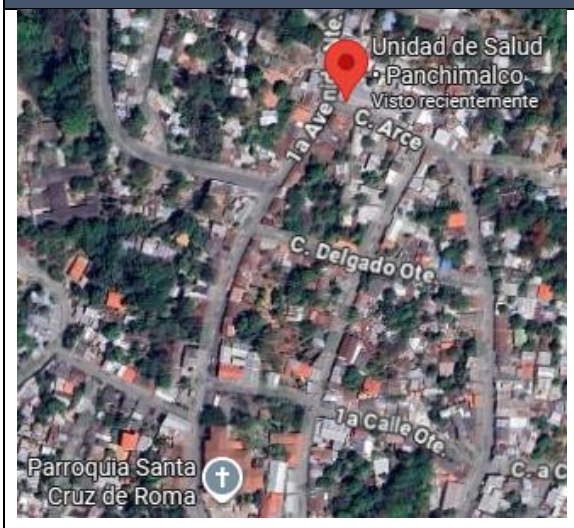
Salud

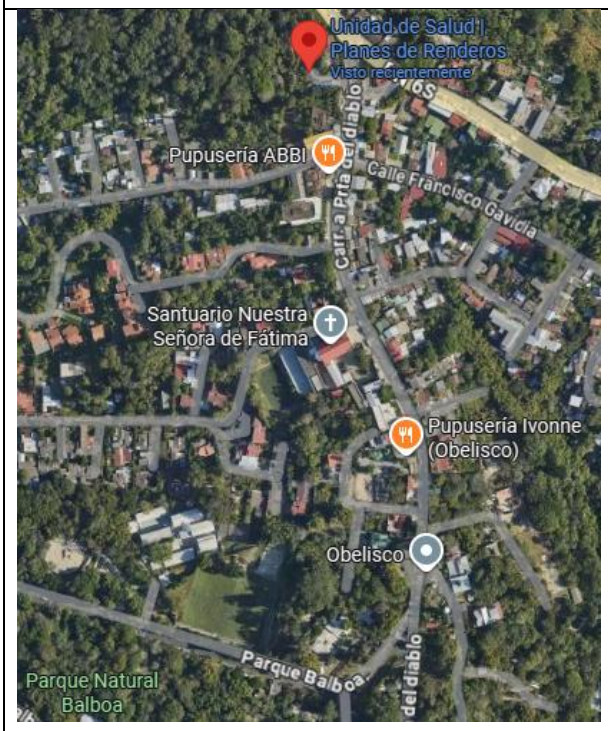
Puestos de salud

Los centros de salud fundamentales en el bienestar de la población y de los visitantes ya que garantizan la atención médica oportuna ante cualquier emergencia o necesidad sanitaria.

En las zonas con potencial turístico, la existencia de servicios de salud adecuados se convierte en un elemento clave para la consolidación del destino. Los turistas suelen valorar la disponibilidad de infraestructura médica como un indicador de seguridad y organización, lo que influye positivamente en su decisión de visitar o permanecer en el lugar. De esta forma, un sistema de salud eficiente favorece la competitividad del destino turístico, además que esta presenta un beneficio para sus habitantes al contar con servicios de salud que se encuentran de manera más cercana sus residencias. Según la página del Fondo Solidario para la Salud (FOSALUD) y el directorio de hospitales del ministerio de salud, se cuentan los siguientes centros de salud públicos:

Tabla 434. Ubicación de centros de salud.

Ubicación	Nombre	Dirección	Sitios cercanos
	Unidad de salud de Panchimalco	Barrio San José, Calle antigua a San Salvador	-Iglesia Santa Cruz de roma. -Parque escultórico. -Casa de la cultura. -Casa taller encuentro. -Entre otros

	Hospital nacional “Dr. José Antonio Saldaña”	Km. 8 ½, Carretera a Los Planes de Renderos, San Salvador	-Parque Balboa. -Puerta del Diablo. -Obelisco. -Mirador de los Planes de Renderos.
	Unidad de Salud Planes de Renderos	Km 10 1/2, Carretera A Zacatecoluca, Los Planes de Renderos	-Parque balboa. -Puerta del Diablo. -Obelisco. -Mirador de los Planes de Renderos.

La red de hospitales públicas de la región de Panchimalco se encuentra especialmente ubicada en la zona norte-centro, por lo cual la zona sur no posee un instituto nacional cercano para cubrir sus necesidades de salud.

Salud física y mental

Según la Organización mundial de la salud define la salud como “la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. También dentro de sus investigaciones se demuestra que hasta 5 millones de muertes al año podrían evitarse si la población mundial fuera más activa, y que uno de cada cuatro adultos y cuatro de cada cinco adolescentes no realizan suficiente actividad física. Es por ello que la salud física y mental cobra importancia en la evaluación del proyecto debido a que las actividades que se realizaran dentro del complejo turístico ayudaran a las personas a mantener su condición física con actividades como caminatas, senderismo, tours, prácticas de deportes y también influirá positivamente a despejar la mente del agobio cotidiano.

Practicar ejercicio físico y participar en actividades recreativas conlleva numerosos beneficios psicológicos, especialmente en la sociedad actual donde el estrés se encuentra en niveles altos debido a las exigencias laborales, sociales y las relaciones personales. Según varios estudios, estas actividades mejoran el estado de ánimo, incrementan la confianza en uno mismo, disminuyen el estrés, la ansiedad y el riesgo de padecer depresión.

Según los estudios realizados en la Primera Encuesta Nacional de Salud Mental en 2022, se obtuvieron los siguientes datos.

- ✓ El 49% de los niños de 3 a 7 años utiliza más de 7 horas las redes sociales.
- ✓ El 13.9% de los adolescentes entre 13 a 17 años tiene un nivel medio o alto de adicción a redes sociales.
- ✓ El 38.4% de los adolescentes presenta un nivel modera a alto de adicción a videojuegos.

La American Psychological Association en su artículo “The Many Ways Nature Can Boost Your Mental Well-Being”, señala que la exposición a la naturaleza ha sido

asociada con una mejora del estado de ánimo, la reducción del estrés y riesgos menores de trastornos psiquiátricos, mientras que la Organización Mundial de la Salud en la sección especializada para la salud mental indica que existen estrategias viables para promover, proteger y restaurar la salud mental en las cuales se incluyen intervenciones relacionadas a factores ambientales y sociales, dado a que juegan un papel importante como factor protector para la salud mental.

Cultura.

El presente trabajo está orientado a valorar y promover la cultura de Panchimalco, la cual representa una oportunidad significativa para preservar, fortalecer y proyectar la identidad cultural de la región. Este tipo de iniciativa no se centra únicamente en atraer visitantes, sino en poner en valor las tradiciones, expresiones artísticas, costumbres y conocimientos que conforman la identidad del pueblo de Panchimalco.

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo sostenible define como “aquel tipo de turismo que considera plenamente sus impactos económicos, sociales y ambientales, buscando satisfacer las necesidades de los visitantes y las comunidades receptoras, la industria y el medio ambiente, al tiempo que protege los recursos para el futuro”. Con ello se busca potenciar el turismo cultural pero también se busca preservar dado a que es parte fundamental del territorio y de sus habitantes.

El turismo sostenible reconoce que la cultura es uno de los principales atractivos del territorio y al integrarla como eje central del desarrollo, fomenta su conservación activa. Las manifestaciones culturales como las festividades religiosas, la danza, artesanías y la gastronomía adquieren un nuevo protagonismo, generando orgullo entre los habitantes y reforzando el sentido de pertenencia.

En el país, se cuenta con la Ley especial de protección al patrimonio cultural y la ley de cultura la cual amparan a los diferentes vestigios de cultura de una región para conservarlos y transmitirlos a nuevas generaciones.

Panchimalco es conocido como uno de los distritos de mayor participación de población indígena en el departamento de San Salvador, datos obtenidos en la siguiente tabla:

Tabla 435. Censo de población indígena a nivel del municipio de San Salvador en 2007

Distritos	Población indígena.	Distritos	Población indígena.
San Salvador	883	**San Marcos**	39
Ilopango	744	**Ayutuxtepeque**	35
Soyapango	395	**Santo Tomas**	12
Panchimalco	281	**Guazapa**	11
Cuscatancingo	214	**Santiago Texacuangos**	9
San Martin	189	**Aguilares**	5
Tonacatepeque	176	**Nejapa**	4
Apopa	68	**Rosario de Mora**	4
Delgado	63	**El Paisnal**	3
Mejicanos	63		

Fuente: Censo de población indígena a nivel nacional 2007

El territorio de Panchimalco en el censo realizado en 2007 ocupa la cuarta posición en los distritos con mayor concentración de población indígena, lo cual se relaciona con las festividades y tradiciones que perduran dentro del territorio, lo verdaderamente interesante es que Panchimalco es el mayor sector representativo sobre la conservación del idioma Náhuat en el departamento de San Salvador, además de la conservación de diferentes festividades que se han prolongado de generación en generación y la preservación de sus elementos arquitectónicos

coloniales como podría ser la Iglesia Santa Cruz de Roma. Las principales manifestaciones que podemos mencionar son las siguientes:

Tabla 436. Manifestaciones culturales

Manifestación	Descripción e importancia cultural
Iglesia Santa Cruz de Roma	Construida en el siglo XVIII con muros de adobe y techos de teja. Es una de las más antiguas del país y símbolo del sincretismo religioso entre la fe católica y las tradiciones indígenas. Representa la devoción, la historia y la identidad espiritual del pueblo.
Cofradías religiosas	Grupos tradicionales encargados de organizar fiestas patronales y resguardar imágenes sagradas. Fomentan la solidaridad y preservan prácticas religiosas heredadas desde la época colonial.
Telares y tejidos artesanales	Elaborados principalmente por mujeres en telares de cintura y de pedal. Sus diseños y colores reflejan la cosmovisión indígena y la conexión con la naturaleza. Son símbolo de identidad cultural y fuente de sustento económico.
Idioma Náhuat	Patrimonio inmaterial que representa las raíces prehispánicas del territorio. Su enseñanza fortalece el orgullo étnico y la memoria cultural de las comunidades originarias.
Danza de los Historiantes	Expresión teatral y musical que dramatiza batallas entre moros y cristianos. Combina elementos indígenas y coloniales, reflejando la resistencia cultural frente a la conquista.
Arte y esculturas	Los murales y esculturas representan leyendas, retratos y paisajes del municipio. Han convertido a Panchimalco en un referente artístico nacional y fortalecen la identidad visual del distrito.

Música tradicional (chirimía y tambor)	Instrumentos que acompañan procesiones y festividades. Su sonido conserva el legado musical indígena y la espiritualidad del pueblo.
Casas coloniales	Viviendas de adobe, teja y corredores amplios con columnas de madera. Mantienen viva la estética colonial y el ambiente tradicional del casco urbano de Panchimalco.
Centro histórico de Panchimalco	Conformado por calles empedradas, plazas y edificaciones patrimoniales. Es el núcleo de la vida cultural y punto de encuentro entre historia, arte y turismo.

Generación de empleos.

El desarrollo del turismo en Panchimalco representa una oportunidad estratégica para dinamizar la economía por medio de la creación de empleos, ya sea directos o indirectos. Este territorio se conoce por su riqueza cultural, paisajes naturales y tradiciones vivas lo cual lo hacen poseer un alto potencial para convertirse en uno de los principales destinos turísticos del país. Dentro de la sociedad es de vital importancia el trabajo el cual se refiere a la actividad realizada por las personas para producir bienes, brindar servicios o realizar tareas que son necesarias para el funcionamiento y desarrollo de la sociedad. Para que el trabajo se ejecute es necesario la generación de empleos los cuales demás de ser una fuente de ingresos, ofrecen oportunidades de desarrollo profesional y personal, brindan estabilidad y seguridad laboral, contribuyen al crecimiento económico y fomentan el bienestar social y la cohesión en la sociedad.

Los empleos directos

Son aquellos trabajos que se generan dentro del propio sector turístico y que tienen contacto directo con el turista. Estos empleos surgen en actividades como la operación de hoteles, restaurantes, agencias de viaje, transporte turístico, guías, centros culturales o recreativos.

Los empleos generados por cada uno de los proyectos planteados en el presente trabajo son 52 en los cuales se dividen puestos de trabajo con diferentes perfiles profesionales.

Tabla 437. Empleos directos generados

Puesto	Número de empleos
Personal sistemas de conteo	2
Personal de seguridad	4
Auxiliar de sistemas (medio tiempo)	1
Guía Turístico	1
Transportista	1
Apoyo Logístico	1
Auxiliar del CDT	2
Primeros Auxilios	2
Asistente logístico	1
Brigadistas	1
Personal de Limpieza y Mantenimiento	4
Encargado de la gestión de desechos	1
Personal de fontanería	1
Técnico de sistemas de riego	1
Especialista en tratamiento de aguas	1
Electricista	1
Coordinador general de marketing	1
Diseñador gráfico	2
Community Manager	1
Fotógrafo / Videógrafo	1
Personal de atención al público	1
Coordinador de eventos	1
Promotor turístico	1
Promotor	1
Comunicador	1
Analista de datos	1
Supervisor	1
Personal de seguridad de la información	1
Coordinador de calidad	1
Coordinador de emergencia	1
Jefe de Seguridad	1
Encargado de Comunicaciones	1
Encargado de Logística	1
Encargado de Atención a Víctimas	1
Especialista en finanzas	1
Gestor de alianzas	1
Asistente de coordinación	2
Coordinador académico	1
Coordinador	1

Asistente administrativo	2
Total	**52**

Los empleos indirectos

Son el resultado de la actividad económica y de la demanda de las empresas, estos empleos se caracterizan por no estar vinculados directamente a la empresa que los origina, pero son el resultado de un impacto en la cadena de suministros y la economía en general. Según estadísticas de la Organización Mundial de Turismo, por cada empleo directo que se genera en el sector turístico se generan además cuatro indirectos y según datos del Ministerio de Turismo por cada empleo directo en El Salvador en el sector turismo se generan 1.5 empleos más. Para los proyectos expuestos en el presente trabajo se generarán alrededor de 95 empleos, con ello la fórmula para encontrar los empleos indirectos es la siguiente:

$$\#Empleos\ indirectos = 1.5 * \#Empleos\ directos$$

$$\#Empleos\ indirectos = 1.5 * 52$$

$$\#Empleos\ indirectos = 78$$

Sabiendo que una familia en El Salvador tiene en promedio de 4 a 5 habitantes el número de beneficiarios indirectos aumenta debido a que el empleo indirecto que se genera produce un salario que sirve como fuente de ingresos a su hogar por ello el número de beneficiarios indirectos será:

$$\#Beneficiarios\ indirectos = 5 * \#Empleos\ indirectos$$

$$\#Beneficiarios\ indirectos = 5 * 78$$

$$\#Beneficiarios\ indirectos = 390$$

El resultado obtenido es de 390 personas beneficiadas de manera indirecta.

Para conocer el número de beneficiados indirectos por los empleos directos, se tiene lo siguiente:

$$Beneficiarios\ indirectos = 5 * \#Empleos\ indirectos$$

$$\#Beneficiarios\ indirectos = 5 * 52$$

$$\#Beneficiarios\ indirectos = 104$$

El resultado obtenido es de 390 personas beneficiadas de manera directa.

Indicadores beneficio costo social-económico.

Indicador: Beneficio empleos directos (BED)

Este indicador determina la rentabilidad y los beneficios de la inversión del proyecto con respecto al número de empleos directos que genera. Su cálculo es un cociente entre los beneficios en términos de monetarios que se entregan a la sociedad y la inversión que se ha realizado en el proyecto. Su fórmula es la siguiente:

$$BED = \frac{Beneficios\ en\ salarios\ directos}{Inversión\ del\ proyecto}$$

Donde los salarios directos corresponden a la sumatoria de los salarios directos operativos ($179,688), los salarios de comercialización ($5,110) y los salarios administrativos ($182,050), obteniendo un total de $366,848.00

$$BED = \frac{366{,}848.00}{609{,}918.68}$$

$$BED = 0.60147$$

El valor obtenido de 0.60147 representa un nivel alto de rentabilidad a nivel social en el término especifico de la generación de empleo, este resultado indica que, por cada dólar invertido en el proyecto, aproximadamente 0.60 dólares son destinados en beneficio de la sociedad.

Indicador: Beneficio número de empleos directos (BNED)

El objetivo del indicador es determinar el grado de beneficios que se obtienen en términos del número de empleados directos respecto a inversión del proyecto, es decir cuánto se debe invertir para generar un empleo. Su cálculo es el cociente entre el número de empleos directos generados y la inversión total que se realiza en el proyecto. Su fórmula es la siguiente:

$$BNED = \frac{Número\ de\ empleos\ directos}{Inversión\ del\ proyecto}$$

$$BNED = \frac{52}{609{,}918.68}$$

$$BNED = 0.00008525$$

Este mide cuántos puestos de trabajo se crean por cada unidad monetaria invertida. En este caso, el valor obtenido es de 0.0008525 indica que, por cada dólar invertido, el proyecto genera aproximadamente 0.00085 empleos directos, o de forma inversa, que se requiere una inversión de alrededor de 11,729.21 dólares para generar un puesto de trabajo directo.

Indicador: Beneficio número de empleos indirectos (BNEI)

Este indicador determina el número de empleos indirectos que se generan por cada dólar que es invertido en el proyecto, otra forma de interpretarlo es cuánto se debe invertir para generar un empleo. Su cálculo es el cociente entre el número de empleos indirectos generados y la inversión total que se realiza en el proyecto. Su fórmula es la siguiente:

$$BNEI = \frac{Número\ de\ empleos\ indirectos}{Inversión\ del\ proyecto}$$

$$BNEI = \frac{78}{609{,}918.68}$$

$$BNEI = 0.0001279$$

En este caso el valor obtenido es de 0.0001279 significa que, por cada dólar invertido en el proyecto, se generan aproximadamente 0.00013 empleos indirectos, o, expresado de manera inversa, se requiere una inversión aproximada de 7,819.47 dólares para crear un empleo indirecto.

La relación entre los principales problemas identificados en el árbol de problemas y las soluciones planteadas dentro del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para Panchimalco donde cada una de las problemáticas corresponden a la distribución desigual y el mínimo aprovechamiento de los recursos turísticos del territorio. El cuadro presenta una descripción técnica de cada problema, su vinculación con los programas estratégicos formulados en la propuesta donde se desarrolla cada solución con el objetivo de demostrar, de manera clara y estructurada, cómo cada intervención contribuye a transformar las condiciones actuales del territorio.

Tabla 438. Matriz problemas-solución

Problemas	Descripción	Solución
Deficiente estructura turística	La limitada infraestructura que se encuentra en el territorio como caminos rurales deteriorados, mala señalización, falta de alojamientos y servicios básicos. Esto reduce la accesibilidad, la estadía y la experiencia del turista.	**Programa: Desarrollo de Productos Turísticos** Diseño de rutas turísticas. Sistema integral de señalización. Construcción y acondicionamiento de infraestructura. Desarrollo de atractivos turísticos potenciales.
Situación financiera desfavorable	Falta de inversión, desconfianza de inversionistas, mala reputación por conflictos con grupos delincuenciales, mala distribución de recursos y deficiente planificación financiera. Esto limita el desarrollo turístico sostenible.	**Programa: Alianzas y Cooperación Estratégica** Fomento de inversión privada. Coordinación interinstitucional. Estabilidad financiera del proyecto. Presentación de análisis económico-financiero que respalda la viabilidad del plan.

Bajo nivel de preparación a personal turístico.	Escasez de formación en atención al cliente, idiomas, historia local, calidad de servicio y gestión turística. No existen programas de capacitación continua. Esto afecta la experiencia del visitante.	**Programa: Formación y Organización Turística** Capacitación para personal turístico. Formación para emprendedores. Creación del Comité Turístico (CDT). Desarrollo en cultura, comunicación e idiomas. Metodología formal de capacitación.
Bajo nivel de exposición de atractivos turísticos	Ausencia de marca turística, poca promoción, escaso uso de canales digitales, falta de alianzas, oferta turística concentrada y débil presencia en mercados, esto reduce la visibilidad y el flujo turístico.	**Programa: Promoción y Marketing** Creación de marca “Panchimalco”. Gestión de información turística. Promoción nacional e internacional. Participación en ferias y eventos. Estrategias digitales de visibilidad.
Riesgo de pérdida cultural	Desinterés juvenil, cierre de centros culturales, ausencia de políticas públicas, modernización que sustituye prácticas tradicionales, erosión de identidad cultural y vulnerabilidad de patrimonio.	**Programa: Cultura y Patrimonio** Conservación y rescate cultural. Buenas prácticas de turismo sostenible. Talleres, ferias, eventos y revitalización de tradiciones. Preservación de sitios históricos.

El problema central señala que la actividad turística de Panchimalco es la distribución desigual y mínimo aprovechamiento de los recursos turísticos el cual se concentra en pocos puntos siendo estos principalmente en la zona norte, mientras que el resto del territorio posee un potencial natural y cultural desaprovechado que permanece inutilizado, generando disparidades económicas, bajas oportunidades y una limitada diversificación de actividades turísticas.

Las soluciones propuestas abordan estructuralmente cada una de las causas que generan esta desigualdad, actuando sobre aspectos de infraestructura, capacidades humanas, visibilidad del destino, cultura y finanzas. Entre los principales beneficios destacan la diversificación de los atractivos turísticos, la reducción de la concentración territorial del turismo, la creación de nuevas vías económicas para las comunidades, la revitalización cultural; el fortalecimiento de capacidades locales, el aumento del flujo turístico y la integración del patrimonio natural y cultural a un modelo sostenible.

En conjunto, estas mejoras permiten que Panchimalco avance hacia un turismo más inclusivo, equilibrado y resiliente, consolidándose como un territorio con identidad fortalecida y con mejores condiciones para el desarrollo social y económico.

Tabla 439. Análisis de la propuesta

Problemas	Situación actual	Situación propuesta	Conclusión
Distribución desigual y mínimo aprovechamiento de los recursos turísticos.	Inventario turístico: 24 atractivos. Aprovechados: 20 Desaprovechados: 24	Inventario turístico: 24 atractivos. Aprovechados: 24 Desaprovechados: 0	En el inventario turístico mostrado en el documento se incluyó a la oferta turística propuesta la inclusión de nuevos atractivos los cuales se encuentra en la zona sur del territorio.
Deficiente estructura turística.	Existente Cabañas: 0 Escaleras: 0 Miradores: 0 Mesas: 6 Vestidores: 1 Baños: 0 Espacios de descanso: 4 Total: 11 construcciones	Nuevo Cabañas: 4 Escaleras: 2 Montañas Miradores: 2 Mesas circulares: 8 Vestidores: 1 Baños: 1(Hombres y mujeres) Espacios de descanso: 1 Total: 19 construcciones.	Las construcciones propuestas van de la mano con el crecimiento de la oferta turística adecuando estos lugares para el disfrute de sus actividades potenciando así la infraestructura existente.
Situación financiera desfavorable.	Las ayudas financieras se obtienen únicamente para lugares ya establecidos como	Se espera poder financiar nuevos proyectos turísticos para emprendedores además	Con la propuesta se busca fortalecer los sectores turísticos más desprotegidos, dado a que

	la Puerta del Diablo, el mirador de los Planes de Renderos, Parque Balboa, entre otros.	de ofrecer ayuda los sectores más desfavorecidos como puede ser el sector cultural en el cual año a año están obligados a buscar ayuda para llevar a cabo sus festividades.	los sectores culturales muchas veces están a la expectativa de la ayuda que pueda brindar la alcaldía y otras entidades como la iglesia e instituciones gubernamentales.
Bajo nivel de preparación a personal turístico.	Esto se debe a que los atractivos turísticos muchas veces no cuentan con personal para interactuar y guiar al turista, si no que se encuentran en áreas como seguridad y administración.	Con la propuesta se busca incentivar a los pobladores a que brinden su conocimiento de la zona por medio de la historia de la región, las costumbres y tradiciones debido a que se intenta enriquecer tipos de turismo ya existentes en los atractivos propuesto.	El requerimiento de guías turísticos es fundamental para el plan debido a que estos son necesarios por su conocimiento de la zona ya sea montañas o zonas acuáticas, además que debemos de contar con aquellas personas que poseen conocimiento de tradiciones y costumbres que deberán de informar y entretener al turista.
Bajo nivel de exposición de	Facebook: Distrito de Panchimalco.	Desligar el apartado cultural de Panchimalco de la alcaldía para potenciar cada sitio	Actualmente el territorio de Panchimalco brinda informativos sobre el turismo en sus páginas

atractivos turísticos.	Correo: info@panchimalco.gob.sv Instagram: Panchimalcosv TikTok: Panchimalcosv	turístico por medio de interacciones más directas y un enfoque orientado exclusivamente al turismo.	oficiales donde el enfoque es multitemático, cubriendo la actualidad del distrito por lo tanto el turismo no puede desarrollar todo su potencial.
Riesgo de pérdida cultural.	La cultura local está debilitándose por el desinterés juvenil, la falta de espacios y actividades culturales, y la ausencia de acciones de preservación, lo que provoca que tradiciones y prácticas identitarias se estén perdiendo.	El plan impulsa talleres, eventos, espacios culturales y acciones de rescate y difusión del patrimonio, aumentando la participación comunitaria y fortaleciendo la identidad cultural.	Las acciones propuestas reducirían el riesgo de pérdida cultural convirtiendo en la cultura en un recurso activo para el desarrollo turístico y comunitario del territorio.

D. Evaluación de genero

1. Situación de género a nivel nacional

El Salvador ha mostrado avances significativos en materia de equidad de género durante las últimas décadas, impulsados por políticas públicas orientadas a la reducción de brechas entre hombres y mujeres en el acceso a la educación, empleo, salud y participación social. Sin embargo, persisten desigualdades estructurales que limitan el desarrollo pleno de las mujeres, especialmente en el ámbito rural y en los sectores productivos vinculados al turismo.

Según el Informe Nacional de Desarrollo Humano del PNUD (2023), las mujeres salvadoreñas enfrentan mayores tasas de informalidad laboral, menor acceso a la propiedad de la tierra y una menor participación en espacios de toma de decisiones. A pesar de ello, su participación en actividades comunitarias, culturales y de emprendimiento ha crecido, representando un eje fundamental para la economía local y el fortalecimiento del turismo sostenible.

El Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer (ISDEMU), mediante la Política Nacional de las Mujeres 2021–2030, promueve la transversalización del enfoque de género en los planes de desarrollo local y territorial, buscando integrar la igualdad de oportunidades en proyectos económicos, sociales y ambientales.

2. Situación de género en Panchimalco

De acuerdo con datos del Censo Nacional de Población y Vivienda 2024 (DIGESTYC), el municipio de Panchimalco posee una población total de 44,404 habitantes, de los cuales 23,534 son mujeres (53%) y 20,870 son hombres (47%). Este indicador refleja una ligera mayoría femenina, lo que evidencia la relevancia de incorporar la perspectiva de género en los programas de desarrollo turístico sostenible.

Tabla 440. Población del territorio de Panchimalco por género

Descripción	Cantidad	Total
Población Total	44,404	100%
Hombres	20,870	47%
Mujeres	23,534	53%

Las mujeres de Panchimalco desempeñan un papel activo en la economía local, principalmente en actividades como artesanías, gastronomía tradicional, floristería, agricultura de subsistencia y participación en festividades culturales, como la Cofradía de las Flores y las Palmas. Sin embargo, enfrentan limitaciones en el acceso a financiamiento, capacitación técnica y oportunidades formales de empleo dentro del sector turístico.

El fortalecimiento del liderazgo femenino y la capacitación en gestión turística comunitaria representan una oportunidad estratégica para garantizar una participación equitativa y sostenible dentro del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el Territorio de Panchimalco.

En ausencia de estadísticas oficiales desagregadas por sexo dentro del sector turístico de Panchimalco, se realizaron estimaciones basadas en observación local, entrevistas comunitarias y referencias de municipios rurales con características similares, como Suchitoto y Concepción de Ataco.

Actualmente, se estima que las mujeres representan alrededor del 30 % de las personas vinculadas a actividades turísticas locales, principalmente en gastronomía, artesanías y festividades culturales. Sin embargo, su participación en espacios de planificación o decisión turística es inferior al 15%, coincidiendo con estudios regionales de la CEPAL (2021) que identifican una presencia femenina entre el 25 % y 35 % en el turismo comunitario centroamericano.

Con base en esta situación, el plan propone incrementar la participación femenina al menos al 60 % en actividades turísticas locales y garantizar un mínimo del 40 % en espacios directivos y de representación del sector turístico municipal, en coherencia con la Política Nacional de las Mujeres 2021–2030 del ISDEMU.

3. Contribución del plan a la igualdad de género

El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el Territorio de Panchimalco incorpora el enfoque de género como un eje transversal orientado a garantizar la participación equitativa, el empoderamiento económico y el acceso a oportunidades de desarrollo para las mujeres del municipio. Este enfoque se articula en cada programa y proyecto del plan, de manera que las mujeres sean consideradas no solo como beneficiarias, sino como protagonistas del proceso de desarrollo turístico local.

Entre las acciones concretas que contribuyen a la igualdad de género se destacan:

- **Participación activa en la gobernanza turística:** se fomenta la incorporación de mujeres en los comités de planificación, gestión y evaluación turística, asegurando su representación en la toma de decisiones estratégicas.
- **Formación con perspectiva de género:** el Programa de Formación y Organización Turística incluye módulos dirigidos a fortalecer las capacidades técnicas y de liderazgo de las mujeres, impulsando su integración en actividades como la gestión de rutas turísticas, atención al visitante y desarrollo de productos turísticos locales.
- **Acceso preferencial a mecanismos de financiamiento:** el Proyecto de Financiamiento dentro del programa Alianzas y Cooperación Estratégica contempla la gestión de créditos y microfinanzas dirigidas a mujeres emprendedoras, priorizando a aquellas interesadas en crear o fortalecer negocios relacionados con el turismo sostenible (gastronomía tradicional, artesanías, servicios de guías, hospedaje rural, entre otros).

- **Promoción de la autonomía económica femenina:** se impulsarán estrategias de acompañamiento técnico y financiero para que las mujeres puedan consolidar emprendimientos turísticos autosostenibles y generadores de empleo local.
- **Sensibilización comunitaria en equidad de género:** mediante campañas educativas y talleres, se promoverá una cultura de igualdad en el entorno familiar, laboral y social, fomentando el respeto y la valoración del aporte femenino en el desarrollo del municipio.

De manera específica, dentro de la estructura del Comité de Desarrollo Turístico (CDT) se garantizará la representación femenina en los niveles Directivo y Sectorial, procurando alcanzar un mínimo del 40% de mujeres en los cargos de liderazgo, coordinación y toma de decisiones.

Esta meta se alinea con las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2022) y del ISDEMU (2021–2030), que promueven la paridad como principio de gobernanza turística sostenible. Asimismo, se fortalecerá el liderazgo local mediante la formación técnica y empresarial de mujeres para su incorporación activa en los programas y proyectos del plan.

Con estas medidas, el plan contribuye a reducir brechas de participación y de acceso a recursos, fortaleciendo la posición de las mujeres dentro del sector turístico y en la economía local en general.

4. Participación actual vs participación propuesta de la mujer en el sector turístico

Con el objetivo de evidenciar los resultados esperados del plan en la participación que tienen las mujeres en el turismo en Panchimalco se presenta en la siguiente tabla una comparativa de la participación actual vs la esperada

Tabla 441. con base en ISDEMU (2021), CEPAL (2021), PNUD (2023) y UNWTO (2022).

Aspecto	Situación actual estimada	Propuesta del plan
Participación en actividades turísticas locales	30% (principalmente en actividades informales como artesanías, gastronomía y festividades)	60% de participación formal y capacitada en emprendimientos turísticos
Participación en órganos de decisión	15% de participación femenina	40% como mínimo en cargos directivos y de representación
Acceso a capacitación y formación técnica	25% de mujeres con acceso limitado a capacitaciones	70% de mujeres capacitadas a través del Programa 'Formación y organización turística'
Acceso a financiamiento o apoyo técnico	10% de mujeres con acceso limitado a créditos o asistencia técnica	50% de beneficiarias de los mecanismos de financiamiento turístico sostenible
Participación en proyectos de sensibilización o cultura turística	35% en actividades comunitarias	80% de participación femenina en talleres, ferias y programas de sensibilización

5. Beneficios del enfoque de género en el desarrollo turístico

La integración del enfoque de género dentro del plan no solo responde a una obligación ética y normativa, sino que constituye un factor estratégico de sostenibilidad y competitividad turística. La igualdad de género incrementa la cohesión social, la innovación y la productividad local, al aprovechar el potencial de toda la población sin discriminación.

Los principales beneficios esperados son:

- **Participación equitativa**:
- **Fomento del liderazgo femenino:** el turismo sostenible ofrece un entorno propicio para el desarrollo de liderazgos locales. Al proporcionar acceso a formación, redes y financiamiento, las mujeres pueden convertirse en gestoras y promotoras del patrimonio cultural y natural de Panchimalco.

- **Generación de ingresos y diversificación económica:** al facilitar el acceso de las mujeres a créditos y capital semilla, se espera un crecimiento del emprendimiento turístico femenino, contribuyendo a reducir la pobreza y a fortalecer el tejido productivo del municipio.
- **Desarrollo de capacidades técnicas y empresariales:** la capacitación continua permitirá mejorar la calidad de los servicios turísticos y consolidar microempresas lideradas por mujeres bajo principios de sostenibilidad y responsabilidad ambiental.
- **Consolidación de una economía inclusiva:** al integrar a hombres y mujeres en condiciones de igualdad, el plan promueve un modelo de desarrollo que redistribuye beneficios económicos y sociales de forma más equitativa, impactando positivamente en la calidad de vida comunitaria.
- **Cumplimiento de compromisos internacionales:** el plan se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente el ODS 5 (Igualdad de género) y el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), contribuyendo al avance del país hacia un desarrollo más justo e inclusivo.

En síntesis, la transversalización del enfoque de género en el plan no solo garantiza justicia social, sino que fortalece la sostenibilidad del turismo como motor de desarrollo local, integrando la visión, creatividad y capacidad organizativa de las mujeres de Panchimalco en todos los niveles de acción.

6. Tabla de evaluación del enfoque de género

Tabla 442. Tabla de evaluación del enfoque de género

Criterio de evaluación	Descripción	Nivel de incorporación en el plan	Evidencia o acción prevista
Participación equitativa	Promueve la inclusión de hombres y mujeres en la planificación y ejecución del plan.	Alta	Participación comunitaria mixta en talleres y capacitaciones.
Capacitación con enfoque de género	Se contempla la formación equitativa en	Alta	Programa “Formación y organización turística” con

	temas turísticos y de liderazgo.		inclusión de mujeres locales.
Acceso a recursos y financiamiento	Se garantizan oportunidades iguales de acceso a apoyos financieros y técnicos.	Media	Proyecto de financiamiento con prioridad a emprendimientos femeninos.
Representación en la toma de decisiones	Se asegura la presencia de mujeres en comités de gestión y seguimiento.	Alta	Inclusión de representante femenina en el CDT y compromiso del 40 % mínimo de participación femenina en cargos directivos.
Sensibilización y cambio cultural	Fomenta la reducción de estereotipos y la valoración del rol femenino.	Alta	Proyecto “Sensibilización comunitaria” y campañas de comunicación inclusiva.
Seguimiento y evaluación de género	Se establece monitoreo diferenciado por sexo en indicadores del plan.	Media	Incorporación de indicadores de género en la evaluación de resultados.

E. Evaluación Ambiental.

La evaluación de impacto ambiental es un proceso que busca analizar, anticipar, valorar y minimizar los posibles efectos que un proyecto de construcción o actividad puede tener en el medio ambiente a corto, medio y largo plazo. La EIA ayuda a cumplir con las regulaciones ambientales, mejorar el diseño del proyecto, involucrar a la comunidad y proteger el medio ambiente y los recursos naturales. La ley de medio Ambiente en su artículo número 18 dice sobre la evaluación ambiental “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 ambiental es de gran importancia en el sector turismo ya que este rubro podría ocasionar daños significativos en los recursos ambientales de la zona por ello se busca con una EIA que el proyecto garantice la conservación del medio ambiente, preservar el patrimonio cultural, hacer partícipe a las comunidades en el proyecto y entregar a los consumidores un tipo de turismo responsable y ético mediante prácticas sostenibles.

La ley de Medio Ambiente detalla en su artículo 21 las actividades, obras o proyectos que Requerirán de un estudio de impacto ambiental, en el caso de la del plan de desarrollo turístico el tipo de actividad que desarrollara se define en el ordinal J dentro de los establecimientos turísticos o parques recreativos como establecimientos que deben realizar un EIA como requisito para obtener el permiso ambiental antes de ejecutar sus actividades. En base al estudio que debe realizar se muestra a continuación las categorías de estudio ambientales que existen.

Tipos de estudio de impacto ambiental.

Ilustración 170. Tipos de impacto ambiental

Evaluación de impacto ambiental de primer nivel	Evaluación de impacto ambiental de segundo nivel	Evaluación de impacto ambiental de tercer nivel

Estudio de impacto ambiental de primer nivel.

Es el que genera mayor impacto tiene procesos que generan mayor cantidad de residuos al medio ambiente, por esto se debe realizar un estudio detallado, entre los tipos de impactos que puede generar están los megaproyectos energéticos, autopistas, complejos habitacionales y turísticos, complejos industriales y actividades de alto riesgo a la salud y al ambiente. Para este tipo de estudio se necesita cumplir los requisitos que establece el Ministerio de Medio Ambiente y llegar la guía que se entrega en el ministerio.

Estudio de impacto ambiental de segundo nivel.

Este nivel implica un estudio de impacto ambiental sectorial, parcial, limitado o semidetallado, para aquellos proyectos que se considera que conllevaran impactos ambientales específicos. aquí se incluyen proyectos de caminos rurales, de riego y drenaje, agroindustrias de mediana y pequeña escala, proyectos de pequeñas centrales hidroeléctricas, de electrificación rural y transmisión eléctrica, telecomunicaciones, instalaciones públicas y desarrollo humano urbano a pequeña escala.

Estudio de impacto tercer de tercer nivel.

Para este caso no se requiere de un Estudio de Impacto Ambiental, e incluye a los proyectos que normalmente no ocasionan impactos ambientales importantes, tales como proyectos de educación, nutrición, salud, desarrollo nutricional, entre otros; estos proyectos estarán sujetos a una declaración escrita, del compromiso de no provocar impactos considerables al ambiente y de no modificar el proyecto sin previa autorización de la autoridad competente.

La Matriz de Leopold, también conocida como Evaluación Ambiental de Leopold, es una herramienta utilizada para evaluar los impactos ambientales de un proyecto o actividad específica. Fue desarrollada por el científico estadounidense A. Starker Leopold en la década de 1970 como parte del enfoque del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA).

La matriz se compone de una tabla que organiza y analiza diferentes aspectos del proyecto en relación con su impacto ambiental. Estos aspectos suelen incluir factores físicos, biológicos, sociales y económicos. La matriz tiene como objetivo ayudar a identificar y evaluar los efectos positivos y negativos que el proyecto puede tener sobre el medioambiente, así como las medidas de mitigación y gestión necesarias.

Descripción de las actividades del proyecto.

Las actividades son aquellas acciones concretas que se llevarán a cabo dentro del proyecto turístico donde se incluyen la construcción de infraestructuras además se valora

la extracción de recursos naturales, uso de maquinaria y equipos, transporte de materiales, emisiones de contaminantes, entre otras.

Tabla 443. Actividades del proyecto

	Acciones	Aplica	No Aplica
A. Modificación del régimen.	a. Introducción de flora o fauna exóticas		✓
	b. Controles biológicos		✓
	c. Modificación de hábitat	✓	
	d. Alteración de la cobertura vegetal del suelo	✓	
	e. Alteración del flujo de agua subterránea		✓
	f. Alteración de patrones de drenaje	✓	
	g. Control de ríos y modificación de flujo		✓
	h. Canalización		✓
	i. Irrigación		✓
	j. Modificación del clima		✓
	k. Quema de bosques		✓
	l. Pavimentación		✓
	m. Ruido y vibraciones	✓	
B. Transformación del terreno y construcción	a. Urbanización		✓
	b. Sitios y edificios industriales		✓
	c. Aeropuertos		✓
	d. Carreteras y puentes		✓
	e. Caminos y senderos	✓	
	f. Ferrocarriles		✓
	g. Cables y ascensores		✓
	h. Líneas de transmisión, gasoductos y corredores		✓

	i. Barreras, incluyendo cercas	✓	
	j. Dragado y enderezamiento de canales		✓
	k. Revestimiento de canales		✓
	l. Canales		✓
	m. Presas y embalses		✓
	n. Muelles, malecones, marinas, y terminales marítimos		✓
	o. Estructuras de altamar		✓
	p. Estructuras de recreación	✓	
	q. Perforación y voladura		✓
	r. Corte y relleno		✓
	s. Túneles y estructuras subterráneas		✓
C. Explotación de recursos	a. Perforación y voladura		✓
	b. Excavación de superficie	✓	
	c. Excavación del subsuelo		✓
	d. Perforación de pozos		✓
	e. Dragado		✓
	f. Tala de bosques	✓	
	g. Pesca comercial y caza		✓
D. Procesamiento	a. Agricultura		✓
	b. Ganadería y pastoreo		✓
	c. Plantas de engorde de ganado		✓
	d. Plantas de producción de leche		✓
	e. Generación de energía		✓
	f. Procesamiento de minerales		✓
	g. Industria metalúrgica		✓
	h. Industria química		✓
	i. Industria textil		✓

	j. Automóviles y aeronaves		✓
	k. Refinación de petróleo		✓
	l. Alimentos		✓
	m. Madera		✓
	n. Pulpa y papel		✓
	o. Almacenamiento de productos		✓
E. Modificación del terreno	a. Control de erosión y terrazas	✓	
	b. Sellado de minas y control de desechos		✓
	c. Rehabilitación de minas a tajo abierto		✓
	d. Paisajismo	✓	
	e. Dragado de puertos		✓
	f. Drenaje de humedales y pantanos		✓
F. Renovación de recursos	a. Reforestación	✓	
	b. Gestión de vida silvestre	✓	
	c. Recarga de agua subterránea		✓
	d. Aplicación de fertilizantes		✓
	e. Reciclaje de residuos		✓
G. Cambios en el tráfico	a. Red ferroviaria		✓
	b. Automóviles	✓	
	c. Camiones		✓
	d. Transporte de carga		✓
	e. Aviones		✓
	f. Ríos y canales		✓
	g. Botes de placer		✓
	h. Senderos	✓	
	i. Cables y ascensores		✓
	j. Comunicación		✓

	k. Tuberías y conductos forzados	✓	
H. Emplazamiento y tratamiento de residuos	a. Vertido en los océanos		✓
	b. Rellenos sanitarios	✓	
	c. Colocación de residuos mineros		✓
	d. Almacenamiento debajo del terreno		✓
	e. Eliminación de basura	✓	
	f. Inundación de pozos de petróleo		✓
	g. Colocación de pozos de petróleo		✓
	h. Agua de enfriamiento industrial		✓
	i. Aguas servidas municipales, incluyendo irrigación		✓
	j. Descarga de efluentes municipales		✓
	k. Lagunas de estabilización y oxidación		✓
	l. Tanques sépticos, comerciales y domésticos		✓
	m. Emisiones de chimeneas al aire libre		✓
	n. Lubricantes usados		✓
	h. Agua de enfriamiento industrial		✓
	i. Aguas servidas municipales, incluyendo irrigación		✓
	j. Descarga de efluentes municipales		✓
	k. Lagunas de estabilización y oxidación		✓
	l. Tanques sépticos, comerciales y domésticos		✓
	m. Emisiones de chimeneas al aire libre		✓
	n. Lubricantes usados		✓
I. Tratamientos químicos	a. Fertilización		✓
	b. Deshielo de carreteras		✓

	c. Estabilización de suelos		✓
	d. Control de malezas		✓
	e. Control de insectos con pesticidas		✓
J. Accidentes	a. Explosiones		✓
	b. Vertidos y filtraciones		✓
	c. Falla operacional		✓

Los factores en la matriz de Leopold se refieren a los componentes del medio ambiente que pueden ser afectados para evaluar los posibles impactos de un proyecto. Estos factores representan diferentes aspectos del entorno natural y humano que podrían ser influenciados directa o indirectamente por las actividades del proyecto.

Tabla 444. Factores ambientales del proyecto

Factores ambientales			Aplica	No Aplica
A. Características físicas y químicas	1. Tierra	a. Recursos minerales		✓
		b. Materiales de construcción	✓	
		c. Suelos	✓	
		d. Forma del terreno	✓	
		e. Ondas electromagnéticas		✓
	2. Agua	a. Superficial		✓
		b. Océano		✓
		c. Subterránea		✓
		d. Calidad del agua	✓	
		e. Temperatura		✓
		f. Recarga		✓

		g. Nieve, hielo y hielo perenne		✓
	3. Atmósfera	a. Calidad del aire (gases, partículas)	✓	
		b. Clima (micro, macro)	✓	
		c. Temperatura	✓	
	4. Procesos	a. Avenidas		✓
		b. Erosión		✓
		c. Deposición (sedimentación, precipitación)		✓
		d. Solución		✓
		e. Adsorción (intercambio iónico)		✓
		f. Compactación y asentamiento	✓	
		g. Estabilidad de taludes (deslizamientos)		✓
		h. Esfuerzo-deformación (terremotos)		✓
		i. Movimientos de masas de aire		✓
B. Condiciones biológicas	1. Flora	a. Árboles	✓	
		b. Arbustos	✓	
		c. Pastos	✓	
		d. Productos agrícolas	✓	
		e. Microflora		✓
		f. Plantas acuáticas		✓

		h. Especies en peligro		✓
		h. Barreras		✓
		i. Corredores		✓
	2. Fauna	a. Pájaros	✓	
		b. Animales terrestres, incluyendo reptiles	✓	
		c. Peces y moluscos		✓
		d. Organismos bénticos		✓
		e. Insectos	✓	
		f. Microfauna	✓	
		g. Especies en peligro		✓
		h. Barreras		✓
		i. Corredores		✓
C. Factores culturales	1. Uso de la Tierra	a. Vida silvestre y espacios abiertos	✓	
		b. Humedales		✓
		c. Bosques	✓	
		d. Pastoreo		✓
		e. Agricultura	✓	
		f. Residencial		✓
		g. Comercial	✓	
		h. Industrial		✓
		i. Minería y extracción de materiales		✓
	2. Recreación	a. Caza		✓
		b. Pesca		✓
		c. Navegación por placer		✓
		d. Natación		✓

		e. Camping y caminatas	✓	
		f. Salidas al campo	✓	
		g. Centros de vacaciones y placer	✓	
	3. Interés estético y humano	a. Vistas escénicas		✓
		b. Calidad de vida silvestre		✓
		c. Calidad de espacio abierto	✓	
		d. Diseño del paisaje	✓	
		e. Condiciones físicas únicas	✓	
		f. Parques y reservas forestales	✓	
		g. Monumentos		✓
		h. Especies o ecosistemas raros y únicos		✓
		i. Sitios y objetos históricos o arqueológicos		✓
		j. Presencia de elementos raros		✓
	4. Aspectos culturales	a. Patrones culturales (estilo de vida)	✓	
		b. Salud y seguridad	✓	
		c. Empleo	✓	
		d. Densidad de población		✓
	5. Facilidades y	a. Estructuras		✓
		b. Red de transporte		✓
		c. Redes de servicios		✓

	actividades humanas	d. Manejo de residuos		✓
		e. Barreras		✓
		f. Corredores		✓
D. Relaciones ecológicas		a. Salinización de recursos hídricos		✓
		b. Eutroficación		✓
		c. Insectos vectores de enfermedades		✓
		d. Cadenas tróficas		✓
		e. Salinización del terreno		✓
		f. Aumento del área arbustiva	✓	
		g. Otros		✓

Definición de criterios de impacto.

Los criterios de impacto se utilizan para asignar valores o puntuaciones a las acciones a realizar en el proyecto con los factores a los cuales puede llegar a impactar. El impacto se mide mediante dos criterios:

- ✓ **Magnitud del impacto:**

  Este criterio evalúa la magnitud o grado de cambio que una acción específica puede tener en un factor ambiental. Se considera la extensión espacial del impacto, la cantidad de recursos naturales afectados, así como la intensidad y duración del impacto.
- ✓ **Importancia del factor:**

  Se evalúa la importancia del factor ambiental que puede ser afectado por una acción. Esto implica considerar el valor ecológico, la rareza, la vulnerabilidad y la importancia para las comunidades locales.

A continuación, se muestra las calificaciones de la magnitud respecto a su intensidad y calificación, también se muestran las calificaciones de la importancia dependiendo su duración e influencia.

Tabla 445. Magnitud e importancia de la matriz Leopold

MAGNITUD				IMPORTACIÓN		
Intensidad	Afectación	Calificación	Calificación	Duración	Influencia	Calificación
Baja	Baja	-1	1	Temporal	Puntual	1
Baja	Media	-2	2	Media	Puntual	2
Baja	Alta	-3	3	Permanente	Puntual	3
Media	Baja	-4	4	Temporal	Local	4
Media	Media	-5	5	Media	Local	5
Media	Alta	-6	6	Permanente	Local	6
Alta	Baja	-7	7	Temporal	Regional	7
Alta	Media	-8	8	Media	Regional	8
Alta	Alta	-9	9	Permanente	Regional	9
Muy alta	Alta	-10	10	Permanente	Regional	10

Evaluación del impacto ambiental.

Tabla 446. Evaluación Matriz de Leopold

			A. Modificación del régimen				B. Transformación del terreno y construcción			C. Explotación de recursos		E. Modificación del terreno		F. Renovación de recursos		G. Cambios en el tráfico			H. Emplazamiento y tratamiento de residuos			
			Modificación de hábitat	Alteración de la cobertura vegetal del suelo	Alteración de patrones de drenaje	Ruido y vibraciones	Caminos y senderos	Barreras, incluyendo cercas	Estructuras de recreación	Excavación de superficie	Tala de bosques	Control de erosión y terrazas	Paisajismo	Reforestación	Gestión de vida silvestre	Automóviles	Senderos	Tuberías y conductos forzados	Rellenos sanitarios	Eliminación de basura	Sumatoria negativos	Sumatorio positivos
A. Características físicas y químicas	Tierra	Materiales de construcción	-4 / 2	-4 / 2	-2 / 2	-4 / 2	-1 / 2	-1 / 1	-4 / 2	-7 / 2	-7 / 3										9	0
		Suelos	-4 / 2	-4 / 2	-1 / 2	-1 / 1	-3 / 2	-1 / 2	-5 / 2	-7 / 2	-6 / 2	-3 / 2	-3 / 2	6 / 5	2 / 2	-3 / 2	-1 / 2	-3 / 2	-4 / 2	5 / 2	15	3
		Forma del terreno	-3 / 3	-2 / 2	-2 / 2	-1 / 1	-3 / 2	-1 / 1	-4 / 2	-6 / 2	-4 / 3	-2 / 2	-2 / 2	6 / 5	2 / 3	-3 / 3	-4 / 2	-2 / 2	-2 / 2	-1 / 1	16	2
	Agua	Calidad del agua		-2 / 2	-2 / 2					-3 / 3	-4 / 5	-2 / 2	-2 / 2	4 / 5	2 / 3			-3 / 3	-3 / 3	-3 / 3	9	2
	Atmosfera	Calidad del aire (gases, partículas)	-2 / 3	-3 / 2						-3 / 1	-6 / 4			6 / 4	3 / 3	-3 / 3			-5 / 3	-3 / 3	7	2
		Clima (micro, macro)	-2 / 3	-4 / 2							-6 / 4			6 / 4							3	1
		Temperatura	-2 / 3	-4 / 1							-7 / 3			7 / 4							3	1
	Procesos	Compactación y asentamiento	-2 / 2		-2 / 2		-3 / 2		-4 / 3	-4 / 3	-2 / 2			2 / 2		-3 / 2	-3 / 2		-2 / 3		9	1
B. Condiciones biológicas	Flora	Árboles	-5 / 2	-4 / 2	-4 / 2				-2 / 2	-3 / 3	-7 / 3		-3 / 2	7 / 6	4 / 2				-2 / 2	-2 / 2	9	2
		Arbustos	-4 / 2	-4 / 2	-4 / 2				-2 / 2	-3 / 3	-6 / 3		-3 / 2	7 / 6	4 / 2				-2 / 2	-2 / 2	9	2
		Pastos	-4 / 1	-4 / 1	-4 / 1				-2 / 1	-3 / 2	-6 / 2		-3 / 2	7 / 5	4 / 2				-2 / 1	-2 / 1	9	2
		Productos agrícolas									-3 / 2	5 / 2		3 / 2							1	2
	Fauna	Pájaros	-3 / 2	-3 / 2		-3 / 2		-1 / 2	-1 / 2	-1 / 1	-6 / 2			6 / 2	3 / 2						7	2
		Animales terrestres, incluyendo reptiles	-1 / 1	-4 / 2	-1 / 1	-3 / 2	-2 / 2	-2 / 2	-2 / 2	-2 / 1	-4 / 2			4 / 2	4 / 2	-2 / 2	-1 / 1				11	2
		Insectos	-1 / 1	-4 / 2	-1 / 1	-4 / 2	-3 / 2	-1 / 1	-1 / 1	-6 / 2	-3 / 2			3 / 2	2 / 1	-2 / 2	-1 / 1				11	2
		Microfauna	-1 / 1	-2 / 2	-2 / 1	-3 / 2	-2 / 2	-2 / 1	-2 / 1	-2 / 2	-3 / 2			3 / 2	2 / 1	-2 / 2	-2 / 2				11	2
C. Factores culturales	Uso de tierras	Vida silvestre y espacios abiertos	-2 / 2	-2 / 2		-2 / 2	-1 / 1	-3 / 2	-3 / 2	-2 / 1	-2 / 2			2 / 2	2 / 1	-1 / 1	-1 / 2				10	2
		Bosques	-3 / 2	-3 / 2	-3 / 2	-1 / 1	-2 / 2	-1 / 1	-1 / 1	-3 / 2	-4 / 2			4 / 2	4 / 2		-1 / 2	-1 / 1		-2 / 2	12	2
		Agricultura	-2 / 1		-3 / 2							4 / 3	4 / 3								2	2
		Comercial	-3 / 2													2 / 2				3 / 2	1	2
	Recreación	Camping y caminatas	6 / 4	4 / 2	2 / 2		10 / 5	-1 / 2			-1 / 2			1 / 2	1 / 1		6 / 3				2	7
		Salidas al campo	5 / 3	4 / 2	2 / 2		9 / 5	-1 / 2			-1 / 2	2 / 2	2 / 2	1 / 2	1 / 1		6 / 2				2	9
		Centros de vacaciones y placer	5 / 2	3 / 2	1 / 1		8 / 5		6 / 4		-1 / 2			1 / 2		2 / 2	5 / 2				1	8
	Interes estetico y humano	Calidad de espacio abierto	6 / 2	4 / 2	3 / 2		9 / 5	-3 / 2	3 / 4	-1 / 1	-4 / 2			4 / 2	3 / 2	-1 / 1	4 / 2			-2 / 2	5	8
		Diseño del paisaje	6	5 / 2	2 / 2		9 / 5	-1 / 1	2 / 2		-4 / 2			4 / 2	3 / 2		5 / 2				2	8
		Condiciones físicas únicas	8 / 3	3 / 2	1 / 1		6 / 5	-2 / 1	1 / 2		-1 / 2			1 / 2	4 / 2						2	7
		Parques y reservas forestales	-3 / 2	-2 / 2			-2 / 2				-4 / 2			4 / 2	4 / 3		5 / 2			-1 / 1	5	3
	Aaspectos culturales	Patrones culturales (estilo de vida)	8 / 2	1 / 1			6 / 4		5 / 4					3 / 2			4 / 2				0	6
		Salud y seguridad	3 / 2	2 / 1			6 / 2							4 / 2			4 / 2		-1 / 1	-2 / 2	2	5
		Empleo	4 / 5							5 / 4		6 / 4	6 / 4					4 / 2	4 / 2	4 / 4	0	7
Relaciones ecologicas		Aumento del área arbustiva	-3 / 2	-2 / 2			-2 / 2	-1 / 1	-2 / 2	-2 / 1	-4 / 2			2 / 1	3 / 2	-1 / 1	-1 / 1				9	2
Evaluaciones		Promedio negativo	20	18	13	9	11	15	14	17	26	3	6	0	0	10	9	4	9	10		
		Promedio positivo	37	34	25	9	27	15	24	19	26	11	12	54	40	14	25	6	11	16		

Tabla 447. Impacto matriz Leopold

			A. Modificación del régimen				terreno y construcción			de recursos		del terreno		de recursos		G. Cambios en el tráfico			Emplazamiento y tratamiento de						
			Modificación de hábitat	Alteración de la cobertura vegetal del suelo	Alteración de patrones de drenaje	Ruido y vibraciones	Caminos y senderos	Barreras, incluyendo cercas	Estructuras de recreación	Excavación de superficie	Tala de bosques	Control de erosión y terrazas	Paisajismo	Reforestación	Gestión de vida silvestre	Automóviles	Senderos	Tuberías y conductos forzados	Rellenos sanitarios	Eliminación de basura	Sumatoria negativos	Sumatorio positivos	Promedios aritméticos	Impacto subcomponente	Impacto componente	
A. Características físicas y químicas	Tierra	Materiales de construcción	-8	-8	-4	-8	-2	-1	-8	-14	-21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	-74			
		Suelos	-8	-8	-2	-1	-6	-2	-10	-14	-12	-6	-6	30	4	-6	-2	-6	-8	10	15	3	-53	-182		
		Forma del terreno	-9	-4	-4	-1	-6	-1	-8	-12	-12	-4	-4	30	6	-9	-8	-4	-4	-1	16	2	-55			
	Agua	Calidad del agua	0	-4	-4	0	0	0	0	-9	-20	-4	-4	20	6	0	0	-9	-9	-9	9	2	-46	-46	-340	
	Atmosfera	Calidad del aire (gases, partículas)	-6	-6	0	0	0	0	0	-3	-24	0	0	24	9	-9	0	0	-15	-9	7	2	-39			
		Clima (micro, macro)	-6	-8	0	0	0	0	0	0	-24	0	0	24	0	0	0	0	0	0	3	1	-14	-56		
		Temperatura	-6	-4	0	0	0	0	0	0	-21	0	0	28	0	0	0	0	0	0	3	1	-3			
	Procesos	Compactación y asentamiento	-4	0	-4	0	-6	0	-12	-12	-4	0	0	4	0	-6	-6	0	-6	0	9	1	-56	-56		
B. Condiciones biológicas	Flora	Árboles	-10	-8	-8	0	0	0	-4	-9	-21	0	-6	42	8	0	0	0	-4	-4	9	2	-24		-148	205
		Arbustos	-8	-8	-8	0	0	0	-4	-9	-18	0	-6	42	8	0	0	0	-4	-4	9	2	-19	-32		
		Pastos	-4	-4	-4	0	0	0	-2	-6	-12	0	-6	35	8	0	0	0	-2	-2	9	2	1			
		Productos agrícolas	0	0	0	0	0	0	0	0	-6	10	0	6	0	0	0	0	0	0	1	2	10			
	Fauna	Pájaros	-6	-6	0	-6	0	-2	-2	-1	-12	0	0	12	6	0	0	0	0	0	7	2	-17			
		Animales terrestres, incluyendo reptiles	-1	-8	-1	-6	-4	-4	-4	-2	-8	0	0	8	8	-4	-1	0	0	0	11	2	-27	-116		
		Insectos	-1	-8	-1	-8	-6	-1	-1	-12	-6	0	0	6	2	-4	-1	0	0	0	11	2	-41			
		Microfauna	-1	-4	-2	-6	-4	-2	-2	-4	-6	0	0	6	2	-4	-4	0	0	0	11	2	-31			
C. Factores culturales	Uso de tierras	Vida silvestre y espacios abiertos	-4	-4	0	-4	-1	-6	-6	-2	-4	0	0	4	2	-1	-2	0	0	0	10	2	-28		716	
		Bosques	-6	-6	-6	-1	-4	-1	-1	-6	-8	0	0	8	8	0	-2	-1	0	-4	12	2	-30	-38		
		Agricultura	-2	0	-6	0	0	0	0	0	0	12	12	0	0	0	0	0	0	0	2	2	16			
		Comercial	-6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	6	1	2	4			
	Recreación	Camping y caminatas	24	8	4	0	50	-2	0	0	-2	0	0	2	1	0	18	0	0	0	2	7	103	289		
		Salidas al campo	15	8	4	0	45	-2	0	0	-2	4	4	2	1	0	12	0	0	0	2	9	91			
		Centros de vacaciones y placer	10	6	1	0	40	0	24	0	-2	0	0	2	0	4	10	0	0	0	1	8	95			
	Interes estetico y humano	Calidad de espacio abierto	12	8	6	0	45	-6	12	-1	-8	0	0	8	6	-1	8	0	0	-4	5	8	85	239		
		Diseño del paisaje	0	10	4	0	45	-1	4	0	-8	0	0	8	6	0	10	0	0	0	2	7	78			
		Condiciones físicas únicas	24	6	1	0	30	-2	2	0	-2	0	0	2	8	0	0	0	0	0	2	7	69			
		Parques y reservas forestales	-6	-4	0	0	-4	0	0	0	-8	0	0	8	12	0	10	0	0	-1	5	3	7			
	Aaspectos culturales	Patrones culturales (estilo de vida)	16	1	0	0	24	0	20	0	0	0	0	6	0	0	8	0	0	0	0	6	75	226		
		Salud y seguridad	6	2	0	0	12	0	0	0	0	0	0	8	0	0	8	0	-1	-4	2	5	31			
		Empleo	20	0	0	0	0	0	0	20	0	24	24	0	0	0	0	8	8	16	0	7	120			
Relaciones ecologicas		Aumento del área arbustiva	-6	-4	0	0	-4	-1	-4	-2	-8	0	0	2	6	-1	-1	0	0	0	9	2	-23	-23	-23	
Evaluaciones		Promedio negativo	20	18	13	9	11	15	14	17	26	3	6	0	0	10	9	4	9	10	194	194	191			
		Promedio positivo	8	8	6	0	8	0	5	1	0	4	3	27	20	2	8	1	1	3	194	105				
		Impactos generados	19	-57	-34	-41	244	-34	-6	-98	-279	36	8	377	117	-37	57	-12	-45	-10	191					

La Matriz de Leopold presentada evalúa los impactos ambientales derivados de las distintas fases del proyecto las cuales se deben a la planificación, construcción, operación y mantenimiento. Cada intersección entre actividad y componente ambiental se valora mediante dos parámetros:

- ✓ Magnitud (de -10 a +10): indica el grado del efecto, negativo o positivo.
- ✓ Importancia (de 1 a 10): señala la relevancia del impacto sobre el medio.

Posteriormente se promedian los valores positivos y negativos para obtener una visión global del balance ambiental. En la matriz se tiene lo siguiente:

- Promedio de impactos positivos los cuales se muestran de manera elevada predominando sobre los negativos.
- Promedio de impactos negativos se muestran de menor magnitud y concentrado en fases iniciales.
- Resultado total ponderado es de +205, lo que representa un impacto ambiental globalmente favorable.

Esto significa que, tras aplicar medidas de mitigación, los beneficios ecológicos, sociales y culturales superan los efectos adversos iniciales donde el valor positivo neto indica que el proyecto contribuye al mejoramiento de las condiciones del entorno y es ambientalmente viable. Con lo anterior se puede concluir:

- ✓ El proyecto genera impactos netamente positivos de +205, lo que implica mejora de la calidad ambiental y desarrollo territorial sostenible.
- ✓ Los efectos negativos son temporales, reversibles y mitigables, mientras que los beneficios son duraderos y acumulativos.
- ✓ Se cumple con los principios del turismo sostenible, el equilibrio entre aprovechamiento económico, bienestar social y conservación ecológica.
- ✓ La Matriz de Leopold demuestra una relación directa entre la planificación ambiental y la sostenibilidad del desarrollo turístico de Panchimalco.

CAPITULO X:
ADMINISTRACIÓN DEL PLAN

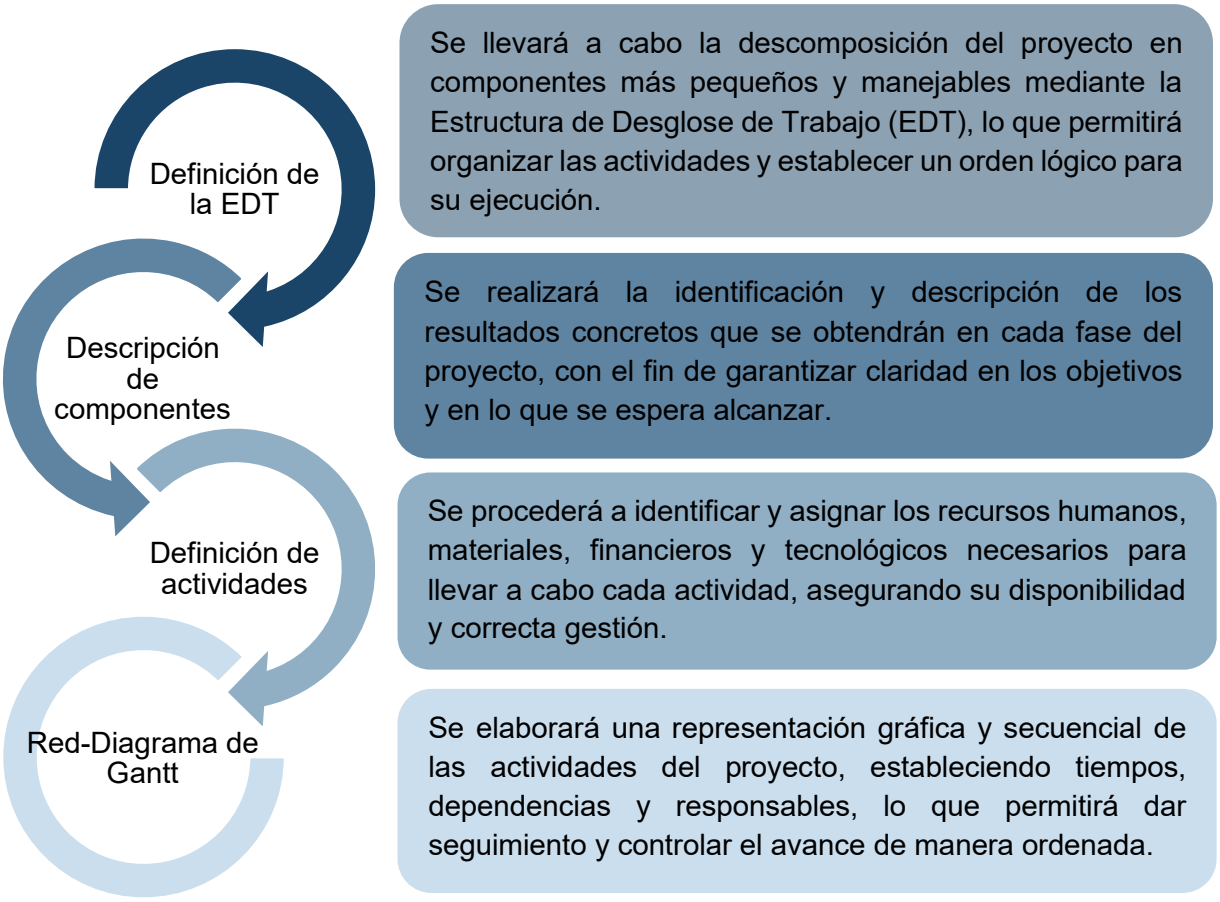
CAPITULO X. ADMINISTRACIÓN DEL PLAN

La administración del proyecto constituye un eje fundamental para garantizar la correcta ejecución de cada una de las actividades planificadas. Esta gestión integral permite anticipar riesgos, optimizar el uso de los recursos y mantener un control constante sobre el desarrollo de las fases del plan.

Asimismo, la administración del proyecto es clave para articular el trabajo de los distintos actores, consolidando esfuerzos hacia un mismo objetivo. Su importancia radica en que provee las herramientas necesarias para una toma de decisiones efectiva y un seguimiento sistemático de los avances, garantizando la sostenibilidad y viabilidad de la propuesta en el corto, mediano y largo plazo.

A. Metodología General

Ilustración 171. Metodología General para la administración del plan

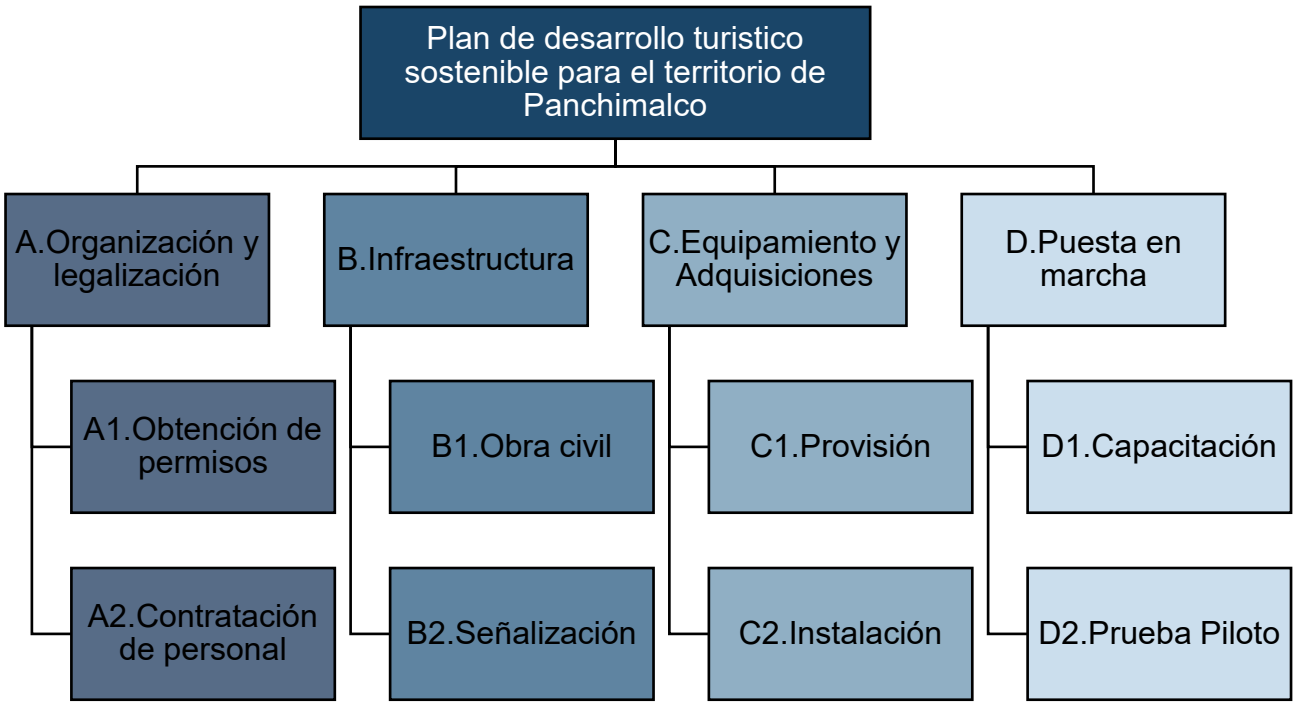


B. Objetivo de la implementación.

Implementar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del territorio de Panchimalco, con una duración total de 223 días y un costo estimado de $153,479.50.

C. Definición de la Estructura de Desglose de Trabajo (EDT)

Ilustración 172. Estructura de desglose de trabajo



D. Descripción de los componentes de la EDT

A continuación, se presenta el desglose de entregables y paquetes de trabajo que conforman parte de la EDT:

Tabla 448. Descripción del entregable “Organización y legalización”

Código: A	Nombre: Organización y legalización
Descripción:	Este entregable se enfocará en garantizar las condiciones básicas necesarias para iniciar la ejecución del proyecto, a través de la obtención de permisos legales y la contratación del personal

	requerido. Con ello se sentarán las bases para un desarrollo ordenado y conforme al marco normativo e institucional.	
Duración estimada: 78 días	Fecha de Inicio: 15/1/26	Fecha de finalización: 4/5/26
Paquetes de trabajo:	A1. Obtención de permisos	A2. Contratación de personal
Código: A1	Nombre: Obtención de permisos	
Descripción:	Se llevará a cabo la gestión de los permisos y autorizaciones correspondientes ante las instituciones competentes, asegurando que el proyecto cumpla con los requisitos legales, ambientales y técnicos que regulan su implementación.	
Duración estimada: 78 días	Fecha de Inicio: 15/1/26	Fecha de finalización: 4/5/26
Código: A2	Nombre: Contratación de personal	
Descripción:	Se procederá a la selección y contratación del personal necesario para el desarrollo del proyecto, considerando perfiles técnicos y administrativos que garanticen la ejecución eficiente de las actividades planificadas.	
Duración estimada: 12 días	Fecha de Inicio: 27/1/26	Fecha de finalización: 11/2/26

Tabla 449. Descripción del entregable “Infraestructura”

Código: B	Nombre: Infraestructura.	
Descripción:	El entregable contempla las obras y elementos físicos necesarios para garantizar la adecuada accesibilidad, seguridad y experiencia del visitante en el territorio de Panchimalco. Su objetivo es proveer espacios funcionales, seguros y sostenibles que fortalezcan la oferta turística y mejoren la integración del entorno natural y cultural con el visitante.	
Duración estimada:	Fecha de Inicio:	Fecha de finalización:

64 días	5/5/26	31/7/26
Paquetes de trabajo:	B1. Obra Civil	B2. Señalización
Código: B1	Nombre: Obra civil	
Descripción:	Se orienta a la construcción de senderos, miradores, áreas de descanso, servicios sanitarios y obras complementarias que permitan el sano esparcimiento de manera segura de los atractivos turísticos.	
Duración estimada: 64 días	Fecha de Inicio: 5/5/26	Fecha de finalización: 31/7/26
Código: B2	Nombre: Señalización	
Descripción:	Esta parte de las señales direccionales, de seguridad e interpretativas, con el fin de orientar, informar y sensibilizar a los visitantes respecto a la correcta utilización de los espacios y la conservación del patrimonio natural y cultural.	
Duración estimada: 37 días	Fecha de Inicio: 5/5/26	Fecha de finalización: 24/6/26

Tabla 450. Descripción del entregable “Equipamiento y adquisiciones”

Código: C	Nombre: Equipamiento y Adquisiciones	
Descripción:	Este entregable abarcará la provisión de los recursos físicos y materiales necesarios para el funcionamiento del proyecto, asegurando que tanto el mobiliario como los equipos requeridos estén disponibles y en condiciones óptimas para la operación.	
Duración estimada: 19 días	Fecha de Inicio: 12/2/26	Fecha de finalización: 10/3/26
Paquetes de trabajo:	C1. Provisión	C2. Instalación
Código: C1	Nombre: Provisión	
Descripción:	Se realizará la adquisición de mobiliario, equipos y materiales necesarios para el desarrollo de las actividades, garantizando su	

	calidad, funcionalidad y adecuación a las necesidades del proyecto.	
Duración estimada: 13 días	Fecha de Inicio: 12/2/26	Fecha de finalización: 2/3/26
Código: C2	Nombre: Instalación	
Descripción:	Se llevará a cabo la instalación y puesta en marcha del equipamiento adquirido, asegurando su correcta disposición y operatividad para apoyar la ejecución de las actividades planificadas.	
Duración estimada: 6 días	Fecha de Inicio: 12/2/26	Fecha de finalización: 10/3/26

Tabla 451. Descripción del entregable “Puesta en marcha”

Código: D	Nombre: Puesta en Marcha	
Descripción:	Este entregable detalla los elementos de finalización del proyecto, incluyendo la capacitación del personal que formara parte del Plan de Desarrollo Turístico, de modo que se tenga un panorama completo de la terminación de todo lo ejecutado para pasar a la prueba piloto.	
Duración estimada: 180 días	Fecha de Inicio: 28/1/26	Fecha de finalización: 6/10/26
Paquetes de trabajo:	D1. Capacitación	D2. Prueba Piloto
Código: D1	Nombre: Capacitación	
Descripción:	Se llevará a cabo la gestión de los permisos y autorizaciones correspondientes ante las instituciones competentes, asegurando que el proyecto cumpla con los requisitos legales, ambientales y técnicos que regulan su implementación.	
Duración estimada: 55 días	Fecha de Inicio: 28/1/26	Fecha de finalización: 14/4/26

Código: D2	Nombre: Prueba Piloto	
Descripción:	La prueba piloto consiste en la realización de la actividad comercial preliminar durante la cual se ajustará los elementos que puedan ocasionar fallos y se terminará de adaptar a los operarios y personal a los métodos y procedimientos previamente definidos por el complejo. Al mismo tiempo se apoyará de las funciones de marketing y publicidad para comenzar a posicionarse dentro de los posibles visitantes del complejo.	
Duración estimada: 47 días	Fecha de Inicio: 3/8/26	Fecha de finalización: 6/10/26

E. Definición de actividades

Entregable: A. Organización y legalización
Paquete de trabajo: A1. Obtención de permisos

Tabla 452. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Obtención de permisos”.

Código	Actividad	Descripción
A1.1	Constitución del comité de desarrollo turístico	Se realiza la constitución de CDT mediante un acto público, en el que se juramenta a los miembros y se elegirá a las autoridades del comité
A1.2	Registro en CORSATUR del CDT	Se registra el CDT en CORSATUR presentando la documentación que acredite su constitución
A1.3	Presentación del proyecto	Se expone del plan de parte del CDT frente a los actores involucrados para obtener aprobación de los recursos e inversión
A1.4	Aprobación del proyecto	Se espera la aprobación del proyecto y la autorización para dar inicio
A1.5	Obtención de los planos y estudios previos	Se solicita a los responsables que realizaron los estudios previos la presentación formal y acreditada de los planos, y demás requisitos para solicitar los permisos correspondientes

A1.6	Presentación del formulario ambiental	Se inicia el trámite con el MARN presentando el formulario ambiental para la obtención del permiso y con los documentos adjuntos requeridos
A1.7	Visita de inspección del MARN	Se espera la calendarización de la visita y se recibe al personal responsable por parte del MARN, se da el guiado por las instalaciones y se responde las dudas que surgen del recorrido
A1.8	Aprobación del permiso ambiental	Se obtiene la resolución de aprobación del permiso ambiental y se recibe la acreditación en físico
A1.9	Presentación de solicitud para el permiso de construcción	Se prepara y presenta la solicitud de permiso de construcción, la cual lleva adjunto el permiso ambiental
A1.10	Aprobación del permiso de construcción	Se obtiene la resolución de aprobación del permiso de construcción y se inicia la obra civil
A1.11	Aprobación del diseño de la marca por el CDT	Se realiza la búsqueda de antecedentes para validar que no se tenga inconvenientes con derechos de otras marcas y se aprueba
A1.12	Presentación de la solicitud	Se presenta la solicitud ante el CNR y la documentación referente a logotipo, nombre y actividad
A1.13	Publicación de la solicitud	El CNR publica la solicitud de registro para si en el caso hubiere conflicto u oposición se presente en el plazo definido de 60 días.
A1.14	Resolución y registro	Se obtiene la resolución de aprobación para la legalización de la marca y se procede con el registro

Tabla 453. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Obtención de permisos”.

Código	Actividad	Precedencia	Duración	Costos	RRHH
A1.1	Constitución del comité de desarrollo turístico	-	1	$15	1
A1.2	Registro en CORSATUR del CDT	A1.1	3	$ 15	1
A1.3	Presentación del proyecto	A1.2	1	$ 10	1
A1.4	Aprobación del proyecto	A1.3	3	$ 30	3
A1.5	Obtención de los planos y estudios previos	A1.4	5	$ 900	3

A1.6	Presentación del formulario ambiental	A1.5	1	$ 8	1
A1.7	Visita de inspección del MARN	A1.6	3	$ 15	1
A1.8	Aprobación del permiso ambiental	A1.7	30	$ 150	1
A1.9	Presentación de solicitud para el permiso de construcción	A1.8	1	$ 8	1
A1.10	Aprobación del permiso de construcción	A1.9	30	$180.62	1
A1.11	Aprobación del diseño de la marca por el CDT	A1.4	1	$ 20	3
A1.12	Presentación de la solicitud	A1.11	1	$ 150	1
A1.13	Publicación de la solicitud	A1.12	60	$ 70	1
A1.14	Resolución y registro	A1.13	1	$ 100	1

Paquete de trabajo: A2. Contratación del personal

Tabla 454. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo "Contratación del personal"

Código	Actividad	Descripción
A2.1	Planificación de necesidades de personal	Se retoma la información definida de los cargos y perfiles requeridos, el número de plazas, tipo de contrato, duración estimada y presupuesto, estableciendo un cronograma de contratación alineado con la ejecución del proyecto.
A2.2	Preparación de documentación y perfiles	Se define los criterios de selección y evaluación, así como los formatos de solicitud de empleo y contrato
A2.3	Publicación y difusión de vacantes	Se publica las vacantes en plataformas locales, bolsas de trabajo, universidades y redes sociales, coordinando también con instituciones aliadas para atraer a los candidatos más idóneos.
A2.4	Recepción y preselección de candidatos	Se reciben y organizan las solicitudes, realizando una preselección basada en los requisitos mínimos, con el fin de conformar un grupo de candidatos aptos para evaluación.
A2.5	Evaluación y entrevistas	Se evalúa a los candidatos mediante pruebas técnicas y entrevistas, comparando sus competencias técnicas y habilidades interpersonales con los criterios establecidos para cada cargo
A2.6	Selección y contratación	Se selecciona a los candidatos finales y se formaliza su incorporación mediante contratos y documentos legales, asegurando la integración administrativa y laboral al proyecto.

Tabla 455. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Contratación de personal”.

Código	Actividad	Precedencia	Duración	Costos	RRHH
A2.1	Planificación de necesidades de personal	A1.4	1	$ 15	1
A2.2	Preparación de documentación y perfiles	A2.1	1	$ 15	1
A2.3	Publicación y difusión de vacantes	A2.2	3	$ 45	1
A2.4	Recepción y preselección de candidatos	A2.3	3	$ 45	1
A2.5	Evaluación y entrevistas	A2.4	2	$ 60	2
A2.6	Selección y contratación	A2.5	2	$ 30	1

Entregable: B. Infraestructura.

Paquete de trabajo: B1. Obra civil.

Tabla 456. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Obra civil”.

Código	Actividad	Descripción
B1.1	Preparación del área de trabajo	Se realizará una inspección para determinar las zonas a utilizar para el uso de maquinaria y la zona de construcción.
B1.2	Construcción de escaleras	Se realizará la construcción de escaleras en el monte Guayama y Tunanshilo con las especificaciones de planos.
B1.3	Construcción de mesas circulares	Se realizará la construcción de las mesas circulares alrededor de los espacios designados para los descansos de los montes a escalar.
B1.4	Construcción de cabañas para avistamiento de flora y fauna	Se realizará la construcción de las cabañas de avistamiento de flora y fauna en el monte Guayama y Tunanshilo con las especificaciones de planos.
B1.5	Construcción de mirador	Se realizará la construcción del mirador en cada uno de los montes, estos se encontrarán a mediaciones de los senderos de caminata.
B1.6	Construcción de vestidores	Se realizará la construcción de los vestidores para la poza el amate.
B1.7	Construcción de baños	Se realizará la construcción de baños para la poza el amate.
B1.8	Construcción de espacio de descanso	Se realizará la construcción de baños para la poza el amate.

B1.9	Limpieza de las obras	Cada una de las obras de construcción una vez finalizada deberá de ser debidamente aseada para su inspección.
B1.10	Inspección general	El equipo de trabajo verificara cada una de las obras de construcción según las especiaciones técnicas como medidas, materiales utilizados, acabados, etc.
B1.11	Corrección de observaciones	Se realizarán observaciones en caso de ser necesario para la entrega de las obras y su posterior funcionamiento.
B1.12	Recepción de obras	Se dará el visto bueno por parte del equipo para la entrega de las obras realizadas

Tabla 457. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Obra civil”.

Código	Actividad	Precedencia	Duración	Costos	RRHH
B1.1	Preparación del área de trabajo	A1.10	7	$210	2
B1.2	Construcción de escaleras	B1.1	40	$26,728.50	4
B1.3	Construcción de mesas circulares	B1.1	6	$7,192.40	3
B1.4	Construcción de cabañas para avistamiento de flora y fauna	B1.1	6	$6,226.60	5
B1.5	Construcción de mirador	B1.1	20	$6,827.00	6
B1.6	Construcción de vestidores	B1.1	20	$4,255.30	6
B1.7	Construcción de baños	B1.1	30	$11,747.05	10
B1.8	Construcción de espacio de descanso	B1.1	20	$5,618.10	6
B1.9	Limpieza de las obras	B1.2-B1.8	7	$500	5
B1.10	Inspección general	B1.9	1	$150	3
B1.11	Corrección de observaciones	B1.10	7	$525	5
B1.12	Recepción de obras	B1.11	2	$150	3

Paquete de trabajo: B2. Señalización

Tabla 458. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo "Señalización".

Código	Actividad	Descripción
B2.1	Identificación de los tipos de señales	Se evaluarán cada uno de los diferentes tipos de señales existentes para seleccionar las que se consideren necesarias.
B2.2	Identificación de ubicaciones	Se identificará el punto de instalación de cada señal según el objetivo de esta.
B2.3	Búsqueda de proveedores	Se solicitará una serie de cotizaciones con diferentes proveedores para seleccionar la mejor opción.
B2.4	Selección de proveedor	Se seleccionará un proveedor o dos según sea lo conveniente para realizar los trabajos.
B2.5	Suministro de señales	El proveedor entregara las señales según el plazo acordado antes de la compra.
B2.6	Instalación de señales	El proveedor comenzara la instalación de las señales en los lugares anteriormente señalados.
B2.7	Inspección	El trabajo se verificará con el personal encargado en aspectos como medidas, color, material, etc.
B2.8	Recepción de señales	Se dará el visto bueno para la finalización del trabajo se suministró e instalación de las señales

Tabla 459. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo "Señalización"

Código	Actividad	Precedencia	Duración	Costos	RRHH
B2.1	Identificación de los tipos de señales	A1.10	3	$90	2
B2.2	Identificación de ubicaciones	B2.1	2	$60	2
B2.3	Búsqueda de proveedores	B2.2	7	$315	3
B2.4	Selección de proveedor	B2.3	1	$45	3
B2.5	Suministro de señales	B2.4	15	$2690	2
B2.6	Instalación de señales	B2.5	7	$4550	4
B2.7	Inspección	B2.6	1	$60	2
B2.8	Recepción de señales	B2.7	1	$60	2

Entregable: C. Equipamiento y Adquisiciones

Paquete de trabajo: C1. Provisión

Tabla 460. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Provisión”

Código	Actividad	Descripción
C1.1	Revisión de requerimientos de mobiliario, equipo, materiales e insumos.	Se determina el consolidado de todos los requerimientos del plan y se elaboran listados según la naturaleza del bien para iniciar con el proceso de cotizaciones
C1.2	Cotización de los requerimientos	Se realiza las diferentes cotizaciones para los requerimientos considerando diferentes proveedores según categorías identificadas
C1.3	Selección del proveedor	Se selecciona el proveedor de los diferentes requerimientos según criterios definidos administrativamente
C1.4	Aprobación del presupuesto y orden de compra	Se aprueba el presupuesto para generar la orden de compra por parte del CDT y se procede a realizar los pedidos por proveedor.
C1.5	Recepción del mobiliario, equipo, materiales e insumos.	Se recibe los pedidos de mobiliario, equipo, materiales e insumos y se gestiona la finalización y registro contable respectivo.

Tabla 461. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Provisión”.

Código	Actividad	Precedencia	Duración	Costos	RRHH
C1.1	Revisión de requerimientos de mobiliario, equipo, materiales e insumos.	A2.6	2	$ 30	1
C1.2	Cotización de los requerimientos	C1.1	3	$ 45	1
C1.3	Selección del proveedor	C1.2	2	$ 30	1
C1.4	Aprobación del presupuesto y orden de compra	C1.3	1	$ 15	3
C1.5	Recepción del mobiliario, equipo, materiales e insumos.	C1.4	5	$ 15	1

Paquete de trabajo: C2. Instalación

Tabla 462. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Instalación”.

Código	Actividad	Descripción
C2.1	Revisión de requerimientos de la instalación	Se realiza la revisión de los requerimientos en cuanto a personal y equipo a instalar, así como la revisión del manejo el grado de dificultad de la actividad

C2.2	Organización de las instalaciones	Se organiza al personal contratado para las instalaciones de equipo sin complejidad y al personal para las instalaciones eléctricas
C2.3	Instalación del mobiliario y equipo	Se realiza la instalación del mobiliario y equipo en las oficinas y lugares definidos.
C2.4	Instalación de los puntos de control estadístico	Se realiza la instalación de las cámaras y sistemas de los puntos de control tecnológicos
C2.5	Inspección de las instalaciones	Se realiza un chequeo de todas las instalaciones y se confirma el correcto funcionamiento y ubicación

Tabla 463. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Instalación”.

Código	Actividad	Precedencia	Duración	Costos	RRHH
C2.1	Revisión de requerimientos de la instalación	C1.5	1	$ 15	1
C2.2	Organización de las instalaciones	C2.1	1	$ 15	1
C2.3	Instalación del mobiliario y equipo	C2.2	1	$ 30	3
C2.4	Instalación de los puntos de control estadístico	C2.3	3	$ 150	3
C2.5	Inspección de las instalaciones	C2.4	1	$ 30	2

Entregable: D. Puesta en marcha

Paquete de trabajo: D1. Capacitación

Tabla 464. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Capacitación”.

Código	Actividad	Descripción
D1.1	Evaluar los puestos de trabajo y sus necesidades	Análisis detallado de cada puesto de trabajo, evaluando los requerimientos de cada puesto y las responsabilidades que tendrá cada trabajador en el puesto
D1.2	Desarrollar un programa de capacitación	Actividad de planificación en la que se realizara el detalle total de la capacitación, puestos a capacitar, empleados a capacitar, número de capacitores, lugar de realización de las capacitaciones, y la calendarización de actividades

D1.3	Contratar los capacitadores	Proceso de selección de los capacitores para la realización de las capacitaciones, se evaluará las capacidades, habilidades y experiencias de cada capacitor
D1.4	Realización de capacitaciones	Esta actividad incluye el periodo total en el que se capacitara al empleado, impartiendo los contenidos según lo planificado.
D1.5	Evaluaciones y refuerzos	Actividad diseñada para medir el nivel de aprendizaje por parte de los empleados, verificando el nivel de absorción de los conocimientos impartidos y además Se busca superar las deficiencias presentadas en las evaluaciones

Tabla 465. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Capacitación”.

Código	Actividad	Precedencia	Duración	Costos	RRHH
D1.1	Evaluar los puestos de trabajo y sus necesidades	A2.1	5	$50	1
D1.2	Desarrollar un programa de capacitación	D1.1	5	$ 100	2
D1.3	Contratar los capacitadores	D1.2	10	$ 50	2
D1.4	Realización de capacitaciones	D1.3	30	$ 300	3
D1.5	Evaluaciones y refuerzos	D1.4	5	$ 100	2

Entregable: D. Puesta en marcha

Paquete de trabajo: D2. Prueba Piloto

Tabla 466. Desglose de actividades correspondientes al paquete de trabajo “Prueba Piloto”.

Código	Actividad	Descripción
D2.1	Identificación de áreas piloto y sus requerimientos	Comprende la selección de criterios y parámetros dentro de las áreas de las pruebas piloto
D2.2	Crear plan de prueba piloto	Teniendo en cuenta la línea base se deben establecer planes de programación de actividades, dejando estipulado que el funcionamiento se irá realizando de forma parcial durante el periodo estipulado
D2.3	Ejecución de prueba piloto	Se realizará la prueba piloto incluyendo todas las áreas establecidas en el plan e incluyendo

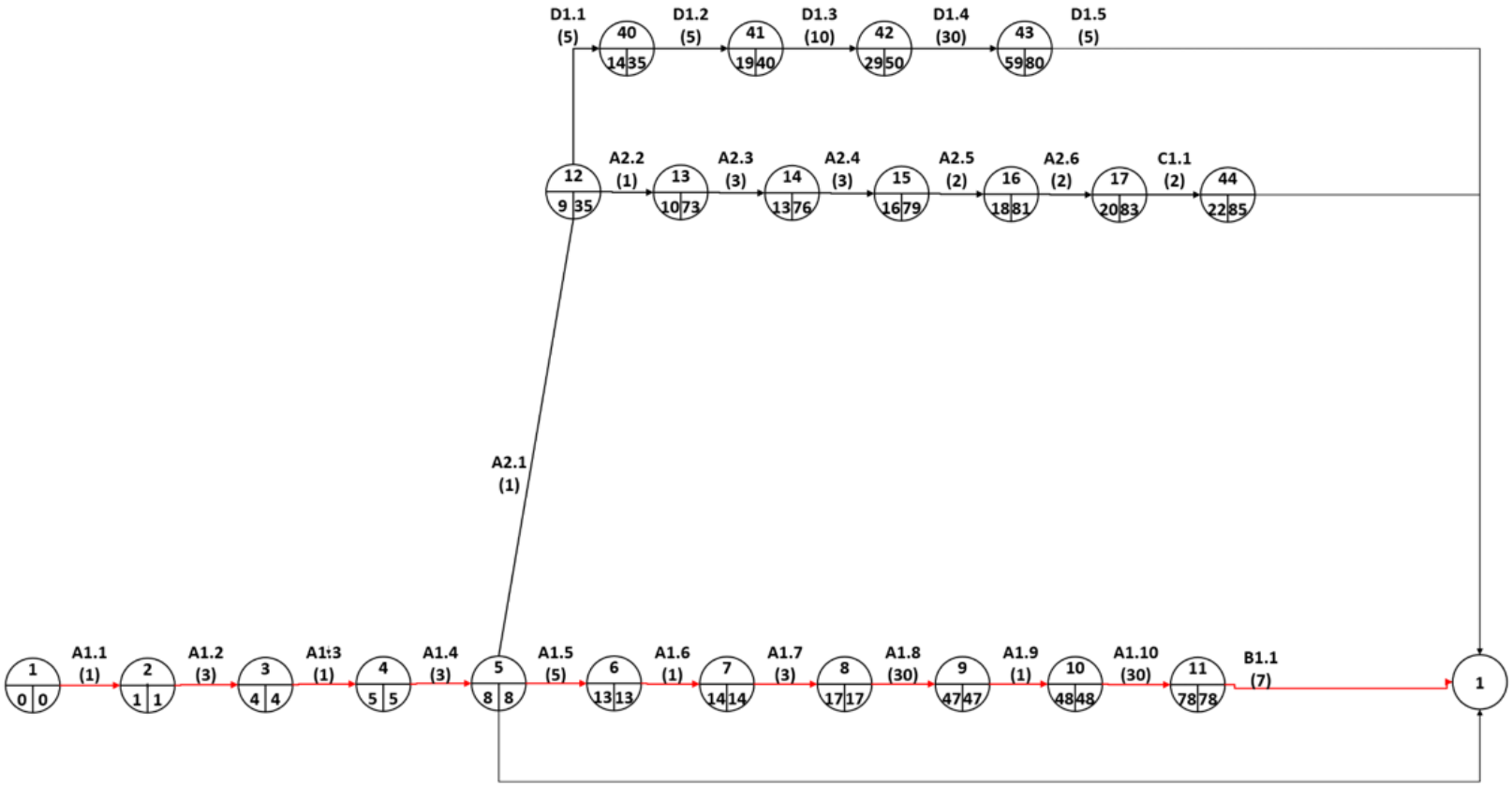
		todos los factores necesarios para su correcto funcionamiento
D2.4	Realizar pruebas funcionales y correcciones	En base a las recolecciones preliminares de datos se realizan pruebas para asegurar que todo funcione bajo control y se realizaran los ajustes necesarios para que todo funcione correctamente
D2.5	Aprobación del plan	Se aprueba exitosamente la prueba piloto y se aprueba el plan de desarrollo turístico para ser entregado
D2.6	Generación de plan de marketing	En esta actividad se desarrollan las estrategias y tácticas que se utilizarán para alcanzar los objetivos establecidos en el plan de marketing.
D2.7	Implementación de plan de marketing	Se llevan a cabo las estrategias propuestas, poniendo en marcha las acciones planificadas y utilizando los recursos necesarios para su ejecución, realizando las correcciones pertinentes
D2.8	Entrega de plan de marketing	Se entrega una nueva versión del plan de marketing, actualizada con base en los ajustes y correcciones realizados, listo para ser implementado

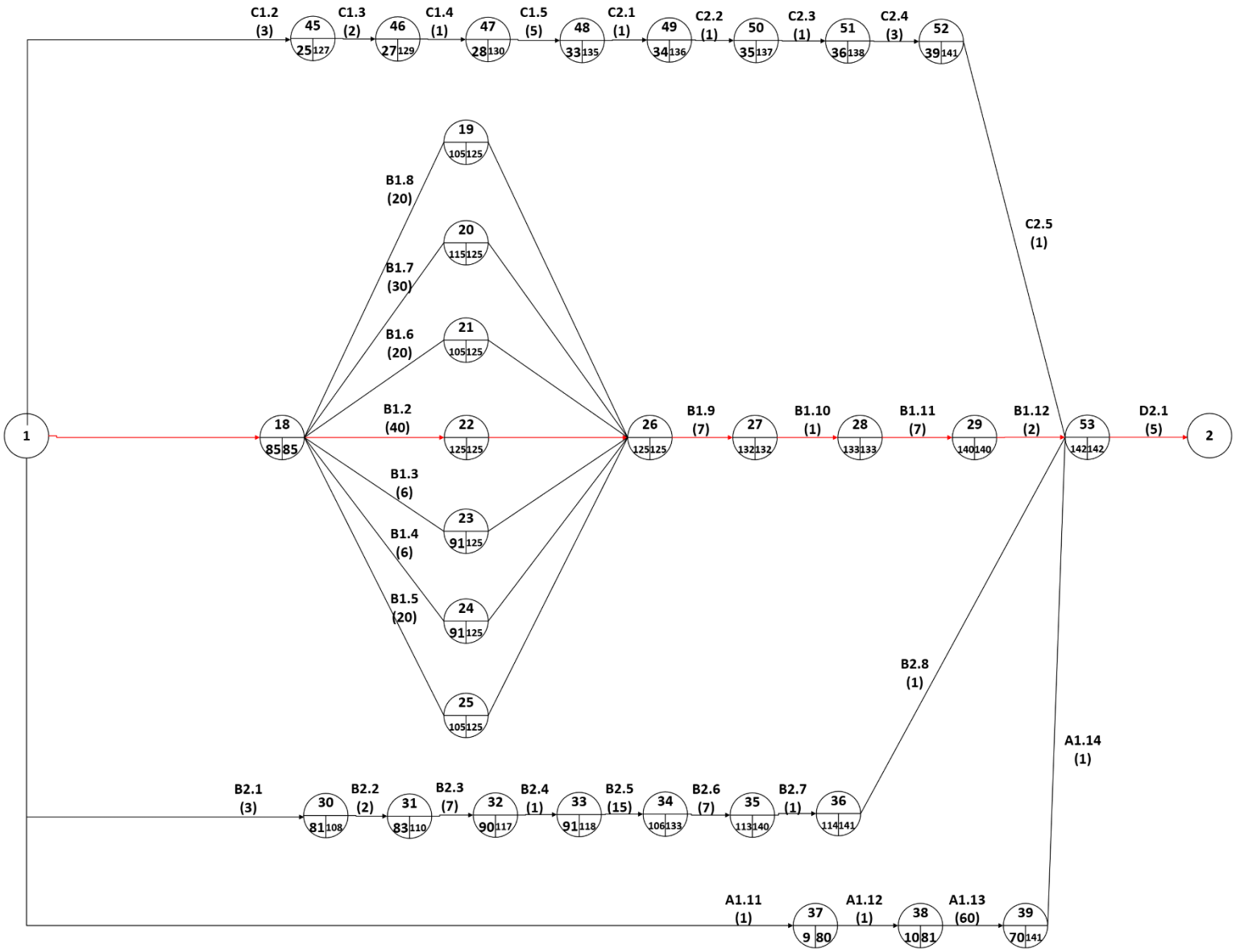
Tabla 467. Desglose de recursos para las actividades correspondientes al paquete de trabajo “Prueba Piloto”.

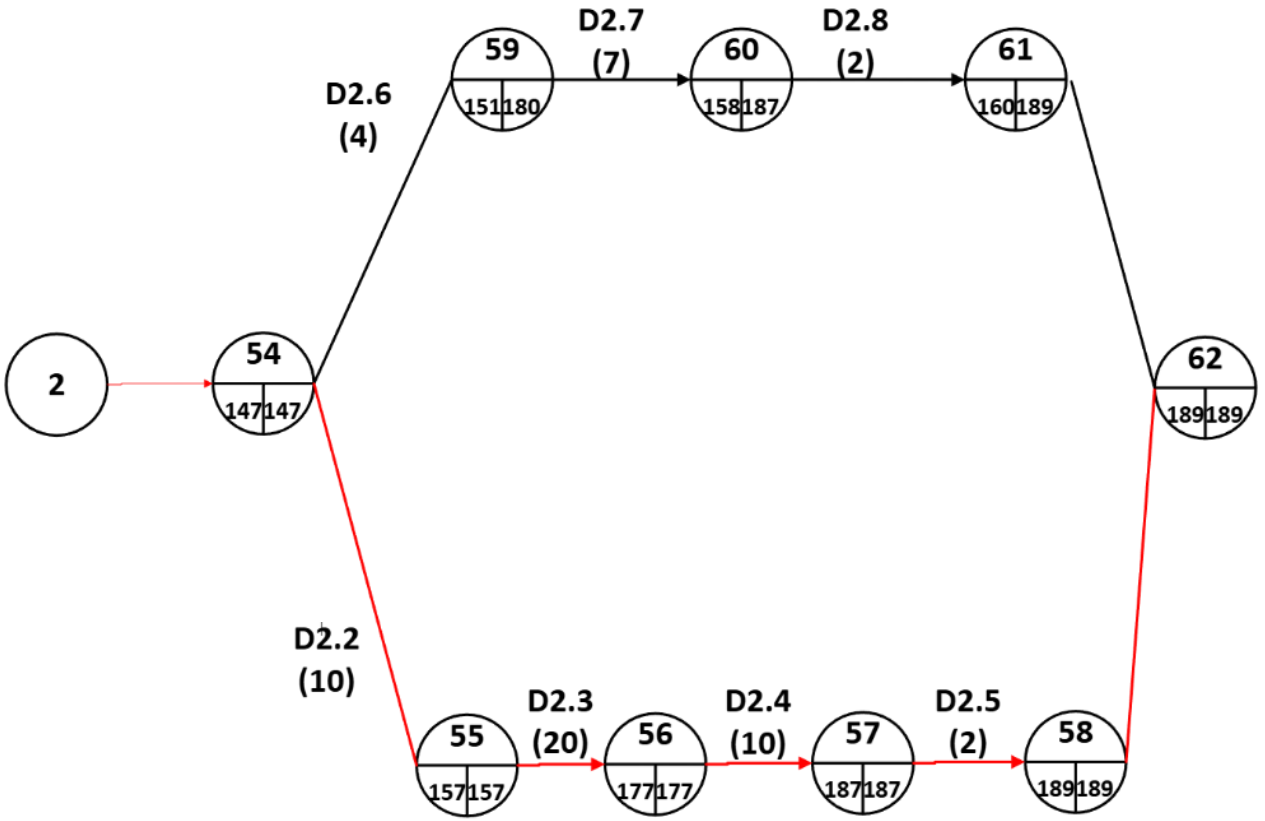
Código	Actividad	Precedencia	Duración	Costos	RRHH
D2.1	Identificación de áreas piloto y sus requerimientos	A1.14, B1.12, B2.8, C2.5, D1.5	5	$40.00	3
D2.2	Crear plan de prueba piloto	D2.1	10	$150.00	3
D2.3	Ejecución de prueba piloto	D2.2	20	$300.00	3
D2.4	Realizar pruebas funcionales y correcciones	D2.3	10	$70.00	3
D2.5	Aprobación del plan	D2.4	2	$100.00	2
D2.6	Generación de plan de marketing	D2.1	4	$35.00	2
D2.7	Implementación de plan de marketing	D2.6	7	$105.00	2
D2.8	Entrega de plan de marketing	D2.7	2	$30.00	2

F. Red del proyecto

Ilustración 173. Diagrama de redes




1
2
18 85 85
19 105 125
20 115 125
21 105 125
22 125 125
23 91 125
24 91 125
25 105 125
26 125 125
27 132 132
28 133 133
29 140 140
53 142 142
45 25 127
46 27 129
47 28 130
48 33 135
49 34 136
50 35 137
51 36 138
52 39 141
30 81 108
31 83 110
32 90 117
33 91 118
34 106 133
35 113 140
36 114 141
37 9 80
38 10 81
39 70 141
C1.2 (3)
C1.3 (2)
C1.4 (1)
C1.5 (5)
C2.1 (1)
C2.2 (1)
C2.3 (1)
C2.4 (3)
C2.5 (1)
B1.8 (20)
B1.7 (30)
B1.6 (20)
B1.2 (40)
B1.3 (6)
B1.4 (6)
B1.5 (20)
B1.9 (7)
B1.10 (1)
B1.11 (7)
B1.12 (2)
D2.1 (5)
B2.1 (3)
B2.2 (2)
B2.3 (7)
B2.4 (1)
B2.5 (15)
B2.6 (7)
B2.7 (1)
B2.8 (1)
A1.11 (1)
A1.12 (1)
A1.13 (60)
A1.14 (1)


2
54
147 147
D2.6
(4)
59
151 180
D2.7
(7)
60
158 187
D2.8
(2)
61
160 189
62
189 189
D2.2
(10)
55
157 157
D2.3
(20)
56
177 177
D2.4
(10)
57
187 187
D2.5
(2)
58
189 189

Cálculo de holgura

En la presente tabla se marcan con el color rojo para identificar la ruta crítica.

Tabla 468. Cálculo de la holgura y actividades criticas

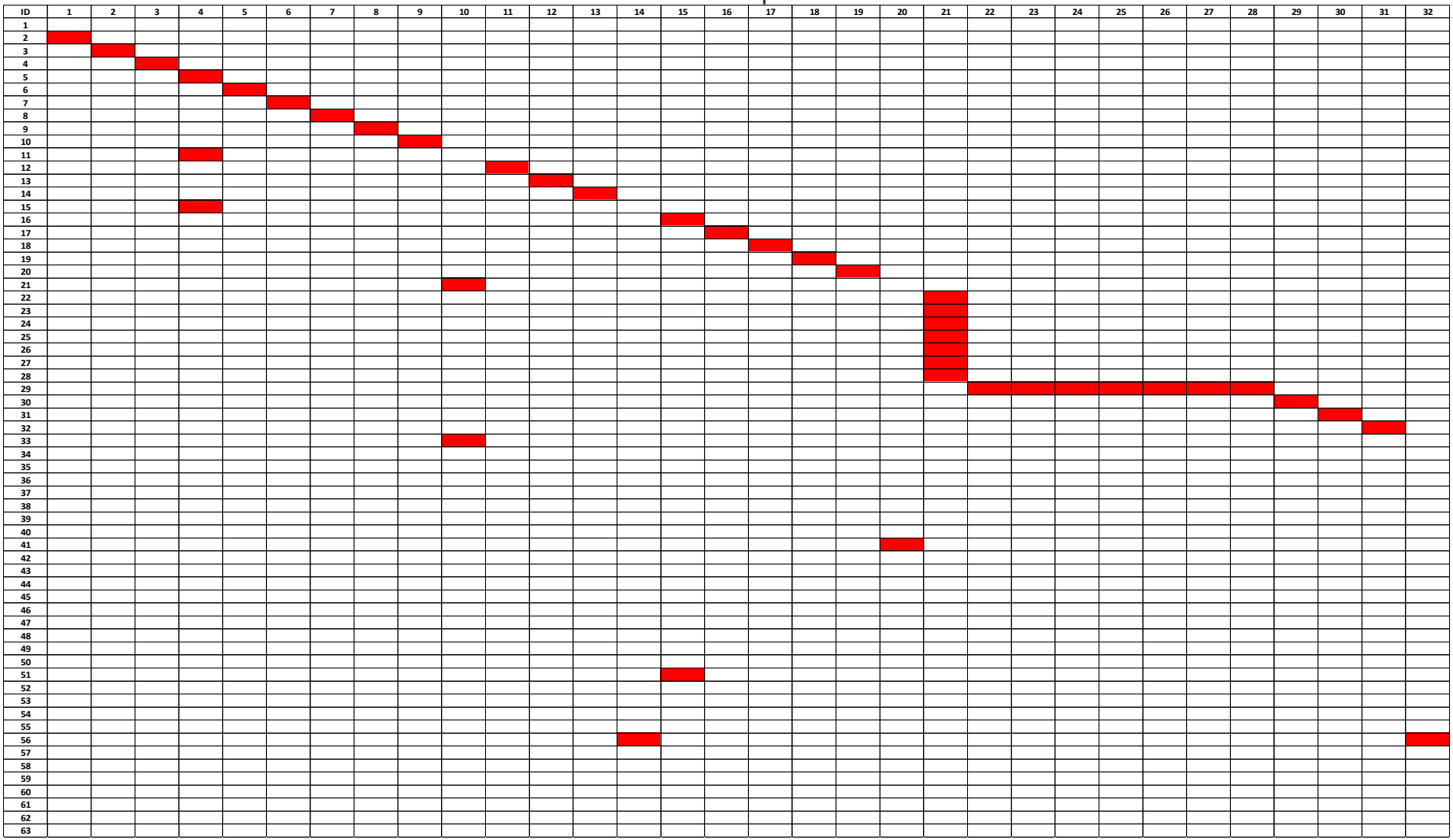
N°	Nombre	Duración	Tei	Tej	Tli	Tlj	H	Crítica
1	Constitución del comité de desarrollo turístico	1	0	1	0	1	0	
2	Registro en CORSATUR del CDT	3	1	4	1	4	0	
3	Presentación del proyecto	1	4	5	4	5	0	
4	Aprobación del proyecto	3	5	8	5	8	0	
5	Obtención de los planos y estudios previos	5	8	13	8	13	0	
6	Presentación del formulario ambiental	1	13	14	13	14	0	
7	Visita de inspección del MARN	3	14	17	14	17	0	
8	Aprobación del permiso ambiental	30	17	47	17	47	0	
9	Presentación de solicitud para el permiso de construcción	1	47	48	47	48	0	
10	Aprobación del permiso de construcción	30	48	78	48	78	0	
11	Aprobación del diseño de la marca por el CDT	1	8	9	79	80	71	
12	Presentación de la solicitud	1	9	10	80	81	71	
13	Publicación de la solicitud	60	10	70	81	141	71	
14	Resolución y registro	1	70	71	141	142	71	
15	Planificación de necesidades de personal	1	8	9	86	87	78	
16	Preparación de documentación y perfiles	1	9	10	111	112	102	
17	Publicación y difusión de vacantes	3	10	13	112	115	102	
18	Recepción y preselección de candidatos	3	13	16	115	118	102	
19	Evaluación y entrevistas	2	16	18	118	120	102	
20	Selección y contratación	2	18	20	120	122	102	
21	Preparación del área de trabajo	7	78	85	78	85	0	
22	Construcción de escaleras	40	85	125	85	125	0	
23	Construcción de mesas circulares	6	85	91	119	125	34	

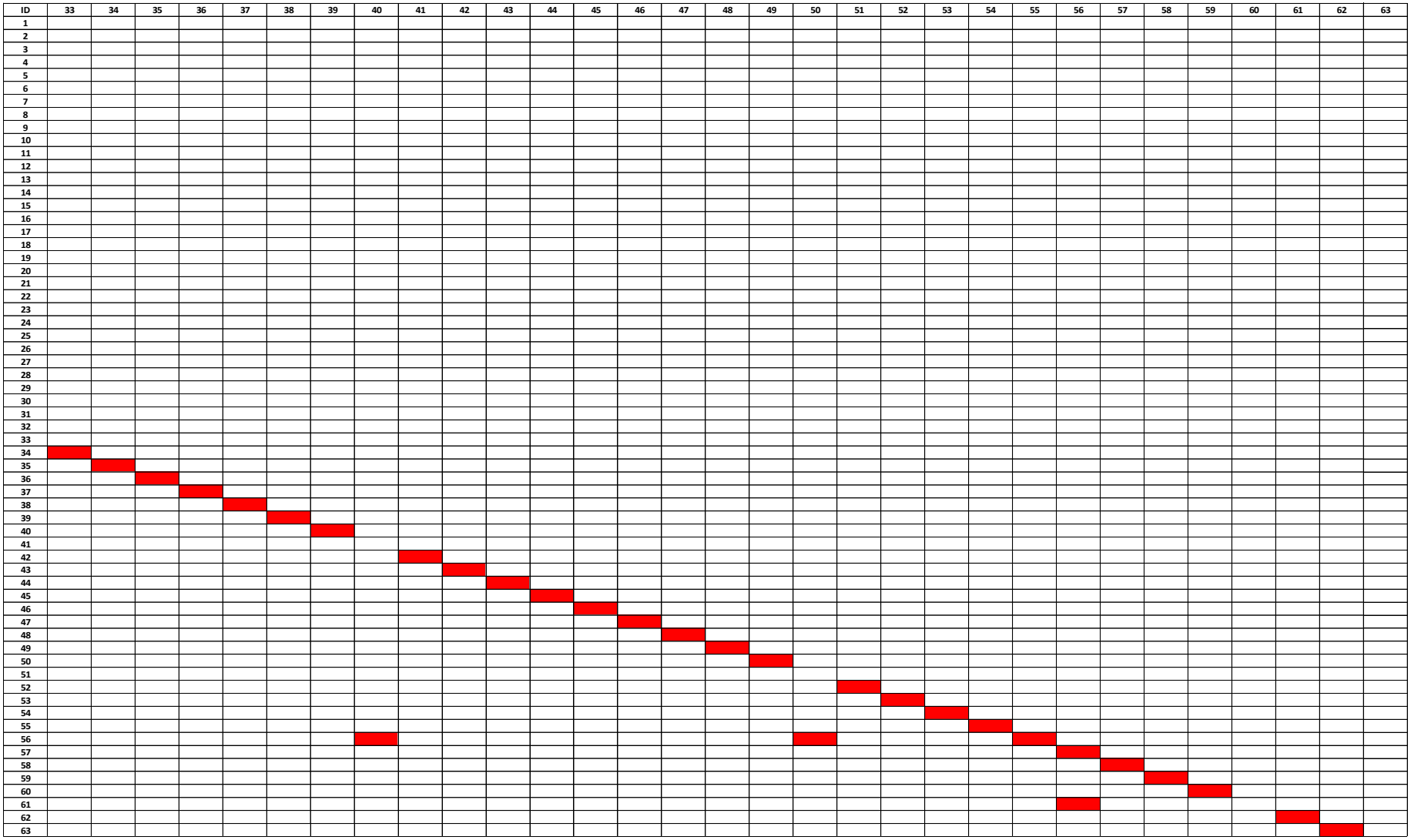
24	Construcción de cabañas para avistamiento de flora y fauna	6	85	91	119	125	34	
25	Construcción de mirador	20	85	105	105	125	20	
26	Construcción de vestidores	20	85	105	105	125	20	
27	Construcción de baños	30	85	115	95	125	10	
28	Construcción de espacio de descanso	20	85	105	105	125	20	
29	Limpieza de las obras	7	125	132	125	132	0	
30	Inspección general	1	132	133	132	133	0	
31	Corrección de observaciones	7	133	140	133	140	0	
32	Recepción de obras	2	140	142	140	142	0	
33	Identificación de los tipos de señales	3	78	81	105	108	27	
34	Identificación de ubicaciones	2	81	83	108	110	27	
35	Búsqueda de proveedores	7	83	90	110	117	27	
36	Selección de proveedor	1	90	91	117	118	27	
37	Suministro de señales	15	91	106	118	133	27	
38	Instalación de señales	7	106	113	133	140	27	
39	Inspección	1	113	114	140	141	27	
40	Recepción de señales	1	114	115	141	142	27	
41	Revisión de requerimientos de mobiliario, equipo, materiales e insumos.	2	20	22	122	124	102	
42	Cotización de los requerimientos	3	22	25	124	127	102	
43	Selección del proveedor	2	25	27	127	129	102	
44	Aprobación del presupuesto y orden de compra	1	27	28	129	130	102	
45	Recepción del mobiliario, equipo, materiales e insumos.	5	28	33	130	135	102	
46	Revisión de requerimientos de la instalación	1	33	34	135	136	102	
47	Organización de las instalaciones	1	34	35	136	137	102	
48	Instalación del mobiliario y equipo	1	35	36	137	138	102	
49	Instalación de los puntos de control estadístico	3	36	39	138	141	102	
50	Inspección de las instalaciones	1	39	40	141	142	102	
51	Evaluar los puestos de trabajo y sus necesidades	5	9	14	87	92	78	

52	Desarrollar un programa de capacitación	5	14	19	92	97	78	
53	Contratar los capacitadores	10	19	29	97	107	78	
54	Realización de capacitaciones	30	29	59	107	137	78	
55	Evaluaciones y refuerzos	5	59	64	137	142	78	
56	Identificación de áreas piloto y sus requerimientos	5	142	147	142	147	0	
57	Crear plan de prueba piloto	10	147	157	147	157	0	
58	Ejecución de prueba piloto	20	157	177	157	177	0	
59	Realizar pruebas funcionales y correcciones	10	177	187	177	187	0	
60	Aprobación del plan	2	187	189	187	189	0	
61	Generación de plan de marketing	4	147	151	176	180	29	
62	Implementación de plan de marketing	7	151	158	180	187	29	
63	Entrega de plan de marketing	2	158	160	187	189	29	
64	Finalización							

F. Matriz de precedencia

Ilustración 174. Matriz de precedencia




ID
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63

G. Calendario de trabajo

Tabla 469. Calendario de actividades

ID	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
1	Constitución del comité de desarrollo turístico	1 día	jue 15/1/26	jue 15/1/26
2	Registro en CORSATUR del CDT	3 días	vie 16/1/26	mar 20/1/26
3	Presentación del proyecto	1 día	mié 21/1/26	mié 21/1/26
4	Aprobación del proyecto	3 días	jue 22/1/26	lun 26/1/26
5	Obtención de los planos y estudios previos	5 días	mar 27/1/26	lun 2/2/26
6	Presentación del formulario ambiental	1 día	mar 3/2/26	mar 3/2/26
7	Visita de inspección del MARN	3 días	mié 4/2/26	vie 6/2/26
8	Aprobación del permiso ambiental	30 días	lun 9/2/26	vie 20/3/26
9	Presentación de solicitud para el permiso de construcción	1 día	lun 23/3/26	lun 23/3/26
10	Aprobación del permiso de construcción	30 días	mar 24/3/26	lun 4/5/26
11	Aprobación del diseño de la marca por el CDT	1 día	mar 27/1/26	mar 27/1/26
12	Presentación de la solicitud	1 día	mié 28/1/26	mié 28/1/26
13	Publicación de la solicitud	60 días	jue 29/1/26	mié 22/4/26
14	Resolución y registro	1 día	jue 23/4/26	jue 23/4/26
15	Planificación de necesidades de personal	1 día	mar 27/1/26	mar 27/1/26
16	Preparación de documentación y perfiles	1 día	mié 28/1/26	mié 28/1/26
17	Publicación y difusión de vacantes	3 días	jue 29/1/26	lun 2/2/26
18	Recepción y preselección de candidatos	3 días	mar 3/2/26	jue 5/2/26
19	Evaluación y entrevistas	2 días	vie 6/2/26	lun 9/2/26
20	Selección y contratación	2 días	mar 10/2/26	mié 11/2/26
21	Preparación del área de trabajo	7 días	mar 5/5/26	mié 13/5/26
22	Construcción de escaleras	40 días	jue 14/5/26	mié 8/7/26
23	Construcción de mesas circulares	6 días	jue 14/5/26	jue 21/5/26
24	Construcción de cabañas para avistamiento de flora y fauna	6 días	jue 14/5/26	jue 21/5/26
25	Construcción de mirador	20 días	jue 14/5/26	mié 10/6/26
26	Construcción de vestidores	20 días	jue 14/5/26	mié 10/6/26
27	Construcción de baños	30 días	jue 14/5/26	mié 24/6/26

28	Construcción de espacio de descanso	20 días	jue 14/5/26	mié 10/6/26
29	Limpieza de las obras	7 días	jue 9/7/26	vie 17/7/26
30	Inspección general	1 día	lun 20/7/26	lun 20/7/26
31	Corrección de observaciones	7 días	mar 21/7/26	mié 29/7/26
32	Recepción de obras	2 días	jue 30/7/26	vie 31/7/26
33	Identificación de los tipos de señales	3 días	mar 5/5/26	jue 7/5/26
34	Identificación de ubicaciones	2 días	vie 8/5/26	lun 11/5/26
35	Búsqueda de proveedores	7 días	mar 12/5/26	mié 20/5/26
36	Selección de proveedor	1 día	jue 21/5/26	jue 21/5/26
37	Suministro de señales	15 días	vie 22/5/26	jue 11/6/26
38	Instalación de señales	7 días	vie 12/6/26	lun 22/6/26
39	Inspección	1 día	mar 23/6/26	mar 23/6/26
40	Recepción de señales	1 día	mié 24/6/26	mié 24/6/26
41	Revisión de requerimientos de mobiliario, equipo, materiales e insumos.	2 días	jue 12/2/26	vie 13/2/26
42	Cotización de los requerimientos	3 días	lun 16/2/26	mié 18/2/26
43	Selección del proveedor	2 días	jue 19/2/26	vie 20/2/26
44	Aprobación del presupuesto y orden de compra	1 día	lun 23/2/26	lun 23/2/26
45	Recepción del mobiliario, equipo, materiales e insumos.	5 días	mar 24/2/26	lun 2/3/26
46	Revisión de requerimientos de la instalación	1 día	mar 3/3/26	mar 3/3/26
47	Organización de las instalaciones	1 día	mar 3/3/26	mar 3/3/26
48	Instalación del mobiliario y equipo	1 día	mié 4/3/26	mié 4/3/26
49	Instalación de los puntos de control estadístico	3 días	jue 5/3/26	lun 9/3/26
50	Inspección de las instalaciones	1 día	mar 10/3/26	mar 10/3/26
51	Evaluar los puestos de trabajo y sus necesidades	5 días	mié 28/1/26	mar 3/2/26
52	Desarrollar un programa de capacitación	5 días	mié 4/2/26	mar 10/2/26
53	Contratar los capacitadores	10 días	mié 11/2/26	mar 24/2/26
54	Realización de capacitaciones	30 días	mié 25/2/26	mar 7/4/26
55	Evaluaciones y refuerzos	5 días	mié 8/4/26	mar 14/4/26
56	Identificación de áreas piloto y sus requerimientos	5 días	lun 3/8/26	vie 7/8/26
57	Crear plan de prueba piloto	10 días	lun 10/8/26	vie 21/8/26

58	Ejecución de prueba piloto	20 días	lun 24/8/26	vie 18/9/26
59	Realizar pruebas funcionales y correcciones	10 días	lun 21/9/26	vie 2/10/26
60	Aprobación del plan	2 días	lun 5/10/26	mar 6/10/26
61	Generación de plan de marketing	4 días	lun 10/8/26	jue 13/8/26
62	Implementación de plan de marketing	7 días	vie 14/8/26	lun 24/8/26
63	Entrega de plan de marketing	2 días	mar 25/8/26	mié 26/8/26
64	Finalización	0 días	mié 26/8/26	mié 26/8/26

El proyecto durara alrededor de 189 días hábiles los cuales comprenden de lunes a viernes teniendo como días de descanso los lunes y sábado, por lo cual en el presente calendario se toma en cuenta los días laborales y los días de descanso, con esto en mente se tiene en cuenta que el proyecto finalizaría el 26 de agosto del 2026 con una duración total de 223 días.

H. Costos de la implementación

A continuación, se presenta el resumen de los costos de la implantación del proyecto, clasificado según la naturaleza del costo en la respectiva categoría:

Inversión por activo Fijo

La inversión por activo fijo no se incorpora directamente al monto de la administración del proyecto, ya que corresponde a activos capitalizables del proyecto y no a costos operativos de implementación. Sin embargo, se menciona porque varias actividades de los diferentes entregables intervienen en su gestión, supervisión o ejecución. El resumen de estos costos se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 470. Resumen de costos de inversión para las actividades de la implementación del proyecto

Categoría	Subcategoría	Clasificación	Código	Descripción de la actividad	Costo	RH
Inversión por activo fijo	Activo Fijo Tangible	Obra civil	B1.2	Construcción de escaleras	$26,728.50	4
			B1.3	Construcción de mesas circulares	$7,192.40	3
			B1.4	Construcción de cabañas para avistamiento de flora y fauna	$6,226.60	5
			B1.5	Construcción de mirador	$6,827.00	6
			B1.6	Construcción de vestidores	$4,255.30	6
			B1.7	Construcción de baños	$11,747.05	10
			B1.8	Construcción de espacio de descanso	$5,618.10	6
			Total obra civil		$68,594.95	
		Señalización	B2.5	Suministro de señales	$2,690.00	2
			B2.6	Instalación de señales	$4,550.00	4
			Total señalización		$7,240.00	
		Mobiliario y Equipo	C1.4	Aprobación del presupuesto y orden de compra	$33,970.13	3
			Total mobiliario y equipo		$33,970.13	
	Activo Fijo Intangible	Obtención de permisos	A1.8	Aprobación del permiso ambiental	$150.00	1
			A1.10	Aprobación del permiso de construcción	$180.62	1
			Total obtención de permisos		$330.62	
		Registro de marca	A1.11	Aprobación del diseño de la marca por el CDT	$20	3
			A1.12	Presentación de la solicitud	$150	1
			A1.13	Publicación de la solicitud	$70	1
			A1.14	Resolución y registro	$100	1
			Total registro de marca		$340.00	
Total Inversión por activo Fijo					**$110,475.70**	

Costos de los entregables de la implementación

Los costos de los entregables de la implementación corresponden a los recursos necesarios para ejecutar cada paquete de trabajo del proyecto, asegurando el cumplimiento del alcance, tiempo y calidad establecidos. Estos se presentan a continuación:

Tabla 471. Resumen de costos de los entregables de la implementación del proyecto

Categoría	Entregable	Código	Descripción de la actividad	Costo	RH
Costos de los entregables	Obtención de permisos	A1.1	Constitución del CDT	$15.00	1
		A1.2	Registro en CORSATUR del CDT	$15.00	1
		A1.3	Presentación del proyecto	$10.00	1
		A1.4	Aprobación del proyecto	$30.00	3
		A1.5	Obtención de los planos y estudios	$900.00	3
		A1.6	Presentación del formulario ambiental	$8.00	1
		A1.7	Visita de inspección del MARN	$15.00	1
		A1.9	Presentación de solicitud para el permiso de construcción	$8.00	1
		Total obtención de permisos		$1,001.00	
	Contratación de personal	A2.1	Planificación de necesidades de personal	$15.00	1
		A2.2	Preparación de documentación y perfiles	$15.00	1
		A2.3	Publicación y difusión de vacantes	$45.00	1
		A2.4	Recepción y preselección de candidatos	$45.00	1
		A2.5	Evaluación y entrevistas	$60.00	2
		A2.6	Selección y contratación	$30.00	1
		Total contratación de personal		$210.00	
	Obra civil	B1.1	Preparación del área de trabajo	$210.00	2
		B1.9	Limpieza de las obras	$500.00	5
		B1.10	Inspección general	$150.00	3
		B1.11	Corrección de observaciones	$525.00	5
		B1.12	Recepción de obras	$150.00	3
		Total obra civil		$1,535.00	
	Señalización	B2.1	Identificación de los tipos de señales	$90.00	2
		B2.2	Identificación de ubicaciones	$60.00	2
		B2.3	Búsqueda de proveedores	$315.00	3

		B2.4	Selección de proveedor	$45.00	3
		B2.7	Inspección	$60.00	2
		B2.8	Recepción de señales	$60.00	2
		Total señalización		$630.00	
	Provisión	C1.1	Revisión de requerimientos de mobiliario, equipo, materiales, etc.	$30.00	1
		C1.2	Cotización de los requerimientos	$45.00	1
		C1.3	Selección del proveedor	$30.00	1
		C1.4	Aprobación del presupuesto y orden de compra	$15.00	3
		C1.5	Recepción del mobiliario, equipo, materiales e insumos.	$15.00	1
		Total provisión		$135.00	
	Instalación	C2.1	Revisión de requerimientos	$15.00	1
		C2.2	Organización de las instalaciones	$15.00	1
		C2.3	Instalación del mobiliario y equipo	$30.00	3
		C2.4	Instalación de los puntos de control estadístico	$150.00	3
		C2.5	Inspección de las instalaciones	$30.00	2
		Total instalación		$240.00	
	Capacitación	D1.1	Evaluar los puestos de trabajo	$50.00	1
		D1.2	Desarrollar un programa de capacitación	$100.00	2
		D1.3	Contratar los capacitadores	$50.00	2
		D1.4	Realización de capacitaciones	$300.00	3
		D1.5	Evaluaciones y refuerzos	$100.00	2
		Total capacitación		$600.00	
	Prueba Piloto	D2.1	Identificación de áreas piloto y sus requerimientos	$40.00	3
		D2.2	Crear plan de prueba piloto	$150.00	3
		D2.3	Ejecución de prueba piloto	$300.00	3
		D2.4	Realizar pruebas funcionales y correcciones	$70.00	3
		D2.5	Aprobación del plan	$100.00	2
		D2.6	Generación de plan de marketing	$35.00	2
		D2.7	Implementación de plan de marketing	$105.00	2
		D2.8	Entrega de plan de marketing	$30.00	2
		Total prueba piloto		$830.00	
Total costos de los entregables				$ 5,181.00	

Salarios del personal

La siguiente tabla presenta los costos asociados al personal administrativo asignado a la implementación del proyecto. La duración contratada se estimó en 7.5 meses, resultado del calendario de trabajo con fecha de inicio 15/01/2026 y fin del 26/08/2026, lo que permite calcular el salario total por puesto conforme al período efectivo de ejecución.

Tabla 472. Resumen de costos por salarios de la implementación del proyecto

Categoría	Puesto/Cargo	Salario mensual	Duración del proyecto (Meses)	Salario Total
Salarios del personal de la implementación	Gerente del proyecto	$1,800.00	7.5	$13,500.00
	Gerente administrativo	$1,200.00	7.5	$9,000.00
	Gerente de operaciones	$1,200.00	7.5	$9,000.00
Total		$4,200.00	-	$31,500.00

Costos indirectos

A continuación, se detallan los costos indirectos asociados al funcionamiento operativo durante la implementación del proyecto, incluyen servicios básicos y apoyos operativos necesarios para garantizar el desarrollo continuo de las actividades.

Tabla 473. Resumen de costos indirectos de la implementación del proyecto

Categoría	Subcategoría	Costo Mensual	Duración del proyecto (Meses)	Costo Total
Costos Indirectos	Agua potable	$25.00	7.5	$187.50
	Electricidad	$10.00	7.5	$75.00
	Combustible	$100.00	7.5	$750.00
	Teléfono e internet	$35.00	7.5	$262.50
	Vigilancia	$600.00	7.5	$4,500.00
Total		$770.00	-	$5,775.00

Imprevistos

La reserva por imprevistos se incorpora con el fin de cubrir riesgos e incertidumbres inherentes al proceso de implementación que, aunque no forman parte del alcance definido, pueden afectar el presupuesto. De acuerdo con las buenas prácticas del Project Management Institute (PMI), los proyectos deben contemplar una reserva para contingencias derivada de la naturaleza incierta de los costos y riesgos residuales (PMI, 2021). Para este proyecto se ha estimado un 5% sobre los costos aplicables, lo cual

permite mantener un margen prudente sin sobredimensionar el presupuesto, tal como se muestra a continuación:

Tabla 474. Resumen de costos de reserva para imprevistos de la implementación del proyecto

Categoría	Descripción	Porcentaje Estimado	Monto aplicable por riesgo/Incertidumbre	Reserva
Imprevistos	Reserva por imprevistos	5%	$10,956.00	$547.80

En resumen, el costo de la implementación del proyecto es el siguiente:

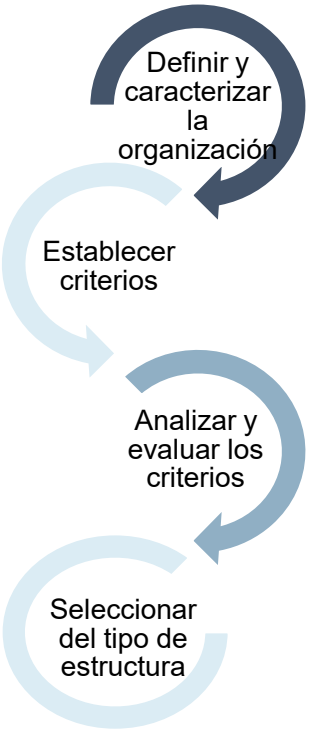
Tabla 475. Resumen de los costos de la implementación del proyecto

Categoría	Costo
Inversión por activo Fijo	$110,475.70
Costos de los entregables de la implementación	$5,181.00
Salarios del personal de la implementación	$31,500.00
Costos Indirectos varios	$5,775.00
Imprevistos	$547.80
Total	**$153,479.50**

I. Organización de la administración del plan

Diseño de la estructura organizativa

Ilustración 175 Metodología de la organización de la administración del plan



Definir el tipo de organización es la base para planificar, organizar, y controlar los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de un proyecto. Entre los diversos tipos de organización se describe aquellos que son potenciales según el tipo de plan a implementar

Según la guía del PMBOOK se establecen los criterios que tienen un mayor impacto y relación con el tipo de proyecto, se describen y se presenta un panorama general de las opciones analizar.

De los criterios establecidos previamente se coloca la distinción principal de 3 niveles, baja – mediana – alta, en los cuales se asigna porcentajes de peso según el criterio y las características que este

Se realiza la selección del tipo de estructura organizativa de modo que sea la adecuada a las necesidades del proyecto en su implementación.

Definición de los tipos de organización

Entre los tipos de proyectos conocidos se tomarán en cuenta los 3 principales para el estudio del trabajo, según el PMBOOK se definen los siguientes:

Ilustración 176 Tipos de organización según PMBOOK

Funcional	• Es una jerarquía donde cada empleado tiene un superior claramente establecido. Los miembros están agrupados de acuerdo a la especialidad: producción, comercialización, ingeniería y contabilidad a nivel superior.
Matricial	• En una organización orientada a proyectos, los miembros del equipo están frecuentemente ubicados en un mismo lugar. La mayoría de los recursos de la organización están involucrados en el trabajo del proyecto, y los directores del proyecto cuentan con una gran independencia y autoridad.
Por proyecto	• Presentan una mezcla de características de las organizaciones funcionales y de las orientadas a proyectos, entre sus tipos están la matricial débil, fuerte y equilibrada.

Establecimiento de criterios del plan

Se presentan los criterios para conocer cual estructura organizativa es la más conveniente a usar según las necesidades y características del plan de desarrollo turístico, según la guía de estudio PMBOOK se tienen:

Tabla 476. Criterios de la estructura organizativa según el PMBOOK

#	Descripción	Rango de evaluación	Peso
Incertidumbre	Medida según el porcentaje de actividades que presentan riesgo en la ejecución, se tiene en porcentaje que sería un 25% según lo planificado por lo que para su rango de evaluación se considera positivo y catalogado como “Alto” que sea menor al planificado.	Bajo: Más de 25% Medio: Entre 15% a 25% Alto: Menos de 15%	10%
Tecnología.	Medida según el nivel tecnológico que requiere el proyecto para realizar las diferentes funciones ligadas a la implementación y operación de la	Bajo: Tecnología común Medio: Tecnología	5%

	prueba piloto, en este criterio se incluye la maquinaria, equipo y softwares.	Compleja Alto: Tecnología Nueva	
Complejidad.	El factor complejidad hace referencia a factores que representan un reto tanto para el desarrollo, procesos y actividades de la implementación, dado este aspecto se ha decido enlazar a la ruta crítica obtenida en el proyecto del 30%.	Bajo: Más de 30% Medio: Entre 10% a 30% Alto: Menos de 10%	5%
Duración.	La duración hace referencia al tiempo en el que proyecto pueda ser implementado, es un factor crítico ya que de no ser realizado en el tiempo acordado representa un problema para la empresa. Se considera el tiempo previsto para la ejecución del proyecto, de 189 días.	Bajo: Más de 9 meses Medio Entre 6 a 9 meses Alto: Menos de 6 meses	15%
Dimensión	El factor dimensión estima la magnitud del proyecto, se refiere a la capacidad de personas que pueden ser atendidas en todos los servicios al mismo tiempo, para ello se toma la capacidad del proyecto será de 83 turistas en promedio.	Bajo: Menos de 20 familias Medio: Entre 20 y 40 familias Alto: Más de 40 familias	10%
Importancia.	Se refiere al impacto del proyecto, si este afecta únicamente a factores económicos y sociales locales, nacionales o internacionales, para el proyecto se medida y tomara en cuenta el rubro del turismo y el impulso creciente mostrado en los últimos años.	Bajo: Local Medio: Nacional Alto: Internacional	5%
Cliente	El factor cliente asocia la cartera de clientes potenciales, es decir que valora los diferentes	Bajo: Solo local Medio: Local y nacional	15%

	tipos de clientes que abarca el plan, para este caso se mide según el alcance planificado.	Alto: Local, Nacional e internacional	
Interdependencia	El factor interdependencia expone aspectos, y la cantidad de factores que están íntimamente relacionados entre sí y por ello se afectan mutuamente. Se considera que el proyecto está íntimamente relacionado con varios factores en su entorno.	Bajo: De más de 5 factores Medio: De 3 a 5 factores Alto: De 2 factores a independiente	5%
Diferenciación	El factor diferenciación asocia diferentes elementos, entre los cuales pueden considerarse, método o procedimientos empleados por la alcaldía, tecnología o personal altamente calificados.	Bajo Medio Alto	10%
Costos.	Valora el costo que se ha estimado para las diferentes etapas o para los diferentes departamentos, es decir que valora que tan alto pueden llegar a ser los costos del mismo	Bajo: Costo menor al estimado Medio: Costo igual al estimado Alto: Costo mayor al estimado	20%

Después de definir y asignar importancia a los criterios, se crea un sistema de puntuación estandarizada Este sistema es la herramienta que permite evaluar la estructura organizacional más adecuada para llevar a cabo el proyecto que se está analizando, basándose en los parámetros que ya se definieron.

Tabla 477. Criterios de evaluación para la selección de la estructura organizacional

Rango de evaluación	Calificación asignada	Definición
Bajo	3	No cumple con los criterios y requisitos del plan

Medio	6	Cumple medianamente con los criterios y requisitos del plan
Alto	9	Cumple completamente con los criterios y requisitos del plan

Analizar y evaluar los criterios

La siguiente tabla muestra la evaluación de los actores expuestos con su rango de evaluación, realizando una matriz ponderada para obtener la base para la selección del tipo de estructura organizativa.

Tabla 478. Evaluación de actores expuestos con su rango de evaluación

Criterios	Peso (%)	Estructura funcional		Estructura matricial		Estructura por proyecto	
		Calificación	Ponderada	Calificación	Ponderada	Calificación	Ponderada
Incertidumbre	10%	3	0.3	6	0.6	9	0.9
Tecnología.	5%	6	0.3	9	0.45	9	0.45
Complejidad.	5%	6	0.3	9	0.45	6	0.3
Duración.	15%	6	0.9	9	1.35	6	0.9
Dimensión	10%	3	0.3	9	0.9	6	0.6
Importancia.	5%	6	0.3	6	0.3	9	0.45
Cliente	15%	3	0.45	9	1.35	9	1.35
Interdependencia	5%	6	0.3	9	0.45	6	0.3
Diferenciación	10%	6	0.6	9	0.9	6	0.6
Costos.	20%	9	1.8	6	1.2	3	0.6
Total	100%	54	5.55	81	7.95	69	6.45

Luego de evaluar y ponderar cada criterio se observa que la estructura matricial obtuvo el mejor puntaje, también seguida de una estructura por proyecto que se puede llegar adaptar a los requerimientos del plan, sin embargo, es notorio que la estructura matricial cumple en casi todos los aspectos que se requiere el plan teniendo la mejor evaluación por lo cual es la estructura ideal para el plan y se selecciona como la estructura ganadora.

Organigrama de la administración del plan

Ilustración 177. Organigrama de la implementación del plan

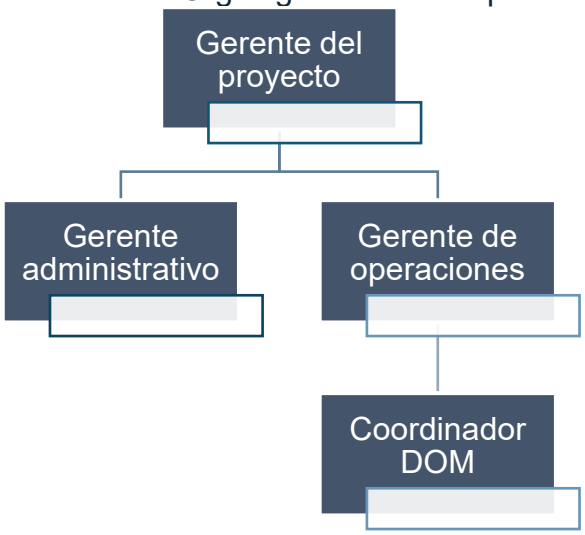


Tabla 479. Descripción de los cargos del organigrama para la administración del plan

Cargo	Descripción
Gerente del Proyecto	Es la autoridad máxima en la implementación del Plan de Desarrollo Turístico, es el responsable de planificar, dirigir y supervisar todas las actividades, garantizando que los objetivos de sostenibilidad, participación comunitaria y promoción turística se cumplan en los plazos y presupuestos establecidos.
Gerente Administrativo	Sus funciones son de gestión de recursos financieros, humanos y logísticos del plan, se encarga de administrar los fondos, cumplir los procesos administrativos y transparencia en el manejo de recursos
Gerente de Operaciones	Responsable de ejecutar directamente los proyectos definidos en el plan. Supervisa la implementación en campo y asegura la calidad de las intervenciones.

Coordinador DOM (Dirección de Obras Municipales)	Figura de enlace técnico entre la Gerencia de Operaciones y la Dirección de Obras Municipales. Aunque no pertenece directamente a la estructura interna, su rol es fundamental para garantizar que las obras de infraestructura turística (senderos, señalización, restauración de espacios públicos) se ejecuten con estándares adecuados.

Matriz de responsabilidades

Según la Guía metodológica PM4R (5ta edición), es una de las herramientas más útiles en la gestión de RRHH. La matriz conecta el organigrama del proyecto o de la(s) organización(es) responsable(s) de él con la EDT para asegurarse de que todos y cada uno de los componentes de los paquetes de trabajo sean asignados a alguna persona en el organigrama. Los formatos más comunes de la MAR son los siguientes:

Para el proyecto, se utilizará su aplicación de tipo diagrama denominada también Matriz RACI, dado que se basa en las cuatro variables más importantes de los RRHH. En la siguiente tabla se muestran cada uno de estos símbolos con el rol que le corresponde y una breve descripción.

Tabla 480. Descripción de roles matriz RACI

ID	Rol	Descripción
R	Responsable de la ejecución	Para cada producto y entregable de la EDT existe normalmente una persona responsable de su ejecución o de asegurarse que se ejecute.
A	Aprueba	Alguien que asume la responsabilidad final por la ejecución correcta y completa de un producto o entregable y recibe las informaciones de los responsables de su ejecución
C	Consultado	alguien que no está implicado directamente en la ejecución de un producto o entregable, pero que proporciona algún tipo de insumo para el proceso o es consultado para saber su opinión o pedirle un consejo.
I	Informado	alguien que recibe los resultados de un producto o entregable o recibe información acerca de los avances.

En la matriz de responsabilidades se requiere del responsable de la ejecución para que se cumpla la actividad, en el proyecto se encuentran los siguientes encargados según el organigrama.

N°	Responsable
1	Gerente del proyecto
2	Gerente administrativo
3	Gerente de operaciones
4	Coordinador DOM

Tabla 481. Roles de la matriz RACI

La matriz RACI se presenta por paquete de trabajo ya que dentro del desglose de las actividades por paquete la variación en los componentes RACI es mínima y se considera repetitiva para los fines de la elaboración de la matriz.

Tabla 482. Matriz RACI

Código	Paquete de trabajo	Gerente del proyecto	Gerente administrativo	Gerente de operaciones	Coordinador DOM
A1.	Obtención de permisos	A	R	C	C
A2.	Contratación de personal	A	R	C	I
B1.	Obra civil	A	C	R	C
B2.	Señalización	A	I	R	C
C1.	Provisión	A	R	C	I
C2.	Instalación	A	C	R	C
D1.	Capacitación	A	R	C	I
D2.	Prueba piloto	A	C	R	I

Manuales organizativos

MANUAL DE LA ORGANIZACIÓN



Elaborado por:	CASTILLO DAVID	GALINDO ALICIA	LOPEZ WILLIAM		
		Fecha	15	10	2025

Contenido

Introducción……..... Pág. 3

Objetivos…… Pág. 4

Alcance…… Pág. 5

Marco Jurídico…… Pág. 6-8

Misión y visión..……... Pág. 9

Estructura Orgánica …… Pág. 10

Objetivos y funciones..……... Pág. 11-14

INTRODUCCIÓN

En el manual de organización para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el Territorio de Panchimalco es fundamental para establecer una descripción sobre la composición de la estructura organizativa con el objetivo que permita la operación correcta de la organización. En este manual se desglosarán un conjunto de directrices y procedimientos para la consecución de los objetivos y metas. En esencia, un manual de organización actúa como el esqueleto sobre el cual se sustenta la estructura de la implementación del plan.

Este manual también cumple la función conocer los requerimientos que se considera oportunos para el desempeño de cada uno de los puestos de trabajo del Plan de Desarrollo Turístico para el Territorio de Panchimalco, además de mostrar el apartado legal necesario para ultimar el inicio de las actividades para comenzar la implementación del proyecto.

En el mundo empresarial, la adaptabilidad y la claridad son esenciales, un manual de organización se convierte en un activo invaluable para navegar por un entorno en constante cambio, por ello el manual debe de estar en constante revisión para actualizarlo según los requerimientos que puedan surgir.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Establecer una estructura de puestos de trabajo junto a sus roles en la administración del plan para determinar las tareas, obligaciones e implicaciones que estos poseen para garantizar el cumplimiento de las operaciones a la implementación del plan.

Objetivos Específicos

- Definir de manera clara la misión y visión que tendrá la organización para la administración del plan.
- Brindar una guía que describa las diferentes actividades que posee cada cargo más la forma correcta de realizarlas.
- Identificar los puestos de trabajo que posean mayor implicación en la toma de decisiones según el área que poseen a su cargo.
- Contemplar las características, habilidades y destrezas que debe de poseer el personal necesario para un determinado puesto de trabajo.

Alcance

- El manual de organización comprende los conocimientos generales sobre las normativas legales que organización para la administración del plan debe de reunir para poder implementar el plan, conociendo cada uno de los artículos que se consideran relevantes en su divulgación según el contenido que posee cada uno, en paralelo también el manual comunicará de manera clara y concisa la composición de la organización, del mismo modo que se establecerá la misión o visión del proyecto.

ATRIBUCIONES DE LEY

Ley de turismo.

Debido a que el proyecto se encuentra orientado al sector del turismo, es importante conocer lo que la ley del turismo menciona en sus artículos, por lo cual se debe de conocer el objeto de ley el cual es el siguiente:

Art. 1.- 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.

Esta ley tiene ciertos organismos que velan por el cumplimiento de esta y otros organismos de apoyo que brindan asesoría y ayuda al cumplimiento de normativas que la ley contempla dentro de sus estatutos:

Art. 3.- En el texto de la presente Ley, la referencia al Órgano Ejecutivo en el Ramo de Hacienda, o al Ministerio de Hacienda, se entenderá que alude a las Direcciones de dicho Ramo que sean competentes en razón de la clase de tributo.

Art. 4.- La Secretaría de Estado que de acuerdo al Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo conozca de la materia de turismo en adelante la Secretaría de Estado, es el organismo rector en materia turística; le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y del Plan Nacional de Turismo, así como del cumplimiento de los objetivos de la presente Ley y sus Reglamentos.

ATRIBUCIONES DE LEY

Las autoridades gubernamentales que tengan atribuidas facultades para la conservación del patrimonio natural, cultural e histórico del país velarán por el aprovechamiento integral, preservación y restauración de dichos recursos turísticos nacionales, en estrecha colaboración con la Secretaría de Estado.

Para gozar de los beneficios establecidos el plan debe estar inscrito en el RNT:

Art. 9.- Habrá un Registro Nacional de Turismo, el cual tendrá jurisdicción nacional y dependerá de CORSATUR, quien ejercerá su administración y control, en el que podrán inscribirse las empresas turísticas que operen en el país, las cuales gozarán de los beneficios y de los incentivos que confiere la presente Ley cuando así lo soliciten y cumplan los requisitos legales.

Dentro de las obligaciones que la ley se menciona los siguientes:

Art. 10- Los titulares y sus Empresas Turísticas inscritas en el Registro, estén o no acogidas a los incentivos fiscales establecidos en la presente ley, tendrán las siguientes obligaciones:

a) Dar estricto cumplimiento a lo dispuesto en la presente Ley y sus reglamentos.

b) Proporcionar la información y documentos que les sean solicitados con relación al desarrollo de sus actividades; tal información tendrá tratamiento confidencial, excepto datos consolidados del sector y sus actividades.

c) Facilitar el ingreso a sus instalaciones a los funcionarios y empleados debidamente acreditados, cuando en cumplimiento de sus responsabilidades así lo soliciten.

Entre los beneficios que la ley ofrece, se tienen los siguientes:

Art. 21.- Toda persona natural o jurídica y sus empresas turísticas inscritas en el Registro podrán gozar de los beneficios generales que a continuación se señalan:

a) Inclusión en el catálogo de la oferta turística de El Salvador que al efecto prepare CORSATUR.

b) Información y respaldo de la Secretaría de Estado ante las diversas oficinas gubernamentales, cuando el interés turístico nacional lo amerite.

c) Apoyo de la Secretaría de Estado cuando sea solicitado por gremiales del sector y sea en beneficio del sector turístico nacional.

d) Participación en candidaturas para el otorgamiento de premios y reconocimientos de la industria turística que sean realizados por la Secretaría de Estado.

e) Apoyo a las entidades y organismos gubernamentales o privados en la creación de parques o áreas naturales protegidas, cuando ello tenga verdadero alcance turístico.

MISIÓN Y VISIÓN.

Misión:

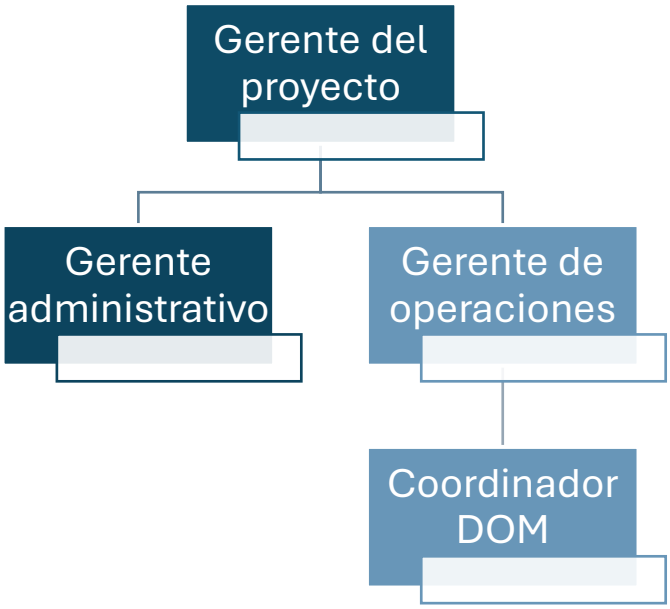
En el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Panchimalco, nos comprometemos a impulsar un turismo responsable que integre la riqueza cultural, histórica y natural del municipio. Nuestra misión es ofrecer experiencias auténticas que resalten las tradiciones, el patrimonio y los paisajes de Panchimalco, fortaleciendo la identidad local y promoviendo la participación comunitaria. A través de la planificación, la innovación y la sostenibilidad, buscamos generar beneficios económicos y sociales para la población, asegurando la conservación del medio ambiente y el legado cultural para las futuras generaciones.

Visión:

El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Panchimalco aspira a consolidar al municipio como un referente nacional e internacional en turismo cultural y de naturaleza. Queremos posicionar a Panchimalco como un destino reconocido por su autenticidad, hospitalidad y gestión sostenible de sus recursos, donde visitantes y comunidad se unan en una experiencia de respeto, aprendizaje y disfrute. Nuestra visión incluye el fortalecimiento de la economía local, la preservación de nuestro patrimonio cultural y natural, y la construcción de alianzas estratégicas que conviertan a Panchimalco en un modelo de desarrollo turístico equilibrado, inclusivo y sostenible en El Salvador.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN				
PANCHIMALCO	Fecha:	15	10	2025
	Código:	-	Versión:	01
	Elaborado por:	Castillo David	Galindo Alicia	López William

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



Gerente del proyecto

Es la máxima autoridad en la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico. Tiene la responsabilidad de planificar, dirigir y supervisar todas las actividades, garantizando que los objetivos de sostenibilidad, participación comunitaria y promoción turística se cumplan en los plazos y presupuestos establecidos.

Objetivo del puesto:

Dirigir y supervisar integralmente la ejecución del plan, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos, velar por el cumplimiento de los plazos y la toma de decisiones en pro del plan para garantizar el funcionamiento de este.

Funciones principales:

- ❑ Representar al plan ante la alcaldía, instituciones nacionales e internacionales.
- ❑ Aprobar y supervisar la planificación estratégica y operativa del proyecto.
- ❑ Coordinar la integración de programas y subproyectos bajo una visión unificada.
- ❑ Gestionar la asignación de recursos humanos, técnicos y financieros.
- ❑ Establecer mecanismos de control y evaluación de resultados.
- ❑ Fomentar alianzas y cooperación interinstitucional.

Gerente Administrativo

Encargada de la gestión de los recursos financieros, humanos y logísticos del plan. Asegura la correcta administración de fondos, transparencia en el manejo de recursos y cumplimiento de procesos administrativos.

Objetivo del puesto:

Garantizar la correcta gestión de los recursos financieros, materiales y humanos, bajo principios de eficiencia, transparencia y sostenibilidad.

Funciones principales:

- ❑ Elaborar y administrar el presupuesto asignado al plan.
- ❑ Implementar mecanismos de control financiero y rendición de cuentas.
- ❑ Gestionar procesos de contratación y adquisición de bienes y servicios.
- ❑ Administrar el talento humano asignado (capacitaciones, reclutamiento, evaluaciones).
- ❑ Diseñar y mantener un sistema de archivo y control documental del proyecto.
- ❑ Brindar apoyo logístico a las demás áreas del plan.

Gerente de operaciones

Responsable de ejecutar directamente los proyectos definidos en el plan. Supervisa la implementación en campo y asegura la calidad de las intervenciones.

Objetivo del puesto:

Coordinar y ejecutar en campo las actividades, obras y programas del plan, garantizando su implementación en los plazos y con la calidad requerida.

Funciones principales:

- ❑ Coordinar la ejecución de proyectos turísticos (rutas, señalización, eventos, conservación).
- ❑ Supervisar directamente las fases de construcción, organización de ferias y actividades culturales.
- ❑ Implementar estrategias de sensibilización comunitaria en conjunto con las comunidades locales.
- ❑ Velar por el cumplimiento de las normativas ambientales y de seguridad.
- ❑ Monitorear avances en terreno y generar informes de resultados.
- ❑ Proponer mejoras operativas para optimizar la gestión del plan.

Coordinador DOM (Dirección de Obras Municipales)

Figura de enlace técnico entre la Gerencia de Operaciones y la DOM, su rol es fundamental para garantizar que las obras de infraestructura turística se ejecuten con estándares adecuados.

Objetivo del puesto:

Servir como enlace técnico entre la Gerencia de Operaciones y la DOM, asegurando que las obras de infraestructura turística respondan a los estándares técnicos, ambientales y de sostenibilidad.

Funciones principales:

- ❑ Coordinar con la Gerencia de Operaciones los cronogramas de ejecución de obras.
- ❑ Asegurar que los trabajos de infraestructura (senderos, señalización, restauraciones) cumplan con la normativa.
- ❑ Supervisar la calidad técnica de las construcciones realizadas por la DOM.
- ❑ Informar sobre avances, problemas y necesidades de ajuste en las obras.
- ❑ Apoyar en la entrega y recepción de obras turísticas hacia la municipalidad y el plan.
- ❑ Actuar como punto de contacto permanente entre la DOM y el equipo del proyecto.

MANUAL DE PUESTOS



Elaborado por:	CASTILLO DAVID	GALINDO ALICIA	LOPEZ WILLIAM		
		Fecha	15	10	2025

CONTENIDO

Introducción……..... Pág. 3

Objetivos…… Pág. 4

Objetivo General…….. Pág. 4

Objetivo Especifico…….. Pág. 4

Descripción de puestos…….. Pág. 5

INTRODUCCIÓN

El presente manual ha sido elaborado con el propósito de establecer un marco claro y ordenado de la estructura organizativa que dará soporte al Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Panchimalco. Este documento describe de manera precisa las responsabilidades, funciones, requisitos y competencias de cada uno de los cargos contemplados dentro de la organización que se propone para la gestión turística del municipio.

A través de estas descripciones se busca definir el perfil ideal para cada puesto, facilitando la selección, capacitación y asignación adecuada de los recursos humanos. De esta manera se asegura que el personal involucrado cuente con las capacidades y conocimientos necesarios para contribuir eficazmente al cumplimiento de los objetivos del plan.

El manual constituye una herramienta de referencia esencial que no solo organiza y clarifica las funciones internas, sino que también garantiza la coherencia en la gestión, promueve la eficiencia operativa y respalda la visión de convertir a Panchimalco en un destino turístico sostenible, competitivo e inclusivo.

OBJETIVOS

Objetivo general

Establecer un sistema claro y completo que defina de forma detallada los puestos de trabajo descritos en la estructura organizativa de la Implementación del Plan de Desarrollo Turístico para el Territorio de Panchimalco, así como proporcionar información sobre cada puesto, incluyendo los requisitos, experiencias, habilidades y funciones que deben ser cumplidos para un desempeño efectivo en el cargo.

Objetivos específicos

- Detallar las responsabilidades y funciones: Describir de manera precisa y exhaustiva las responsabilidades clave y las funciones específicas de cada puesto. Esto permitirá a los miembros de la unidad de turismo comprender claramente sus roles y responsabilidades.
- Identificar las habilidades requeridas: Especificar las habilidades técnicas, conocimientos y competencias necesarias para cada puesto. Esto facilitará la identificación de las habilidades necesarias para un rendimiento exitoso

MANUAL DE PUESTOS				
PANCHIMALCO	Fecha:	15	10	2025
	Código:	-	Versión:	01
	Elaborado por:	Castillo David	Galindo Alicia	López William

DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Gerente del Proyecto	**Área:**	Implementación
Dependencia: -		**N° de plazas:** 01	
Supervisa a: Gerente Administrativo, Gerente de Operaciones			
Descripción	Encargado de planificar, organizar, ejecutar y supervisar el proyecto de implementación del Plan de Desarrollo Turístico para el Territorio de Panchimalco Cumpliendo la ejecución del proyecto en tiempo, alcance, costos y calidad.		
Requisitos	Ingeniero industrial con maestría en formulación e implementación de proyectos, nivel de inglés avanzado		
Habilidades	• Gestión financiera • Conocimiento técnico • Habilidad de toma de decisiones • Gestión de tiempos • Liderazgo y comunicación		
Experiencia	Proyectos como Gerente General en proyectos turísticos		
Funciones	• Planificación estratégica • Supervisar y controlar el presupuesto del proyecto • Gestionar el cronograma del proyecto • Evaluar y gestionar los riesgos • Evaluación del rendimiento • Elaboración de informes periódicos		

MANUAL DE PUESTOS				
PANCHIMALCO	Fecha:	15	10	2025
	Código:	-	Versión:	01
	Elaborado por:	Castillo David	Galindo Alicia	López William

DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Gerente Administrativo	**Área:**	Implementación
Dependencia: Gerente del Proyecto		**N° de plazas:** 01	
Supervisa a: -			
Descripción	Responsabilidad de garantizar que las funciones jurídicas, contables, de contrataciones y adquisiciones del proyecto se completen a tiempo, cumplan con los estándares de calidad y cumplan con los requisitos legales y regulatorios.		
Requisitos	Ingeniero industrial, nivel de inglés intermedio		
Habilidades	• Gestión de Adquisiciones y Contrataciones • Gestión de Recursos Financieros • Gestión del Tiempo y Priorización • Conocimientos Legales		
Experiencia	Más de 3 años en puestos de planeación		
Funciones	• Garantizar el cumplimiento de los requisitos legales • Coordinación de la contabilidad y finanzas • Supervisar la contratación y capacitación del personal • Supervisar el proceso de adquisiciones garantizando que se realice según lo planificado • Evaluación del desempeño de las funciones que supervisa		

MANUAL DE PUESTOS				
PANCHIMALCO	Fecha:	15	10	2025
	Código:	-	Versión:	01
	Elaborado por:	Castillo David	Galindo Alicia	López William

DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Gerente de Operaciones	**Área:**	Implementación
Dependencia: Gerente del Proyecto		**N° de plazas:** 01	
Supervisa a: Coordinador DOM (Dirección de Obras Municipales)			
Descripción	liderar y coordinar todas las operaciones del proyecto, desde la instalación de maquinaria y equipo hasta la ejecución de la prueba piloto, asegurando que se cumplan los plazos, los estándares de calidad y la seguridad.		
Requisitos	Ingeniero industrial, nivel de inglés intermedio		
Habilidades	• Gestión de equipos • Habilidades técnicas de instalación • Seguridad en instalaciones • Análisis de datos • Ajustes y optimización • Comunicación de resultados		
Experiencia	Más de 2 años en puestos de planeación		
Funciones	• Supervisión de la instalación de maquinaria y equipo • Medición del rendimiento y retroalimentación • Toma de decisiones con los resultados de la prueba piloto • Garantizar la integración del personal con las instalaciones para su correcto funcionamiento • Comunicación de los resultados al gerente del proyecto		

MANUAL DE PUESTOS				
PANCHIMALCO	Fecha:	15	10	2025
	Código:	-	Versión:	01
	Elaborado por:	Castillo David	Galindo Alicia	López William

DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS

Nombre del puesto:	Coordinador DOM	**Área:**	Implementación
Dependencia: Gerente de Operaciones		**N° de plazas:** 01	
Supervisa a: -			
Descripción	Coordinar y supervisar las actividades técnicas y operativas relacionadas con la infraestructura y señalización del plan de desarrollo turístico garantizando que se desarrollen conforme a los lineamientos técnicos, normativos y de sostenibilidad establecidos.		
Requisitos	Ingeniero civil o Arquitecto, de herramientas ofimáticas y software de diseño (AutoCAD o similar).		
Habilidades	• Planificación y control de obras. • Supervisión técnica y liderazgo de equipos de campo. • Capacidad de análisis y solución de problemas. • Comunicación efectiva y trabajo en equipo. • Compromiso con la sostenibilidad y la seguridad laboral		
Experiencia	Más de 2 años en ejecución o supervisión de obras civiles		
Funciones	• Coordinar la ejecución de obras relacionadas con infraestructura turística • Gestionar los recursos materiales y equipos necesarios para la ejecución de las obras. • Colaborar con el Gerente de Operaciones en la planificación y programación de actividades. • Elaborar reportes técnicos periódicos sobre el avance físico y financiero de los proyectos.		

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS



Elaborado por:	CASTILLO DAVID	GALINDO ALICIA	LOPEZ WILLIAM		
		Fecha	15	10	2025

CONTENIDO

Introducción……..... Pág. 3

Objetivos…… Pág. 4

Objetivo General…….. Pág. 4

Objetivo Especifico…….. Pág. 4

Descripción de procesos…….. Pág. 5

INTRODUCCIÓN

El presente manual ha sido diseñado para proporcionar instrucciones claras y detalladas sobre los diferentes procedimientos involucrados en la implementación del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible en el Territorio de Panchimalco, centrándose en los procesos administrativos más importantes que se planifica ejecutar, se muestra una descripción detallada de cada uno de estos procesos, así como las mejores prácticas y recomendaciones para garantizar un flujo de trabajo eficiente y resultados exitosos. Contiene información valiosa sobre los requisitos, responsabilidades, actividades y plazos asociados con cada etapa de la implementación. También se proporcionarán plantillas útiles para la mejor comprensión de los procedimientos descritos.

Este manual es una herramienta para el control de los procesos administrativos de la empresa. Y ha sido diseñado con el objetivo de ser útil para los directivos o encargados de las funciones de la empresa, para que pueda ser tomado por cualquier ente interesado en los procesos definidos.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Estandarizar y definir las pautas que deben cumplir los responsables de la ejecución de los diferentes procesos administrativos durante la implementación del plan, para facilitar la obtención de la información oportuna para el seguimiento y control de los actores y los resultados esperados de cada proceso.

Objetivos Específicos

- Instruir al personal acerca de las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para asignar responsabilidades y evitar la duplicidad y detectar omisiones.
- Servir como medio de integración y orientación al personal nuevo asignado al proyecto facilitando su incorporación en las distintas funciones operacionales
- Estandarizar los procesos administrativos para ejercer el seguimiento, control y retroalimentación sobre los resultados obtenidos.
- Aumentar la eficiencia de los empleados, brindando indicaciones oportunas de lo que se debe hacer y cómo de manera que no exista espacio para la confusión.

Procesos Entregable 1: a. Obtención de permisos

Código	Actividad	Responsable principal	Apoyo / Coordinación
1	Constitución del comité de desarrollo turístico	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo
2	Registro en CORSATUR del CDT	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto
3	Presentación del proyecto	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo
4	Aprobación del proyecto	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo
5	Obtención de los planos y estudios previos	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM
6	Presentación del formulario ambiental	Gerente de Operaciones	Gerente Administrativo
7	Visita de inspección del MARN	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM
8	Aprobación del permiso ambiental	Gerente Administrativo	Gerente de Operaciones
9	Presentación de solicitud para el permiso de construcción	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
10	Aprobación del permiso de construcción	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
11	Aprobación del diseño de la marca por el CDT	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo
12	Presentación de la solicitud	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto
13	Publicación de la solicitud	Gerente Administrativo	—
14	Resolución y registro	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto

Código	Actividad	Responsable principal	Apoyo / Coordinación
1	Planificación de necesidades de personal	Gerente Administrativo	Gerente Administrativo
2	Preparación de documentación y perfiles	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto
3	Publicación y difusión de vacantes	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto
4	Recepción y preselección de candidatos	Gerente Administrativo	Gerente de Operaciones
5	Evaluación y entrevistas	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo
6	Selección y contratación	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo y Coordinador DOM

Código	Actividad	Responsable principal	Apoyo / Coordinación
1	Preparación del área de trabajo	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM
2	Construcción de escaleras	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
3	Construcción de mesas circulares	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
4	Construcción de cabañas para avistamiento de flora y fauna	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
5	Construcción de mirador	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
6	Construcción de vestidores	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
7	Construcción de baños	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
8	Construcción de espacio de descanso	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
9	Limpieza de las obras	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM
10	Inspección general	Gerente del Proyecto	Gerente de Operaciones y Coordinador DOM
11	Corrección de observaciones	Coordinador DOM	Gerente de Operaciones
12	Recepción de obras	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo y Gerente de Operaciones

Código	Actividad	Responsable principal	Apoyo / Coordinación
1	Identificación de los tipos de señales	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM / Gerente del Proyecto
2	Identificación de ubicaciones	Gerente del Proyecto	Gerente de Operaciones / Coordinador DOM
3	Búsqueda de proveedores	Gerente Administrativo	Gerente de Operaciones
4	Selección de proveedor	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo/ Gerente de Operaciones
5	Suministro de señales	Gerente Administrativo	Gerente de Operaciones
6	Instalación de señales	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM
7	Inspección	Gerente del Proyecto	Gerente de Operaciones / Coordinador DOM
8	Recepción de señales	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo/ Coordinador DOM

Código	Actividad	Responsable principal	Apoyo / Coordinación
1	Revisión de requerimientos de mobiliario, equipo, materiales e insumos	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto / Gerente de Operaciones
2	Cotización de los requerimientos	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto
3	Selección del proveedor	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto
4	Aprobación del presupuesto y orden de compra	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo
5	Recepción del mobiliario, equipo, materiales e insumos	Gerente Administrativo	Gerente de Operaciones / Coordinador DOM
6	Revisión de requerimientos de la instalación	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM / Gerente del Proyecto
7	Organización de las instalaciones	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM
8	Instalación del mobiliario y equipo	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM
9	Instalación de los puntos de control estadístico	Gerente de Operaciones	Coordinador DOM / Gerencia Administrativa
10	Inspección de las instalaciones	Gerente del Proyecto	Gerente de Operaciones / Coordinador DOM

Código	Actividad	Responsable principal	Apoyo / Coordinación
1	Evaluar los puestos de trabajo y sus necesidades	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo
2	Desarrollar un programa de capacitación	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto
3	Contratar los capacitadores	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto
4	Realización de capacitaciones	Gerente de Operaciones	Gerente Administrativo
5	Evaluaciones y refuerzos	Gerente del Proyecto	Gerente de Operaciones

Código	Actividad	Responsable principal	Apoyo / Coordinación
1	Identificación de áreas piloto y sus requerimientos	Gerente del Proyecto	Gerente de Operaciones / Coordinador DOM
2	Crear plan de prueba piloto	Gerente del Proyecto	Gerente de Operaciones
3	Ejecución de prueba piloto	Gerente de Operaciones	Gerente del Proyecto / Coordinador DOM
4	Realizar pruebas funcionales y correcciones	Gerente de Operaciones	Gerente del Proyecto / Coordinador DOM
5	Aprobación del plan	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo
6	Generación de plan de marketing	Gerente Administrativo	Gerente del Proyecto
7	Implementación de plan de marketing	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo/ Gerente de Operaciones
8	Entrega de plan de marketing	Gerente del Proyecto	Gerente Administrativo

Conclusiones

La información recopilada a través de la investigación descriptiva y cuantitativa permitió contextualizar la situación turística del territorio de Panchimalco, evidenciando la necesidad de aprovechar de forma adecuada los recursos que conforman su oferta turística y establecer una gestión sostenible que oriente el desarrollo del territorio hacia un aprovechamiento responsable y competitivo de sus ventajas comparativas.

Se identificó que los atractivos más visitados del territorio son los ubicados en Los Planes de Renderos, destacando la Puerta del Diablo, el Parque de la Familia y el Parque Balboa, lo que demuestra una concentración del turismo en ciertas zonas y un desaprovechamiento de otros destinos con potencial.

Los turistas nacionales y extranjeros valoran las experiencias auténticas y culturales, con interés en las tradiciones locales, el contacto con la naturaleza y las actividades de descanso. La mayoría pertenece a segmentos socioeconómicos medios y altos, interesados en el ecoturismo y la historia. En términos psicográficos, buscan escapar del estrés cotidiano a través de experiencias que conecten con la cultura local y el entorno natural. Esto evidencia la necesidad de desarrollar una oferta que combine autenticidad, calidad y comodidad, resaltando los valores culturales y ambientales de Panchimalco.

El análisis comparativo de la competencia directa, indirecta y sustituta permitió identificar las ventajas competitivas del territorio, destacando su riqueza cultural, artística y natural. Panchimalco se diferencia por su legado histórico y sus tradiciones vivas, que lo posicionan como un destino ideal para el turismo cultural y ecológico. Su propuesta de valor debe centrarse en potenciar estos atributos mediante la creación de experiencias integrales que combinen cultura, naturaleza y sostenibilidad, fortaleciendo la infraestructura y los servicios sin comprometer la autenticidad del destino.

En cuanto al mercado distribuidor, aunque actualmente predomina el canal directo, se evidencia un interés creciente de los operadores turísticos por incluir a Panchimalco en sus circuitos y paquetes personalizados. Esto representa una oportunidad estratégica

para establecer alianzas que diversifiquen la oferta, integrando actividades culturales, gastronómicas y naturales. La disposición de los operadores para adaptar los paquetes según las preferencias y presupuestos de los visitantes es clave para ampliar la demanda y consolidar la presencia del destino en el mercado nacional.

Las instituciones de apoyo juegan un papel esencial para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible, ya que aportan respaldo técnico, financiero, social y promocional. El hecho de que el proyecto se desarrolle para la Unidad de Turismo Municipal le brinda ventajas en el acceso a alianzas con entidades gubernamentales y privadas que pueden facilitar su ejecución.

La implementación de las tres rutas turísticas propuestas representa un avance sustancial hacia la diversificación de la oferta, al conectar y promover atractivos poco explotados, redistribuyendo el flujo de visitantes y evitando la saturación de los puntos más concurridos. Estas rutas se convierten en un instrumento clave para posicionar a Panchimalco como un destino de mayor permanencia y dinamismo económico dentro del circuito turístico nacional.

El enfoque sostenible adoptado en el plan busca garantizar la conservación ambiental y cultural del territorio. La distribución equilibrada del flujo de visitantes, la gestión de la capacidad de carga, la sensibilización comunitaria y la promoción de un turismo responsable permitirán preservar el patrimonio natural y cultural a largo plazo. Este modelo posiciona a Panchimalco como un destino ejemplar, capaz de ofrecer experiencias auténticas y enriquecedoras sin comprometer el equilibrio ambiental ni el bienestar de sus habitantes.

El fortalecimiento de los negocios locales constituye un pilar del desarrollo turístico sostenible propuesto, ya que el proyecto tiene un alto componente social orientado a beneficiar directamente a la población. Se espera que la dinamización económica derivada del turismo mejore la calidad de vida de los residentes y eleve los estándares

de los servicios turísticos, generando una relación virtuosa entre comunidad, economía y sostenibilidad.

Asimismo, la creación de una marca distintiva permitirá consolidar la identidad de Panchimalco como destino auténtico y competitivo, proyectando una imagen coherente y atractiva en el mercado nacional e internacional. Esta estrategia de marketing integral facilitará la comunicación de sus valores y atractivos singulares, incrementando el flujo de visitantes y los beneficios económicos para la comunidad local.

El estudio económico-financiero demostró que el proyecto cuenta con una estructura sólida y sostenible. Los flujos de ingresos proyectados evidencian una tendencia de crecimiento estable y un control eficiente de los gastos, permitiendo recuperar la inversión inicial en un plazo razonable. Los estados financieros proforma reflejan una mejora progresiva en rentabilidad y liquidez, confirmando la viabilidad y sostenibilidad del plan en el mediano plazo.

La aplicación de los indicadores financieros reafirma la solidez del proyecto: con una TMAR del 16.52%, un VAN de $371,193.32 y una TIR del 43%, se supera ampliamente el rendimiento mínimo esperado. Además, el punto de equilibrio de 20,121 recorridos y una relación beneficio–costo de 1.28 reflejan que, por cada dólar invertido, el proyecto genera casi cinco en beneficios, confirmando su rentabilidad y bajo nivel de riesgo.

Finalmente, la evaluación integral del impacto del plan evidencia su coherencia con los principios del desarrollo sostenible. Económicamente, impulsa la productividad local y la creación de empleo; socialmente, fortalece la participación comunitaria y la preservación cultural; y ambientalmente, promueve el uso responsable de los recursos naturales. En conjunto, el proyecto se consolida como una herramienta estratégica para el desarrollo integral de Panchimalco, contribuyendo al bienestar de su población y al posicionamiento del municipio como un referente nacional en turismo sostenible.

Recomendaciones

Realizar un inventario turístico integral que valore los recursos naturales, culturales y patrimoniales de Panchimalco, identificando su influencia en el turismo local. Este diagnóstico permitirá optimizar los recursos existentes y promover el desarrollo de aquellos menos visitados, bajo prácticas sostenibles. Se recomienda además implementar mecanismos de monitoreo y evaluación para medir los impactos generados.

Diversificar la oferta turística más allá de los Planes de Renderos, ampliando los destinos dentro del territorio para distribuir de forma equitativa los beneficios del turismo. Con ello se fortalecerá el desarrollo sostenible y se ofrecerá una gama más amplia de experiencias al visitante.

Implementar mecanismos de retroalimentación continua con los turistas, a través de encuestas y plataformas digitales, que permitan mejorar los servicios, adaptar las experiencias a las preferencias del mercado y consolidar la imagen de Panchimalco como un destino competitivo y atractivo.

Invertir en infraestructura y servicios turísticos que mejoren la experiencia del visitante sin comprometer la autenticidad del entorno. Esto incluye rutas ecológicas seguras, centros culturales y opciones de alojamiento sostenibles, garantizando un equilibrio entre confort, identidad local y respeto al medio ambiente.

Ampliar y fortalecer las alianzas estratégicas con operadores turísticos que compartan los principios de sostenibilidad del plan, priorizando aquellos que promuevan experiencias culturales y naturales acordes con las preferencias del visitante. Estas alianzas permitirán ampliar la distribución y aumentar el flujo de turistas hacia el territorio.

Potenciar las relaciones institucionales de la Unidad de Turismo con organismos gubernamentales y privados que respalden el desarrollo turístico sostenible. La colaboración interinstitucional facilitará la obtención de recursos técnicos y financieros, incrementando las probabilidades de éxito en la implementación del plan.

Evaluar la creación o incorporación de nuevos atractivos turísticos a partir del análisis de los resultados del plan actual, aprovechando el potencial de recursos aún no explotados. Para ello se recomienda realizar estudios técnicos que aseguren su viabilidad ambiental, económica y social.

Fomentar la participación de la comunidad local en la conservación del patrimonio natural y cultural mediante programas de educación ambiental, talleres y espacios participativos. Este enfoque fortalece el sentido de pertenencia, promueve el turismo responsable y garantiza la sostenibilidad del destino.

Consolidar alianzas con organizaciones vinculadas directa o indirectamente al sector turístico para reforzar el apoyo al desarrollo del territorio, incentivar la diversidad de actores y fomentar una competencia sana que eleve la calidad de los servicios ofrecidos.

Desarrollar una identidad turística sólida basada en la creación y difusión de una marca territorial para Panchimalco. Esta marca deberá ser apropiada por empresarios, guías, artesanos y otros actores locales, fortaleciendo la cohesión y el reconocimiento del destino a nivel nacional.

Mantener una estructura financiera sólida mediante la diversificación de fuentes de financiamiento público, privado y comunitario. Se recomienda revisar anualmente los flujos de caja y estados financieros para ajustar los costos e ingresos ante cambios económicos o inflacionarios, garantizando la estabilidad del plan.

Implementar un sistema de seguimiento financiero continuo que evalúe indicadores clave como TMAR, VAN, TIR y relación beneficio–costo. Además, destinar parte de las utilidades a un fondo de reinversión en infraestructura y promoción turística, fortaleciendo la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

Fortalecer la sostenibilidad integral del plan mediante la participación comunitaria y la creación de programas permanentes de educación ambiental. Se sugiere establecer indicadores de impacto económico, social y ambiental que permitan monitorear los avances y asegurar un equilibrio entre crecimiento turístico, conservación y bienestar local.

Glosario

Actividad/actividades: En las estadísticas de turismo el término actividades representa las actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante este, en tanto que consumidores.

Actividad (productiva): La actividad (productiva) llevada a cabo por una unidad estadística es el tipo de producción que esta realiza. Debe entenderse como un proceso, es decir, la combinación de medidas que se traducen en un conjunto determinado de productos. La clasificación de actividades productivas está determinada por su producción principal.

Cadena de valor del turismo: La cadena de valor del turismo es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico.

Calidad de un destino turístico: La calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos.

Censo: Un censo es la enumeración completa de una población o de grupos en un momento en el tiempo respecto de características bien definidas: por ejemplo, la población, la producción, el tránsito en determinadas carreteras.

Competitividad de un destino turístico: La competitividad de un destino turístico es la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos.

Compilación de datos: El proceso sistemático de recopilar datos para las estadísticas oficiales.
Conciliación de datos: El proceso de ajuste de datos derivados de dos fuentes diferentes para eliminar, o al menos reducir, el efecto de las diferencias identificadas.

Consumo turístico: El consumo turístico tiene la misa definición formal que el gasto turístico. No obstante, el concepto de consumo turístico utilizado en la Cuenta Satélite de Turismo va más allá del concepto de gasto turístico.

Consumo turístico nacional: El consumo turístico nacional es el consumo turístico de los visitantes residentes, dentro y fuera de la economía de referencia. Es la suma del consumo turístico interno y el consumo turístico emisor

Consumo turístico receptor: El consumo turístico de un visitante no residente en la economía de referencia.

Destino turístico: Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación en una misma ubicación de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector.

Empleo: Las personas en empleo son todas aquellas en edad de trabajar que, durante un breve período especificado, ya sea una semana o un día, tenían un empleo asalariado o un empleo independiente.

Encuesta: Una investigación de las características de una población dada mediante la recopilación de datos de una muestra de dicha población y la estimación de sus características por medio del uso sistemático de una metodología estadística.

Innovación turística: La innovación turística es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie.

Lugar de residencia habitual: Por lugar de residencia habitual se entiende el lugar en que la persona vive en el momento del censo, definido como su lugar de residencia habitual. Muestra: Un subconjunto de un marco en que los elementos de seleccionan sobre la base de un proceso aleatorio con una probabilidad conocida de selección.

Nacionalidad: El concepto de país de residencia de un viajero es distinto del de su nacionalidad o ciudadanía.

País de residencia: El país de residencia (habitual) de un hogar o una persona (o de cualquier otra unidad institucional) se determina de conformidad con el centro de interés económico predominante de sus miembros.

Proporción turística: La proporción turística es la proporción de la fracción correspondiente del consumo turístico interno en cada componente de la oferta. Para cada industria, la proporción turística de la producción es la suma de la proporción turística que corresponde a cada una de sus producciones.

Sector turístico: El sector turístico, según la Cuenta Satélite de Turismo, es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes.

Turismo cultural: El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico.

Turismo educativo: El turismo educativo cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades.

Referencias bibliográficas

Alcaldía municipal de panchimalco. (S.F.). Datos generales. Https://www.Facebook.Com/alcaldiadepanchimalco/

Alcaldía municipal de panchimalco. (S.F.). Reseña histórica. Https://www.Facebook.Com/alcaldiadepanchimalco/

Archbald, G., & Fletcher, J. (2008). Turismo, género y desarrollo: perspectivas internacionales. Londres: routledge.

Asociación americana de agencias de viajes (ASTA): https://www.Asta.Org/

Asociación nacional de empresarios turísticos de el salvador (ANEPTUR)

Balaguer, M., & Cantavella, M. (2002). Turismo y desarrollo local. Editorial ariel.

Banco central de reserva de el salvador. (S.F.). Cuentas nacionales.

Brida, J., Pereyra, M., Such, M., & Zapata, M. (2008). Análisis económico del turismo. Editorial pirámide.

Cámara de turismo de el salvador (CAMTUR)

Censos nacionales vi de población y v de vivienda. (S. F.). *Dirección general de estadística y censos*. Https://www.Transparencia.Gob.Sv/institutions/minec/documents/12878/download

Centro europeo de postgrados (CEUP). (S.F.). Gastronomía y turismo.

Consejo mundial de viajes y turismo (WTTC): https://wttc.Org/

Diagnóstico territorial municipio de panchimalco, departamento san salvador. (S. F.). Fondo de inversión social para el desarrollo local, 1(1). Https://www.Transparencia.Gob.Sv/institutions/alcpanchimalco/documents/412260/download

Dirección general de estadística y censos (DYGESTYC). (2007). VI censo nacional de población y V de vivienda 2007.
Dritsakis, N. (2004). Turismo: economía y gestión. Editorial síntesis.
Encuesta de movimientos turísticos en fronteras terrestres y aeropuerto. CORSATUR y datos migración y extranjería.
Estimaciones y proyecciones de población municipal. (S. F.). *Digestyc*. Https://www.Bcr.Gob.Sv/documental/inicio/vista/el_salvador_proyecciones_de_poblacion_municipal_2020-2030(rev2021).Pdf
Estrategia nacional de desarrollo turístico de el salvador: https://www.Mitur.Gob.Sv/download/plan-estrategico-de-turismo-2020-2024/
Fayos, A. (2007). Dirección de empresas turísticas (4a ed.). Editorial pirámide.
Federación internacional de asociaciones de agencias de viajes (FTAA): https://iftta.Org/
Gokovali, G. (2010). The impact of tourism on economic growth and development. Annals of tourism research, 37(3), 693-714.
Hall, C. M., & Jenkins, J. M. (2019). Rethinking tourism and development: A critical perspective. Tourism geographies, 21(4), 541-558.
Instituto salvadoreño de turismo (ISTU)
Kotler, P., Bowen, J. A., & Makens, J. R. (1999). Marketing turístico (3a ed.). Prentice hall.
Ministerio de cultura de el salvador (MINCULT). (2020). Inventario nacional de tradiciones populares de el salvador.
Ministerio de cultura de el salvador. (S.F.). Panchimalco: un pueblo con historia y tradición. Https://www.Cultura.Gob.Sv/
Ministerio de economía de el salvador. (2020). Directorio nacional de empresas de el salvador.
Ministerio de medio ambiente y recursos naturales de el salvador (MARN). (2007). Plan de desarrollo urbano y rural del municipio de panchimalco. Https://www.Marn.Gob.Sv/
Ministerio de obras públicas, transporte y vivienda de el salvador (MOPTV). (2021). Plan de desarrollo urbano y rural del municipio de panchimalco.
Ministerio de turismo de el salvador. (2014). Política nacional de turismo de la república de el salvador. Https://www.Mitur.Gob.Sv/

Ministerio de turismo de el salvador. (2015). Política de turismo sostenible de el salvador. [Publicación electrónica]. Http://www.Mitur.Gob.Sv/franja-costero-marina/otros-proyectos/politica-nacional-de-turismo/

Ministerio de turismo de el salvador. (2023). Boletín estadístico de turismo, enero-diciembre 2023. [Publicación electrónica]. Https://www.Mitur.Gob.Sv/

Nissan, J., Galindo, M., & Méndez, G. (2011). El turismo como factor de crecimiento económico en américa latina. Estudios y perspectivas del turismo, 20(1), 5-23.

Observatorio turístico de el salvador: https://www.Mitur.Gob.Sv/

Organización de las naciones unidas para la educación, la ciencia y la cultura (UNESCO): https://www.Unesco.Org/en

Organización mundial del turismo (OMT)

Organización mundial del turismo (OMT). (2015). Guía para la implementación de los principios de sostenibilidad del turismo.

Organización mundial del turismo (OMT). (2023). Barómetro del turismo mundial, enero-marzo 2023. [Publicación electrónica]. Https://www.E-unwto.Org/loi/wtobarometeresp

Organización mundial del turismo (OMT). (N.D.). Glosario de términos turísticos. Https://www.Unwto.Org/es/glosario-terminos-turisticos

Organización mundial del turismo (OMT). (S.F.). Definiciones generales del turismo

Organización mundial del turismo (OMT). (S.F.). Marketing turístico para la demanda

Organización mundial del turismo (OMT). (S.F.). Oferta turística.

Organización mundial del turismo (OMT). (S.F.). Planificación y desarrollo turístico.

Organización mundial del turismo (OMT). (S.F.). Turismo. Https://www.Unwto.Org/es/glosario-terminos-turisticos

Organización mundial del turismo (OMT): https://www.Unwto.Org/

Pearce, D. G. (1989). Tourism: development, planning and management (2nd ed.). Routledge.

Plan estratégico participativo de aguilares 2019-2028, CORDES – 2019

Plan invernal panchimalco 2019. Comision municipal de proteccion civil de panchimalco. Https://www.Transparencia.Gob.Sv/institutions/alc-panchimalco/documents/365750/download

Plan nacional de desarrollo turístico de el salvador: https://www.Mitur.Gob.Sv/download/plan-estrategico-de-turismo-2020-2024/

Real academia española y asociación de academias de la lengua española. (2023). Diccionario de la lengua española (24.ª Ed.).

Robbins, S. P. (1998). Administración estratégica: conceptos, casos y aplicaciones (8a ed.). Prentice hall.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practices*. Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing*. Pearson Education.

Bujalance, B. (1991). *Introducción al turismo*. Síntesi

Anexos

Anexo 1. Establecimiento del plan de trabajo de la cofradía de las flores y las palmas

En el levantamiento de información de la situación actual se participó en reuniones para el “Establecimiento del plan de trabajo de la cofradía de las flores y las palmas”, los datos más relevantes se detallan a continuación:

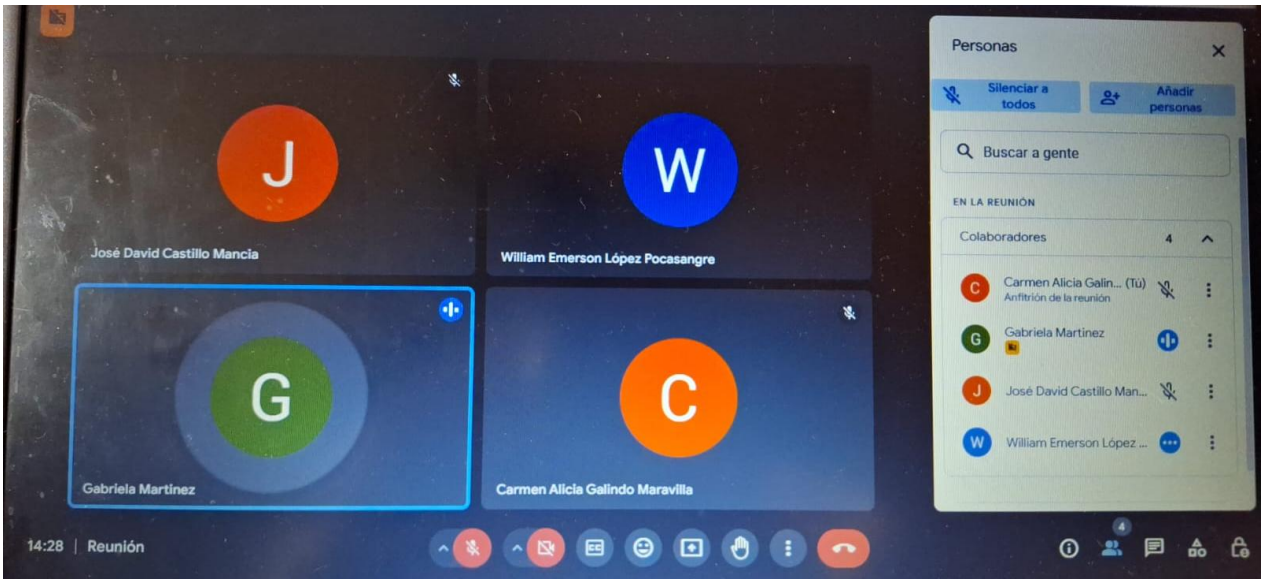
Resumen de la reunión	
Tema de la reunión:	Establecimiento del plan de trabajo de la cofradía de las flores y las palmas.
Distrito:	Panchimalco
Modalidad:	Presencial
Lugar de la reunión:	Casa del artista, Panchimalco
Fecha de realización:	Marzo 2024
Sesiones:	2
Participantes:	Comité gestor, comité de salvaguarda para la cofradía de las flores y las palmas, Ministerios de gobernación, priostes, teta, COFRADES, líderes de comunidades, casa de la cultura, unidad de turismo de Panchimalco, e investigadores.



Coordinador:	Marco Cativo, ministerio de gobernanza
Hechos relevantes:	- Reseña histórica de la gestión de las cofradías - Acercamiento a los actores involucrados y líderes de la comunidad - Valoración del aporte de las cofradías al turismo
Acuerdos:	- Establecimiento de las bases para la ordenanza municipal de la cofradía de las flores y las palmas - Incrementar el nivel de participación ciudadana - Involucramiento en el plan de desarrollo turístico por parte de los actores presentes

Anexo 2. Reunión virtual con la encargada de la unidad de turismo de Panchimalco.

Reunión virtual con Nuria Gabriela Martínez González, encargada de la unidad de turismo de Panchimalco.



Participantes

	A	B	C
1	**Nombre**	**Apellido**	**Correo electrónico**
2	José David	Castillo Mancia	cm17046@ues.edu.sv
3	Carmen Alicia	Galindo Maravilla	gm17030@ues.edu.sv
4	William Emerson	López Pocasangre	lp17006@ues.edu.sv
5	Gabriela	Martinez	gaby********@***.com

Resumen de la reunión	
Tema de la reunión:	Agenda de reuniones y visitas
Distrito:	Panchimalco
Modalidad:	Virtual, por la plataforma de Google meet
Fecha de realización:	Abril 2024
Participantes:	José Catillo, Alicia Galindo, William López y Gabriela Martínez
Hechos relevantes:	- Obtención de información e investigaciones realizadas en el territorio
Acuerdos	- Coordinar reuniones con los principales sitios turísticos del territorio de Panchimalco - Facilitación del material de las investigaciones previas del territorio - Acuerdo de realización de tours por los sitios turísticos.

Anexo 3. Entrevista a Nuria Gabriela Martínez sobre la oferta turística y el desarrollo del distrito de Panchimalco

Ficha técnica entrevista	
Instrumento:	Entrevista
Método de recolección:	Entrevista presencial en biblioteca del distrito
Fecha:	06/02/2024
Hora:	10:00 AM
Entrevistadores:	José David Castillo Mancía Carmen Alicia Galindo Maravilla William Emerson López Pocasangre
Entrevistada:	Nuria Gabriela Martínez González
Cargo:	Encargada de Unidad de turismo
Entidad:	Unidad de turismo

Material:	https://drive.google.com/file/d/1AdfudTmKOlth2gttRBs7qnJ-NtjlVC52/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1ESHO82JMCVnnXsLJeB1oMeJE3L427G23/view?usp=sharing

Cuestionario 1.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

TEMA: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

Objetivo de la entrevista:

Recopilar información sobre la situación actual en términos de turismos del distrito de Panchimalco para determinar las principales problemáticas que se presentan.

Preguntas.

1. **¿Cuáles son los principales recursos turísticos con los que cuenta actualmente Panchimalco?**
2. **¿Cuáles son los desafíos más importantes que enfrenta el desarrollo turístico en el territorio de Panchimalco?**
3. **¿Qué estrategias o acciones se están implementando actualmente para promover el turismo en Panchimalco?**
4. **¿Cuál es la participación y colaboración de la comunidad local en la planificación y ejecución de iniciativas turísticas?**
5. **¿Qué aspectos culturales, históricos o naturales destacan como puntos de interés para los visitantes?**
6. **¿Cuál es la relevancia de la cultura y las tradiciones locales en la atracción de turistas a Panchimalco?**

7. **¿Cómo se promueven y preservan los atractivos naturales de Panchimalco para el turismo sostenible?**
8. **¿Qué tipo de turismo es más característico en Panchimalco? (por ejemplo, turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo religioso, etc.)**
9. **¿Se han identificado segmentos específicos de turistas que muestran un interés particular en visitar Panchimalco? Si es así, ¿cuáles son y cómo se atienden sus necesidades?**
10. **¿Existen eventos o festividades locales que atraigan a un número significativo de visitantes? En caso afirmativo, ¿cómo contribuyen a la promoción del turismo en la región?**

Anexo 4. Entrevista a Guillermo Morán sobre la oferta turística del parque balboa

Ficha técnica entrevista	
Instrumento:	Entrevista
Método de recolección:	Entrevista presencial en oficina administrativa del parque balboa.
Fecha:	31/05/2024
Hora:	2:00 PM
Entrevistadores:	José David Castillo Mancía Carmen Alicia Galindo Maravilla William Emerson López Pocasangre
Entrevistada:	Guillermo Morán
Cargo:	Administrador del parque balboa
Funciones	- Gestión, manejo y supervisión de insumos y recursos incluyendo el recurso humano - Ser el enlace de la institución con las actividades que se realizan dentro del parque

	- Controlar y mitigar los riesgos en las diferentes épocas del año - Velar porque la infraestructura se encuentre en condiciones óptimas para funcionar

Cuestionario 2 entrevista Parque Balboa

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

TEMA: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

Objetivo de la entrevista:

Recopilar datos detallados sobre El Parque Natural Balboa con el fin de obtener información relevante sobre aspectos ambientales, económicos y sociales que aporten al análisis de la información para la consecución del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el territorio de Panchimalco.

Preguntas.

1. Debido a que algunas fuentes atribuyen la fecha de fundación del parque el año de 1950, otras en 1949 y 1917, donde esta última se entiende se refiere a una apertura informal ¿Cuál es la fecha de fundación del parque?
2. Hasta la actualidad ¿Podría brindarnos un repaso sobre la historia del parque, sus eventos más importantes y la actualidad que se presenta?
3. ¿Cuál es la visión y misión del Parque Natural Balboa?

4. Según la página web del ISTU, el Parque Natural Balboa se encuentra enlistado en dentro de sus parques, ¿Cuál es el papel del ISTU en la administración y gestión del parque?

5. ¿Cuáles son las principales actividades que se pueden realizar en el parque?

6. ¿Cómo se promueve el parque a nivel local, nacional e internacional?

7. Según datos del Ministerio De Turismo, el Parque Balboa en las vacaciones de semana santa ocupa el tercer puesto a nivel nacional de ingreso de turistas, ¿Cuáles son las cifras anuales que se presentaron en 2022, 2023 y las que se muestran en el primer cuatrimestre del año?

8. ¿Poseen porcentajes de asistencia de turistas nacionales e internacionales?

9. Dado a la importancia de la conservación del medio ambiente ¿Cuáles son las medidas que se imponen al turista y empleados para conservar los biomas que posee el parque?

10. ¿Poseen programas de turismo sostenible?

11. Según artículos de prensa, se ha mencionado que el Parque Balboa recibirá una remodelación la cual incluiría la construcción de cabañas, ¿Esta información es verdadera?

12. Dado a que el ámbito económico es importante para cualquier sociedad humana, si se puede conocer ¿Cuántos trabajadores tienen en nómina actualmente?

13. ¿Cuántas cafeterías poseen en la actualidad y estas están obligadas a pagar alguna especie de renta mensual? *si la existiese y se pudiese ¿Cuánto es el monto?

14. ¿Cuál es el ingreso anual que presenta el Parque?

15. ¿Poseen actividades turísticas que no sean gratis? Especificar

16. ¿Cuáles son los horarios de apertura y cierre?

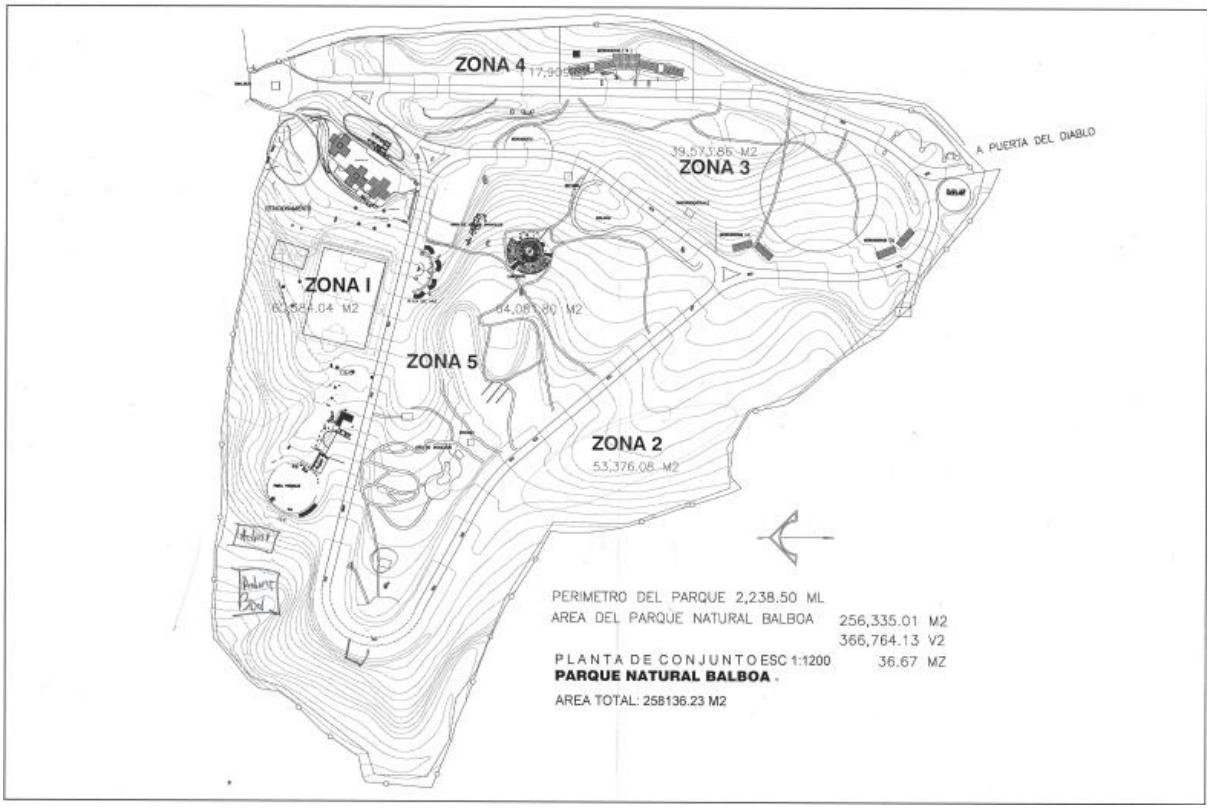
17. ¿Cuáles son los aportes que brinda el parque a la comunidad?

18. ¿Qué impacto tiene el parque en la economía y el bienestar de la comunidad de Panchimalco?

19.¿Cómo colabora el parque con la comunidad local y otras instituciones para promover el desarrollo turístico sostenible?

Como material a necesitar, agradeceríamos si cuentan con mapa del parque, estadísticas de ingresos de turistas y entradas de dinero anuales al parque, de ser posible.

Mapa del parque balboa



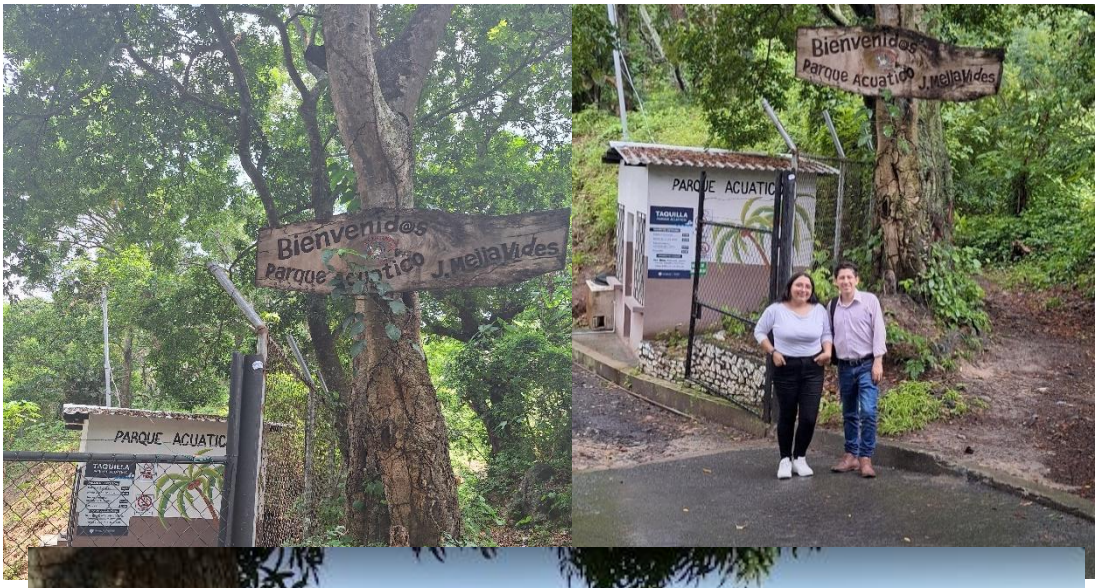
***Anexo 5.* Identificación y recorrido por los atractivos turísticos del territorio de Panchimalco.**

Parque balboa





Parque acuático





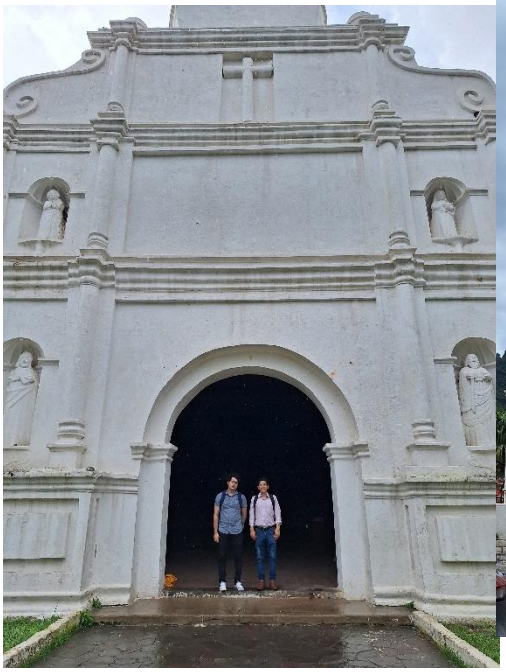
Polideportivo







Iglesia Santa Cruz de Roma





Casa de la cultura









Cofradía de las flores y las palmas









Festival de la anona





Feria de emprendedores



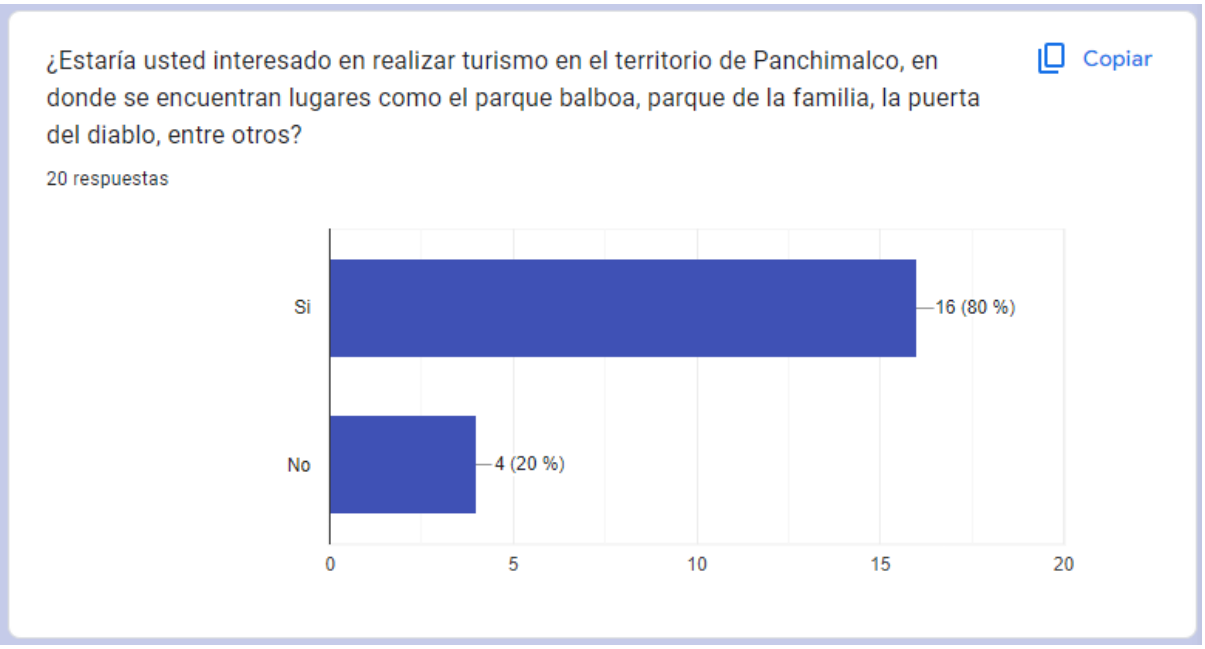


Anexo 6. Sondeo preliminar para determinar p y q

Se presenta el enlace para el sondeo disponible a través de Google Forms, así como el gráfico brindado por la plataforma.

Sondeo: https://forms.gle/7c9JujHRL5RP3xDc6

Gráfica:



Anexo 7. Instrumentos de recolección de la información, encuesta nacional y extranjera.

La encuesta se encuentra disponible a través del siguiente enlace: https://forms.gle/8UWToWfTxpeJE3iz8

Cuestionario encuesta nacional.

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

TEMA: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

Objetivo de la encuesta:
recopilar información sobre las percepciones, actitudes y experiencias de la población local y los visitantes en relación con el desarrollo turístico en el territorio de Panchimalco. Esta información se utilizará para elaborar un plan de desarrollo turístico sostenible que promueva la conservación del medio ambiente, el bienestar de la comunidad local y la satisfacción de los visitantes.

Preguntas.

1. **¿Cuál es su departamento de residencia?**

Santa Ana	La Paz	Morazán
Sonsonate	San vicente	La Unión
Ahuchapán	Chalatenango	San Miguel
Cabañas	Cuscatlán	Usulután
San Salvador	La Libertad	

2. **¿Cuál es su género?** Masculino Femenino

3. **¿Cuál es su edad?** 14 a 21 años 22 a 29 años
   30 a 37 años 38 a 45 años 46 años en adelante

4. **¿Cuál es su ocupación?** Empleado Estudiante
   Negocio propio Otro

5. **En el periodo de un año ¿Con qué frecuencia realiza turismo en el interior del país?**

De 1 a 2 veces De 3 a 4 veces Más de 5 veces

6. **¿De qué forma acostumbra a realizar turismo?**

Independiente | Buses alegres | Excursiones | Operadores turísticos

7. **¿Qué tipo de destinos turísticos frecuenta?**

Parques arqueológicos | Parques recreativos | Montañas | Volcanes | Pueblos | Playa

8. **¿Con quién suele realizar sus actividades turísticas?**

Pareja | Grupo familiar | Amigos | Solo | Otro

9. **¿Con compañía de cuántas personas en promedio visita los destinos turísticos?**

Ninguna | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 o más

10. **¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?**

1 día | 2 días | 3 días | Más de 3 días

11. **¿Cuál es el gasto promedio individual diario que invierte en realizar actividades turísticas?**

Entre $10 y $20 | Entre $21 y $40 | Entre $41 a $70 | Entre $71 a $100 | Más de $100

12. **¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?**

Días de asueto | Fin de año | Fin de semana | En cualquier temporada | Semana santa | Vacaciones de agosto

13. **¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?**

Turismo rural | Turismo religioso | Turismo de aventura | Turismo de pueblos | Turismo cultural | Turismo gastronómico | Turismo de sol y playa | Turismo de montaña

14. **¿Cuándo fue la última vez que visitó un destino turístico en El Salvador?**

Hace 1 semana | Hace 2 semanas | Hace 1 mes

Entre 2 y 6 meses | Entre 6 y 12 meses | Más de 12 meses

15. ¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?

Vehículo particular | Transporte contratado | Transporte público

16. ¿Por cuál medio se informa de los destinos turísticos que visita?

Redes sociales | Televisión | Sitios web
Recomendaciones | Radio

17. ¿Qué factores considera importantes al momento de escoger visitar un destino turístico?

Infraestructura | Vías de acceso | Tipo de turismo
Clima | Calidad del servicio | Precio
Atractivos del lugar | Distancia | Seguridad
Otra

18. Panchimalco comprende lugares como la puerta del diablo, el parque balboa, parque de la familia, la iglesia Santa Cruz de Roma, entre otros, considerando lo anterior ¿Ha visitado el territorio de Panchimalco?

Si | No

19. ¿Cuántas veces ha visitado el territorio de Panchimalco?

1 vez | 2 a 3 veces | 4 a 5 veces
Más de 5 veces

20. ¿Cuáles son los destinos turísticos que ha visitado en el territorio de Panchimalco?

Casa taller encuentro | Casa de la cultura | Iglesia Santa Cruz de Roma
Parque escultórico | Parque acuático | Iglesia Santuario de Fátima
Mirador de los planes | Parque Balboa | Parque de la familia
Puerta del diablo | Otra

21. ¿Qué actividades turísticas ha realizado en sus visitas al territorio de Panchimalco?

Alojamiento | Educativas | Contacto con la naturaleza
Compra de artesanías | Festividades religiosas | Culturales

Aventura	Gastronómicas	

22. ¿Cuáles de las siguientes actividades que se realizan en el territorio de Panchimalco conoce?

Talleres culturales	Actividades deportivas	Caminatas
Fiestas patronales	Apreciación colonial	Canopy
Cofradía de las flores y las palmas	Visitas a parques	Festivales gastronómicos

23. ¿Por qué medio ha conocido los destinos turísticos y actividades turísticas que posee Panchimalco?

Redes sociales	Televisión	Sitios web
Recomendaciones	Radio	

24. ¿Qué tan interesado estaría en realizar las siguientes actividades en Panchimalco? Escala Muy Interesado-Interesado-Poco Interesado-Nada Interesado

Cofradía de las flores	Fiestas patronales	Festivales gastronómicos
Visitas a parques	Caminatas	Canopy
Actividades deportivas	Apreciación colonial	Talleres culturales
Avistamiento de flora y fauna		

25. ¿Qué tan interesado estaría en conocer los siguientes lugares? Escala Muy Interesado-Interesado-Poco Interesado-Nada Interesado

El Tembladero	El borbollón	Poza “El amate”
Poza “Huitapán”		

26. ¿Cómo calificaría la infraestructura turística en Panchimalco?

Malo	Bueno	Regular	Excelente

27. ¿Qué tipo de instalaciones prefiere que se encuentren cerca de las áreas naturales de Panchimalco?

Miradores	Áreas de descanso	Senderos accesibles
Comedores	Otra	

Sección encuestados que no han visitado Panchimalco.

28. ¿Por qué motivo no ha visitado el territorio de Panchimalco?

No conozco nada del lugar | Distancia con mi residencia | No estoy informado

29. ¿Está interesado en realizar turismo en el territorio de Panchimalco?

Si | No | Tal vez

30. **¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría realizar en el territorio de Panchimalco?**

Talleres culturales	Actividades deportivas	Caminatas
Fiestas patronales	Apreciación colonial	Canopy
Cofradía de las flores y las palmas	Visitas a parques	Festivales gastronómicos

31. ¿Qué le motivaría a visitar Panchimalco en el futuro?

Mejorar la infraestructura turística	Tours guiados por los principales atractivos	Ampliar las actividades recreativas
Ofrecer más actividades culturales	Promover prácticas de turismo sostenible	Otra

32. ¿Qué podría hacer Panchimalco para mejorar su imagen como destino turístico?

Mejorar la seguridad	Campañas de promoción y marketing
Ofrecer experiencias más atractivas	Implementar descuentos y ofertas
Mejorar la gestión de residuos	Ofrecer más opciones de hospedaje
Mejorar la accesibilidad y opciones de transporte	

33. ¿Qué tan importante es para usted que los destinos turísticos promuevan la sostenibilidad?

Muy importante | Importante | Poco importante | Nada importante

34. ¿Estaría dispuesto a pagar más por servicios turísticos que garanticen la sostenibilidad ambiental?

Si | No | Tal vez

35. ¿Qué acciones considera que los destinos turísticos deberían tomar para ser más sostenibles?

Educar a los turistas sobre sostenibilidad | Gestionar adecuadamente los residuos

Proteger el patrimonio cultural y natural	Apoyar a las empresas locales
Conservar el agua y minimizar el desperdicio	Utilizar energías renovables
Implementar prácticas de ecoturismo	

Cuestionario encuesta extranjera.

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

TEMA: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

Objetivo de la encuesta:
recopilar información sobre las percepciones, actitudes y experiencias de la población local y los visitantes en relación con el desarrollo turístico en el territorio de Panchimalco. Esta información se utilizará para elaborar un plan de desarrollo turístico sostenible que promueva la conservación del medio ambiente, el bienestar de la comunidad local y la satisfacción de los visitantes.

Preguntas.

1. **¿Cuál es su país de residencia?**

2. **¿Cuál es su género?** Masculino Femenino

3. **¿Cuál es su edad?** 14 a 21 años 22 a 29 años
   30 a 37 años 38 a 45 años 46 años en adelante

4. **¿Cuál es su ocupación?** Empleado Estudiante
   Negocio propio Otro

5. **¿Usted ha realizado en al menos una ocasión turismo en El Salvador?**
   Si No

6. **En el periodo de un año ¿Con qué frecuencia realiza turismo en el interior del país?**

De 1 a 2 veces | De 3 a 4 veces | Más de 5 veces

7. ¿De qué forma acostumbra a realizar turismo?

Independiente | Buses alegres | Excursiones

Operadores turísticos

8. **¿Qué tipo de destinos turísticos frecuenta?**

Parques arqueológicos | Parques recreativos | Montañas

Volcanes | Pueblos | Playa

9. ¿Con quién suele realizar sus actividades turísticas?

Pareja | Grupo familiar | Amigos

Solo | Otro

10. ¿Con compañía de cuántas personas en promedio visita los destinos turísticos?

Ninguna | 1 | 2

3 | 4 | 6 o más

11. ¿Cuál es la duración que generalmente tienen sus paseos turísticos en el interior del país?

1 día | 2 días | 3 días | Más de 3 días

12. **¿Cuál es el gasto promedio individual diario que invierte en realizar actividades turísticas?**

Entre $10 y $20 | Entre $21 y $40 | Entre $41 a $70

Entre $71 a $100 | Más de $100

13. **¿En qué temporada del año prefiere realizar turismo?**

Días de asueto | Fin de año | Fin de semana

En cualquier temporada | Semana santa | Vacaciones de agosto

14. **¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?**

Turismo rural | Turismo religioso | Turismo de aventura

Turismo de pueblos | Turismo cultural | Turismo gastronómico

Turismo de sol y playa | Turismo de montaña

15. ¿Cuándo fue la última vez que visitó un destino turístico en El Salvador?

Hace 1 semana | Hace 2 semanas | Hace 1 mes

Entre 2 y 6 meses | Entre 6 y 12 meses | Más de 12 meses

16. ¿Qué medio de transporte utiliza para realizar actividades turísticas?

Vehículo particular | Transporte contratado | Transporte público

17. ¿Por cuál medio se informa de los destinos turísticos que visita?

Redes sociales | Televisión | Sitios web

Recomendaciones | Radio

18. ¿Qué factores considera importantes al momento de escoger visitar un destino turístico?

Infraestructura | Vías de acceso | Tipo de turismo

Clima | Calidad del servicio | Precio

Atractivos del lugar | Distancia | Seguridad

Otra

19. Panchimalco comprende lugares como la puerta del diablo, el parque balboa, parque de la familia, la iglesia Santa Cruz de Roma, entre otros, considerando lo anterior ¿Ha visitado el territorio de Panchimalco?

Si | No

20. ¿Cuántas veces ha visitado el territorio de Panchimalco?

1 vez | 2 a 3 veces | 4 a 5 veces

Más de 5 veces

21. ¿Cuáles son los destinos turísticos que ha visitado en el territorio de Panchimalco?

Casa taller encuentro | Casa de la cultura | Iglesia Santa Cruz de Roma

Parque escultórico | Parque acuático | Iglesia Santuario de Fátima

Mirador de los planes | Parque Balboa | Parque de la familia

Puerta del diablo | Otra

22. ¿Qué actividades turísticas ha realizado en sus visitas al territorio de Panchimalco?

Alojamiento | Educativas | Contacto con la naturaleza

Compra de artesanías | Festividades religiosas | Culturales

Aventura	Gastronómicas	

23. ¿Cuáles de las siguientes actividades que se realizan en el territorio de Panchimalco conoce?

Talleres culturales	Actividades deportivas	Caminatas
Fiestas patronales	Apreciación colonial	Canopy
Cofradía de las flores y las palmas	Visitas a parques	Festivales gastronómicos

24. ¿Por qué medio ha conocido los destinos turísticos y actividades turísticas que posee Panchimalco?

Redes sociales	Televisión	Sitios web
Recomendaciones	Radio	

25. ¿Qué tan interesado estaría en realizar las siguientes actividades en Panchimalco? Escala Muy Interesado-Interesado-Poco Interesado-Nada Interesado

Cofradía de las flores	Fiestas patronales	Festivales gastronómicos
Visitas a parques	Caminatas	Canopy
Actividades deportivas	Apreciación colonial	Talleres culturales
Avistamiento de flora y fauna		

26. ¿Qué tan interesado estaría en conocer los siguientes lugares? Escala Muy Interesado-Interesado-Poco Interesado-Nada Interesado

El Tembladero	El borbollón	Poza “El amate”
Poza “Huitapán”		

27. ¿Cómo calificaría la infraestructura turística en Panchimalco?

Malo	Bueno	Regular	Excelente

28. ¿Qué tipo de instalaciones prefiere que se encuentren cerca de las áreas naturales de Panchimalco?

Miradores	Áreas de descanso	Senderos accesibles
Comedores	Otra	

Sección encuestados que no han visitado Panchimalco.

29. ¿Por qué motivo no ha visitado el territorio de Panchimalco?

No conozco nada del lugar	Distancia con mi residencia	No estoy informado

30. ¿Está interesado en realizar turismo en el territorio de Panchimalco?

Si	No	Tal vez

31. **¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría realizar en el territorio de Panchimalco?**

Talleres culturales	Actividades deportivas	Caminatas
Fiestas patronales	Apreciación colonial	Canopy
Cofradía de las flores y las palmas	Visitas a parques	Festivales gastronómicos

32. ¿Qué le motivaría a visitar Panchimalco en el futuro?

Mejorar la infraestructura turística	Tours guiados por los principales atractivos	Ampliar las actividades recreativas
Ofrecer más actividades culturales	Promover prácticas de turismo sostenible	Otra

33. ¿Qué podría hacer Panchimalco para mejorar su imagen como destino turístico?

Mejorar la seguridad	Campañas de promoción y marketing
Ofrecer experiencias más atractivas	Implementar descuentos y ofertas
Mejorar la gestión de residuos	Ofrecer más opciones de hospedaje
Mejorar la accesibilidad y opciones de transporte	

34. ¿Qué tan importante es para usted que los destinos turísticos promuevan la sostenibilidad?

Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante

35. ¿Estaría dispuesto a pagar más por servicios turísticos que garanticen la sostenibilidad ambiental?

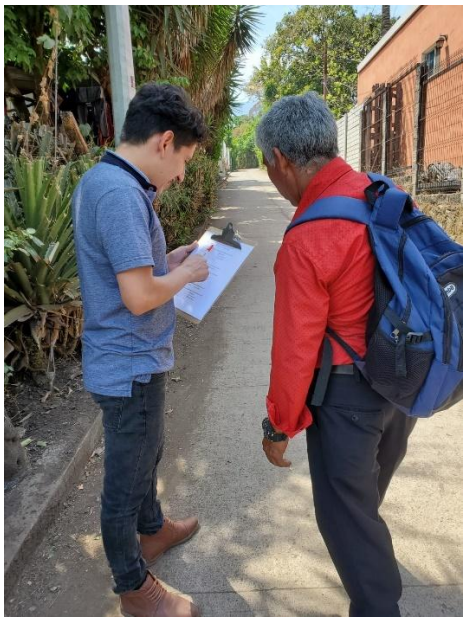
Si	No	Tal vez

36. ¿Qué acciones considera que los destinos turísticos deberían tomar para ser más sostenibles?

Educar a los turistas sobre sostenibilidad	Gestionar adecuadamente los residuos
Proteger el patrimonio cultural y natural	Apoyar a las empresas locales

Conservar el agua y minimizar el desperdicio Implementar prácticas de ecoturismo	Utilizar energías renovables

Anexo 8. Recopilación de información, encuestas segmento nacional personal en zona aledaña a Panchimalco.

Anexo 9. Entrevista mercado distribuidor a "Inter tours"

En la recolección de información se acordó una reunión vía Google Meet con el señor Francisco García gerente de la empresa "Inter tours", se utilizó el siguiente cuestionario.

Cuestionario mercado distribuidor

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

TEMA: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

Objetivo de la entrevista:

Recopilar información sobre los distribuidores de servicios turísticos a nivel nacional e internacional para establecer la línea base para alianzas futuras.

Preguntas.

1. ¿Qué servicios ofrece?
2. ¿Los servicios de transporte son de la agencia o subcontratan?
3. ¿Con cuales paquetes turísticos nacionales cuentan?
4. ¿Cuáles son los rangos de precios que manejan en sus servicios?
5. ¿Qué zonas turísticas cubren sus servicios?
6. ¿Cuáles son los destinos turísticos con mayor demanda en el país?
7. ¿Qué tipo de turista reciben con mayor frecuencia local o extranjero?
8. ¿Que debe poseer un destino turístico para ser parte de los viajes que ofrecen?
9. ¿Cuál es la capacidad que poseen para brindar servicio?
10. ¿Existen alianzas o acuerdos con otras empresas de viajes o Tour-Operadores?
11. ¿Cómo se organizan con las empresas que forman parte de sus rutas turísticas?
12. ¿Qué rutas o servicios poseen actualmente el territorio de Panchimalco?

Anexo 10. Entrevista mercado abastecedor

En la recolección de información se acordó una reunión presencial en ASDEL El Salvador con el señor Marco Cativo, técnico territorial del departamento de San Salvador en el Ministerio de gobernación, se utilizó el siguiente cuestionario.

Cuestionario mercado abastecedor

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

TEMA: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL TERRITORIO DE PANCHIMALCO

Objetivo de la entrevista: Investigar a las instituciones de apoyo que contribuyen a proyectos turísticos para fortalecer alianzas que contribuirán a fortalecer la infraestructura y los servicios turísticos del territorio.

Preguntas.

1. ¿Cuáles son las principales funciones del Ministerio de Gobernación?
2. ¿Qué proyectos realizan en el territorio de Panchimalco?
3. En materia de turismo ¿Qué tipo de apoyo brinda el Ministerio?
4. ¿Existen programas específicos o fondos disponibles para proyectos turísticos?
5. ¿Cuáles son los requisitos que debe de cumplir un proyecto para recibir apoyo del ministerio?
6. ¿Cuáles son los pasos que debe de seguir una institución para recibir apoyo de parte del ministerio?
7. ¿Con que instituciones tiene alianzas el Ministerio de Gobernación en términos de turismo?

8. ¿Cómo coordina el Ministerio de Gobernación con otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales para apoyar proyectos de desarrollo turístico?
9. En términos de sostenibilidad ¿Cuáles son las acciones que el Ministerio de Gobernación desarrolla en sus proyectos?
10. En términos de turismo como se involucra el ministerio de gobernación en la sostenibilidad, ¿Han participado en algún proyecto de sostenibilidad turística?
11. ¿Cómo puede el Ministerio de Gobernación ayudar a la alcaldía a involucrar a la comunidad local en el desarrollo turístico?
12. ¿Cuáles son las expectativas del Ministerio respecto al futuro del turismo en Panchimalco y su impacto en la región?

Fotografía de la entrevista



Anexo 11. Reunión para el planteamiento del problema

Reunión para el planteamiento del problema, lluvia de ideas y árbol de problemas con miembros de la unidad de turismo del territorio de Panchimalco.





Anexo 12. "Metodología de Inventario Turístico" CICATUR-OEA

Categorías	Tipos	Subtipos
1.Sitios Naturales	1.1 Montañas	1.1.1 Altas Montañas 1.1.2 Sierras 1.1.3 Volcanes 1.1.4 Valles y Quebradas 1.1.5 Mesetas 1.1.6 Áreas nevadas 1.1.7 Glaciares
	1.2 Planicies	1.2.1 Llanuras 1.2.2 Desiertos 1.2.3 Salinas 1.2.4 Altiplanos
	1.3 Costas	1.3.1 Playas 1.3.2 Acantilados 1.3.3 Arrecifes 1.3.4 Cayos 1.3.5 Barras 1.3.6 Islas 1.3.7 Fiordos 1.3.8 Canales 1.3.9 Península 1.3.10 Bahías y Caletas
	1.4 Lagos, lagunas y esteros	

	1.5 Ríos	
	1.6 Caídas de Agua	
	1.7 Grutas y Cavernas	
	1.8 Lugares de observación de flora y fauna	
	1.9 Lugares de caza y pesca	
	1.10 Caminos Pintorescos	
	1.11 Termas	
	1.12 Parques y reservas de Flora y Fauna	
2. Museos y manifestaciones culturales	2.1 Museos	
	2.2 Obras de arte y técnica	2.2.1 Pintura 2.2.2 Escultura 2.2.3 Arte Decorativo 2.2.4 Arquitectura 2.2.5 Realizaciones Urbanas 2.2.6 Obras de Ingeniería
	2.3 Lugares Históricos	
	2.4 Ruinas y lugares arqueológicos	
3. Folklore	3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares	
	3.2 Ferias y mercados	
	3.3 Música y danzas	
	3.4 Artesanías y artes	3.4.1 Alfarería 3.4.2 Tejidos e indumentarias 3.4.3 Metales 3.4.4 Cueros y pieles 3.4.5 Maderas 3.4.6 Piedras 3.4.7 Tejidos en paja 3.4.8 Instrumentos musicales 3.4.9 Máscaras 3.4.10 Objetos rituales 3.4.11 Pinturas 3.4.12 Ingeniería...
	3.5 Comidas típicas y bebidas	
	3.6 Grupos étnicos	
	3.7 Arquitectura popular espontánea	
4. Realizaciones técnicas, científicas o	4.1 Explotaciones mineras	
	4.2 Explotaciones agropecuarias	
	4.3 Explotaciones industriales	

artísticas contemporáneas	4.4 Obras de arte y técnica	4.4.1 Pintura 4.4.2 Escultura 4.4.3 Artesanías 4.4.4 Diseño Industrial 4.4.5 Arquitectura 4.4.6 Realizaciones urbanas 4.4.7 Obras de Ingeniería...
	4.5 Centros científicos y técnicos	4.5.1 Zoológicos y acuarios 4.5.2 Botánicos
5.Acontecimientos Programados	5.1 Artísticos	5.1.1 Música 5.1.2 Teatro 5.1.3 Festivales de cine
	5.2 Deportivos	
	5.3 Otros	5.3.1 Fiestas religiosas y profanas 5.3.2 Concursos de belleza 5.3.3 Convenciones y congresos 5.3.4 Ferias y exposiciones 5.3.5 Corridas de toros 5.3.6 Juegos de azar 5.3.7 Parques de recreación 5.3.8 Oportunidades especiales de compra 5.3.9 Vida nocturna 5.3.10 Gastronomía 5.3.11 Rodeos 5.3.12 Carnavales

Anexo 13. Recopilación de informes de "Datos Estadísticos Del Ingreso De Visitantes A Parques Recreativos" presentados por el ISTU del año 2010 al 2024.

Datos estadísticos 2010

Unidad de Mercadeo
Sección Estadísticas
Afluencia Mensual de visitantes a los diferentes Parques Recreativos
Acumulado 2010 - enero/diciembre

Clasificiacion	Agua Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.W.T.D.	P.Balboa*	Chorros	Total
Visitantes Nacionales	40,037	54,643	192,150	14,695	81,034	120,132	97,702	87,974	104,865	119,369	42,787	2,292	-	120,711	1,078,391
Visitantes Extranjeros	78	21	6,028	-	16	459	30	-	-	-	4,683	50	-	1,754	13,119
Visitantes PNC	-	811	1	-	268	-	359	509	24	-	-	-	-	82	2,054
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	40,437	55,475	198,179	14,695	81,318	120,591	98,091	88,483	104,889	119,369	47,470	2,342	-	124,135	1,095,474
Visitantes menores de 10 años	24,503	30,722	84,045	9,252	32,166	45,628	50,864	47,951	50,299	57,445	10,005	266	61,190	52,277	556,613
Escolares exentos de pago	200	100	-	-	336	-	-	162	419	0	911	-	-	992	3,120
Visitantes autorizados ISTU	952	849	3,368	1,335	906	210	937	356	741	1,657	774	359	-	1,579	14,023
Visit. Nacionales, extranj. Y PNC	2,721	152	-	-	34	43,630	142	3,933	-	-	493	-	227,890	2,526	281,521
Visitantes Tercera Edad	13,218	14,114	41,717	10,097	17,295	12,447	26,761	28,604	17,771	34,146	6,145	57	19,294	15,400	257,066
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	41,594	45,937	129,130	20,684	50,737	101,915	78,704	81,006	69,230	93,248	18,328	682	308,374	72,774	1,112,343
TOTAL DE VISITANTES	81,709	101,412	327,309	35,379	132,055	222,506	176,795	169,489	######	212,617	65,798	3,024	308,374	201,321	2,211,907

Datos estadísticos 2011

INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO
Sección Estadísticas
Afluencia Mensual a los diferentes Parques Recreativos
ACUMULADO 2011 - enero/diciembre

Clasificiacion	Agua Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.W.T.D.	P.Balboa*	Chorros	Total
Visitantes Nacionales	37,732	57,867	184,896	15,639	125,786	120,275	106,927	91,618	114,914	120,269	43,461	3,319	88,607	131,273	**1,242,583**
Visitantes Extranjeros	086	8	17,524	-	65	140	18	50	-	46	5,648	124	15	11,628	**35,352**
Visitantes PNC		600	-	-	847	-	678	941	-	-	-	-	-	125	**3,191**
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	37,818	58,475	202,420	15,639	126,698	120,415	107,623	92,609	######	120,315	49,109	3,443	88,622	143,026	**1,281,126**
Visitantes menores de 10 añ	26,711	45,943	148,661	17,588	92,314	83,419	72,055	63,838	91,442	90,851	11,036	1,020	90,091	99,340	**934,309**
Escolares exentos de pago	34			-	161	57	-	-	759	-	1,375	-	-	3,984	**6,370**
Visitantes autorizados ISTU	424	368	19,181	1,683	1,694	145	587	37	4,595	-	1,074	441	409	1,199	**31,837**
Visit. Nacionales, extranj. Y F	4,839			-	1,109	50,230	647	2,044	-	-	341	6	84,152	1,815	**145,183**
Visitantes Tercera Edad	15,568	23,373	85,206	22,895	44,419	16,994	42,418	33,874	48,418	48,949	6,582	183	47,111	36,338	**472,328**
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	47,576	69,684	253,048	42,166	139,697	150,845	115,707	99,793	145,214	139,800	20,408	1,650	221,763	142,676	**1,590,027**
TOTAL DE VISITANTES	85,394	128,159	455,468	57,805	266,395	271,257	223,333	192,402	######	260,115	69,517	5,093	310,385	285,702	**2,871,153**

Datos estadísticos 2012

INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO
Sección Estadísticas
Afluencia Mensual a los diferentes Parques Recreativos
ACUMULADO Enero/Diciembre- 2012

Clasificiacion	Agua Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.W.T.D.	P.Balboa	Chorros	Total
Visitantes Nacionales	**35,751**	54,462	203,871	15,912	147,026	123,847	125,638	119,193	123,483	119,666	47,886	4,923	101,761	151,973	**1,375,392**
Visitantes Extranjeros	**92**	35	22,497	-	3	32	51	466	-	20	5,125	323	-	13,692	**42,336**
Visitantes PNC	**50**		-	-	977		860	2,607	-	-	-	-	-	317	**4,811**
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	**35,893**	**54,497**	**226,368**	**15,912**	**148,006**	**123,879**	**126,549**	**122,266**	**123,483**	**119,686**	**53,011**	**5,246**	**101,761**	**165,982**	**1,422,539**
Visitantes menores de 10 añ	**27,462**	49,002	268,005	27,150	123,122	92,537	85,415	97,493	95,780	89,679	13,786	2,066	86,013	128,692	**1,186,202**
Escolares exentos de pago	**0**		-	-	15	313	48	72	30	2,139	2,508	-	110	3,238	**8,473**
Visitantes autorizados ISTU	**2,507**	277	16,442	2,426	2,874	33	705	3,192	5,215	866	1,349	788	35	1,286	**37,995**
Visit. Nacionales, extranj. Y F	**250**		-	-	2,749	63,496	2,131	2,170	240	200	670	-	157,501	1,975	**231,382**
Visitantes Tercera Edad	**17,698**	22,645	174,762	21,261	68,020	19,140	51,870	46,600	51,187	48,338	7,862	548	41,875	44,991	**616,797**
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	**47,917**	**71,924**	**459,209**	**50,837**	**196,780**	**175,519**	**140,169**	**149,527**	**152,452**	**141,222**	**26,175**	**3,402**	**285,534**	**180,182**	**2,080,849**
TOTAL DE VISITANTES	**83,810**	**126,421**	**685,577**	**66,749**	**344,786**	**299,398**	**266,718**	**271,793**	**275,935**	**260,908**	**79,186**	**8,648**	**387,295**	**346,164**	**3,503,388**

Datos estadísticos 2013

INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO
Sección Estadísticas
Afluencia Mensual a los diferentes Parques Recreativos
ACUMULADO 2013

Clasificiacion	A Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.W.T.D.	P.Balboa	L. Chorros	Total
Visitantes Nacionales	35,787	54,102	235,706	18,360	173,112	113,703	115,332	122,785	154,711	117,601	66,136	9,981	106,470	170,248	**1,494,034**
Visitantes Extranjeros		10	1,576	22	347	187	93	31	157	25	5,913	188	58	2,708	**11,315**
Pago especial														2,185	**2,185**
Visitantes PNC				-	955	2	722	446	-	12		-	-	129	**2,266**
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	**35,787**	**54,112**	**237,282**	**18,382**	**174,414**	**113,892**	**116,147**	**123,262**	**154,868**	**117,638**	**72,049**	**10,169**	**106,528**	**175,270**	**1,509,800**
Visitantes menores de 10 añ	29,283	52,702	430,730	21,757	176,639	83,990	100,134	169,039	102,656	114,049	46,067	10,520	107,373	121,295	**1,566,234**
Visitantes autorizados ISTU	3,267	465	15,888	235	3,380	62,594	766	12,024	4,260	5,443	2,576	165	134,577	8,736	**254,376**
Visitantes Tercera Edad	19,541	23,859	209,792	12,114	76,555	51,686	55,146	82,484	53,554	49,273	20,946	2,593	83,743	47,164	**788,450**
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	**52,091**	**77,026**	**656,410**	**34,106**	**256,574**	**198,270**	**156,046**	**263,547**	**160,470**	**168,765**	**69,589**	**13,278**	**325,693**	**177,195**	**2,609,060**
TOTAL DE VISITANTES	**87,878**	**131,138**	**893,692**	**52,488**	**430,988**	**312,162**	**272,193**	**386,809**	**315,338**	**286,403**	**141,638**	**23,447**	**432,221**	**352,465**	**4,118,860**

Datos estadísticos 2014

Sección Estadísticas

Afluencia Mensual a los diferentes Parques Recreativos

ACUMULADO 2014

Clasificiacion	A Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.W.T.D.	P.Balboa	L. Chorros	Total
Visitantes Nacionales	35,625	51,080	212,250	19,811	152,905	107,656	115,208	96,596	121,168	102,838	68,838	11,899	104,773	212,406	**1,413,053**
Visitantes Extranjeros	21	19	330	39	619	157	61	11	347	63	5,671	334	59	1,191	**8,922**
Entrada Especial			6,870		515			5,946		9				10,157	**16,112**
Visitantes PNC		2		1	549		456			9	9			121	**1,147**
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	**35,646**	**51,101**	**219,450**	**19,851**	**154,588**	**107,813**	**115,725**	**102,553**	**121,515**	**102,919**	**74,518**	**12,233**	**104,832**	**223,875**	**1,446,619**
Visitantes menores de 10 añ	28,229	50,374	386,096	29,468	131,849	163,354	89,994	117,931	97,155	87,147	62,574	9,888	109,246	159,430	**1,522,735**
Visitantes autorizados ISTU	649	657	21,455	959	343	102,929	2,140	11,159	2,552	11,027	1,990	422	134,210	2,908	**293,400**
Visitantes Tercera Edad	19,420	22,778	198,606	17,406	76,216	48,661	54,776	58,747	50,170	30,217	25,957	3,146	68,802	63,689	**738,591**
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	**48,298**	**73,809**	**606,157**	**47,833**	**208,408**	**314,944**	**146,910**	**187,837**	**149,877**	**128,391**	**90,521**	**13,456**	**312,258**	**226,027**	**2,554,726**
TOTAL DE VISITANTES	**83,944**	**124,910**	**825,607**	**67,684**	**208,408**	**422,757**	**262,635**	**290,390**	**271,392**	**231,310**	**165,039**	**25,689**	**417,090**	**449,902**	**3,846,757**

Datos estadísticos 2015

Sección Estadísticas

Afluencia Mensual a los diferentes Parques Recreativos

ACUMULADO 2015

Clasificiacion	A Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.W.T.D.	P.Balboa	L. Chorros	Total
Visitantes Nacionales	40,735	58,783	227,766	21,826	160,791	149,644	112,718	126,753	132,870	115,545	79,664	8,440	88,236	272,477	**1,596,248**
Visitantes Extranjeros	65	33	258	12	503	224	108	4	118	57	5,631	198	43	1,320	**8,574**
Pago especial			15,594		7,329		30	4,328		296	8,063			9,897	**45,537**
Visitantes PNC		22		5	470		178	-	18	27	59	-	2	37	**818**
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	**40,800**	**58,838**	**243,618**	**21,843**	**169,093**	**149,868**	**113,034**	**131,085**	**133,006**	**115,925**	**93,417**	**8,638**	**88,281**	**283,731**	**1,651,177**
Visitantes menores de 10 añ	29,989	59,105	429,833	29,918	135,997	183,016	74,704	150,806	106,827	107,456	77,455	6,554	113,754	159,826	**1,665,240**
Visitantes autorizados ISTU	857	499	32,412	-	204	125,120	314	11,281	3,991	43,695	6,132	164	127,769	4,050	**356,488**
Visitantes Tercera Edad	20,894	26,067	217,651	16,990	79,476	69,060	62,911	66,956	53,895	31,940	34,806	3,344	89,886	78,046	**851,922**
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	**51,740**	**85,671**	**679,896**	**46,908**	**215,677**	**377,196**	**137,929**	**229,043**	**164,713**	**183,091**	**118,393**	**10,062**	**331,409**	**241,922**	**2,873,650**
TOTAL DE VISITANTES	**92,540**	**144,509**	**923,514**	**68,751**	**384,770**	**527,064**	**250,963**	**360,128**	**297,719**	**299,016**	**211,810**	**18,700**	**419,690**	**525,653**	**4,524,827**

Datos estadísticos 2016

Sección Estadísticas

Afluencia Mensual a los diferentes Parques Recreativos

ACUMULADO 2016

Clasificiacion	A Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.W.T.D.	P.Balboa	L. Chorros	Total
Visitantes Nacionales	43,388	45,394	221,797	21,702	131,252	120,000	136,118	115,869	110,520	94,898	100,566	11,378	77,255	239,125	**1,469,262**
Visitantes Extranjeros	73	1,018	135	32	345	213	82	1,709	121	48	5,487	213	50	1,066	**10,592**
Pago especial					953	2,414			3		16,665		1	16,772	**36,808**
Visitantes PNC		9			274		208	1	3	10	104	-		67	**676**
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	**43,461**	**46,421**	**221,932**	**21,734**	**132,824**	**122,627**	**136,408**	**117,579**	**110,647**	**94,956**	**122,822**	**11,591**	**77,306**	**257,030**	**1,517,338**
Visitantes menores de 10 añ	27,789	52,775	386,306	37,835	125,151	108,454	87,478	130,440	103,589	90,283	104,415	7,236	95,618	160,109	**1,517,478**
Visitantes autorizados ISTU	651	1,452	21,731	248	4,671	100,285	6,898	16,238	1,191	36,428	7,434	1,021	110,660	2,564	**311,472**
Visitantes Tercera Edad	19,167	17,081	193,595	20,955	75,368	37,723	70,297	67,426	48,168	44,813	37,562	3,383	57,293	90,893	**783,724**
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	**47,607**	**71,308**	**601,632**	**59,038**	**205,190**	**246,462**	**164,673**	**214,104**	**152,948**	**171,524**	**149,411**	**11,640**	**263,571**	**253,566**	**2,612,674**
TOTAL DE VISITANTES	**91,068**	**117,729**	**823,564**	**80,772**	**338,014**	**369,089**	**301,081**	**331,683**	**263,595**	**266,480**	**272,233**	**23,231**	**340,877**	**510,596**	**4,130,012**

Datos estadísticos 2017

Sección Estadísticas

Afluencia Mensual a los diferentes Parques Recreativos

ACUMULADO 2017

Clasificiacion	A Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.W.T.D.	P.Balboa	L. Chorros	Total
Visitantes Nacionales	**37,404**	45,242	213,532	22,921	130,917	90,447	129,141	114,466	105,032	98,890	107,402	11,151	71,254	135,209	**1,313,008**
Visitantes Extranjeros	**37**	6	237	12	445	150	34	35	106	42	7,326	315	62	1,378	**10,185**
Pago especial							1,288	9,852			15,638	-		4,422	**31,200**
Visitantes PNC		13			227	27	134		5	6	82	-	2	27	**523**
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	**37,441**	**45,261**	**213,769**	**22,933**	**131,589**	**90,624**	**130,597**	**124,353**	**105,143**	**98,938**	**130,448**	**11,466**	**71,318**	**141,036**	**1,354,916**
Visitantes menores de 10 añ	**44,309**	58,366	341,567	33,217	146,893	121,451	147,299	169,318	125,558	127,709	155,892	13,390	108,223	166,971	**1,760,163**
Visitantes autorizados ISTU	**15,996**	15,767	158,377	18,566	30,082	151,507	61,536	88,503	38,321	56,783	45,776	10,610	193,371	135,455	**1,020,650**
Visitantes Tercera Edad	**25,542**	22,140	119,266	39,276	31,462	80,537	76,819	86,258	64,104	66,354	133,905	9,015	66,685	76,622	**897,985**
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	**85,847**	**96,273**	**619,210**	**91,059**	**208,437**	**353,495**	**285,654**	**344,079**	**227,983**	**250,846**	**335,573**	**33,015**	**368,279**	**379,048**	**3,678,798**
TOTAL DE VISITANTES	**123,288**	**141,534**	**832,979**	**113,992**	**340,026**	**444,119**	**416,251**	**344,079**	**333,126**	**349,784**	**466,021**	**44,481**	**439,597**	**393,084**	**4,782,361**

Datos estadísticos 2018

Sección Estadísticas

Afluencia Mensual a los diferentes Parques Recreativos

ACUMULADO 2018

Clasificiacion	A Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.W.T.D.	P.Balboa	L. Chorros	Total
Visitantes Nacionales	**36,161**	49,687	**227,899**	**24,006**	121,763	94,071	143,028	130,118	95,103	105,221	132,404	9,073	72,690	187,138	**1,428,362**
Visitantes Extranjeros	**32**	28	**258**	**4**	384	212	50	33	222	40	7,077	360	120	1,505	**10,325**
Pago especial					1	1	1,650	5,781			2,400	50		8,282	**18,165**
Visitantes PNC	**10**	12			525		138	-	28	10	167	4		108	**1,002**
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	**36,203**	**49,727**	**228,157**	**24,010**	**122,673**	**94,284**	**144,866**	**135,932**	**95,353**	**105,271**	**142,048**	**9,487**	**72,810**	**197,033**	**1,457,854**
Visitantes menores de 10 af	**45,769**	62,101	**326,580**	**30,050**	122,673	131,326	179,017	178,995	111,222	132,233	180,367	12,080	116,074	249,017	**1,877,504**
Visitantes autorizados ISTU	**20,174**	25,067	**189,167**	**12,024**	42,937	197,154	106,544	72,041	51,421	52,949	72,517	5,318	239,645	99,393	**1,186,351**
Visitantes Tercera Edad	**27,831**	37,278	**176,970**	**17,941**	62,564	75,211	73,900	105,213	70,246	78,938	106,390	7,237	73,183	149,092	**1,061,994**
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	**93,774**	**124,446**	**692,717**	**60,015**	**228,174**	**403,691**	**359,461**	**356,249**	**232,889**	**264,120**	**359,274**	**24,635**	**428,902**	**497,502**	**4,125,849**
TOTAL DE VISITANTES	**129,977**	**174,173**	**920,874**	**84,025**	**350,847**	**497,975**	**504,327**	**492,181**	**328,242**	**369,391**	**501,322**	**34,122**	**501,712**	**694,535**	**5,583,703**

https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=MjkxOTY5&inst=291969

Datos estadísticos 2019

INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO

ACUMULADO DE PERSONAS DURANTE EL PERÍODO DE ENERO A JUNIO DE 2019

Clasificiacion	A Fria	A. Cueva	Amap.	Apast	Apulo	Atecozol	C. del Sol	Ichan.	Sihuat.	T.Quezalt.	C.Verde	P.V.T.D.	P.Balboa	L. Chorros	Total
Visitantes Nacionales	**18,529**	**32,482**	**137,319**	14,629	**92,694**	**51,732**	88,560	89,172	46,260	61,869	60,438	3,423	36,017	84,463	**817,587**
Visitantes Extranjeros	**2**		**178**	4	**213**	**111**	82	40	65	23	3,387	91	79	867	**5,142**
Entrada Especial							1		2		3,213			2,040	**5,256**
Visitantes PNC	**17**	**12**	-		**132**	**7**	32	2	18	2	70	19			**311**
SUB-TOTAL VISIT. PAGAN	**18,548**	**32,494**	**137,497**	**14,633**	**93,039**	**51,850**	**88,675**	**89,214**	**46,345**	**61,894**	**67,108**	**3,533**	**36,096**	**87,370**	**828,296**
Visitantes menores de 06 años	**24,786**	**40,607**	**171,860**	18,634	**110,495**	**76,359**	121,382	129,479	55,694	167,368	86,708	4,372	63,289	109,996	**1,181,029**
Visitantes autorizados ISTU	**9,233**	**56,850**	**66,337**	13,624	**62,717**	**110,230**	72,941	48,013	33,485	30,945	33,640	1,751	125,019	32,697	**1,878,511**
Visitantes Tercera Edad	**15,076**	**24,362**	**103,123**	11,246	**64,895**	**41,240**	59,103	71,812	33,368	46,219	53,155	2,512	39,576	66,826	**2,511,024**
SUB-TOTAL VISIT. NO PAGA	**49,095**	**121,819**	**341,320**	**37,804**	**238,107**	**227,829**	**253,426**	**249,304**	**122,547**	**244,532**	**173,503**	**8,635**	**227,884**	**209,519**	**2,505,324**
TOTAL DE VISITANTES	**67,643**	**154,313**	**478,817**	**52,437**	**331,169**	**279,679**	**342,101**	**338,518**	**168,891**	**306,426**	**240,611**	**12,168**	**264,020**	**307,689**	**3,344,482**

https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NTE4Nzk2&inst=518796

https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=MzEyNTU4&inst=312558

Datos estadísticos 2021

INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO

INGRESO DE VISITANTES A PARQUES RECREATIVOS
ENERO - JUNIO 2021

PARQUE RECREATIVO	ENERO			FEBRERO			MARZO			ABRIL			MAYO			JUNIO			ACUMULADO		
	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL
Agua Fria	2,082	434	2,516	1,055	277	1,332	2,512	627	3,139	3,284	745	4,029	2,435	852	3,287	1,865	591	2,456	13,233	3,526	16,759
Altos de La Cueva	3,996	562	4,558	2,425	474	2,899	4,308	923	5,231	5,184	520	5,704	3,669	751	4,420	2,622	627	3,249	22,204	3,857	26,061
Amapulapa	13,590	3,063	16,653	7,925	2,561	10,486	13,675	3,675	17,350	19,987	3,499	23,486	18,729	5,252	23,981	11,560	3,958	15,518	85,466	22,008	107,474
Apastepeque	3,756	1,258	5,014	1,755	774	2,529	3,062	1,154	4,216	2,948	1,133	4,081	2,495	1,162	3,657	1,645	801	2,446	15,661	6,282	21,943
Apulo	12,918	3,117	16,035	8,296	2,539	10,835	16,728	4,447	21,175	17,494	4,200	21,694	13,973	5,783	19,756	7,835	3,132	10,967	77,244	23,218	100,462
Atecozol	8,227	5,049	13,276	3,590	2,665	6,255	7,052	4,311	11,363	12,184	5,716	17,900	8,109	4,269	12,378	5,817	3,016	8,833	44,979	25,026	70,005
Parque Balboa	13,264	31,377	44,641	0	24,178	24,178	0	40,463	40,463	0	33,173	33,173	0	46,859	46,859	0	37,726	37,726	13,264	213,776	227,040
Parque Cerro Verde	17,899	2,068	19,967	6,797	938	7,735	8,668	1,302	9,970	6,797	1,038	7,835	13,022	2,241	15,263	11,825	2,064	13,889	65,008	9,651	74,659
Costa del Sol	14,419	2,799	17,218	6,418	1,289	7,707	12,170	2,520	14,690	15,399	1,682	17,081	9,875	2,834	12,709	4,826	1,691	6,517	63,107	12,815	75,922
Ichanmichen	11,564	2,006	13,570	5,375	1,296	6,671	12,101	2,696	14,797	17,983	7,102	25,085	13,481	2,587	16,068	8,717	2,053	10,770	69,221	17,740	86,961
Sihuatehuacan	4,559	688	5,247	3,177	608	3,785	7,212	1,420	8,632	8,522	1,213	9,735	6,239	968	7,207	4,292	852	5,144	34,001	5,749	39,750
Los Chorros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Walter Thilo Deiniger	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	106,274	52,421	158,695	46,813	37,599	84,412	87,488	63,538	151,026	109,782	60,021	169,803	92,027	73,558	165,585	61,004	56,511	117,515	503,388	343,648	847,036

TOP 5

PARQUE RECREATIVO	TOTAL
Parque Balboa	491,893
Parque Cerro Verde	192,810
Amapulapa	187,418
Apulo	174,799
Ichanmichen	146,191

https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NDQxNjUx&inst=441651

https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NTE4Nzk2&inst=518796

Datos estadísticos 2022

ISTU — GOBIERNO DE EL SALVADOR

UNIDAD MERCADEO SECCIÓN DE ESTADÍSTICAS
INGRESO DE VISITANTES A PARQUES RECREATIVOS
2022

PARQUE RECREATIVO	ENERO			FEBRERO			MARZO			ABRIL			MAYO			
	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	PAGAN	EXONERADOS	TOTAL	
Agua Fria	3,280	785	4,065	1,667	723	2,390	2,645	1,321	3,966	4,885	1,527	6,412	2,274	953	3,227	
Altos de La Cueva	4,581	749	5,330	2,373	573	2,946	3,752	814	4,566	6,489	1,360	7,849	2,285	484	2,769	
Amapulapa	24,233	4,386	28,619	13,847	3,514	17,361	19,018	5,102	24,120	29,797	6,967	36,764	23,580	6,811	30,391	
Apastepeque	3,284	1,014	4,298	1,339	536	1,875	1,398	706	2,104	2,542	965	3,507	1,394	741	2,135	
Apulo	18,893	4,872	23,765	10,694	3,068	13,762	14,199	3,828	18,027	30,081	8,903	38,984	16,800	6,732	23,532	
Atecozol	9,797	7,219	17,016	5,531	3,707	9,238	7,109	4,685	11,794	15,331	7,102	22,433	6,757	4,439	11,196	
Balboa	0	62,024	62,024	0	61,471	61,471	0	70,181	70,181	0	75,249	75,249	0	61,865	61,865	
Cerro Verde	31,212	4,407	35,619	17,743	4,379	22,122	16,805	4,101	20,906	32,683	6,321	39,004	19,462	3,318	22,780	
Costa del Sol	16,787	3,045	19,832	6,083	1,129	7,212	9,783	2,974	12,757	27,869	5,715	33,584	9,243	1,991	11,234	
Ichanmichen	18,999	3,513	22,512	8,230	2,631	10,861	12,111	3,414	15,525	25,788	4,625	30,413	11,491	3,277	14,768	
Sihuatehuacan	7,168	915	8,083	4,202	811	5,013	6,285	1,084	7,369	12,599	2,097	14,696	6,130	1,157	7,287	
Los chorros	27,357	3,900	31,257	12,330	2,599	14,929	16,083	2,802	18,885	28,107	5,403	33,510	13,254	3,462	16,716	
Walter Thilo	1,769	485	2,254	1,118	643	1,761	833	283	1,116	2,003	1,138	3,141	906	681	1,587	
TOTAL	167,360	97,314	264,674	85,157	85,784	170,941	110,021	101,295	211,316	218,174	127,372	345,546	113,576	95,911	209,487	

https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NTE4Nzk1&inst=518795

Datos estadísticos 2023

ISTU — GOBIERNO DE EL SALVADOR

INGRESO DE VISITANTES A PARQUES RECREATIVOS
ENERO - MARZO 2023

ENERO 2023

PARQUE RECREATIVO	VISITANTES PAGAN					VISITANTES NO PAGAN				TOTAL DE VISITANTES
	NACIONALES	EXTRANJEROS	ENTRADA ESPECIAL	PNC	TOTAL	EXONERADOS NIÑOS	EXONERADOS TERCERA EDAD	EXONERADOS ISTU	TOTAL	
Agua Fria	3,139	8	5	2	3,154	288	213	212	713	3,867
Altos de La Cueva	6,049	12	0	0	6,061	531	352	184	1,067	7,128
Amapulapa	31,913	71	0	2	31,986	3,723	2,397	2,011	8,131	40,117
Apastepeque	2,845	0	0	1	2,846	334	492	293	1,119	3,965
Apulo	28,182	265	57	11	28,515	7,991	4,186	1,219	13,396	41,911
Atecozol	16,280	11	0	4	16,295	1,795	1,748	4,458	8,001	24,296
Balboa	0	61	0	0	61	8,383	13,176	61,787	83,346	83,407
Cerro Verde	28,818	1,613	5	3	30,439	1,411	3,356	2,069	6,836	37,275
Costa del Sol	16,600	10	0	0	16,610	1,493	1,156	306	2,955	19,565
Ichanmichen	20,993	20	0	2	21,015	1,216	1,521	928	3,665	24,680
Sihuatehuacan	9,214	8	0	4	9,226	1,358	495	337	2,190	11,416
Los chorros	11,951	535	0	2	12,488	1,149	1,348	847	3,344	15,832
Walter Thilo Deininger	840	28	9	0	877	45	75	3	123	1,000
TOTAL	176,824	2,642	76	31	179,573	29,717	30,515	74,654	134,886	314,459

TOP 5

PARQUE RECREATIVO	TOTAL VISITANTES
Balboa	3,665
Apulo	6,836
Amapulapa	8,001
Cerro Verde	2,190
Ichanmichen	123
TOTAL	20,815

https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NTM4MDA0&inst=538004
https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NTQ2NjU0&inst=546654
https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NTYwMTIx&inst=560121
https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NTcwOTEw&inst=570910

Datos estadísticos 2024

ISTU — GOBIERNO DE EL SALVADOR

UNIDAD MERCADEO SECCIÓN DE ESTADÍSTICAS
INGRESO DE VISITANTES A PARQUES RECREATIVOS
ENERO 2024

PARQUE RECREATIVO	VISITANTES PAGAN					VISITANTES NO PAGAN				TOTAL DE VISITANTES
	NACIONALES	EXTRANJEROS	ENTRADA ESPECIAL	PNC	TOTAL	EXONERADOS NIÑOS	EXONERADOS TERCERA EDAD	EXONERADOS ISTU	TOTAL	
Agua Fria	3,281	3	0	2	3,286	284	230	143	657	3,943
Altos de La Cueva	4,471	16	0	0	4,487	284	259	153	696	5,183
Amapulapa	32,472	56	0	4	32,532	2,771	2,763	1,597	7,131	39,663
Apastepeque	2,457	1	0	1	2,459	251	352	159	762	3,221
Apulo	30,912	422	196	25	31,555	3,216	10,469	1,645	15,330	46,885
Atecozol	17,320	179	0	6	17,505	1,415	1,896	3,894	7,205	24,710
Balboa	0	0	0	0	0	6,091	3,801	48,952	58,844	58,844
Cerro Verde	29,849	3,954	17	5	33,825	696	2,726	233	3,655	37,480
Costa del Sol	1,203	1	0	1	1,205	140	105	203	448	1,653
Ichanmichen	22,398	59	1	2	22,460	1,958	2,189	870	5,017	27,477
Sihuatehuacan	7,664	24	0	7	7,695	748	567	184	1,499	9,194
Los chorros	15,182	3,586	0	0	18,768	981	1,758	838	3,577	22,345
Walter Thilo Deininger	647	40	0	1	688	26	78	3	107	795
Puerta del Diablo	0	0	0	0	0	0	0	97,680	97,680	97,680
TOTAL	167,856	8,341	214	54	176,465	18,861	27,193	156,554	202,608	379,073

TOP 5

PARQUE RECREATIVO	TOTAL VISITANTES
Puerta del Diablo	97,680
Balboa	58,844
Apulo	46,885
Amapulapa	39,663
Cerro Verde	37,480
TOTAL	203,409

https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NTgxNTIw&inst=581520
https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NTk3NTE4&inst=597518
https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NjAzNDI2&inst=603426
https://transparencia.gob.sv/descarga_archivo.php?id=NjExNTM4&inst=611538

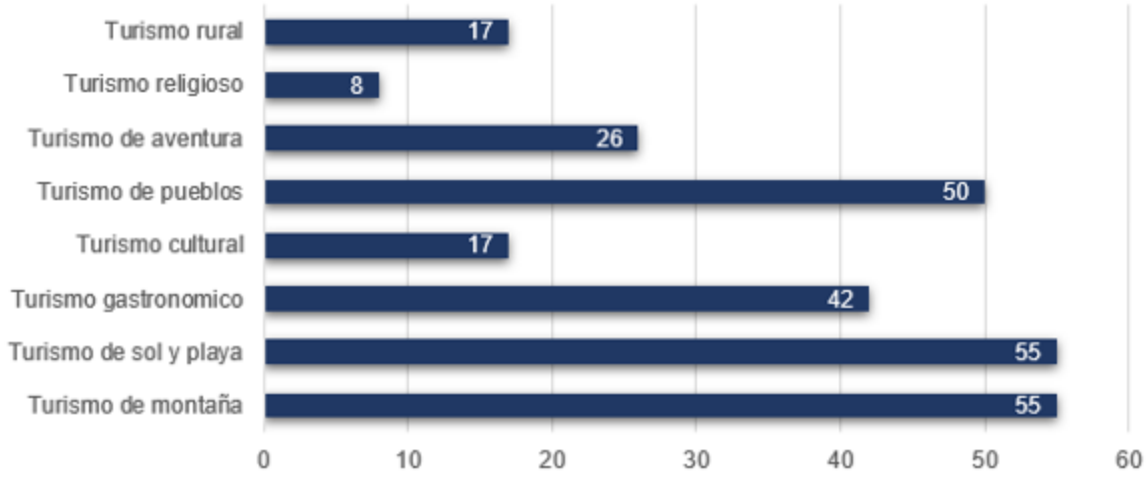
Anexo 14. Porcentajes de cálculo de la demanda proyectada por atractivo turístico.

Los porcentajes que se muestran a continuación están basados en el estudio de mercado, específicamente a partir de las preguntas 13, 20 y 25 de la encuesta al turista nacional y 14, 21 y 26 de la encuesta al turista extranjero en donde se analizan los destinos turísticos que los encuestados han visitado en Panchimalco, así como los tipos de turismo y el interés por los lugares que no reflejan visita en la zona sur.

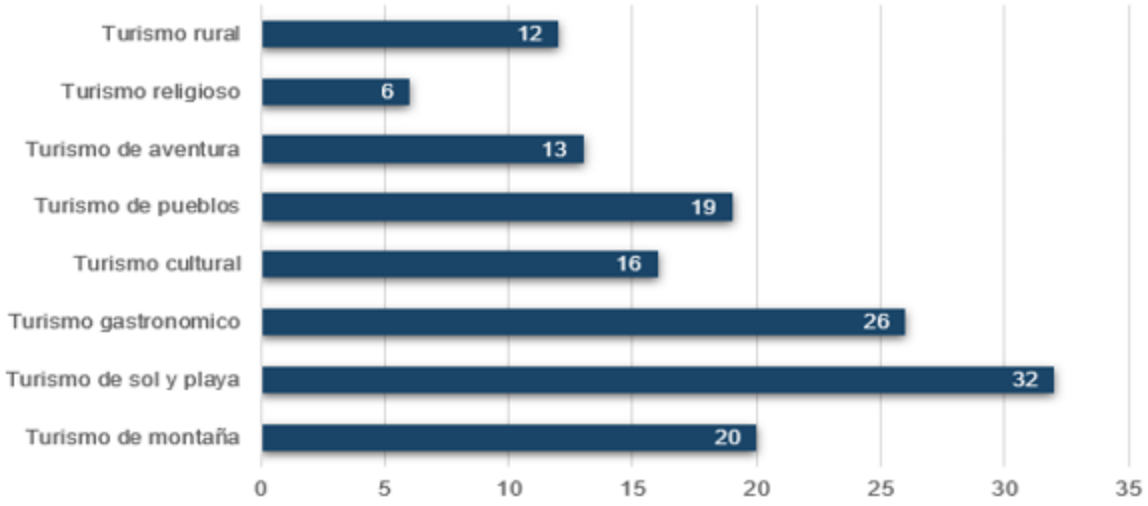
Atractivo Turístico	% Proyección
El borbollón	59.2%
Poza el Amate	51.0%
El tembladero	49.8%
Ruta animal	11.1%
Plaza el obelisco	69.4%
Polideportivo	1.4%
Casa Taller Encuentro	2.0%
Parque acuático de Panchimalco	3.1%
Parque Escultórico La Puerta del Sol	6.1%
Iglesia Santuario de Fátima	8.2%
Casa de la Cultura	9.2%
Cofradía de las Flores y las Palmas	9.2%
Iglesia Santa Cruz de Roma	12.2%
Cerros y montañas	34.7%
Parque de la Familia	62.2%
Parque Balboa	68.4%
La puerta del diablo	80.6%
Mirador los Planes de Renderos	82.7%

Tabla 483. Porcentajes para el cálculo de la demanda proyectada por atractivo turístico

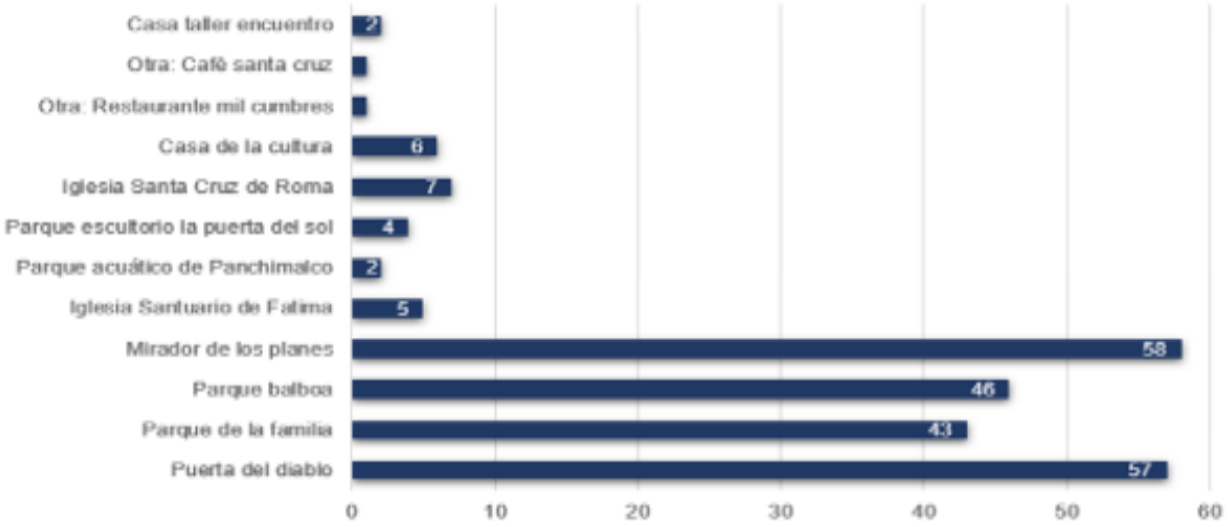
13-¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?



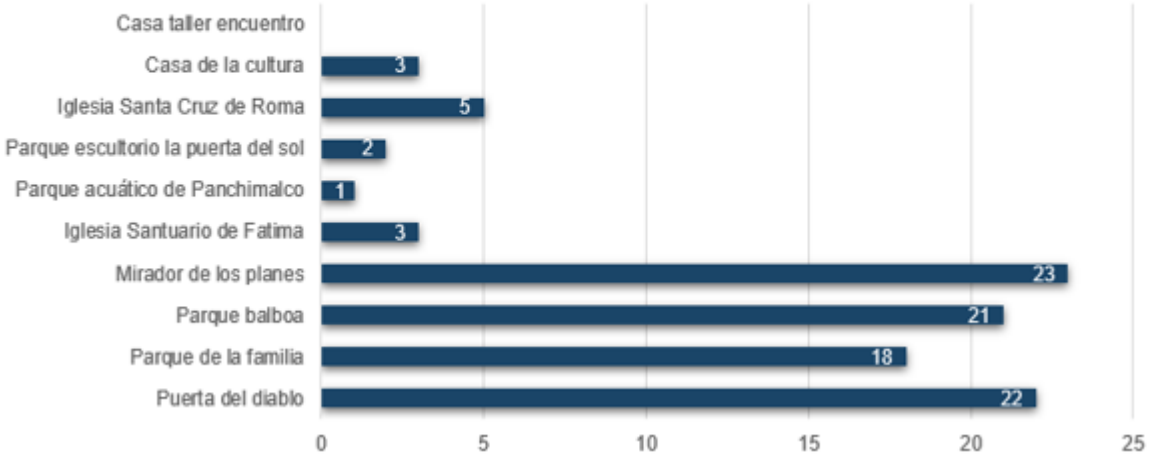
14-¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?



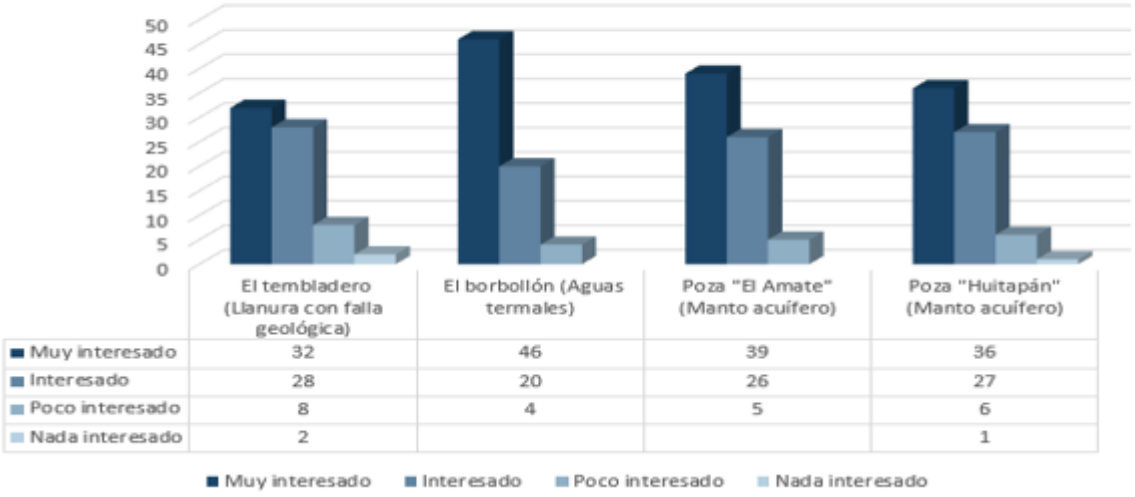
20-¿Cuáles son los destinos turisticos que ha visitado en el territorio de Panchimalco?



21-¿Cuáles son los destinos turísticos que ha visitado en el territorio de Panchimalco?

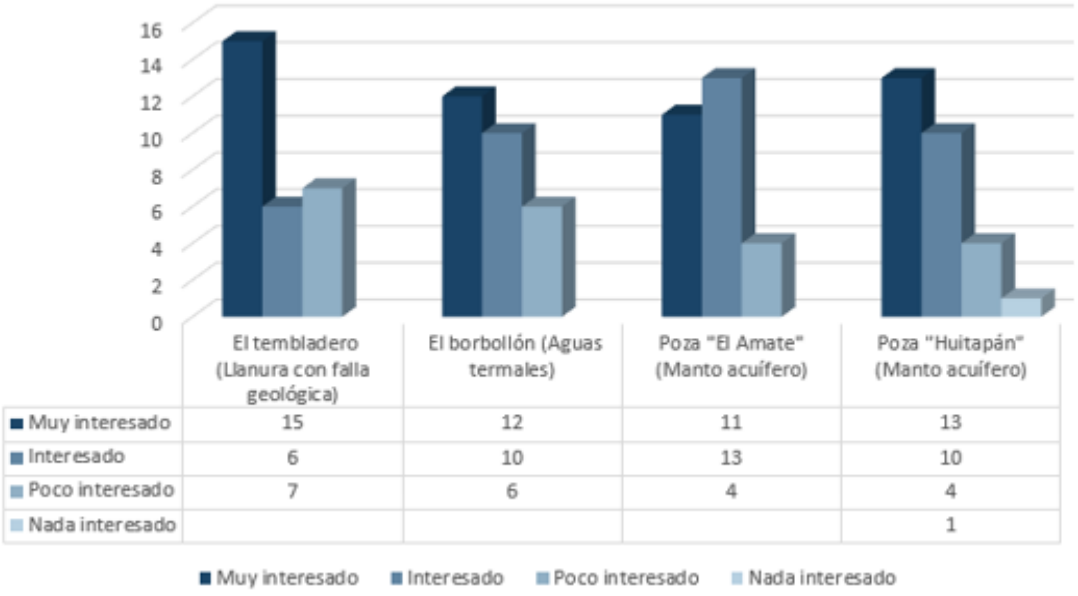


25-¿Qué tan interesado estaría en conocer los siguientes lugares?



	El tembladero (Llanura con falla geológica)	El borbollón (Aguas termales)	Poza "El Amate" (Manto acuífero)	Poza "Huitapán" (Manto acuífero)
Muy interesado	32	46	39	36
Interesado	28	20	26	27
Poco interesado	8	4	5	6
Nada interesado	2			1

26-¿Qué tan interesado estaría en conocer los siguientes lugares?



	El tembladero (Llanura con falla geológica)	El borbollón (Aguas termales)	Poza "El Amate" (Manto acuífero)	Poza "Huitapán" (Manto acuífero)
Muy interesado	15	12	11	13
Interesado	6	10	13	10
Poco interesado	7	6	4	4
Nada interesado				1

Anexo 15. Cálculo de las rutas planificadas

En base en la tabla 173, se hace uso del dato de la “demanda diaria promedio” proyectada por el método de regresión lineal, al cual se le aplica una reducción al **8.73%** que corresponde al porcentaje obtenido a través del estudio de mercados de los turistas nacional y extranjero que usan operadores turísticos para realizar turismo y se refleja en la columna “Demanda Diaria Esperada”.

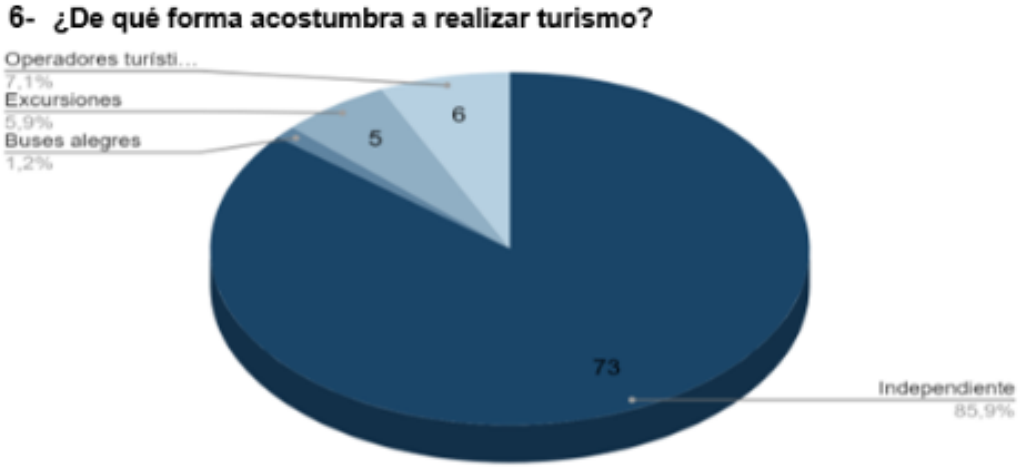


Gráfico 11. Forma de preferencia de realizar turismo por el segmento nacional.

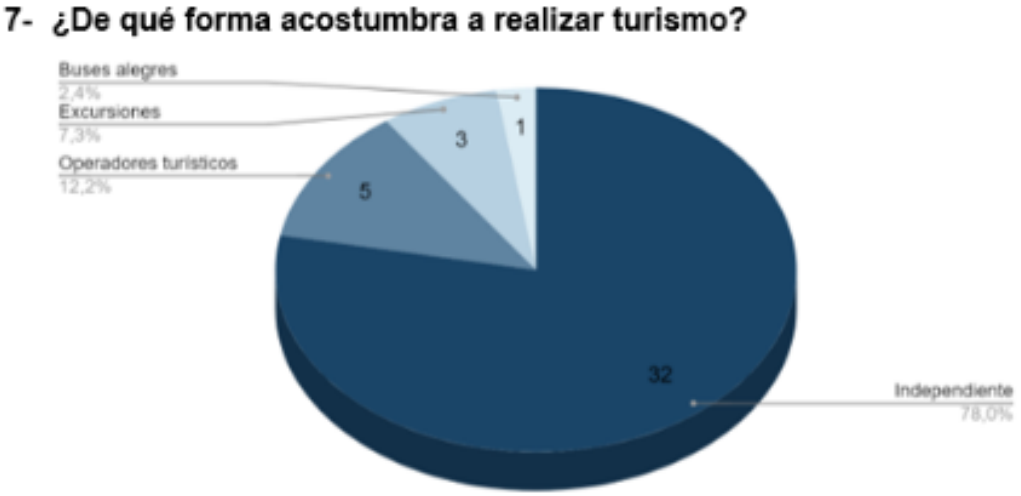


Gráfico 47. Forma de preferencia para realizar turismo del segmento extranjero.

Ruta 1	
Demanda Promedio	Demanda Diaria Esperada
2,322	202.71
2,431	212.23
2,540	221.74
2,649	231.26
2,758	240.77
2,866	250.20
Ruta 2	
Demanda Promedio	Demanda Diaria Esperada
702	61.28
735	64.17
768	67.05
801	69.93
834	72.81
866	75.60
Ruta 3	
Demanda Promedio	Demanda Diaria Esperada
2,044	178.44
2,140	186.82
2,236	195.20
2,332	203.58
2,428	211.96
2,523	220.26

Tabla 484. Demanda diaria esperada por ruta turística

Dicho dato corresponde a la base de los cálculos de las rutas planificadas que se muestra a continuación:

Ruta 1.

Para la ruta 1 se estableció satisfacer el 50% de la demanda esto debido a que los atractivos que son recorridos en esta ruta son de carácter natural y se desea evitar la sobrecarga de manera que no se afecte gravemente el ecosistema, sin embargo como medida a futuro se plantea evaluar el aumento del flujo turístico de manera progresiva según los resultados obtenidos, además se considera que la demanda para este tipo de atractivos turísticos varía en un día de semana hasta en un 8% y un día de fin de semana hasta un 30%, esto quiere decir que la demanda se espera se encuentre distribuida de la siguiente manera.

Demanda a cubrir diaria			8%	8%	8%	8%	8%		30%	30%
50%	Demanda Total	Martes-viernes	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Fin de Semana	Sábado	Domingo
101.36	251.36	129.73	-	32.43	32.43	32.43	32.43	121.63	60.81	60.81
106.11	263.16	135.82	-	33.96	33.96	33.96	33.96	127.34	63.67	63.67
110.87	274.96	141.91	-	35.48	35.48	35.48	35.48	133.05	66.52	66.52
115.63	286.76	148.00	-	37.00	37.00	37.00	37.00	138.75	69.38	69.38
120.39	298.56	154.09	-	38.52	38.52	38.52	38.52	144.46	72.23	72.23
125.10	310.25	160.13	-	40.03	40.03	40.03	40.03	150.12	75.06	75.06
				36.24	36.24	36.24	36.24		67.95	67.95

Tabla 485. Cálculo de la demanda a satisfacer para la ruta turística 1

La distribución de la demanda total está dada por la siguiente formula:

Demanda Total= *(Demanda a cubrir diaria*4 días de semana*32% de variación de la demanda)* **+** *(Demanda a cubrir diaria*2 días de fin de semana*60% de variación de la demanda)*

#Grupos= *36/35= 1.02 = 1 grupo día de semana*

#Grupo= *68/35= 1.84 = 2 grupos por día del fin de semana*

Ruta 2.

Para la ruta 2 se estableció satisfacer la demanda en un 80% en día de semana y en un 75% en fines de semana, esto debido a que los atractivos que incluye el recorrido son de carácter cultural, recreativo y gastronómico, no generan un impacto significativo en áreas naturales como para limitar un poco más la demanda a satisfacer.

Demanda a cubrir diaria				9.60 %	9.60%	9.60%	9.60%	9.60%		26.00 %	26.00%
80%	75%	Demanda Total	Martes-viernes	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Fin de Semana	Sábado	Domingo
49.03	45.96	123.11	75.31	-	18.83	18.83	18.83	18.83	47.80	23.90	23.90
51.33	48.12	128.90	78.85	-	19.71	19.71	19.71	19.71	50.05	25.02	25.02
53.64	50.28	134.68	82.39	-	20.60	20.60	20.60	20.60	52.30	26.15	26.15
55.94	52.45	140.47	85.93	-	21.48	21.48	21.48	21.48	54.54	27.27	27.27
58.25	54.61	146.26	89.47	-	22.37	22.37	22.37	22.37	56.79	28.40	28.40
60.48	56.70	151.87	92.90	-	23.22	23.22	23.22	23.22	58.97	29.48	29.48

Tabla 486. Cálculo de la demanda a satisfacer para la ruta turística 2

La distribución de la demanda total está dada por la siguiente formula:

Demanda Total= *(Demanda a cubrir diaria*4 días de semana*38.4% de variación de la demanda) + (Demanda a cubrir diaria*2 días de fin de semana*52% de variación de la demanda)*

#Grupos= *21/15= 1.4 = 1 grupo día de semana*
#Grupo= *27/15= 1.8 = 2 grupos por día del fin de semana*

Ruta 3.

Para la ruta 3 se estableció satisfacer la demanda en un 50% los días de semana y en un 30% los fines de semana, esto bajo la misma línea que en la ruta 1, se habla de atractivos turísticos poco explotados y de gran impacto ambiental por lo que se considera que como media de protección al ecosistema de abordará una porción menor de la demanda.

Demanda a cubrir diaria				8%	8%	8%	8%	8%		30%	30%
50%	30%	Demanda Total	Martes-viernes	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Fin de Semana	Sábado	Domingo
89.22	53.53	178.44	114.20	-	28.55	28.55	28.55	28.55	64.24	32.12	32.12
93.41	56.05	186.82	119.57	-	29.89	29.89	29.89	29.89	67.26	33.63	33.63
97.60	58.56	195.20	124.93	-	31.23	31.23	31.23	31.23	70.27	35.14	35.14
101.79	61.08	203.58	130.29	-	32.57	32.57	32.57	32.57	73.29	36.65	36.65
105.98	63.59	211.96	135.66	-	33.91	33.91	33.91	33.91	76.31	38.15	38.15
110.13	66.08	220.26	140.97	-	35.24	35.24	35.24	35.24	79.29	39.65	39.65

Tabla 487. Cálculo de la demanda a satisfacer para la ruta turística 3

La distribución de la demanda total está dada por la siguiente formula:

Demanda Total= *(Demanda a cubrir diaria*4 días de semana*32% de variación de la demanda) + (Demanda a cubrir diaria*2 días de fin de semana*60% de variación de la demanda)*

#Grupos= *32/30= 1.07 = 1 grupo día de semana*
#Grupo= *36/30= 1.2 = 1 grupos por día del fin de semana*