

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



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LOS
DISTRITOS DE SAN PEDRO MASAHUAT Y SAN LUIS TALPA
PERTENECIENTES AL MUNICIPIO DE LA PAZ OESTE**

PRESENTADO POR:

CRISTIAN ENOC FLORES RODRÍGUEZ

MAURICIO ALEJANDRO PARADA MÉNDEZ

WILSON ELEAZAR REYES SERRANO

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
INGENIERO INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, FEBRERO 2025

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 INDUSTRIAL

Título :

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA
LOS DISTRITOS DE SAN PEDRO MASAHUAT Y SAN LUIS
TALPA PERTENECIENTES AL MUNICIPIO DE LA PAZ
OESTE**

Presentado por:

CRISTIAN ENOC FLORES RODRÍGUEZ

MAURICIO ALEJANDRO PARADA MÉNDEZ

WILSON ELEAZAR REYES SERRANO

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. JUAN ENRIQUE REYES RUIZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, FEBRERO 2025

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. JUAN ENRIQUE REYES RUIZ

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, expreso mi más profunda gratitud a Dios por brindarme la fortaleza, sabiduría y guía necesarias para alcanzar este hito significativo en mi vida.

A mi madre, Ana Elia Rodríguez, le debo un reconocimiento especial, su apoyo incondicional y sacrificios han sido fundamentales para mi éxito, siempre está atenta, proporcionándome aliento en los momentos más desafiantes y reforzando mi convicción en la posibilidad de lograr mis metas.

Extiendo mi agradecimiento a mis hermanos, Iliana y Manfredo, por su constante apoyo y confianza en mí, su presencia ha sido esencial en cada etapa de este recorrido, motivándome a seguir adelante. Asimismo, a mi tío Henry y mi primo Jonathan, les expreso mi sincero agradecimiento por el respaldo que me han brindado a lo largo de mi carrera académica.

A toda mi familia, cuyo apoyo ha sido una fuente constante de fortaleza y estabilidad. Cada uno de ustedes ha contribuido de manera única a mi desarrollo personal y académico, y su presencia ha sido el pilar emocional que ha impulsado mi éxito.

A mi amigo Bryan Alvarenga, le expreso mi más sincero agradecimiento, desde los inicios de esta travesía hasta hoy, hemos compartido éxitos y superados obstáculos juntos. Su amistad y apoyo incondicional han hecho que cada paso de este camino sea más llevadero y memorable.

A mis compañeros de tesis, agradezco profundamente la colaboración, el intercambio de conocimientos y las experiencias compartidas durante este proceso, su amistad y dedicación han sido vitales para el desarrollo del presente estudio.

A mis amigos, tanto aquellos con quienes comparto el presente como los que formaron parte de mi pasado, les expreso mi más profundo agradecimiento. Sin esperar nada a cambio, me brindaron su conocimiento, compartieron conmigo momentos de alegría y también estuvieron presentes en los de tristeza.

Cristian Flores

AGRADECIMIENTOS

Siempre había pensado en este momento, en el que tendría que escribir mis agradecimientos, y hoy que se llegó el momento, nose por donde comenzar, se me vienen a la mente tantos recuerdos, en primer lugar, quiero agradecer a Dios y a María Auxiliadora por permitirme llegar hasta este punto, por brindarme siempre su ayuda en los momentos cruciales de la carrera en los que sentía abrumado y sentía que no iba poder.

Quiero agradecerle infinitamente a mi madre Claudia Méndez y a mi padre Herber Parada, les agradezco de todo corazón por siempre apoyarme, por estar conmigo en todo momento en las buenas y las malas, siempre brindándome aliento cuando me sentía abrumado y sentía que no podía más, espero la vida me permita retribuirles un poco de todo lo que me han dado, les agradezco infinitamente, tambien quiero agradecer a toda mi familia por siempre creer en mí , apoyarme y ayudarme a lo largo de la carrera, tambien quiero dedicar este logro hasta el cielo a mi abuelita Hayde Solano que siempre estuvo aconsejándome y pendiente de cómo iba en la carrera, quisiera poder decirle “hoy si abuelita, ya casi me graduó” , pero sé que desde el cielo se alegra porque se llegó el culmen de esta importante etapa de mi formación académica, tambien agradecer a mi abuelo Cristo Parada que siempre ha estado pendiente de mi progreso en la carrera, apoyándome, dándome ánimos y aconsejándome.

Tambien quiero agradecer a mi abuela Francisca Méndez, por siempre creer en mí, apoyarme y desearme lo mejor, además agradezco a mis primas y primos por siempre apoyarme, y estar prestos a ayudarme, en todo momento.

Agradezco a los amigos y amigas en especial a Vanessa a Ximena, Graciela, Raquel con los que compartí durante la carrera, porque gracias a ellas y a ellos la carrera se sintió más liviana, y se llenó de muchas anécdotas que siempre llevare conmigo, gracias a, por su compañía y ayuda en diferentes etapas de la carrera, una frase que me ayudó mucho durante la carrera es la que decía el ingeniero Monge en matemática “No hay que preocuparse, hay que ocuparse”, siempre que me sentía preocupado y desanimado, está frase venía a mi mente y me ayudaba a mermar la preocupación.

Además, quiero agradecer a nuestro asesor, ingeniero Enrique Reyes por su apoyo y disposición para poder ayudarnos siempre de la mejor manera, finalmente agradecer a nuevamente a dios y a todas las personas que hicieron posible este logro, motivando a quien lea este agradecimiento a seguir adelante, porque el que persevera alcanza y con la ayuda de Dios todo es posible.

Alejandro Parada

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mi madre **María Angela Serrano**, quien a pesar de las circunstancias de la vida me brindo todo su apoyo en todo momento además de siempre dar me fortaleza, sabiduría y salud para enfrentar los retos que se me presentaran en el camino y poder seguir adelante, por lo que estaré eternamente agradecido ya que sin su apoyo no pudiese haber llegado hasta este punto, no es un final sino un inicio para una nueva etapa.

Ha llegado un momento en mi vida que visualicé de muchas formas: el instante en que reflexionaría sobre mi recorrido académico y agradecería a todas las personas que han sido parte de este viaje de una u otra forma en este caso mi familia y amigos, por lo que estoy realmente agradecido con cada uno de ustedes, que apporto a mi formación, tanto moral como económicamente. Culminar mi formación universitaria representa la realización de uno de mis grandes objetivos, alcanzado con esfuerzo, sacrificio y el invaluable apoyo de quienes estuvieron a mi lado en cada paso.

Además, también agradecer a mis compañeros tanto de tesis como todos aquellos con los que tuve la oportunidad de formar equipo en todo este recorrido, quienes compartieron conmigo este arduo camino, por lo que agradezco profundamente su esfuerzo y amistad.

Y para finalizar para todas aquellas personas que lleguen a leer este agradecimiento, ánimo ustedes pueden, muchas veces la vida nos presentan obstáculos que parecieran que no los podremos vencer, pero solo hay que tranquilizarse, analizar la situación y enfrentarse a los obstáculos presentes los cuales al primer intento muy posiblemente no podamos vencer pero recuerden el bombillo no se creó al primer intento hubieron cientos de fracasos los cuales sirvieron para ir mejorando con cada intento y no volver a cometer el mismo error solo trata de ser constante y no dejar se vencer, así que ánimos ustedes pueden.

Wilson Serrano

INDICE

INTRODUCCIÓN	i
OBJETIVOS	ii
A. Objetivo General	ii
B. Objetivo Especifico.....	ii
ALCANCES Y LIMITACIONES	v
A. Alcances	v
B. Limitaciones	v
JUSTIFICACIÓN DEL PLAN	vi
IMPORTANCIA DEL PLAN	vii
CAPITULO I: MARCO GENERAL	1
A. ESQUEMA DEL CAPITULO.....	2
B. METODOLOGIA DEL PLAN.....	3
C. MARCO TEÓRICO	8
1. Plan de desarrollo	8
2. Plan de desarrollo Turístico.....	9
3. Plan de desarrollo turístico sostenible.....	11
4. Turismo	11
5. Tipos de Turismo.....	11
6. Turismo sostenible	13
7. Recurso turístico	19
8. Atractivo turístico.....	19
9. Producto turístico	21
10. Inventario turístico.....	22
11. Servicio turístico.....	22
12. Principales servicios turísticos.....	22
13. Actividad turística	24

14.	Clasificación del turismo.....	24
15.	Competitividad turística	25
16.	Técnicas de diagnostico.....	25
D.	MARCO CONTEXTUAL.....	33
1.	Historia del turismo	33
2.	Turismo a nivel mundial	35
1.	Turismo a nivel de Centroamérica.....	37
2.	Turismo en El Salvador	39
3.	Turismo en el departamento de La Paz.....	57
1.	Campo de aplicación del plan	69
E.	MARCO LEGAL	71
CAPITULO II: INVENTARIO TURISTICO DE LOS DISTRITOS		74
A.	ESQUEMA DEL CAPITULO.....	75
B.	DISTRITO DE SAN PEDRO MASAHUAT	76
1.	Caracterización del distrito	76
2.	Turismo en el distrito de San Pedro Masahuat.....	86
3.	Actores principales del distrito.....	88
C.	DISTRITO DE SAN LUIS TALPA	89
1.	Caracterización del distrito	89
2.	Turismo en el distrito de San Luis Talpa.....	97
3.	Actores principales del distrito.....	98
D.	IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	99
1.	Turismo de sol y playa	99
2.	Turismo cultural.....	99
3.	Turismo religioso	100
4.	Turismo de aventura	100
E.	INVENTARIO DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS	101

1.	Metodología del inventario	101
2.	Identificación y categorización	101
3.	Priorización de los recursos o atractivos turísticos	108
4.	Clasificación, análisis y selección de información	113
5.	Evaluación de los atractivos	153
F.	INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA	161
1.	Diseño de ficha para inventario de la planta turística	161
2.	Llenado de ficha de planta turística.....	162
3.	Empleos generados por el turismo en los distritos	186
CAPITULO III: INVESTIGACIÓN DE LOS MERCADOS TURISTICOS		187
A.	ESQUEMA DEL CAPITULO.....	188
B.	MERCADO CONSUMIDOR.....	189
1.	Metodología de la investigación	189
2.	Antecedentes del mercado consumidor	189
3.	Tipo de investigación y fuentes de información	190
4.	Segmentación del mercado.....	190
5.	Determinación del tamaño de la muestra.....	192
6.	Diseño del instrumento.....	195
7.	Fichas técnicas	201
8.	Tabulación de información.....	201
9.	Resultados de mercado consumidor	221
10.	Afluencia turística en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa	222
11.	Proyecciones de demanda	230
C.	MERCADO COMPETIDOR.....	233
1.	Antecedentes del mercado competidor	233
2.	Metodología de la investigación	234
3.	Diseño de la investigación del mercado competidor.....	235

4.	Perfil de los competidores	236
5.	Instrumentos de recolección de la información	238
6.	Identificación de la competencia	239
7.	Tabulación de investigación de campo y secundaria.....	244
D.	INSTITUCIONES DE APOYO Y SOPORTE AL TURISMO	307
1.	Fuentes de información.....	307
2.	Método de obtención de información	308
3.	Instituciones que apoyan el turismo en El Salvador	309
4.	Investigación de Campo.....	312
E.	MERCADO DISTRIBUIDOR	335
1.	Metodología de mercado distribuidor	335
2.	Fuentes de información.....	336
3.	Definiciones del mercado	336
4.	Identificación de los distribuidores.....	339
5.	Método de obtención de datos	341
6.	Investigación de campo.....	344
7.	Registro y tabulación de información	370
8.	Calificación de distribuidores.....	373
	CAPITULO IV: DIAGNOSTICO.....	377
A.	ESQUEMA DEL CAPITULO.....	378
B.	ANALISIS DEL TURISMO EN LOS DISTRITOS.....	379
1.	Materia turística.....	379
2.	Datos e indicadores importantes sobre el desarrollo de los distritos.	379
3.	Análisis de la situación turística actual	380
4.	Organización turística en los distritos.....	381
5.	Estimación de la afluencia turística en el distrito de San Pedro Masahuat.....	382
6.	Estimación de la afluencia turística en el distrito de San Luis Talpa	383

C.	ANÁLISIS DEL INVENTARIO TURISTICO	385
D.	ANÁLISIS DE MERCADOS	388
1.	Análisis de mercado consumidor.....	388
2.	Análisis de mercado competidor	389
3.	Análisis de instituciones de apoyo.....	394
4.	Análisis de mercado distribuidor.....	396
E.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	399
1.	Principales hallazgos en diagnóstico.....	399
2.	Matriz de Involucrados	401
3.	Árbol de problemas	405
4.	Análisis del árbol de problemas	406
5.	Enunciado del problema.....	410
CAPITULO V: CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO		411
A.	ESQUEMA DEL CAPITULO.....	412
B.	GENERALIDADES DE LA PROPUESTA.....	413
C.	IDENTIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS VINCULADOS A LÁS ÁREAS ESTRATEGICAS.....	414
D.	SELECCIÓN DE LOS PROGRAMAS A DISEÑAR	417
E.	MATRIZ DE CONSISTENCIA	422
1.	Importancia de los programas.....	424
2.	Importancia de los proyectos	424
F.	ESQUEMATIZACIÓN DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO.....	426
G.	PRINCIPALES ACTORES E INSTITUCIONES DE APOYO TURÍSTICO EN SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT.....	427
1.	Esquema de relación entre los principales (actuales) actores turísticos.....	427
2.	Esquema de relaciones entre instituciones de apoyo.....	428
H.	DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO.....	429

1.	Programa de marketing.....	429
2.	Programa de formación y organización turística.....	429
3.	Programa de desarrollo de productos turísticos	430
4.	Programa de gestión de la cooperación entre instituciones	430
5.	Programa de mejora de la infraestructura turística	431
CAPITULO VI: DESARROLLO DEL PLAN TURISTICO		432
A.	ESQUEMA DEL CAPITULO.....	433
B.	PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS	434
1.	Proyecto 1: Diseño de circuitos turísticos.....	443
2.	Proyecto 2: Infraestructura turística.....	553
3.	Proyecto 3: Señalización.....	569
C.	PROGRAMA DE MARKETING	588
1.	Proyecto 1: Promoción de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa ...	590
2.	Proyecto 2: Gestión de alianzas comerciales.....	594
3.	Proyecto 3: Organización y participación de ferias y eventos.....	598
4.	Proyecto 4: Creación de marca distrito	601
D.	PROGRAMA DE FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURISTICA	624
1.	Proyecto 1: Formación turística.....	626
2.	Proyecto 2: Creación de la unidad de turismo.....	638
3.	Proyecto 3: Creación de comité de desarrollo turístico	645
4.	Proyecto 4: Sostenibilidad turística	671
E.	PROGRAMA DE MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA	687
1.	Proyecto 1: Mejora de la infraestructura de servicios básicos	689
F.	PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA COOPERACIÓN ENTRE INSTITUCIONES	692
1.	Proyecto 1: Gestión de seguridad turística.....	694
2.	Proyecto 2: Gestión de Financiamiento.....	695
3.	Proyecto 3: Gestión de capacitaciones	700

4.	Proyecto 4: Gestión de Mejora de las vías de acceso.....	702
CAPITULO VII. EVALUACIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.....		708
A.	METODOLOGIA DE LA ETAPA	709
B.	INVERSIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO	710
1.	Metodología	710
2.	Inversión fija tangible	711
3.	Inversión fija intangible.....	714
4.	Resumen de Inversión fija.....	718
5.	CAPITAL DE TRABAJO	718
6.	INVERSIÓN TOTAL DE LA PROPUESTA.....	722
C.	FINANCIAMIENTO PARA IMPULSAR EL PLAN.....	722
1.	Generalidades del financiamiento	722
2.	Metodología	723
3.	Naturaleza del proyecto	724
4.	Posibles fuentes de financiamiento	725
5.	Alternativas de financiamiento	734
D.	COSTOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.....	739
1.	Conceptos.....	739
1.	Sistema de costeo a utilizar para el desarrollo del plan.....	742
2.	Costos por proyecto	743
3.	Costos por programa	756
4.	Consolidado de costos del plan de desarrollo turístico para el año 1	759
5.	Depreciaciones	759
6.	Amortizaciones.....	762
7.	Clasificación de costos.....	764
8.	Costeo aplicando el metodo de absorción.....	766
E.	PRESUPUESTO DE INGRESOS – PUNTO DE EQUILIBRIO.....	776

1.	Determinación del precio de venta	776
2.	Margen de utilidad.....	778
3.	Ingresos pronosticados	779
4.	Punto de equilibrio	782
5.	Margen de contribución unitario	783
6.	Margen de contribución ponderado.....	784
7.	Margen de contribución ponderado total	784
8.	Punto de equilibrio en unidades	784
9.	Punto de equilibrio por servicio.	785
10.	Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	785
11.	Margen de seguridad	786
F.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	788
1.	Estado de Resultado proforma.....	788
2.	Estado de Flujo de Efectivo.....	792
3.	Balance General	793
G.	EVALUACIÓN ECONOMICA	795
1.	Tasa Mínima de rendimiento (TMAR).....	795
2.	Valor actual neto (VAN)	798
3.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	800
4.	Relación beneficio costo (B/C).....	801
H.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	803
1.	Metodología	803
2.	Tiempo de recuperación de la inversión (TRI).....	804
3.	Razones financieras del plan	804
4.	Razones de endeudamiento	807
5.	Análisis de sensibilidad	809
I.	EVALUACIÓN DE GENERO	820

1.	Situación de género a nivel de El Salvador	820
2.	Situación de Género en los distritos.....	822
3.	Contribución del plan de desarrollo a la igualdad de género	823
4.	Beneficios del enfoque de género al plan de desarrollo turístico.....	824
J.	EVALUACIÓN SOCIOECONOMICA.....	825
1.	Aspectos económicos	825
2.	Impactos Socioeconómicos del Plan de Desarrollo.....	830
3.	Análisis de indicadores de beneficio – costo social.....	832
4.	Indicadores socioeconómicos	833
K.	EVALUACIÓN AMBIENTAL	836
1.	Metodología para la evaluación ambiental	840
2.	Desarrollo de la evaluación ambiental de la propuesta	843
3.	Análisis de resultados de la evaluación ambiental	856
CAPITULO VIII ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO		859
A.	INTRODUCCIÓN	860
B.	OBJETIVO	860
C.	METODOLOGÍA	861
1.	Estructura de desglose de trabajo (EDT)	862
2.	Descripción de los entregables	863
3.	Diccionario EDT	864
4.	Paquetes de trabajo	866
5.	Descripción de actividades.....	873
6.	Precedencias de las actividades	879
7.	Red del plan.....	882
8.	Cálculo de Holgura.....	883
D.	COSTOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO.....	884
1.	Costos directos de los entregables	884

2.	Costos indirectos para la implementación del plan	887
3.	Salarios para la implementación del plan	887
4.	Consolidado de costos de la implementación del plan	887
E.	ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO	888
1.	Tipos de organización	888
2.	Características de los tipos de estructuras organizacionales	892
3.	Selección del tipo de organigrama	893
4.	Matriz de criterios que se adaptan a cada tipo de organigrama	899
5.	Elección del tipo de organización a utilizar para el plan	902
6.	Manuales para la administración de la propuesta	904
F.	EVALUACIÓN DE RIESGOS PARA IMPLEMENTACIÓN	923
1.	Ruta crítica:	923
2.	Identificación de riesgos	924
3.	Causas y efectos de los riesgos	926
4.	Análisis de riesgos	938
5.	Evaluación de riesgos	940
6.	Tratamiento del riesgo	943
7.	Estrategias del tratamiento de riesgos	947
8.	Costos asociados a riesgos	953
	CONCLUSIONES	955
	RECOMENDACIONES	958
	BIBLIOGRAFIA	960
	ANEXOS	963
	GLOSARIO TECNICO	984

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Metodología de plan.....	3
Tabla 2: Objetivos para el turismo sostenible.....	15
Tabla 3 Beneficios del turismo sostenible	16
Tabla 4: Niveles de planificación y gestión del turismo	17
Tabla 5 Tipos de Indicadores	18
Tabla 6 Llegada de turistas a la Región SICA por trimestre	39
Tabla 7:Llegada de visitantes Internacionales 2009-2023.....	41
Tabla 8:Llegada de turistas a El Salvador por nacionalidad (2009-2023)	43
Tabla 9: Gasto turístico entre 2009 al 2023	44
Tabla 10: Relación del ingreso turístico en el PIB	45
Tabla 11:Centros Recreativos administrados por el ISTU	46
Tabla 12: Cantidad de visitantes por parque recreativo	47
Tabla 13: Instituciones que apoyan al turismo en el país.....	49
Tabla 14: Playas que conforman el proyecto Surf City.....	51
Tabla 15: Rutas turísticas de El Salvador	52
Tabla 16: Tipos de turismo en El Salvador.....	55
Tabla 17:Oferta turística de La Paz.....	57
Tabla 18: Composición de la ley de medio Ambiente.....	71
Tabla 19: División política/ administrativa de San Pedro Masahuat.	80
Tabla 20: Población de San Pedro Masahuat	81
Tabla 21: División entre la población	81
Tabla 22: Centros educativos y cantidad de alumnos y maestros.....	82
Tabla 23: Conectividad del distrito de San Pedro Masahuat	83
Tabla 24: Infraestructura y servicios de San Pedro Masahuat	84
Tabla 25:Principales recursos turísticos de San Pedro Masahuat.....	87
Tabla 26: División política/ administrativa de San Luis Talpa	92
Tabla 27: Población de San Luis Talpa.	93
Tabla 28: División de la población de San Luis Talpa	93
Tabla 29: Centros educativos de San Luis Talpa y su cantidad de alumnos y maestros.....	94
Tabla 30: Infraestructura y Servicios Básicos San Luis Talpa	95
Tabla 31:Principales recursos turísticos de San Luis Talpa.....	97
Tabla 32: Inventario de recursos turísticos San Luis y San Pedro Masahuat.....	102
Tabla 33: Escala de asignación de criterios de inventario preliminar.	109

Tabla 34: Calificación de los recursos.....	111
Tabla 35:Resultados de la priorización de atractivos turísticos	112
Tabla 36: Ficha de registro de información de recurso turístico	113
Tabla 37: Ficha de registro Playa Amatecampo	114
Tabla 38: Ficha de registro Playa La Zunganera.....	116
Tabla 39: Ficha de registro Playa El Pimental.....	118
Tabla 40: Ficha de registro parroquia San Luis Rey de Francia.....	120
Tabla 41:Ficha de registro museo municipal San Pedro Masahuat.....	122
Tabla 42: Ficha de registro gruta del cristo negro	124
Tabla 43: Ficha de registro Rio Sepaquiapa	126
Tabla 44: Ficha de registro ausoles en San Pedro Masahuat	128
Tabla 45: Ficha de registro Parroquia San Pedro Apóstol.....	129
Tabla 46: Ficha de registro Mirador Natural Buena Vista	131
Tabla 47: Ficha de registro playa Las Hojas	133
Tabla 48: Ficha de registro de Playa San Marcelino	135
Tabla 49: Ficha de registro de cerro El Tacuazín	137
Tabla 50: Fiestas titulares y patronales de San Pedro Masahuat	139
Tabla 51: Ficha de registro de fiestas patronales de San Luis Talpa.....	141
Tabla 52:Ficha de registro casa de Jesús.....	142
Tabla 53: Ficha de registro parque Rigoberto Rodezno	143
Tabla 54: Ficha de registro de plaza El Carmen	144
Tabla 55: Ficha de registro Parque Municipal de San Luis Talpa.....	145
Tabla 56: Ficha de registro Plaza el hermano lejano	146
Tabla 57: Ficha de festival del Sambo y el Camarón	147
Tabla 58: Ficha de registro de festival de el Loroco y el plátano.....	148
Tabla 59: Ficha de registro de noches de playa en San Marcelino.	149
Tabla 60: Ficha de registro de festival de la piscucha	150
Tabla 61: Ficha de registro de bocana El Pimental	151
Tabla 62: Ficha de registro bocana del rio Jiboa.....	152
Tabla 63:Niveles de jerarquía de inventario turístico.....	153
Tabla 64: Criterio de Singularidad	154
Tabla 65: Criterio de Nivel de Integridad	154
Tabla 66: Acceso a servicios básicos.....	155
Tabla 67: Criterio de Notoriedad turística.....	155

Tabla 68: Criterio de preferencia en la visita turística.....	156
Tabla 69: Evaluación de los recursos turísticos mediante los criterios establecidos	157
Tabla 70: Rango de valores para cada jerarquía	159
Tabla 71: Jerarquización de los recursos de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat	159
Tabla 72 : Ficha de registro de información de planta turística	161
Tabla 73 Ficha de Hotel Estero y Mar	162
Tabla 74 Ficha de Pato Canales Hotel & Resort.....	163
Tabla 75 Ficha de Hotel y restaurante Pimental Beach	165
Tabla 76 Ficha de Argueta-Hotel.....	166
Tabla 77 Ficha de Quality Hotel Real Aeropuerto	168
Tabla 78 Ficha de Hotel pacifico azul.....	170
Tabla 79 Ficha de Amará Ma	171
Tabla 80 Ficha de Malecón turístico de playa Zunganera	172
Tabla 81 Ficha de The Corner Restaurant	174
Tabla 82 Ficha de Rancho Costanova	175
Tabla 83 Ficha de Centro recreativo Masath	175
Tabla 84 Ficha de Restaurante Yesenia.....	177
Tabla 85 Ficha de Restaurante Kenny Mar	178
Tabla 86 Ficha de Princess One	179
Tabla 87 Ficha de Rancho Brisas del Mar	180
Tabla 88 Ficha de La Cabaña del Padrino	181
Tabla 89 Ficha de registro restaurante JU-RU.....	182
Tabla 90 Ficha de Las Hojas Resort & Beach Club	183
Tabla 91 Ficha de Hojas Eco Villas.....	184
Tabla 92 Ficha de Estadio Ing. José Alvarenga	185
Tabla 93: Cantidad estimada de empleos generados por el turismo en los distritos.	186
Tabla 94: Perfil del turista nacional	191
Tabla 95: Población del universo	192
Tabla 96: Resultados de la encuesta preliminar.....	193
Tabla 97: Promedio de respuestas de encuesta preliminar.....	193
Tabla 98: Variables y valores a utilizar para cálculo de la muestra mercado consumidor	194
Tabla 99: Ficha técnica del mercado consumidor- segmento turista nacional.....	201
Tabla 100:Resultados segmento turista nacional.....	221

Tabla 101: Resultados del segmento de turista extranjero.....	222
Tabla 102: Resultados relevantes de San Pedro Masahuat.....	222
Tabla 103: Distribución de frecuencia de consumo turista nacional	223
Tabla 104: Calculo de acompañantes de turistas.....	224
Tabla 105: División del turista nacional que visita San Pedro Masahuat.....	224
Tabla 106:Distribución de viajes por trimestre.....	224
Tabla 107: Calculo de porcentajes y promedio de visitantes por trimestre.....	225
Tabla 108: Distribución de la demanda en meses para San Pedro Masahuat	225
Tabla 109: Resultados relevantes San Luis Talpa.....	226
Tabla 110: Distribución de frecuencia de consumo a nivel nacional.....	226
Tabla 111: Calculo de acompañantes de turistas San Luis Talpa	227
Tabla 112: División del turista nacional que visita San Luis Talpa	228
Tabla 113: Distribución de viajes por trimestre.....	228
Tabla 114:Pronosticó para los 4 años anteriores	228
Tabla 115: Calculo de porcentajes y promedio de visitantes por trimestre.	229
Tabla 116: Distribución de la demanda en meses para San Luis Talpa.....	229
Tabla 117: Demanda de turismo nacional	230
Tabla 118: Aplicación de metodo de mínimos cuadrados.....	230
Tabla 119: Proyecciones de la demanda de turismo nacional.....	231
Tabla 120: Tasa de crecimiento de turismo nacional.....	232
Tabla 121: Proyecciones para los siguientes 5 años de la afluencia turística de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.....	232
Tabla 122: Proyección de la demanda mensual para los 5 años	233
Tabla 123: Check list de competidores	238
Tabla 124: Formato entrevista semiestructurada	239
Tabla 125:Distritos competidores potenciales según zona.....	240
Tabla 126 matriz multicriterio	241
Tabla 127: Análisis y priorización de competidores.....	242
Tabla 128: Distritos sujetos análisis del mercado competidor	242
Tabla 129 Ficha informativa del distrito de Tamanique.....	244
Tabla 130 Check list competidor Tamanique.....	248
Tabla 131 Tabulación encuesta semiestructurada Tamanique	249
Tabla 132 Ficha informativa del distrito de La Libertad	250
Tabla 133 Check list competidor La Libertad	255

Tabla 134 Tabulación encuesta semiestructurada La Libertad.....	256
Tabla 135 Ficha informativa del distrito de San Luis La Herradura	257
Tabla 136 Check list competidor San Luis La Herradura	261
Tabla 137: Tabulación encuesta semiestructurada San Luis La Herradura.....	261
Tabla 138 Ficha informativa del distrito de Conchagua.....	262
Tabla 139 Check list competidor Conchagua	271
Tabla 140 Tabulación encuesta semiestructurada Conchagua	271
Tabla 141 Ficha informativa del distrito de Suchitoto	272
Tabla 142 Check list competidor Suchitoto	277
Tabla 143 Tabulación encuesta semiestructurada Suchitoto.....	277
Tabla 144 Ficha informativa del distrito de Olocuilta	279
Tabla 145 Check list competidor Olocuilta	284
Tabla 146 Tabulación encuesta semiestructurada Olocuilta.....	285
Tabla 147 Ficha informativa del distrito de Salcoatitán	286
Tabla 148 Check list competidor Salcoatitán	291
Tabla 149 Tabulación encuesta semiestructurada Salcoatitán	291
Tabla 150 Ficha informativa del distrito de Panchimalco.....	292
Tabla 151 Check list competidor Panchimalco.....	295
Tabla 152 Tabulación encuesta semiestructurada Panchimalco	296
Tabla 153 Ficha informativa del distrito de San Salvador.....	297
Tabla 154 Check list competidor San Salvador.....	305
Tabla 155 Tabulación encuesta semiestructurada San Salvador	306
Tabla 156:Ficha de técnica de CORSATUR	312
Tabla 157:Ficha Técnica de CONAMYPE.....	316
Tabla 158:Ficha Técnica POLITUR.....	318
Tabla 159:Ficha técnica BANDESAL	319
Tabla 160:Ficha técnica CASATUR	321
Tabla 161:Ficha técnica MITUR.....	323
Tabla 162:Tipos de certificaciones de la OSN.....	325
Tabla 163:Ficha técnica del ISTU	328
Tabla 164 Ficha de entrevista a tours operadoras	342
Tabla 165 Check list para Tours operadoras	343
Tabla 166 Entrevista a Tour Operadora El Salvador Xpedition	344
Tabla 167 Check list El salvador xpedition.....	346

Tabla 168 Entrevista a Tour Operadora Inter Tours.....	347
Tabla 169 Check list Inter Tours.....	349
Tabla 170 Entrevista a Tour Operadora Atekoli Tourism.....	350
Tabla 171 Check list Atekoli Tourism.....	352
Tabla 172 Entrevista a Tour Operadora Morazán tour.....	352
Tabla 173 Check list Morazán Tour.....	354
Tabla 174 Entrevista a Tour Operadora Julios tours.....	355
Tabla 175 Check list Julio's Tours.....	357
Tabla 176 Entrevista a Tour Operadora EC Tours El Salvador.....	357
Tabla 177 Check list EC tours El Salvador.....	359
Tabla 178 Entrevista a Tour AVITOURS El Salvador.....	360
Tabla 179 Check list AVITOURS El Salvador.....	362
Tabla 180 Entrevista a Tour Operadora Cadisi Tours.....	362
Tabla 181 Check list Cadisi Tours.....	364
Tabla 182 Entrevista a Tour Operadora Tours503.....	365
Tabla 183 Check list Tour503.....	367
Tabla 184 Entrevista a Tour Operadora Explore El Salvador.....	367
Tabla 185 Check list Explore El Salvador.....	369
Tabla 186 Registro y tabulación de información tours operadores.....	370
Tabla 187 Criterios de evaluación tour operadoras.....	373
Tabla 188 Asignación de la escala de calificación.....	374
Tabla 189:Criterio de garantías y seguros.....	374
Tabla 190:Criterio de Formalidad.....	374
Tabla 191:Criterio de rutas ofertadas.....	374
Tabla 192:Criterio de experiencia.....	375
Tabla 193:Criterio de formas de pago.....	375
Tabla 194 Puntuación total de cada distribuidor.....	375
Tabla 195: Datos e indicadores importantes sobre el desarrollo de los distritos.....	379
Tabla 196: Análisis FODA de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.....	380
Tabla 197: Afluencia estimada de turistas a Playa San Marcelino en San Pedro Masahuat en Temporada Alta.....	382
Tabla 198: Afluencia estimada de turistas a Playa San Marcelino en San Pedro Masahuat en Temporada Baja.....	382
Tabla 199: Afluencia estimada de turistas a Playa San Marcelino en San Pedro Masahuat.....	382

Tabla 200: Afluencia turística estimada a malecón de playa la Zunganera y Bocana El Pimental San Luis Talpa en temporada alta	383
Tabla 201: Afluencia turística estimada a malecón de playa la Zunganera y Bocana El Pimental San Luis Talpa en temporada baja.....	384
Tabla 202.: Afluencia turística estimada mensual y anual al malecón de playa la Zunganera y Bocana El Pimental	384
Tabla 203: Resultado del inventario turístico	385
Tabla 204: Resumen de planta turística de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat	387
Tabla 205: Análisis del segmento turista nacional.....	388
Tabla 206: Análisis de características del turista extranjero	389
Tabla 207: Principales competidores de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa	390
Tabla 208: Fortalezas y debilidades de los distritos competidores de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.....	390
Tabla 209: Criterios de mercado distribuidor.....	398
Tabla 210 Matriz de involucrados del plan	401
Tabla 211: Resumen planta turística	407
Tabla 212: Resumen inventario turístico	407
Tabla 213 Área estratégicas enfocadas para el Plan de Desarrollo Turístico.....	413
Tabla 214: Área de estrategia de mercadeo y comunicaciones	414
Tabla 215: Área estratégica de seguridad turística	414
Tabla 216: Área de estrategia de facilitación turística	415
Tabla 217:Área de estrategia de calidad y competitividad	415
Tabla 218: Área de estrategia de fortalecimiento institucional.	416
Tabla 219:Área de estrategia de planificación, investigación y desarrollo sectorial.	416
Tabla 220: Criterios y puntaje para evaluar programas.....	417
Tabla 221: Evaluación de los programas	418
Tabla 222: Puntuación de la evaluación de programas.....	420
Tabla 223: Matriz de consistencia	422
Tabla 224: Importancia de los programas	424
Tabla 225: Importancia y plazo de realización de los proyectos.	424
Tabla 226 Ponderación de criterio de grado de erodabilidad	441
Tabla 227 Ponderación de criterio de accesibilidad	441
Tabla 228 Recursos turísticos pertenecientes a la Jerarquía III y IV.....	444

Tabla 229 priorización de atractivos turísticos	444
Tabla 230 Recursos turísticos seleccionados para circuitos	445
Tabla 231 Ponderación de criterio tipo de turismo para la selección de atractivos	446
Tabla 232:Ponderación de criterio ubicación para la selección de atractivos	447
Tabla 233:Ponderación de criterio valor añadido para la selección de atractivos	447
Tabla 234 Evaluación de recurso turístico	448
Tabla 235 lista de destinos turísticos por visitar.	449
Tabla 236 Especificaciones del circuito “Amantes de la cultura ”	451
Tabla 237 Logística para brindar el servicio	454
Tabla 238 Actividades para la prestación del servicio del circuito Amantes de la cultura	456
Tabla 239 Actividades para la prestación del servicio en Parque Rigoberto Rodezno	459
Tabla 240 Actividades para la prestación del servicio en Parroquia San Pedro Apóstol	460
Tabla 241 Actividades para la prestación del servicio en la Gruta del Cristo Negro	460
Tabla 242 Actividades para la prestación del servicio en Restaurante JURU	461
Tabla 243 Actividades para la prestación del servicio en Museo Municipal de San Pedro Masahuat	461
Tabla 244 Actividades para la prestación del servicio en Plaza el Carmena	462
Tabla 245 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Casa de Jesús	463
Tabla 246 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Parroquia San Luis Rey de Francia	463
Tabla 247 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Parque Rigoberto Rodezno	464
Tabla 248 Itinerario de recorrido	475
Tabla 249 Ponderación de criterio tipo de turismo para selección de atractivos	478
Tabla 250:Ponderación de criterio ubicación para selección de atractivos	478
Tabla 251:Ponderación de criterio valor añadido para selección de atractivos	478
Tabla 252 Evaluación de recursos turísticos	479
Tabla 253 señalización en el circuito de playa y montaña.....	480
Tabla 254 Especificaciones del circuito Playa y Montaña	481
Tabla 255 Actividades previas para la prestación del servicio del circuito Playa y Montaña	483
Tabla 256 actividades a realizar durante la prestación del servicio en el circuito Playa y Montaña	484
Tabla 257 actividades a realizar durante la prestación del servicio en plaza el Carmen	486
Tabla 258 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Cerro el Tacuazín	487

Tabla 259 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Malecón Playa Zunganera	488
Tabla 260 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Plaza el Carmen.....	489
Tabla 261 Especificaciones en noche tropical en san Marcelino	496
Tabla 262 Actividades previas para la prestación del servicio del paquete turístico Playa y montaña	498
Tabla 263 actividades a realizar durante la prestación del servicio en el paquete turístico.....	499
Tabla 264 actividades a realizar durante la prestación del servicio en el paquete turístico.....	500
Tabla 265 actividades a realizar durante la prestación del servicio en la bocana del Rio Jiboa	501
Tabla 266 actividades a realizar durante la prestación del servicio en paseo en lancha.....	501
Tabla 267 actividades a realizar durante la prestación del servicio en la cena	502
Tabla 268 actividades a realizar durante la prestación del servicio en la fogata en la playa	502
Tabla 269 actividades a realizar durante el Karaoke.....	503
Tabla 270 actividades a realizar durante el baile	503
Tabla 271 actividades a realizar durante los fuegos artificiales.....	503
Tabla 272 actividades a realizar durante el agradecimiento y despedida	504
Tabla 273 grado de erodabilidad.....	516
Tabla 274 grado de accesibilidad.....	516
Tabla 275 factores para la capacidad de manejo optimo	517
Tabla 276 capacidades de gruta del cristo negro.....	523
Tabla 277 capacidades del circuito amantes de la cultura	523
Tabla 278 Grado de erodabilidad circuito 2.....	527
Tabla 279 Grado de accesibilidad circuito playa y montaña.....	527
Tabla 280 factores de capacidad de manejo optimo cerro el tacuazín.....	528
Tabla 281 resumen de capacidades de cerro el tacuazín	530
Tabla 282 resumen de capacidades del circuito 2 “playa y montaña”	530
Tabla 283 Grado de erodabilidad en Noche de Playa en San Marcelino	533
Tabla 284 Grado de accesibilidad Noche de Playa en San Marcelino	533
Tabla 285 factores a considerar como capacidad de manejo optimo en playa San Marcelino.	534
Tabla 286 grado de erodabilidad Noche de Playa en San Marcelino	537
Tabla 287 grado de accesibilidad Noche de Playa en San Marcelino	537
Tabla 288 capacidad de manejo optimo en Noche de Playa en San Marcelino	538
Tabla 289 resumen de capacidades playa san Marcelino.....	539

Tabla 290 resumen de capacidades bocana rio jiboa	539
Tabla 291 resumen de capacidades de “noche de playa en san Marcelino	539
Tabla 292 Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 1	540
Tabla 293:Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 2	541
Tabla 294:Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 3	541
Tabla 295: Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 4	542
Tabla 296:Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 5	542
Tabla 297: Cantidad de recorridos por mes año 1	543
Tabla 298:Cantidad de recorridos por mes año 2	543
Tabla 299:Cantidad de recorridos por mes año 3	544
Tabla 300:Cantidad de recorridos por mes año 4	544
Tabla 301:Cantidad de recorridos por mes año 5	545
Tabla 302:Requerimientos de recurso humano para circuito amantes de la cultura	546
Tabla 303:Requerimientos de recurso humano para circuito playa y montaña	546
Tabla 304:Requerimientos de recurso humano para noche de playa en san Marcelino	546
Tabla 305:Recurso humano necesario para proyecto de desarrollo de circuitos turísticos	547
Tabla 306 especificaciones del recurso humano dentro de los circuitos turísticos	547
Tabla 307:Requerimientos de insumos por persona para circuito 1	548
Tabla 308:Requerimientos de insumos por circuito para circuito 1	548
Tabla 309:Requerimientos de insumos por persona para circuito 2.....	548
Tabla 310:Requerimientos de insumos por circuito para circuito 2	548
Tabla 311:Requerimientos de insumos por persona para circuito 3	549
Tabla 312:Requerimientos de insumos por circuito para circuito 3	549
Tabla 313:Recursos estimados para 5 años de operación de los circuitos	549
Tabla 314:Requerimientos de mobiliario y equipo para circuito 1	550
Tabla 315:Requerimientos de mobiliario y equipo para circuito 2	551
Tabla 316:Requerimientos de mobiliario y equipo para circuito 3	551
Tabla 317:Resumen de mobiliario y equipo para proyecto 1.....	551
Tabla 318:Requerimientos de alquiler de equipos para el proyecto 1	552
Tabla 319:Características del mobiliario y equipo a utilizar en proyecto 1	552
Tabla 320 Requerimientos de infraestructura	569
Tabla 321 significado de los colores en la señalización turística.....	570
Tabla 322 Cantidad y leyenda de señalización del tipo referencial	573
Tabla 323:Numeración de señales referenciales	574

Tabla 324: Numeración señales.....	575
Tabla 325 cantidad y leyenda de las señales referenciales	575
Tabla 326 cantidad y leyenda de rótulos de Bienvenida	576
Tabla 327: Numeración de la señalización.....	577
Tabla 328: Numeración de la señalización.....	578
Tabla 329: Numeración de la señalización.....	578
Tabla 330 cantidad y leyenda de los rótulos de bienvenida	579
Tabla 331 requerimientos de señales informativas en los atractivos.....	581
Tabla 332 requerimientos de señales salvamento en los atractivos.....	583
Tabla 333 requerimientos de señales prohibitiva en los atractivos.....	584
Tabla 334 requerimientos de señales preventivas en los atractivos.....	585
Tabla 335 Especificaciones de las señales.....	585
Tabla 336 Recurso humano para el proyecto de señalización	586
Tabla 337 materiales e insumos para el proyecto de señalización	586
Tabla 338 total de material por tipo de señal	587
Tabla 339 listado total de materiales e insumos necesarios para el proyecto de señalización.....	587
Tabla 340 Consideraciones para página de Facebook	591
Tabla 341 materiales e insumo para proyecto de promoción	594
Tabla 342: Empresas mejor puntuadas del mercado de distribución	595
Tabla 343 Paquete Circuito Amantes de la cultura.....	596
Tabla 344 Paquete Circuito playa y montaña.....	597
Tabla 345 Paquete Noche de playa en San Marcelino	597
Tabla 346: Programación de viajes de familiarización	600
Tabla 347 recurso humano para proyecto de organización de ferias y eventos.....	601
Tabla 348 materiales e insumos para proyecto de organización de ferias y eventos.....	601
Tabla 349: Requisitos para el registro de marca.....	624
Tabla 350 requisitos de la capacitación para emprendedores	627
Tabla 351 contenido de módulos de capacitación.....	627
Tabla 352 requisitos sobre la capacitación en calidad de servicio y atención al cliente	629
Tabla 353 módulos de contenido y los temas a desarrollar dentro de la capacitación de calidad de servicio y atención al cliente.	630
Tabla 354 requisitos sobre la capacitación de guía turístico	632
Tabla 355 Requisitos de selección de participantes.....	633
Tabla 356 formato de entrevista para aspirante a capacitación de guía turístico	634

Tabla 357 taller participativo aspirante a capacitación de guía turístico	635
Tabla 358 contenido del proceso de capacitación de guías turísticos.....	636
Tabla 359:Cantidad de personas a capacitar	637
Tabla 360 recurso humano para el proyecto de formación turística	637
Tabla 361 equipo, material e insumo para el proyecto de formación turística.....	637
Tabla 362 recurso humano para la Unidad de Turismo.....	643
Tabla 363 material, equipo e insumo para la Unidad de Turismo.....	643
Tabla 364 especificación de requerimiento para la Unidad de Turismo	644
Tabla 365 :Reglamento interno del Comité de desarrollo turístico	667
Tabla 366 recurso humano para proyecto de creación de comité de desarrollo turístico	669
Tabla 367 Material, equipo e insumo para proyecto de creación de comité de desarrollo turístico	669
Tabla 368 especificaciones de los requerimientos	670
Tabla 369 Actividades para poder educar al turista.....	671
Tabla 370 contenido de Talleres y charlas educativas	672
Tabla 371 contenido de Materiales educativos	673
Tabla 372 contenido de Campañas de sensibilización.....	674
Tabla 373 Instrumento de grado de satisfacción del turista	677
Tabla 374 Descripción y especificaciones de las capacitaciones.....	681
Tabla 375 Funcionamiento del plan de emergencia.....	682
Tabla 376 requisitos sobre la capacitación de energías limpias.....	686
Tabla 377 contenido capacitación en utilización de energías limpias.....	686
Tabla 378 Recurso Humano para la capacitación en la utilización de energías limpias.....	687
Tabla 379 suministro adicional del proyecto Mejora de la infraestructura de servicios básicos	690
Tabla 380 requerimiento del proyecto Mejora de la infraestructura de servicios básicos	691
Tabla 382: Recurso humano par gestión de seguridad turística	695
Tabla 383: Requerimiento de Recurso humano para gestión de financiamiento.....	700
Tabla 384:Insumos necesarios para gestión de financiamiento	700
Tabla 385: Tipo de apoyo que se puede gestionar con CONAMYPE.....	700
Tabla 386:Tipo de apoyo que se puede gestionar con CDMYPE.....	701
Tabla 387: Tipo de apoyo que se puede gestionar con MITUR.....	701
Tabla 388: Recurso humano para gestión de capacitaciones	701
Tabla 389:Requerimientos de recurso humano proyecto de gestión de financiamiento.....	707
Tabla 390: Inversiones de obra civil.....	711

Tabla 391: Distribución de inversión de obra civil	712
Tabla 392: Inversiones de mobiliario y equipo	713
Tabla 393: Consolidado de inversión fija tangible	713
Tabla 394: Costos de estudios previos	714
Tabla 395: Gastos para administración del plan	715
Tabla 396: Salarios del personal administrativo	715
Tabla 397: Inversión en sistemas administrativos	716
Tabla 398: Inversión en capacitación en uso de sistemas administrativos	716
Tabla 399: Inversión en creación del CDT	716
Tabla 400: Inversión en creación de marca distrito	717
Tabla 401: Consolidado de inversión intangible	717
Tabla 402: Resumen de inversión fija	718
Tabla 403: Costos operativos para capital de trabajo	720
Tabla 404: Costos de administración para capital de trabajo	721
Tabla 405: Costos de comercialización para capital de trabajo	721
Tabla 406: Consolidado de capital de trabajo	721
Tabla 407: Resumen de Inversión total del plan	722
Tabla 408: Condiciones crediticias BANDESAL	726
Tabla 409: Condiciones crediticias del BID	727
Tabla 410: Datos para alternativa de préstamo a 3 años plazo	735
Tabla 411: Calculo de interés y saldo para préstamo a 3 años plazo	735
Tabla 412: Datos para alternativa de préstamo a 5 años plazo	735
Tabla 413: Calculo de interés y saldo para préstamo a 5 años plazo	736
Tabla 414: Tabla 366: Datos para alternativa de préstamo a 7 años plazo	736
Tabla 415: Calculo de interés y saldo para préstamo a 7 años plazo	736
Tabla 416: Alternativa 1 de financiamiento	737
Tabla 417: Alternativa 2 de financiamiento	737
Tabla 418: Alternativa de financiamiento 3	738
Tabla 419: Distribución del financiamiento del Plan	738
Tabla 420: Costos de financiamiento con Banco Hipotecario	738
Tabla 421: Costos de financiamiento con DOM	739
Tabla 422: Costos de financiamiento con Alcaldía	739
Tabla 423: Costos del proyecto de promoción de los distritos	743
Tabla 424: Consolidado de costos de proyecto promoción de los distritos año 1	743

Tabla 425: Costos fijos del proyecto de alianzas comerciales	744
Tabla 426: Consolidado de costos de proyecto de alianzas comerciales año 1	744
Tabla 427: Costos de proyecto organización y participación en ferias y eventos	745
Tabla 428: Consolidado de costos del proyecto participación en ferias y eventos año 1	745
Tabla 429: Costos fijos del proyecto de formación turística	746
Tabla 430: Consolidado de costos de proyecto formación turística año 1	746
Tabla 431: Costos fijos de creación de unidad de turismo	747
Tabla 432: Consolidado de proyecto creación de unidad de turismo año 1	747
Tabla 433: Costos fijos proyecto creación de comité de desarrollo turístico año 1	748
Tabla 434: Consolidado costos del proyecto creación de comite de desarrollo turístico año 1	748
Tabla 435: Costos fijos proyecto de sostenibilidad turística año 1	749
Tabla 436: Consolidado de costos del proyecto de sostenibilidad turística año 1	749
Tabla 437: Costos fijos proyecto de mejora de la infraestructura turística año 1	750
Tabla 438: Consolidado de costos del proyecto mejora de la infraestructura año 1	750
Tabla 439: Costos fijos del proyecto de gestión del financiamiento año 1	751
Tabla 440: Consolidado de costos del proyecto gestión del financiamiento año 1	751
Tabla 441: Costos del circuito amantes de la cultura año 1	752
Tabla 442: Costos de circuito playa y montaña año 1	753
Tabla 443: Costos de Noche de playa en San Marcelino año 1	754
Tabla 444: Costos de noche de playa en san Marcelino año 1	755
Tabla 445: Consolidado de costos de proyecto desarrollo de productos turísticos año 1	756
Tabla 446: Consolidado de costos programa de Marketing	756
Tabla 447: Consolidado de costos de programa de formación y organización turística	757
Tabla 448: Consolidado de costos de programa de mejora de la infraestructura	757
Tabla 449: Consolidado de costos de programa de gestión de la cooperación	758
Tabla 450: Consolidado de costos de programa de desarrollo de productos turísticos	758
Tabla 451: Consolidado de costos del plan de desarrollo turístico sostenible. para el año 1 ...	759
Tabla 452: Tiempos de depreciación según tipo.	760
Tabla 453: Depreciación de mobiliario y equipo	761
Tabla 454: Depreciación de obra civil	762
Tabla 455: Amortización de marca	762
Tabla 456: Amortización de estudios previos	763
Tabla 457: Costos de administración a amortizar	763
Tabla 458: Amortización de administración	763

Tabla 459: Clasificación de costos	764
Tabla 460: Costos operativos del plan de desarrollo.....	765
Tabla 461: Costos de administración del plan de desarrollo	765
Tabla 462: Costos de comercialización del plan de desarrollo.....	765
Tabla 463: Costos financieros plan de desarrollo turístico	766
Tabla 464: Consolidado de costos para el plan de desarrollo	766
Tabla 465: Distribución de costos entre los circuitos.....	766
Tabla 466: Costos totales de distribución para cada circuito.....	767
Tabla 467: Descripción de componentes de fórmula de costo total	767
Tabla 468: Calculo de costo variable unitario.....	768
Tabla 469: Conglomerado de costo fijo y costo variable unitario por circuito	768
Tabla 470: Ecuaciones para cálculo de costos	769
Tabla 471: Costeo anual por absorción para costos operativos.....	769
Tabla 472:: Costeo anual por absorción para costos de administración	770
Tabla 473:Costeo anual por absorción para costos de comercialización	770
Tabla 474:Costeo anual por absorción para costos financieros	771
Tabla 475: Resumen costos operativos anuales.....	772
Tabla 476: Resumen de costos de administración anuales	772
Tabla 477: Resumen de costos de comercialización anuales	772
Tabla 478: Resumen de costos de financiamiento anuales	772
Tabla 479: Costeo mensual por absorción de costos operativos por circuito	773
Tabla 480:Costeo mensual por absorción de administración por circuito.....	774
Tabla 481:Costeo mensual por absorción de comercialización por circuito	774
Tabla 482:Costeo mensual por absorción de financiamiento por circuito.....	775
Tabla 483: Consolidado de costos mensuales por circuito.....	775
Tabla 484: Referencia del mercado consumidor.....	777
Tabla 485: Referencia de precio de los competidores	777
Tabla 486: Calculo de costo unitario por circuito.....	778
Tabla 487: Calculo del margen de contribución	778
Tabla 488: Ingresos pronosticados por circuito año 1	779
Tabla 489:Ingresos pronosticados por circuito año 2	780
Tabla 490:Ingresos pronosticados por circuito año 3	780
Tabla 491:Ingresos pronosticados por circuito año 4	781
Tabla 492:Ingresos pronosticados por circuito año 5	781

Tabla 493: Consolidado de ingresos por circuitos.....	782
Tabla 494: Variables para determinar punto de equilibrio	782
Tabla 495: Formulas a utilizar para punto de equilibrio	782
Tabla 496: Margen de contribución unitario por circuito	783
Tabla 497: Margen de contribución ponderado	784
Tabla 498: Margen de contribución ponderado total	784
Tabla 499 : Punto de equilibrio por servicio	785
Tabla 500 Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	785
Tabla 501 Margen de seguridad del plan de desarrollo	786
Tabla 502 Margen de seguridad circuito amantes de la cultura	786
Tabla 503 Margen de seguridad circuito Playa y Montaña.....	787
Tabla 504 Margen de seguridad circuito noche de playa en san Marcelino	787
Tabla 505 Estado de Resultado General Mensual (año 1).....	790
Tabla 506 Estado de Resultado por los 5 años.....	791
Tabla 507 Estado de Flujo de Efectivo Anual.....	793
Tabla 508 Balance general anual.....	794
Tabla 509 Inflación histórica de El Salvador	796
Tabla 510 tasa vigente del Banco Hipotecario	797
Tabla 511:FNE para 5 años	799
Tabla 512:FNE para los 5 años.....	801
Tabla 513 Promedio B/C.....	802
Tabla 514 Promedio B/C.....	802
Tabla 515 Rotación de los activos	805
Tabla 516 Margen de Utilidad en operaciones	806
Tabla 517 Rentabilidad financiera (ROE).....	806
Tabla 518 Rendimiento sobre activos (ROA)	807
Tabla 519: Calculo de índice de endeudamiento	808
Tabla 520: Calculo de razón de pago de intereses	808
Tabla 521: Calculo de índice de cobertura de deuda	809
Tabla 522 Flujo de efectivo global escenario 1	810
Tabla 523 B/C Escenario 1	810
Tabla 524 B/C consolidado Escenario 1	810
Tabla 525 Análisis financiero escenario 1	811
Tabla 526 Flujo de efectivo global escenario 2	812

Tabla 527 B/C Escenario 2	812
Tabla 528 B/C Escenario 2	812
Tabla 529 Análisis financiero escenario 2	813
Tabla 530 Flujo de efectivo global escenario 3	814
Tabla 531 B/C Escenario 3	814
Tabla 532 B/C consolidado Escenario 3	814
Tabla 533 Análisis financiero escenario 3	815
Tabla 534: Consolidado de inversión fija para escenario 4	816
Tabla 535: Infraestructura no contemplada de manera inmediata escenario 4	816
Tabla 536: Orden recomendado de realización de infraestructura turística	817
Tabla 537: Flujo de efectivo global escenario 4	817
Tabla 538: B/C Escenario 4	818
Tabla 539: Consolidado B/C escenario 4	818
Tabla 540: Análisis financiero Escenario 4	818
Tabla 541 Estrategias sugeridas para los posibles escenarios	819
Tabla 542 Cuadro de población de San Pedro Masahuat	822
Tabla 543 Cuadro de población de San Luis Talpa	823
Tabla 544 recursos aprovechados	825
Tabla 545 ingreso en turismo en el salvador	827
Tabla 546 resumen de afluencia turística del año 0-5	828
Tabla 547 Empleos generados año 1 de operación	829
Tabla 548 Empleos indirectos del plan de desarrollo	829
Tabla 549 Análisis de Indicadores de Beneficio – Costo Social	832
Tabla 550 Criterios de evaluación ambiental	842
Tabla 551 Rangos de calificación de la evaluación ambiental	843
Tabla 552 Desagregación del plan	844
Tabla 553 Identificación de impactos	844
Tabla 554 Evaluación de impacto	852
Tabla 555: Entregable trámites legales	864
Tabla 556: Entregable de Infraestructura	864
Tabla 557: Entregable equipamientos y adquisiciones	865
Tabla 558: Entregable puesta en marcha	865
Tabla 559: Paquete de trabajo legalización	866
Tabla 560: Paquete de trabajo de licitación	867

Tabla 561:Paquete de trabajo obra civil	868
Tabla 562:Paquete de trabajo señalización	869
Tabla 563:Paquete de trabajo mobiliario y equipo	870
Tabla 564:Paquete de trabajo selección y formación de personal	871
Tabla 565:Paquete de trabajo prueba piloto	872
Tabla 566 Descripción de actividades.....	873
Tabla 567 Requerimientos de actividades	873
Tabla 568 Descripción de actividades.....	874
Tabla 569 Requerimientos de actividades	874
Tabla 570 Descripción de actividades.....	875
Tabla 571 Requerimientos de actividades	875
Tabla 572 Descripción de actividades.....	876
Tabla 573 Requerimiento de actividades	876
Tabla 574 Descripción de actividades.....	877
Tabla 575 Requerimientos de actividades	877
Tabla 576 Descripción de actividades.....	878
Tabla 577 Requerimientos por actividad	878
Tabla 578 Precedencias de actividades.....	880
Tabla 579 Holguras de las actividades.....	883
Tabla 580 Actividades de trámites legales	884
Tabla 581 Actividades de infraestructura	885
Tabla 582 Actividades de equipamiento.....	885
Tabla 583 Actividades puesta en marcha.....	886
Tabla 584 Consolidado de costos directos.....	886
Tabla 585 Costos indirectos de la implementación	887
Tabla 586 Salarios para la administración del plan	887
Tabla 587 Consolidado de costos de la implementación	887
Tabla 588 Características de los tipos de estructura.....	892
Tabla 589 Descripción de factores.....	893
Tabla 590 Criterio de incertidumbre	894
Tabla 591 Criterio de tecnología	894
Tabla 592 Criterio de complejidad.....	895
Tabla 593 Criterio de duración	895
Tabla 594 Criterio de dimensión	895

Tabla 595 Criterio de importancia	896
Tabla 596 Criterio de clientes.....	896
Tabla 597 Criterio de interdependencias.....	897
Tabla 598 Criterio de carácter crítico del tiempo	897
Tabla 599 Criterio de carácter crítico en los recursos	897
Tabla 600 Criterio de diferenciación.....	898
Tabla 601 Criterio de inversión	898
Tabla 602 Criterio de estricticidad	898
Tabla 603 Criterios según organigrama	899
Tabla 604 Evaluación de los criterios.....	900
Tabla 605 Descripción de las gerencias.....	903
Tabla 606 Número de actividades críticas.....	923
Tabla 607 Listado de actividades críticas.....	923
Tabla 608 Riesgo de actividades críticas	924
Tabla 609 Causas y efectos de los riesgos.....	926
Tabla 610 Probabilidad de riesgo.....	938
Tabla 611 Impacto del riesgo	938
Tabla 612 Marcador de riesgos.....	939
Tabla 613 Severidad del Riesgo	939
Tabla 614 Evaluación de riesgos	940
Tabla 615 Estrategias del tratamiento de riesgos	947
Tabla 616 Reservas por Riesgos	953

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:Esquema de contenido capítulo I	2
Ilustración 2:Un árbol de problema	28
Ilustración 3:Árbol de Objetivos	29
Ilustración 4:Componente del FODA	31
Ilustración 5:Línea del tiempo de sucesos importantes en la historia del turismo	34
Ilustración 6:Mapa turístico de El Salvador	40
Ilustración 7:Promedio de ocupación hotelera enero-diciembre 2023.....	48
Ilustración 8:Ejes del plan nacional de turismo 2030	50
Ilustración 9:Logo de Surf City.....	50
Ilustración 10:Logo de pueblos Vivos	51
Ilustración 11:Sitio arqueológico San Andrés	52
Ilustración 12:Tumba de monseñor romero.	52
Ilustración 13:Playa El Tunco.....	53
Ilustración 14:Iglesia el pilar en Cítala	53
Ilustración 15:Ruta de las mil cumbres	54
Ilustración 16:El pital, Chalatenango	54
Ilustración 17:Apaneca	54
Ilustración 18:Logo Surf City.....	55
Ilustración 19:Camino rural	55
Ilustración 20:volcán de Santa Ana.....	56
Ilustración 21:Procedimiento medico	56
Ilustración 22:Mapa de Ubicación Departamental de San Pedro Masahuat	69
Ilustración 23:Mapa de Ubicación departamental de San Luis Talpa	70
Ilustración 24:Esquema de contenido capítulo II.....	75
Ilustración 25:Escudo de San Pedro Masahuat	77
Ilustración 26:Mapa del distrito de San Pedro Masahuat.....	78
Ilustración 27:Variación de temperatura de San Pedro Masahuat durante el año.....	79
Ilustración 28:Rio sepaquiapa.....	87
Ilustración 29:Gruta del cristo negro	87
Ilustración 30:Cerro el Tacuazín	87
Ilustración 31:Playa San Marcelino.....	88
Ilustración 32:Playa las Hojas.....	88
Ilustración 33:Mirador Buena Vista	88

Ilustración 34:Escudo de San Luis Talpa	89
Ilustración 35:Playa la Zunganera	97
Ilustración 36:Playa el Pimental.....	97
Ilustración 37:Playa Amatecampo.....	97
Ilustración 38:Entrada a bocana el Pimental.....	98
Ilustración 39:Malecón de playa la Zunganera.....	98
Ilustración 40:Matriz de categorías de los recursos	110
Ilustración 41:Priorización de los atractivos turísticos de los distritos.	112
Ilustración 42:Playa Amatecampo.....	114
Ilustración 43:Playa la Zunganera	116
Ilustración 44:Playa El Pimental	118
Ilustración 45:Parroquia San Luis Rey de Francia.....	120
Ilustración 46:Museo Municipal.....	122
Ilustración 47:Gruta del Cristo Negro.....	124
Ilustración 48:Rio Sepaquiapa	126
Ilustración 49:Ausoles de San Pedro Masahuat	128
Ilustración 50:Parroquia San Pedro Apóstol	129
Ilustración 51:Mirador natural buena vista	131
Ilustración 52:Playa Las Hojas.....	133
Ilustración 53:Playa San Marcelino.....	135
Ilustración 54:Cerro el Tacuazín	137
Ilustración 55:Fiestas patronales de San Pedro Masahuat.....	139
Ilustración 56:Fiestas patronales San Luis Talpa	141
Ilustración 57:Casa de Jesús.....	142
Ilustración 58:Parque Rigoberto Rodezno	143
Ilustración 59:Plaza El Carmen.....	144
Ilustración 60:Parque Municipal San Luis Talpa.....	145
Ilustración 61:Plaza el hermano lejano	146
Ilustración 62:Festival del Sambo y el Camarón	147
Ilustración 63:Festival del loroco.....	148
Ilustración 64:Noche de playa en san Marcelino.....	149
Ilustración 65:Festival de la piscucha	150
Ilustración 66:Bocana el Pímental	151
Ilustración 67:Bocana del rio Jiboa	152

Ilustración 68:Hotel Estero y Mar	162
Ilustración 69:Pato canales.....	163
Ilustración 70:Hotel pimental beach	165
Ilustración 71:Argueta hotel	166
Ilustración 72:Quality hotel	168
Ilustración 73:Hotel Pacifico Azul	170
Ilustración 74:Hotel Amaré Mar.....	171
Ilustración 75:Malecón de playa Zunganera	172
Ilustración 76:The corner	174
Ilustración 77:Rancho Costanova	175
Ilustración 78:Centro recreativo Masath	176
Ilustración 79:Restaurante Yessenia.....	177
Ilustración 80:Restaurante Kenny Mar.....	178
Ilustración 81:Hotel Princess One.....	179
Ilustración 82:Rancho Brisas del Mar	180
Ilustración 83:La cabaña del padrino	181
Ilustración 84:Restaurante JU-RU	182
Ilustración 85:Las hojas resort.....	183
Ilustración 86:Las hojas eco villas	184
Ilustración 87:Entrada al estadio José Alvarenga	185
Ilustración 88:Esquema de contenido capitulo III.....	188
Ilustración 89:Metodología de Investigación de mercado consumidor	189
Ilustración 90:Metodología de mercado competidor	234
Ilustración 91:Metodología de análisis de la competencia	240
Ilustración 92:Cuevas de Tamanique	246
Ilustración 93:Cascadas de Tamanique	247
Ilustración 94:Playa El Sunzal	247
Ilustración 95:Playa el Tunco	247
Ilustración 96:Playa el Palmarcito	248
Ilustración 97: Malecón puerto de la libertad	253
Ilustración 98:Playa el Mahahual	253
Ilustración 99:Playa Punta Roca La Libertad	254
Ilustración 100:Playa San Diego.....	254
Ilustración 101:Playa San Blas	255

Ilustración 102:Estero de Jaltepeque.....	259
Ilustración 103:Costa del sol.....	259
Ilustración 104 El Aguaje	260
Ilustración 105 Muelle de San Luis La Herradura	260
Ilustración 106 Playa los Blancos	260
Ilustración 107 Mirador del pacifico	265
Ilustración 108 Mirador Espíritu de la Montaña.....	266
Ilustración 109 Volcán de Conchagua.....	266
Ilustración 110 Playa Las Tunas	267
Ilustración 111 Playa El Tamarindo	268
Ilustración 112 Playa Torola	268
Ilustración 113 Iglesia colonial de Conchagua	269
Ilustración 114:Pupusodromo de Conchagua	269
Ilustración 115 Fuente de Los Leones	270
Ilustración 116 Hotel y Restaurante El Cafetalito	270
Ilustración 117 Casa Museo de Don Alejandro Coto.....	273
Ilustración 118 Volcán de Guazapa.....	274
Ilustración 119 Hacienda la Bermuda y Ciudad Vieja.....	275
Ilustración 120 Lago Suchitlán.....	276
Ilustración 121 Cascada Los Tercios	276
Ilustración 122 Parque central	280
Ilustración 123 Mercado Municipal	281
Ilustración 124 Iglesia San Antonio de Padua.....	282
Ilustración 125 Entrada al distrito de Olocuilta	282
Ilustración 126 Complejo Deportivo de Olocuilta	283
Ilustración 127 Pupusodromo el triangulo.....	283
Ilustración 128 Pupusodromo buena vista	284
Ilustración 129 Germinal Museo La Imprenta	287
Ilustración 130 Mirador siete volcanes.....	288
Ilustración 131 Restaurante Portal de la montaña	288
Ilustración 132 Iglesia Colonial San Miguel Arcángel.....	289
Ilustración 133 Parque Central de Salcoatitán.....	289
Ilustración 134 Restaurante y Vivero Los Patios.....	290
Ilustración 135 Finca Moros y cristianos	290

Ilustración 136 Iglesia Santa Cruz de Roma	293
Ilustración 137 Los Planes de Renderos	294
Ilustración 138 Parque Balboa.....	294
Ilustración 139 Parque Nacional de La Familia.....	295
Ilustración 140 Catedral Metropolitana de San Salvador	300
Ilustración 141 Casa de las Academias	301
Ilustración 142 Palacio Nacional de El Salvador.....	301
Ilustración 143 Plaza Gerardo Barrios	302
Ilustración 144 Teatro Nacional de San Salvador	302
Ilustración 145 Plaza Libertad.....	303
Ilustración 146 Plaza Francisco Morazán	303
Ilustración 147 Iglesia El Rosario.....	304
Ilustración 148Iglesia El Calvario.....	304
Ilustración 149 Parque Cuscatlán	305
Ilustración 150:Metodología de investigación de Instituciones de apoyo	307
Ilustración 151:Persona siendo entrevistada	308
Ilustración 152: Representación de compartir conocimiento.....	309
Ilustración 153: Agente de seguridad.....	310
Ilustración 154: Representación de soporte económico	310
Ilustración 155: símbolo de calidad.....	311
Ilustración 156: LOGO de CORSATUR	312
Ilustración 157:LOGO de CONAMYPE.....	315
Ilustración 158:LOGO de POLITUR.....	317
Ilustración 159:LOGO de BANDESAL	319
Ilustración 160: LOGO de CASATUR	321
Ilustración 161:LOGO de Ministerio de Turismo	323
Ilustración 162:LOGO del OSN.....	324
Ilustración 163:LOGO del ISTU	327
Ilustración 164:LOGO de UDB.....	329
Ilustración 165:LOGO de UFG.....	330
Ilustración 166:LOGO de UMD	332
Ilustración 167:LOGO de UTEC	332
Ilustración 168:LOGO de ITCA-FEPADE.....	334
Ilustración 169:Metodología del mercado distribuidor	335

Ilustración 170: Tipos de canales de distribución de turismo	338
Ilustración 171: Esquema de contenido del capítulo IV	378
Ilustración 172:Árbol de problemas	405
Ilustración 173: Esquema del capítulo V	412
Ilustración 174: Desglose del Plan de Desarrollo turístico sostenible	426
Ilustración 175: Esquema de relaciones entre los principales actores.....	427
Ilustración 176: Esquema de relaciones entre instituciones de apoyo.....	428
Ilustración 177: Esquema de contenido del capítulo VI	433
Ilustración 178: Esquema de desarrollo del programa de desarrollo de productos turísticos...434	
Ilustración 179: Secuencia de desarrollo de un producto turístico	436
Ilustración 180 componente del producto turístico.....	438
Ilustración 181 proceso en el que los bienes y servicios adquieren valor turístico.....	438
Ilustración 182: Metodología para creación del circuito	446
Ilustración 183 Recorrido del circuito "Amantes de la Cultura"	449
Ilustración 184 recorrido del circuito dentro del distrito de San Pedro Masahuat.....	450
Ilustración 185 recorrido del circuito dentro del distrito de San Luis Talpa.....	450
Ilustración 186:Parque Rigoberto Rodezno	451
Ilustración 187:Parroquia San Pedro Apóstol	451
Ilustración 188:Gruta del cristo negro	451
Ilustración 189:Restaurante JU-RU	452
Ilustración 190:Museo municipal San Pedro Masahuat	452
Ilustración 191:Plaza El Carmen.....	452
Ilustración 192:Casa de Jesús.....	452
Ilustración 193:Parroquia San Luis Rey de Francia.....	453
Ilustración 194:Actividades previas a la prestación de servicio para circuito “Amantes de la cultura	465
Ilustración 195:Diagrama de prestación de servicio para circuito “Amantes de la cultura”.....	466
Ilustración 196:Diagrama de prestación de servicio en Parque Rigoberto Rodezno.....	467
Ilustración 197: Diagrama de prestación de servicio en Parroquia San Pedro Apóstol.....	468
Ilustración 198: Diagrama de prestación de servicio en la Gruta del Cristo Negro	469
Ilustración 199: Diagrama de Prestación de servicio en restaurante JURU	470
Ilustración 200:Diagrama de prestación de servicio en Museo municipal de San Pedro Masahuat	471
Ilustración 201: Diagrama de Prestación de servicio en Plaza el Carmen	472

Ilustración 202: Diagrama de Prestación de servicio en la Casa de Jesús	473
Ilustración 203:Diagrama de prestación de servicio en Parroquia San Luis Rey de Francia ...	474
Ilustración 204: Diagrama de Prestación de servicio en la despedida en parque Rigoberto Rodezno	474
Ilustración 205:Esquema de Metodología para la creación del circuito de playa y montaña....	477
Ilustración 206 recorrido del circuito de playa y montaña	480
Ilustración 207:Plaza el Carmen	481
Ilustración 208:Cerro El tacuazín	481
Ilustración 209:Malecón playa Zunganera	481
Ilustración 210: Diagrama de Actividades previas a la prestación de servicio para circuito “Playa y Montaña”	489
Ilustración 211: Diagrama de Prestación de servicio para circuito “Playa y Montaña”	490
Ilustración 212: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en Plaza el Carmen	491
Ilustración 213:Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en Cerro el Tacuazín	492
Ilustración 214: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en malecón playa la Zunganera	493
Ilustración 215: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en Plaza el Carmen	493
Ilustración 216:Esquema de Metodología para la creación del circuito Noche Tropical en San Marcelino	495
Ilustración 217:Personas caminando en la playa.....	496
Ilustración 218:Paseo en lancha.....	496
Ilustración 219:Festival gastronómico en la playa.....	496
Ilustración 220:Fogata en la playa	496
Ilustración 221:Karaoke en la playa	497
Ilustración 222:Baile en la playa	497
Ilustración 223:Fuegos artificiales.....	497
Ilustración 224: Diagrama de Actividades previas a la prestación de servicio para circuito noche de playa en san Marcelino	505
Ilustración 225:Diagrama general de actividades para noche de playa en san Marcelino	506
Ilustración 226: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en la recepción	507
Ilustración 227: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en la bocana del rio Jiboa	508
Ilustración 228: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en el paseo en lancha	508

Ilustración 229: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en la cena.....	509
Ilustración 230: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en la fogata.....	509
Ilustración 231: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en el karaoke.....	510
Ilustración 232: Actividades para la prestación del servicio en el baile	510
Ilustración 233: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en los fuegos artificiales	511
Ilustración 234: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en el agradecimiento y despedida	511
Ilustración 235 • Pasarela en gruta del cristo negro	554
Ilustración 236: Vista Frontal diseño de pasarela en rio Sepaquiapa.....	554
Ilustración 237: Vista superior pasarela rio Sepaquiapa	555
Ilustración 238 Vista lateral de pasarela peatonal.....	555
Ilustración 239 Diseño de baños.....	556
Ilustración 240: Vista superior de baño.....	557
Ilustración 241 Vista Frontal de baño.....	557
Ilustración 242 Vista lateral Baño	558
Ilustración 243 Diseño de plancha	558
Ilustración 244 Diseño de plancha	559
Ilustración 245 Diseño de plancha	559
Ilustración 246 Diseño de Mirador cerro tacuazín.....	560
Ilustración 247 Vista superior Mirador.....	561
Ilustración 248: Vista Frontal Mirador	561
Ilustración 249: Vista lateral de mirador	561
Ilustración 250 Diseño de Asiento circular en cerro el tacuazín	562
Ilustración 251: Vista superior de asiento circular.....	563
Ilustración 252 Vista lateral asiento circular	563
Ilustración 253 Iluminación de Playa San Marcelino.....	564
Ilustración 254 Diseño de vestideros en playa San Marcelino	565
Ilustración 255: Vista isométrica de vestidores	565
Ilustración 256: Vista superior vestidores	566
Ilustración 257 Vista frontal de vestideros	566
Ilustración 258 Diseño Kiosko informativo en parque Rigoberto Rodezno y Plaza El Carmen	567
Ilustración 259: Vista superior de kiosko.....	567
Ilustración 260: Vista frontal kiosko.....	568

Ilustración 261 Vista lateral Kiosko informativo.....	568
Ilustración 262 rótulos de bienvenida	572
Ilustración 263:diseño de las señales referenciales.....	573
Ilustración 264 ubicaciones de las señales referenciales.....	574
Ilustración 265 ubicaciones de las señales referenciales.....	574
Ilustración 266 ubicaciones de las señales referenciales.....	575
Ilustración 267 diseño de estos rótulos de bienvenida.....	576
Ilustración 268:dimensiones de rotulo de bienvenida	576
Ilustración 269 Ubicación de los rótulos de bienvenida	577
Ilustración 270 Ubicación de los rótulos de bienvenida	577
Ilustración 271 Ubicación de los rótulos de bienvenida	578
Ilustración 272 Ubicación de los rótulos de bienvenida	578
Ilustración 273 Diseño de Rótulos informativos sobre circuitos	579
Ilustración 274 diseños propuestos de Rótulos informativos sobre circuitos.....	580
Ilustración 275 dimensiones de rótulos informativos sobre los circuitos	580
Ilustración 276:Esquema de Programa de marketing	588
Ilustración 277:Representación de página de Instagram	592
Ilustración 278 diseño de Vallas publicitarias.....	593
Ilustración 279:Procedimiento para establecer alianzas con tour operadores	595
Ilustración 280: Realización de una feria turística.....	599
Ilustración 281 Propuesta de Marca del distrito San Luis Talpa	605
Ilustración 282 Diseño de marca para el distrito de San Pedro Masahuat.....	614
Ilustración 283: Esquema de programa de formación y organización turística	624
Ilustración 284: capacitaciones del proyecto de formación turística.....	626
Ilustración 285: Estructura organizacional propuesta para la unidad de turismo	638
Ilustración 286:Estructura organizacional del CDT	650
Ilustración 287:Contenido del proyecto sostenibilidad turística.....	671
Ilustración 288:Buenas prácticas de turismos.....	675
Ilustración 289 Depósitos para desechos de residuos	684
Ilustración 290: Esquema del programa de mejora de la infraestructura turística	687
Ilustración 291:Programa de desarrollo de formación y organización turística	692
Ilustración 292: Metodología para proyecto de mejora de las vías de acceso	702
Ilustración 293:Proceso para solicitud de mantenimiento o reparación	706
Ilustración 294: Esquema de metodología de la etapa	709

Ilustración 295: Metodología de inversiones del plan	710
Ilustración 296: Componentes de inversión fija tangible	711
Ilustración 297: Componentes de inversión fija tangible	714
Ilustración 298: Componentes del capital de trabajo	719
Ilustración 299: Esquema de metodología de financiamiento	724
Ilustración 300: LOGO de BANDESAL	725
Ilustración 301: Tasas de Interés BANDESAL	728
Ilustración 302: LOGO Banco Hipotecario	729
Ilustración 303: LOGO Banco Agrícola	731
Ilustración 304: Tasas de interés según SSF	733
Ilustración 305: Árbol de decisiones respecto al financiamiento	734
Ilustración 306: Composición del costeo absorbente	742
Ilustración 307: Calculadora y estados	788
Ilustración 308: Lupa de investigación	795
Ilustración 309: Evaluadores	803
Ilustración 310: Metodología Evaluación Financiera	803
Ilustración 311: Ideologías de género	820
Ilustración 312: Medio ambiente	836
Ilustración 313: Esquema de metodología de administración del proyecto	861
Ilustración 314: Estructura de desglose EDT	862
Ilustración 315: Organización funcional	888
Ilustración 316: Organización por proyecto	890
Ilustración 317: Organización matricial	891
Ilustración 318: Esquema de organización del proyecto	903

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Afluencia de turistas por año a nivel mundial	35
Gráfico 2: Ingresos por turismo a nivel mundial	35
Gráfico 3: Flujo de turistas a nivel regional	36
Gráfico 4: Llegadas internacionales enero-diciembre (2009-2023)	41
Gráfico 5: Llegada de turistas a El Salvador por nacionalidad (2009-2023)	42
Gráfico 6: Gasto internacional a través del tiempo 2009-2023	43
Gráfico 7: Comparativa de gasto turístico 2022-2023	44
Gráfico 8: Ingreso de visitantes a parques recreativos durante 2023	47

INTRODUCCIÓN

El turismo sostenible ha emergido como una respuesta clave a los desafíos contemporáneos que enfrentan las comunidades locales y el medio ambiente. En este contexto, el desarrollo de un plan estratégico de turismo sostenible para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa se presenta como una iniciativa vital y oportuna para los distritos, ya que cuentan con una rica diversidad cultural, recursos naturales y patrimonio histórico, ofreciendo un potencial significativo para el desarrollo turístico que puede ser aprovechado de manera responsable y sostenible.

La sostenibilidad en el turismo implica la gestión equilibrada de los recursos naturales, la conservación del patrimonio cultural y el fomento de la participación comunitaria, todo ello con el objetivo de garantizar beneficios económicos, sociales y ambientales a largo plazo, en este sentido, el presente trabajo se propone diseñar un plan de desarrollo turístico sostenible que no solo promueva el crecimiento económico, sino que también proteja y mejore la calidad de vida de los residentes locales, preserve la integridad cultural y promueva la conservación del entorno natural.

Los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa enfrenta desafíos y oportunidades únicas en su camino hacia un turismo sostenible, entre estas se puede mencionar las siguientes: la infraestructura existente, las políticas gubernamentales, son solo algunos de los aspectos que deben ser considerados cuidadosamente en la elaboración de este plan, además, se requiere un enfoque participativo e inclusivo que involucre a todas las partes interesadas, desde los residentes locales hasta los empresarios turísticos y las autoridades gubernamentales.

En este contexto, en este plan se propone analizar en detalle el estado actual del turismo en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa lo que ayudara a proponer estrategias y acciones concretas para promover un turismo sostenible y responsable, se espera que los resultados de este plan no solo contribuyan al desarrollo turístico de la región, sino que también sirvan como posible modelo para otras comunidades que buscan un crecimiento económico equitativo y respetuoso con el medio ambiente.

OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, con el fin de diversificar su oferta turística, aumentar la afluencia de visitantes y contribuir al crecimiento económico, preservando al mismo tiempo el entorno natural y cultural de la región.

B. OBJETIVO ESPECIFICO

- Elaborar un diagnóstico de la oferta y la demanda de productos y servicios turísticos de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, para la determinación del mercado potencial de los distritos anteriormente mencionados.
- Realizar un inventario de los recursos turísticos en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, para que sirva como base del plan de desarrollo turístico.
- Estructurar el marco estratégico del plan de desarrollo turístico que permita potenciar los recursos turísticos presentes en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, en función del desarrollo económico y la conservación del patrimonio natural y cultural.
- Realizar un estudio de mercado consumidor que permita obtener información de primera mano, sobre las expectativas del consumidor, para la realización de proyecciones de la demanda turística que tendrán los distritos.
- Elaborar un árbol de problemas con la información recolectada, para concretar las propuestas y métodos de solución a partir de conocer las causas y consecuencias que generan para el desarrollo turístico.
- Diseñar propuestas de circuitos turísticos para el enriquecimiento de la oferta turística de los distritos.
- Diseñar programas de marketing, formación y organización turística, desarrollo de productos y programa de mejora de infraestructura turística que permitan una gestión sostenible del turismo en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.
- Diseñar una propuesta de promoción y publicidad que promueva estratégicamente el posicionamiento de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat como destinos turísticos.
- Identificar a que instituciones u organizaciones se debe acudir al momento que se realice la búsqueda de apoyo para fortalecer el desarrollo turístico del distrito.

- Diseñar una propuesta de productos turísticos que responda a los intereses del mercado consumidor, para potencializar turísticamente los distritos.
- Crear una propuesta de marca distrito, que represente las características identitarias de los distritos, para posicionarlos en el mercado turístico nacional e internacional.
- Diseñar una propuesta de infraestructura turística y la señalización respectiva que se integre a los productos turísticos del municipio, facilitando el acceso y la permanencia de los turistas en los diferentes atractivos turísticos.
- Generar propuestas de capacitación para emprendedores y propietarios de negocios con el propósito de asegurar la calidad en la prestación de servicios turísticos.
- Proponer buenas prácticas de turismo sostenible, que permitan la conservación de los recursos naturales involucrados en el desarrollo de actividades turísticas.
- Determinar los requerimientos necesarios para la ejecución de los programas y proyectos propuestos dentro del Plan.
- Generar indicadores que permitan la medición de los resultados obtenidos en los componentes de la propuesta de desarrollo turístico, para que a partir de ellos y puedan tener control de los resultados y la determinación de acciones correctivas si fuese necesario.
- Determinar las inversiones necesarias para la implementación del plan de desarrollo turístico sostenible, que permita al encargado de la implementación del plan la toma de decisiones respecto a está.
- Generar la estructura de costos en los que se incurre dentro de la operación del plan de desarrollo turístico, a partir de los requerimientos técnicos, con el fin de la elaboración de proyecciones de egresos, determinación del costo unitario de cada servicio y el punto de equilibrio para estos.
- Establecer el presupuesto de ingresos y egresos para los primeros cinco años de operación del plan de desarrollo turístico, con el fin de que sea la base para la elaboración de los estados financieros proforma.
- Elaborar los estados financieros proforma para los primeros cinco años de operación del plan de desarrollo turístico, con el fin de visualizar la proyección del comportamiento financiero.

- Efectuar evaluaciones económicas y financieras con el fin de que sirvan como ayuda para la toma de decisiones para la realización del plan de desarrollo turístico sostenible de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.
- Llevar a cabo una evaluación socioeconómica, para conocer el nivel de aprovechamiento de los recursos y el impacto que tienen el plan en cuestión dentro de las diferentes áreas de los distritos.
- Realizar un análisis de los impactos medioambientales que genera el plan por medio de una evaluación.
- Llevar a cabo una evaluación de género que permita destacar la contribución que posee el plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat en los distritos.
- Generar una propuesta para la administración del proyecto para que se lleve a cabo la ejecución del plan de desarrollo turístico sostenible.

ALCANCES Y LIMITACIONES

A. ALCANCES

- El desarrollo del plan turístico abarcara los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, donde se analizarán los diferentes recursos y atractivos turísticos que posee cada uno de dichos distritos mencionados anteriormente.
- El plan de desarrollo turístico para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, se diseñará en tres etapas, las cuales son: etapa de diagnóstico, etapa de diseño y etapa de evaluaciones.
- Los productos turísticos, atractivos turísticos, tradiciones, actividades turísticas, recursos culturales y recursos naturales los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, constituirán los objetos de estudio para la propuesta de Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para dichos distritos.
- El presente trabajo de grado no abarca la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico que se diseñe, pero si la elaboración de una propuesta de plan de implementación de este.
- El plan de desarrollo contemplará una demanda de mercado nacional, a partir de una muestra representativa de país.
- El estudio está estructurado con un tiempo estimado 9 de meses de acuerdo con el calendario del proceso de trabajos de graduación de la Universidad de El Salvador.
- El estudio está dirigido a los actores turísticos locales de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat que deseen implementar el plan.

B. LIMITACIONES

- La propuesta de plan de desarrollo ha sido elaborado, diseñado y dirigido en base a las características propias de los distritos por tanto solo responde a sus necesidades.
- Se tienen recursos económicos limitados para la realización de un estudio de mercado a profundidad, por lo que se realizara el máximo esfuerzo con los recursos que se tienen disponibles.
- Existe acceso limitado a información estadística sobre el flujo turístico que tienen los distritos.

JUSTIFICACIÓN DEL PLAN

El desarrollo turístico sostenible se presenta como una herramienta fundamental para promover el crecimiento económico, la preservación del medio ambiente y el bienestar social en las comunidades locales, en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa en El Salvador, la implementación de un plan de desarrollo turístico sostenible no solo representa una oportunidad para diversificar la economía local, sino también para fomentar la conservación de los recursos naturales y culturales, y contribuir a la construcción de la paz y la estabilidad en la región.

Los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa cuentan con un potencial turístico significativo, caracterizado por sus hermosas playas y paisajes naturales, su rica biodiversidad, su patrimonio cultural y su oferta gastronómica única, la implementación de un plan de desarrollo turístico sostenible permitirá aprovechar estos recursos de manera responsable, generando nuevas oportunidades de empleo en sectores como la hostelería, el ecoturismo, la artesanía local y la gastronomía, lo que contribuirá a dinamizar la economía local y a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, dicho plan será elaborado por estudiantes de ingeniería ya que en él se requiere realizar la aplicación de técnicas ingenieriles durante su desarrollo, para poder analizar y comprender el comportamiento de los actores involucrados y generar un plan que permita el desarrollo de estos y del municipio.

El turismo sostenible se basa en la protección y conservación de los recursos naturales y culturales, garantizando su uso responsable y su legado para las generaciones futuras, en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, la implementación de prácticas turísticas sostenibles promoverá la conservación de áreas protegidas, la restauración de ecosistemas degradados y la preservación del patrimonio cultural tangible e intangible de la región, contribuyendo así a la protección de la biodiversidad y al fortalecimiento de la identidad cultural de las comunidades locales.

El turismo sostenible puede desempeñar un papel crucial en la construcción de la paz y la estabilidad en regiones afectadas por conflictos o situaciones de vulnerabilidad, al promover el desarrollo económico inclusivo y la participación comunitaria en la toma de decisiones, un plan de desarrollo turístico sostenible los distritos mencionados puede contribuir a reducir las desigualdades sociales, a fomentar la cohesión social y a generar un ambiente de convivencia pacífica entre diferentes grupos étnicos y culturales en la región.

IMPORTANCIA DEL PLAN

La industria turística ha experimentado un notable auge y puede impulsar el desarrollo de las localidades donde se lleva a cabo, especialmente en el año 2024, con la recuperación del turismo tras la pandemia, en este contexto, El Salvador se destaca como uno de los destinos preferidos por los turistas que visitan Centroamérica, es crucial que los distritos cuenten con las herramientas necesarias para atraer este flujo turístico y obtener beneficios económicos de esta actividad.

Por lo tanto, es fundamental implementar un plan de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, que permita aprovechar el potencial turístico que los distritos poseen, puesto que cuenta con una cartera más de 25 recursos turísticos que pueden ser aprovechados, este plan proporcionará una base sólida para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo una comprensión profunda de los recursos turísticos disponibles, sus potencialidades y limitaciones, esto facilitará la identificación de oportunidades de desarrollo y la elaboración de estrategias adaptadas a las necesidades y características específicas del lugar, lo que atraerá a un mayor flujo de turistas y promoverá el desarrollo de los actores locales al ofrecer sus productos o servicios a los visitantes, mejorando así la calidad de vida de la población de 47,121 personas residentes en los distritos mediante la generación de empleos.

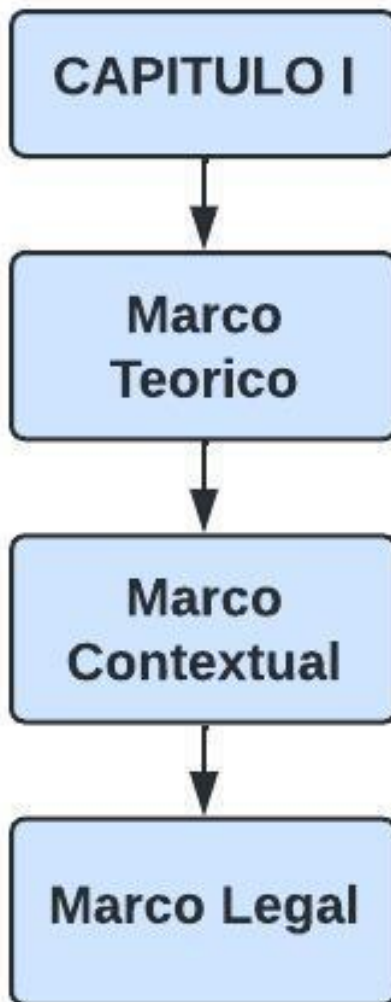
Además, el plan servirá como base para atraer inversiones y acceder a financiamiento para proyectos turísticos sostenibles, al demostrar el potencial económico y social de la actividad turística en la región. Finalmente, la importancia del estudio radica en su capacidad para guiar y respaldar el desarrollo de un turismo sostenible y responsable en los distritos, contribuyendo al crecimiento económico, la conservación del patrimonio y el bienestar de la comunidad local.

CAPITULO I

MARCO GENERAL

A. ESQUEMA DEL CAPITULO

Ilustración 1:Esquema de contenido capítulo I



Fuente: Elaboración Propia

B. METODOLOGIA DEL PLAN

Tabla 1 Metodología de plan

ETAPA DE ANTEPROYECTO	
METODO DE INVESTIGACIÓN	Se realizará una investigación bibliográfica donde la información recopilada será de carácter relevante de modo que ayuden a reformular los conocimientos que ya se poseen de manera sistemática
TIPO DE INVESTIGACIÓN	Se aplicará una investigación descriptiva para identificar las necesidades de la contraparte, con esta definir los problemas que enfrentan.
FUENTES DE DIAGNOSTICO	Primaria Comprende toda la información proporcionada por parte de la alcaldía municipal del municipio de La Paz Oeste, además de información recolectada por las oficinas administrativas por cada distrito que comprende dicho municipio.
	Secundaria Esta información es aquella obtenida por medio de registros de datos estadísticos como fundamento bibliográfico que se recopila de la investigación de bibliográfica a través de fuentes como bibliotecas virtuales, prensa, redes sociales, internet.
TECNICAS Y HERRAMIENTAS	FODA Esta técnica sirve para conocer los puntos buenos que tiene posee una empresa, persona, trabajo, etc., como los aspectos negativos que también tiene además de mostrar amenazas

		que se les podrían presentar en el trascurso del camino.
	ANALISIS DE MARCO LOGICO	Esta técnica es útil para determinar los involucrados en el proyecto, establece las causas y efectos del problema principal
	PESTEL	Esta estrategia se utilizará para comprender el entorno de los distritos.
ETAPA DE DIAGNOSTICO		
METODO DE INVESTIGACIÓN	Se realizará una investigación científica donde la información recopilada será de carácter relevante de modo que ayuden a reformular los conocimientos que ya se poseen de manera sistemática.	
TIPO DE INVESTIGACION	Se aplicará una investigación descriptiva para identificar las tendencias del mercado y proporcionar a la contraparte información que les permita tomar una decisión sobre la inversión que desean hacer.	
FUENTES DE INVESTIGACION	Primaria	Comprende toda la información proporcionada por la alcaldía del municipio de la Paz Oeste y la que se recopila de la investigación de campo por medio de entrevistas, observación y otras técnicas propias para realizar el estudio de mercado.
	Secundaria	Esta información es aquella obtenida por medio de registros de datos estadísticos como fundamento bibliográfico.

TECNICAS Y HERRAMIENTA	Encuesta	Conjunto de preguntas elaboradas con el fin de recopilar información que aporte al estudio y obtener un panorama real de la situación actual.
	Observación	Consiste en visualizar comportamientos y reacciones en un ambiente real que el consumidor tenga con respecto al servicio que se desea lanzar
	Entrevista	La técnica de la entrevista sirve para obtener información directa y detallada sobre un tema específico a través de preguntas y respuestas. permite conocer opiniones, experiencias y puntos de vista de las personas entrevistadas.
	Inventario turístico	Es una técnica que sirve para realizar un registro detallado de los recursos y servicios turísticos disponibles en un destino o región. Estos pueden incluir desde hoteles, restaurantes y atracciones turísticas, hasta servicios de transporte, actividades recreativas y eventos culturales.

Fuente: Elaboración propia

ETAPA DE EVALUACIONES		
DISEÑO DE LA SOLUCIÓN		
METODO DE INVESTIGACION	Se aplicará una investigación de campo para conocer los recursos necesarios para la implementación del proyecto	
FUENTES DE INVESTIGACION	Primaria	Comprende toda la información recopilada del estudio de mercado que aporte a definir los recursos que se han de utilizarse para llevar a cabo el proyecto.
	Secundaria	Esta información es aquella obtenida por medio de registros de datos estadísticos como fundamento bibliográfico.
TECNICAS Y HERRAMIENTAS	Mapeo de recursos	Realiza un mapeo detallado de los recursos turísticos disponibles en la región, como atracciones naturales, patrimonio, etc.
	Benchmarking	Realiza un análisis comparativo con otros destinos turísticos similares que hayan implementado proyectos exitosos.
DISEÑO DE LA SOLUCIÓN		
METODO DE INVESTIGACION	Se llevará a cabo una investigación de campo para identificar la fuente de financiamiento más adecuada para la ejecución del plan de desarrollo turístico. Además, se realizará una investigación de campo con el fin de identificar los indicadores que faciliten un análisis preciso de la información obtenida.	
FUENTES DE INVESTIGACION	Primaria	Engloba todos los datos obtenidos de entidades financieras dispuestas a respaldar el plan.
	Secundaria	Esta información se deriva de registros de datos estadísticos,

		que sirven como base bibliográfica.
TECNICAS Y HERRAMIENTAS	Estados financieros proforma	Elaborar una estimación de los posibles ingresos y egresos que el plan genere por un periodo determinado.
	Punto de Equilibrio	La estimación del punto de equilibrio nos permitirá conocer qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión, antes de iniciar sus operaciones.
	Relación Beneficio / Costo (B/C)	nos servirá para el cálculo de la relación entre el valor actual de las entradas de efectivo futuras y el valor actual del desembolso original.
	Tasa mínima de Rendimiento aceptable (TMAR)	Se utilizará como referencia para determinar si el inversionista puede generar utilidades o, por el contrario, tenga pérdidas
	Tasa interna de retorno (TIR)	Técnica que proporcionara un dato cuantitativo que dé un panorama de la viabilidad del plan.
	Valor actual neto (VAN)	Permite conocer el valor presente de los flujos que se pueden generar a futuro.
	Determinación de ratios financiero	Calcular las razones financieras para conocer el comportamiento que puede adoptar el plan.

Fuente: Elaboración propia

C. MARCO TEÓRICO

1. Plan de desarrollo

Un plan de desarrollo es una herramienta de gestión que promueve el desarrollo social en un determinado territorio. De esta manera, sienta las bases para atender las necesidades insatisfechas de la población y para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos.

Además, tomando en cuenta que el concepto de desarrollo hace referencia a dar incremento o acrecentar algo, que puede ser físico o intelectual. Cuando el término se aplica a una comunidad humana, aparece relacionado con el progreso económico, cultural, social o político.

En cuanto a la noción del plan, se trata de un modelo sistemático que es diseñado antes de concretar una acción, de manera tal que ésta pueda ser encausada hacia los objetivos deseados. Un plan es también una guía. (Júlian Pérez Porto, 2021)

¿Cuántos diferentes planos de desarrollo existen?

Según lo investigado se pueden mencionar los siguientes planes de desarrollo.

- **Planes de desarrollo turístico:** son aquellos establecidos por diversos organismos y entidades con el claro objetivo de impulsar esta actividad económica que, en muchos casos, se ha convertido en uno de los puntales básicos del estado financiero de una urbe o país.

En el caso de la mencionada clase de plan se suele sustentar en fines claramente delimitados como sería fortalecer el tejido empresarial dedicado a dicha actividad, el aumentar el número de visitantes extranjeros que llegan anualmente, el promocionar de manera mejor y más contundente los atractivos turísticos de un lugar o en incentivar lo que son nuevas actividades turísticas tales como las que se realizan al aire libre, las visitas guiadas o el turismo enológico.

- **Plan nacional de desarrollo:** es aquel instrumento que establece los pasos a seguir para lograr el desarrollo social de un país. Es un proyecto diseñado por las autoridades estatales, que delimita sus políticas y estrategias

Por lo general, el plan nacional de desarrollo tiene una duración de más de un año, de modo tal que el gobierno tenga el tiempo suficiente para implementar las medidas que considera necesarias para el desarrollo social.

- **Plan de desarrollo personal:** es aquel que un individuo realiza con el claro propósito de conseguir el éxito y todas y cada una de las metas que se ha propuesto. Para ello lo que

hace es definir los objetivos que desea hacer realidad, establecer qué significaría para él alcanzar el éxito, determinar el camino que quiere seguir, analizar las ayudas que puede necesitar e ir celebrando los logros que vaya consiguiendo.

Los propósitos de un plan de desarrollo son los siguientes:

- Promover el desarrollo de los distritos en sus diversas dimensiones: económica, social, política e institucional, ambiental.
- Propiciar el desarrollo permanente de los distritos, utilizando adecuadamente sus potencialidades.
- Mejorar la calidad de vida y el acceso a oportunidades de todos los habitantes de los distritos en igualdad de condiciones.
- Superar los desequilibrios sociales existentes.
- Aprovechar al máximo los recursos disponibles.
- Asegurar eficiencia, transparencia y equidad en la asignación de recursos, mediante proyectos de inversión.
- Democratizar la administración pública con la participación de la comunidad en todas las etapas de la gestión.
- Orientar la gestión del mandatario y su equipo de gobierno, así como del sector privado.

2. Plan de desarrollo Turístico

Es un instrumento de planificación y gestión que contribuye a impulsar el desarrollo turístico, social y económico de un sector. En este proceso los actores públicos y privados del sector analizan su territorio, su potencial turístico, las necesidades de la demanda, el nuevo perfil del visitante, la experiencia turística, entre otros aspectos relevantes para la planificación; asimismo, los objetivos, estrategias y la priorización de acciones que se plantean toman en cuenta la coherencia y consistencia con los objetivos de política nacional, sectorial y regional.

Aspectos por considerar para un plan de desarrollo turístico

El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, debe ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales, sus principios básicos radican en:

- Una gestión global de los recursos para asegurar la conservación tanto del capital natural como del cultural.

- El turismo sostenible presupone la solidaridad, respeto mutuo y participación de todos los agentes implicados en el proceso.
- La participación de los actores debe basarse en mecanismos de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.
- Los criterios de calidad orientados a la presentación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, deberán ser objetivos prioritarios en la formulación de estrategias y proyectos turísticos.
- Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la calidad de vida de la población.
- Los organismos competentes deben promover la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible.
- Debe impulsarse el reparto equitativo de los beneficios y cargas producidos por el mismo, lo que implica entre otros factores cambios en los modelos de consumo.
- Introducción de modelos de fijación de precios que permitan la internalización de los costos ambientales.
- Reorientar las ayudas al turismo cuando impliquen efectos negativos sobre el medio ambiente.
- Aplicación de instrumentos económicos, jurídicos y fiscales internacionalmente aceptables que aseguren el uso sostenible de los recursos.
- Prioridad en materia de ayuda para las zonas vulnerables y las zonas degradadas por los modelos turísticos obsoletos.
- Creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo sostenible.
- Fomento de programas con acciones positivas y preventivas, seguimiento de los logros alcanzados, información de resultados e intercambio de experiencias.
- Especial atención a los efectos del transporte en el medio ambiente.
- Establecimiento de códigos de conducta para todos los actores que intervienen en el turismo. (Adriana Jaqueline Calvache Mogro, 2017)

3. Plan de desarrollo turístico sostenible

Es una estrategia para fomentar el turismo de manera que respete el medio ambiente, conserve los recursos naturales y culturales, y beneficie a las comunidades locales. Este tipo de plan busca:

- **Proteger el medio ambiente** a través de prácticas ecológicas.
- **Involucrar y beneficiar a la comunidad local**, asegurando que el turismo contribuya a su bienestar económico.
- **Preservar la cultura y el patrimonio** de la región, ofreciendo experiencias auténticas.
- **Desarrollar la economía de forma responsable** y equitativa.
- **Adaptarse a desafíos ambientales** como el cambio climático, para asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

4. Turismo

El turismo es 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. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (TURISMO O. , 2008)

5. Tipos de Turismo

La oferta en turismo cambia según las exigencias del turista, intenta responder a las preferencias, gustos y motivación principal del viaje con propuestas cada vez más personalizadas, innovadoras y sostenibles. También se debe tener en cuenta otros factores como la duración, la compañía y la estancia, entre otros, tomando esto en cuenta se pueden mencionar los siguientes tipos de turismo:

- **Turismo de naturaleza**

El término comprende: “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”. Estos viajes se agrupan de acuerdo con el interés del turista en tres grandes modalidades: “Ecoturismo”, “Turismo de Aventura” y “Turismo Rural” (TURISMO S. D., 2022)

- **Ecoturismo:** “Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma”
 - **Turismo de Aventura:** “Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico”
 - **Turismo Rural:** “Los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma
- En las últimas décadas, el turismo ha crecido a nivel mundial de una forma exponencial debido a variados factores como el crecimiento económico, el abaratamiento de los costes de los viajes, el surgimiento de nuevos mercados emisores de turistas y las facilidades que ofrece Internet para buscar información y contratar viajes.

- **Turismo Cultural**

El significado de turismo cultural ha ido evolucionando en las últimas décadas y ahora es un término que engloba a una oferta turística mucho más amplia y heterogénea. Durante muchos años el turismo cultural estaba limitado a las visitas a sitios patrimoniales o históricos.

Hoy en día, el concepto de recurso cultural es mucho más amplio y engloba tanto elementos materiales, como elementos inmateriales, ya que la cultura se entiende que cubre muchas más cosas:

- Historia
- Música, arte y literatura
- Arquitectura
- Gastronomía
- Artesanía
- Festividades populares
- Tradiciones religiosas
- Técnicas y procedimientos muy antiguos

- **Enoturismo**

La principal motivación es visitar viñedos, bodegas y realizar catas de vino. Los viajeros que son fans de este tipo de turismo no se pierden ningún festival de vinos

- **Turismo LGBT**

Se estima que la comunidad LGBT alrededor del mundo supone cerca del 7% de la población mundial, lo que implica unos 490 millones de personas. Es un segmento de población que dispone de un alto poder adquisitivo, ya que en la mayoría de los casos tienen una educación superior, puestos profesionales o directivos y la mayoría de las parejas no tienen niños. Esta circunstancia está cambiando poco a poco, desde que se legalizó la adopción por parejas gay, en algunos países.

- **Turismo de Romance**

El Turismo de Romance es todo tipo de viaje realizado con un motivo especial en la vida de pareja, formalización de un compromiso, despedida de solteros, bodas de destino, lunas de miel, aniversarios y renovación de votos.

- **Turismo de Salud**

Se refiere a aquellos viajes cuya principal motivación es mejorar la salud o el bienestar. Hay quienes viajan a otras ciudades, países o continentes para recuperar la salud y someterse a tratamientos o asistir a consultas. Pero también hay quienes hacen estas travesías para tener un mejor cuerpo. Cuba y Miami son los principales destinos de turismo en cirugía estética.

6. Turismo sostenible

a) Origen

El concepto de turismo sostenible tiene sus raíces en las preocupaciones ambientales y sociales que surgieron en las décadas de 1960 y 1970, en respuesta a la creciente conciencia sobre los impactos negativos del turismo convencional en el medio ambiente y las comunidades locales. Sin embargo, el término "turismo sostenible" en sí mismo comenzó a ganar prominencia a fines de la década de 1980 y principios de la década de 1990, cuando el impacto provocado por el turismo comienza a tener efectos socioeconómicos en la sociedad. Distintos organismos e instituciones como el Consejo de Europa o la Organización de Naciones Unidas promulgan recomendaciones por un turismo respetuoso con los recursos naturales.

Desde entonces, el turismo sostenible ha seguido evolucionando, con la adopción de numerosas iniciativas y programas a nivel internacional, regional y local. Organizaciones como la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio

Ambiente (PNUMA) han desempeñado un papel clave en la promoción del turismo sostenible a nivel mundial, desarrollando directrices y programas para su implementación.

b) Definición

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), se puede definir como turismo sostenible:

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

Una de las principales claves para que el turismo pueda ser sostenible, es el que la explotación de un recurso se realice por debajo del límite de renovación de este, procurando mantener un equilibrio entre los principios de sostenibilidad, es decir, los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, para poder de esta manera garantizar que este sea sostenible a largo plazo, para ello 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. (OMT, 2024)
- 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. (OMT, 2024)
- 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. (OMT, 2024)

c) Objetivos para turismo sostenible

Los objetivos del turismo sostenible abarcan una amplia gama de áreas, que van desde la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural hasta el desarrollo económico y social equitativo, en el año 2005 la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) establecieron 12 objetivos que constituyen un modelo:

Tabla 2: Objetivos para el turismo sostenible

Área	Descripción
Económico	Asegurar la viabilidad económica para que haya prosperidad y beneficios a largo plazo
Prosperidad local:	Orientar y maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino anfitrión.
Calidad del empleo	Consiste en fortalecer la calidad de los puestos de trabajo, tanto cualitativamente como numéricamente. Además de asegurar las condiciones se tiene en cuenta que no exista ningún tipo de discriminación por raza, género, discapacidad u otras formas.
Equidad social:	Consiste en que haya una justa distribución de la riqueza generada por el turismo en toda la comunidad receptora.
Satisfacción del visitante	Proporcionar una experiencia segura y satisfactoria de todos los visitantes sin ningún tipo de discriminación social.
Control local:	Se trata de involucrar a la población local en la toma de decisiones que conciernen a la gestión y el desarrollo futuro del turismo en su área.
Bienestar de la comunidad:	Mantener y mejorar la calidad de vida del lugar anfitrión. Para ello es necesario dotar a estas comunidades de los recursos necesarios y que puedan necesitar, tanto a nivel logístico en infraestructuras como servicios. Es fundamental que esto no suponga una degradación o explotación del ecosistema ni de su sociedad.
Riqueza cultural:	Respetar y mejorar el patrimonio histórico o respetar la cultura local y su carácter distintivo es fundamental.
Integridad del ecosistema:	Mantener y mejorar los paisajes, los núcleos urbanos o rurales. Se trata de evitar la degradación del entorno.
Diversidad biológica:	Apoyar la conservación de áreas naturales y minimizar su daño.
Eficiencia de los recursos:	Consiste en minimizar al máximo el uso de recursos escasos y no renovables.
Pureza ambiental:	Reducir la contaminación al máximo tanto en aire, agua y tierra como en reducir la generación de residuos.

Fuente: Elaboración Propia

d) **Beneficios del turismo sostenible**

El turismo sostenible incorpora una nueva ética al turismo y al modo de actuar del turista: la sensibilidad hacia la naturaleza y hacia la cultura y las formas de vida de las comunidades receptoras; a la vez que conlleva numerosos beneficios para todos los agentes relacionados con el sector. (OMT, 2005)

La OMT, estableció en 1993, en el documento “Sustainable Tourism Development: Guide for local planners” los beneficios del turismo sostenible:

Tabla 3 Beneficios del turismo sostenible

Beneficios del turismo sostenible
Facilita la comprensión de los impactos que genera el turismo en el medio natural, cultural y humano.
Asegura un adecuado equilibrio entre beneficios y costos.
Genera empleo local de manera directa en el sector servicios.
Estimula la rentabilidad de las industrias domésticas locales.
Genera entrada de divisas en el país e inversiones en la economía local.
Diversifica la economía local, particularmente en áreas rurales donde el empleo agrario puede ser esporádico e insuficiente.
Procura el entendimiento y la toma de decisiones entre todos los colectivos sociales para su coexistencia con otros recursos.
Incorpora una planificación que asegura un desarrollo turístico adecuado a la capacidad de carga del ecosistema.
Estimula la mejora de los transportes locales, las comunicaciones y las infraestructuras básicas.
Oferta actividades que pueden ser disfrutadas tanto por la comunidad local como por los turistas. Ayuda a la preservación del patrimonio histórico y cultural.
Anima, por una parte, a la recuperación de usos agrarios en tierras marginales y, por otra, favorece el mantenimiento de la vegetación natural en grandes áreas.
Mejora la autoestima de la población local y la revalorización de su entorno y sus características culturales. Ofrece oportunidad para una mayor comunicación y entendimiento entre personas de distintas procedencias.
Demuestra la importancia de los recursos naturales y culturales para el bienestar económico y social de la comunidad local, y cómo ésta puede ayudar a preservarlos.
Controla y valora los impactos provocados por el turismo, desarrolla métodos fiables de responsabilidad ambiental y contrarresta los efectos negativos.

Fuente: Elaboración Propia

e) **Indicadores de Turismo Sostenible**

Los indicadores son medidas de la existencia de dificultades o de la gravedad de las ya conocidas, indicios de situaciones o problemas por venir, medidas del riesgo y de la necesidad

potencial de acción, y medios para identificar y evaluar los resultados de nuestras acciones. Los indicadores son conjuntos de información formalmente seleccionada que se utiliza con carácter regular en la medición de los cambios pertinentes para el desarrollo de la gestión del turismo. Pueden medir: a) cambios en las propias estructuras turísticas y factores internos; b) cambios en los factores externos que afectan al turismo y c) las repercusiones del turismo. Para la elaboración de indicadores sobre la sostenibilidad es igualmente útil la información cuantitativa como la cualitativa. Normalmente, los indicadores se eligen de entre una serie de conjuntos de datos o fuentes de información posibles por su importancia para los principales problemas a los que deben hacer frente los gestores turísticos. La utilización de esos indicadores puede culminar en la adopción de medidas que anticipen y prevengan situaciones indeseables (o no sostenibles) en los destinos. (OMT, 2005)

Los indicadores responderán normalmente a asuntos relativos a los recursos naturales y al medioambiente de un destino, a inquietudes respecto de la sostenibilidad económica, a problemas sobre los activos culturales y los valores sociales y, más ampliamente a cuestiones de organización y gestión, tanto en el sector turístico como en el conjunto del destino (OMT, 2005)

Los indicadores recibieron por primera vez la atención del sector turístico como consecuencia del interés mundial que despertó la sostenibilidad gracias a la labor de la Comisión Brundtland (1986) y la Cumbre de la Tierra de Río. Es un hecho cada vez más aceptado que el objetivo del desarrollo sostenible del turismo y de los destinos turísticos constituye el marco en el que se sitúan la identificación y la evaluación de los indicadores. Los indicadores no deberían considerarse como un fin en sí; son instrumentos específicos, parte de un proceso más amplio de planificación del turismo. (OMT, 2005)

f) **Indicadores en diferentes niveles**

Los indicadores pueden sustentar la adopción de decisiones basadas en información en todos los niveles de la planificación y la gestión del turismo, a continuación, se describen los niveles:

Tabla 4: Niveles de planificación y gestión del turismo

Nivel	Descripción
Nivel Nacional	Para detectar amplios cambios en el turismo en el plano nacional, establecen comparaciones con otros países, proporcionan una referencia para la identificación de los cambios a niveles más localizados y sirven de base para una planificación estratégica de amplio nivel

Nivel regional	como contribución a los planes regionales y los procesos de protección, para servir de base de comparación entre regiones y para facilitar información con miras a los procesos de planificación nacional
Destinos específicos	Por ejemplo, zonas costeras, ayuntamientos y comunidades locales, para identificar elementos clave de los activos, el estado del sector turístico, los riesgos y los resultados
Sitios clave de uso turístico	Dentro de los destinos (por ejemplo, áreas protegidas, playas, distritos históricos dentro de las ciudades y zonas de especial interés) donde determinados indicadores pueden ser fundamentales para la adopción de decisiones sobre el control del sitio, la gestión y el futuro desarrollo de atracciones turísticas (por ejemplo, parques nacionales y parques temáticos) y donde los indicadores de nivel de gestión pueden contribuir a la planificación y el control del sitio
Empresas turísticas	Por ejemplo, tour operadores, empresas hoteleras, de transporte y de suministro de comidas que pueden acceder a indicadores para incorporarlos a su proceso de planificación estratégica de los destinos
Establecimientos turísticos individuales	Por ejemplo, hoteles, restaurantes, puertos deportivos, entre otros, para controlar las repercusiones y los resultados de su funcionamiento

Fuente: Elaboración Propia

g) Tipos de indicadores

Hay diferentes tipos de indicadores, cada uno con un interés distinto para las instancias decisorias. Aunque quizá los más directamente útiles sean los que ayudan a predecir los problemas, existen otros:

Tabla 5 Tipos de Indicadores

TIPO DE INDICADOR	EJEMPLOS
Indicadores de alerta temprana	Disminución del número de turistas que tienen intención de volver.
Indicadores de presión sobre el sistema	Escasez de agua o indicios de delito
Medidas de la situación del sector	Tasa de ocupación, satisfacción de los turistas
Medidas del impacto del desarrollo turístico en los entornos biofísico y socioeconómico	Índices del nivel de deforestación, cambios en las pautas de consumo y en los niveles de ingresos de las comunidades locales
Medidas de las actividades de gestión	Costo de limpieza de la contaminación de las costas
Medidas del efecto, los resultados o rendimiento de la gestión o indicadores de respuesta	Cambio en los niveles de contaminación, mayor número de turistas que retornan

Fuente: Elaboración Propia

7. Recurso turístico

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) un recurso turístico es el conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico específico y que son capaces de atraer por sí mismos viajeros haciendo así posible la actividad turística. (OSTELEA, 2022)

Los recursos turísticos de un destino turístico son parte fundamental de la oferta turística. Son aquellos atractivos de tipo natural, cultural, histórico o monumental, que definen la identidad de la población. También se consideran recursos turísticos a aquellos que por su importancia o singularidad captan el interés de los turistas y los que dan soporte para el desarrollo de la actividad turística.

a) Clasificación de los recursos turísticos

Existe una clasificación propuesta por expertos y que es ampliamente empleada en la geografía moderna. Distingue tres categorías de recursos turísticos:

- **Recursos turísticos naturales:** clima, relieve, paisajes, objetos hidrológicos, bosques, parques, zonas de playa, zonas protegidas, monumentos naturales, etc.
- **Recursos históricos y culturales:** estructuras arquitectónicas, palacios, fortalezas, museos, esculturas, necrópolis históricas, obras de arte, etc.
- **Recursos socioeconómicos o de infraestructura:** hoteles, cafeterías y restaurantes, oficinas de excursiones, campamentos, balnearios, complejos de entretenimiento, etc.

Además, se distinguen los siguientes tipos de recursos turísticos:

- **Los recursos directos:** son objetos naturales e históricos y culturales utilizados directamente en la organización de la actividad turística.
- **Los recursos indirectos (adicionales):** son los recursos materiales, financieros, laborales y de información que se atraen para el desarrollo de los recursos turísticos directos. (CESUMA, 2024)

8. Atractivo turístico

Son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen en el interés de un visitante. Un atractivo es un bien intangible o tangible que provoca una motivación de visitar por parte de la demanda.

a) Tipo de atractivo turísticos

- **Atractivos turísticos naturales:** Playas, montañas, desiertos, lagunas, costas, ríos, llanuras, bosques, reservas naturales, parques nacionales, zoológicos, jardines botánicos.
- **Atractivos turísticos recreativos:** Parques temáticos, parques de diversiones, centros vacacionales, acuarios turísticos, casinos, zonas para acampar, campos deportivos, miradores turísticos y sitios para practicar actividades acuáticas.
- **Atractivos turísticos culturales:** Museos, bibliotecas, palacios de cultura, monumentos, patrimonios de la humanidad y esculturas.
- **Atractivos turísticos gastronómicos:** Restaurantes, culturas culinarias, ferias gastronómicas, tours gastronómicos, platillos típicos y escuelas de gastronomía.
- **Atractivos turísticos arqueológicos:** Yacimientos arqueológicos, asentamientos arqueológicos, santuarios arqueológicos, ruinas y museos arqueológicos.
- **Atractivos turísticos históricos:** Ferrocarriles patrimoniales, centros históricos, ciudades históricas, museos de historia y lugares donde ocurrieron hechos históricos.
- **Atractivos turísticos arquitectónicos:** Templos, patrimonios arquitectónicos, pirámides, ciudades antiguas, prisiones antiguas, castillos, torres, rascacielos, puentes, palacios antiguos, y otros tipos de arquitectura.
- **Atractivos turísticos lingüísticos:** Zonas donde habiten grupos étnicos, destinos donde aún se hablen lenguas antiguas, escuelas de idiomas modernos y lugares que hablen en un idioma diferente al del turista.
- **Atractivos turísticos artísticos:** Galerías de arte y tiendas de arte
- **Atractivos turísticos astronómicos:** Observatorios astronómicos y lugares para ver el cielo de noche. (CEUPE, 2014)

b) Importancia de un atractivo turístico

Un atractivo turístico interviene en la decisión de un turista a la hora de elegir un destino u otro. Por ello, las empresas turísticas invierten recursos para ganar reconocimiento y generar mayor atracción, garantizando el sustento y desarrollo del lugar.

c) Diferencia entre atractivo y recurso turísticos

Un atractivo turístico hace referencia al lugar en términos generales, mientras que un recurso turístico alude a los bienes y servicios que dicho lugar tiene para ofrecer (hoteles, alimentos, entretenimiento, etc.).

9. Producto turístico

Es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El producto turístico es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral.

Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan.

Se distinguen dos niveles:

- **Producto turístico global o integral:** está formado por los atractivos de la zona, sus infraestructuras, etc. Una de las características fundamentales de este producto es que debido a su complejidad no existe un único responsable, pues están implicados tanto el sector público como el privado.
- **Producto turístico a nivel empresarial:** es el conjunto de componentes ofrecido por las distintas empresas turísticas a sus clientes.

Los elementos del producto turístico son:

- Recursos turísticos del destino turístico.
- Servicios y equipamientos turísticos.
- **Accesibilidad:** es el desplazamiento del turista hacia el lugar que ha elegido y las condiciones de movilidad dentro de él, que incluye los siguientes aspectos: costo, comodidad y rapidez, los medios de transportes disponibles y confortables.
- **Infraestructura:** carreteras, aeropuertos, estaciones de tren o de autobús, etc.
- Tipos de transporte disponibles (taxis, autobuses, trenes, aviones, etc.), rutas, frecuencias y precios.
- **Imagen del destino turístico:** es clave en la decisión de un turista que visita un destino y representa el principal motivo de aceptación o rechazo. Imagen influenciada por lo que se publica o por comentarios de boca en boca.
- **Precio de venta:** es lo que paga el turista por la suma de todos los servicios de alojamiento, transporte, manutención y disfrute de sus actividades de ocio y recreativas, durante su viaje.

10. Inventario turístico

El inventario es un instrumento que se utiliza durante el proceso de planificación turística para realizar un diagnóstico que garantice determinar los recursos turísticos que tiene un destino, cuya utilización permite precisar el estado real en que se encuentran, las potencialidades de aprovechamiento que posee y las acciones que habría que emprender con el objetivo de ponerlos en valor e insertarlos dentro de la actividad turística.

a) Objetivos del inventario de recursos turísticos

La planificación y desarrollo de un inventario turístico atiende, entre otros, a los siguientes objetivos:

- Conocer de forma objetiva los recursos turísticos que posee un territorio y las potencialidades que tiene para generar corriente turística.
- Disponer de un instrumento de trabajo que aporte información real para la planificación estratégica de programas y proyectos de desarrollo turístico.
- Facilitar la información necesaria para la creación de productos turísticos de calidad que den respuesta a la demanda. (Gregorio, 2022)

11. Servicio turístico

Se entiende por servicios turísticos el conjunto de actividades, facilidades y recursos proporcionados a los turistas para satisfacer sus necesidades mientras están de viaje. Los más esenciales son el alojamiento, transporte, alimentación y guía. Estos servicios están diseñados para mejorar la experiencia del cliente y brindar comodidad y entretenimiento. En este sentido, los servicios turísticos pueden ser ofrecidos por una gran variedad de proveedores: desde hoteles y agencias de viaje, hasta restaurantes, compañías de transporte, guías turísticas más. (ILERNA, 2023)

12. Principales servicios turísticos

Los servicios turísticos son el núcleo de la experiencia de todo turista, local o internacional y aunque existen muchos, aquí enumeramos los cuatro principales.

• Hospedaje

Para empezar, los servicios turísticos incluyen una variedad de opciones de alojamiento, como hoteles, hostales, resorts, alquiler de casas y apartamentos. La calidad y diversidad son importantes para satisfacer las preferencias y presupuestos de los diferentes tipos de viajeros.

Desde hostales para "mochileros" y hoteles de lujo, hasta lugares para turistas románticos, hoy en día existen opciones para todos.

- **Servicios de alimentación**

Consta de los servicios de alimentos y bebidas, pudiendo ser ofrecidos dentro de los establecimientos de hotel, restaurantes o en otras instalaciones dentro del sector turístico.

Al igual que el alojamiento, los servicios de alimentación son parte fundamental dentro de las ofertas turísticas. De hecho, existe un tipo de turismo dedicado especialmente a explorar la gastronomía y cultura culinaria de un destino, llamado turismo gastronómico.

Dentro de un hotel, la alimentación posee su propio departamento de alimentos y bebidas, ya que es bien sabido que gran parte de la satisfacción de un cliente en el hospedaje está sujeto a la calidad de los servicios de alimentación.

- **Transporte**

El transporte como servicio turístico, comprende una red de servicios que facilitan la movilidad del turista, desde aerolíneas y servicios de alquiler de vehículos hasta servicios de transporte público y traslados. La eficiencia y la accesibilidad de estas opciones impactan directamente en la experiencia del viajero.

Las empresas de turismo en este país saben que viajar es tan emocionante como el destino en sí, así que los turistas pueden elegir desde opciones de lujo, hasta transportes ecológicos.

- **Guía turística**

No hay nada como un guía turístico que realmente conozca su rubro. Esto no solo hace referencia a alguien que solo lee datos de un folleto, sino de un verdadero conocedor de la escena local.

Las agencias de turismo que marcan la diferencia entienden la importancia de tener a alguien que no solo te lleve a los lugares, sino que te cuente las historias detrás de ellos. Cuando se elige a un guía, se debe revisar que este cumpla con los requisitos necesarios para ser guía de turismo.

Estos servicios, combinados, conforman la oferta turística, proporcionando a los visitantes una experiencia integral que destaca la belleza natural, la riqueza cultural y la hospitalidad de un país. (Loyola, 2022)

13. Actividad turística

Son las cuales van encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre de ocio y vacacional, con una serie de productos y servicios en los que el propio turista sea agente activo o pasivo de la propia actividad turística a desarrollar.

14. Clasificación del turismo

El turismo se clasifica de acuerdo con las siguientes actividades: cultural, religioso, gastronómico, idiomático, salud, deportivo, de parques temáticos, de negocios y sexual.

A continuación, se presentará una breve descripción de cada una de estas clasificaciones.

- **Cultural:** En estas actividades lo que se busca lograr es que el turista conozca los distintos rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social.
- **Religioso:** Las actividades dentro de esta clasificación van dirigidos a motivos de fervor y devoción religiosa, ya sea con la finalidad de cumplir un voto o una promesa, pedir algún tipo de beneficio o agradecer alguno ya recibido. Este tipo de turismo hace visitas repetidas al mismo sitio, lo que podría generar fidelidad del huésped.
- **Gastronómico:** Estas actividades se centran en que el turista tenga experiencias culinarias y probar determinados tipos de comidas y bebidas. En ocasiones coinciden con festividades cívicas o culturales locales. Viajan para conocer los ingredientes de los platillos o incluso para aprender a prepararlos.
- **Idiomático:** La motivación principal es desplazarse para aprender un idioma.
- **Salud o wellness:** Estas actividades tratan de acudir a algún lugar para recibir tratamiento de enfermedades o simple relajación en spas, saunas u otros centros de medicina tradicional o alternativa.
- **Deportivo:** En esta clasificación las actividades se centran en realizan viajes relacionados con la práctica de algún deporte como maratones o torneos o para acudir a eventos deportivos como la Fórmula 1 o peleas de box.
- **Parques temáticos:** Son los turistas que viajan con la finalidad de disfrutar de los parques temáticos.
- **Negocios:** El principal motivo de estas actividades es realizar viajes los cuales están vinculados con la realización de actividades laborales y profesionales. Puede ser realizado de manera grupal o individual.

- **Sexual:** Es una forma de turismo con el propósito de sostener relaciones sexuales. Entre los destinos más comunes se encuentran: Marruecos, Brasil, Camboya, Costa Rica, China, Cuba, Tailandia y México.
- **Ecoturismo:** Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas de conocimiento con la naturaleza.
- **De aventura:** Realizar actividades deportivas relacionadas con desafíos impuestos por la naturaleza.
- **Rural:** El turista participa en actividades que lo involucran a vivir experiencias con la comunidad anfitriona, valorando y respetando mutuamente su identidad cultural, contribuyendo así a una cultura de paz. (BANCOMEXT, 2022)

15. Competitividad turística

Es la capacidad de los agentes que intervienen en la actividad turística de un país, de una región o de una zona para alcanzar sus objetivos por encima de la media del sector, de una manera sostenible y sostenida; lo cual puede alcanzarse mediante la consecución de rentabilidades financieras por encima de la media de los ámbitos empresariales, y de rentabilidades sociales y ambientales como consecuencia de la actuación de organismos e instituciones públicas, así como como consiguiendo la máxima satisfacción para los turistas. (Acerenza, 2009)

Por lo tanto, la competitividad turística es la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de un mercado respecto a sus competidores.

16. Técnicas de diagnóstico

Las técnicas de diagnóstico son un método de estudio mediante el cual se logra conocer lo que ocurre en una situación específica. Es decir, se trata del análisis de una serie de sucesos con el objetivo de identificar los factores que promovieron la aparición de un fenómeno. (Gonzales, 2020)

Existen diversas técnicas para realizar un diagnóstico entre las que se encuentran: lluvias de ideas, árbol del problema, matriz FODA, observación directa, la entrevista, investigación de acción participativa (IAP), diagrama causa y efecto, metodología de marco lógico, técnicas de inventario turístico, entre otras.

Para desarrollar la investigación se utilizarán las siguientes técnicas:

- Metodología de marco lógico.

- FODA.
- Técnica de inventario turístico.

a) Marco lógico

El método fue elaborado originalmente como respuesta a tres problemas comunes dentro los proyectos, los cuales son: (Edgar Ortégón, 2005):

- Planificación de proyectos carentes de precisión, con objetivos múltiples que no estaban claramente relacionados con las actividades del proyecto.
- Proyectos que no se ejecutaban exitosamente, y el alcance de la responsabilidad del gerente del proyecto no estaba claramente definida.
- No existe una imagen clara de cómo luciría el proyecto si tuviese éxito, y los evaluadores no tenían una base objetiva para comparar lo que se planeaba con lo que sucedía en la realidad.

El método del marco lógico encara estos problemas, y provee además una cantidad de ventajas sobre enfoques menos estructurados:

- Aporta una terminología uniforme que facilita la comunicación y que sirve para reducir ambigüedades.
- Aporta un formato para llegar a acuerdos precisos acerca de los objetivos, metas y riesgos del proyecto que comparten los diferentes actores relacionados con el proyecto.
- Suministra un temario analítico común que pueden utilizar los involucrados, los consultores y el equipo de proyecto para elaborar tanto el proyecto como el informe de proyecto, como también para la interpretación de éste.
- Enfoca el trabajo técnico en los aspectos críticos y puede acortar documentos de proyecto en forma considerable.

Es importante hacer una distinción entre lo que es conocido como Metodología de Marco Lógico y la Matriz de Marco Lógico. La Metodología contempla análisis del problema, análisis de los involucrados, jerarquía de objetivos y selección de una estrategia de implementación óptima. El producto de esta metodología analítica es la Matriz, la cual resume lo que el proyecto pretende hacer y cómo, cuáles son los supuestos claves y cómo los insumos y productos del proyecto serán monitoreados y evaluados.

La Metodología incorpora cuatro elementos analíticos importantes los cuales se describen a continuación:

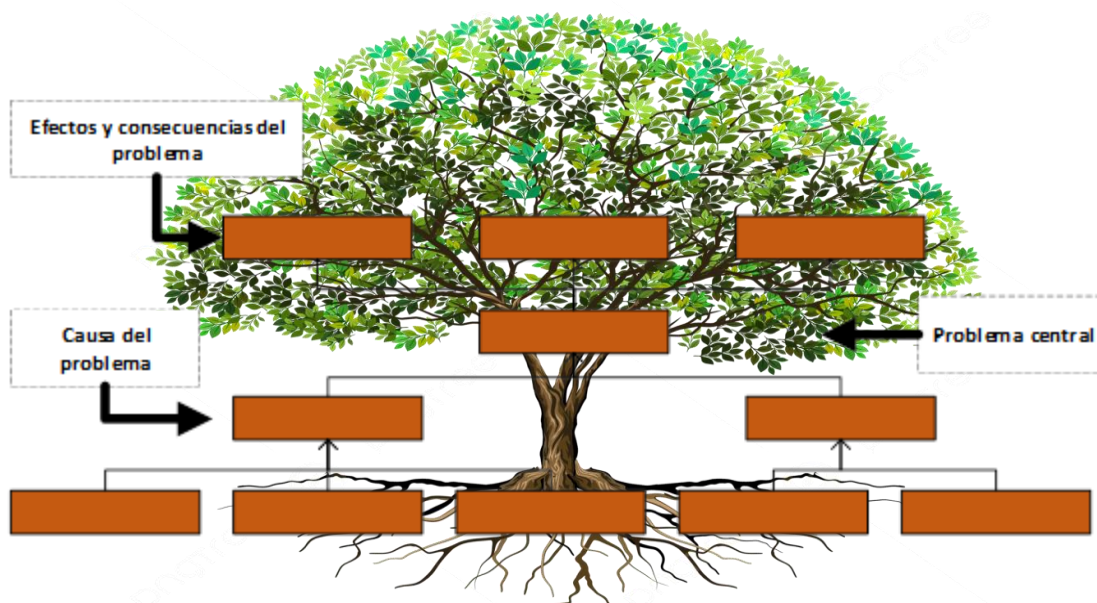
- **Análisis de involucrados:** El análisis de involucrados permite optimizar los beneficios sociales e institucionales del proyecto y limitar los impactos negativos. Al analizar sus intereses y expectativas se puede aprovechar y potenciar el apoyo de aquellos con intereses coincidentes o complementarios al proyecto, disminuir la oposición de aquellos con intereses opuestos al proyecto y conseguir el apoyo de los indiferentes. El análisis de involucrados implica:
 - Identificar todos aquellos que pudieran tener interés o que se pudieran beneficiar directa e indirectamente (pueden estar en varios niveles, por ejemplo, local, regional, nacional)
 - Investigar sus roles, intereses, poder relativo y capacidad de participación.
 - Identificar su posición, de cooperación o conflicto, frente al proyecto y entre ellos y diseñar estrategias con relación a dichos conflictos.
 - Interpretar los resultados del análisis y definir cómo pueden ser incorporados en el diseño del proyecto.

- **Análisis de problemas:** Al preparar un proyecto, es necesario identificar el problema que se desea intervenir, así como sus causas y sus efectos. El procedimiento contempla los siguientes pasos:
 - Analizar e identificar lo que se considere como problemas principales de la situación a abordar.
 - A partir de una primera "lluvia de ideas" establecer el problema central que afecta a la comunidad, aplicando criterios de prioridad y selectividad.
 - Definir los efectos más importantes del problema en cuestión, de esta forma se analiza y verifica su importancia.
 - Anotar las causas del problema central detectado. Esto significa buscar qué elementos están o podrían estar provocando el problema.
 - Una vez que tanto el problema central, como las causas y los efectos están identificados, se construye el árbol de problemas. El árbol de problemas da una imagen completa de la situación negativa existente.
 - Revisar la validez e integridad del árbol dibujado, todas las veces que sea necesario, asegurándose que las causas los efectos estén elaborados de manera adecuada y

finalmente verificar que el problema central este correctamente definido y que las relaciones causales estén correctamente expresadas

A continuación, se presenta una ilustración de un árbol de problemas

Ilustración 2: Un árbol de problema

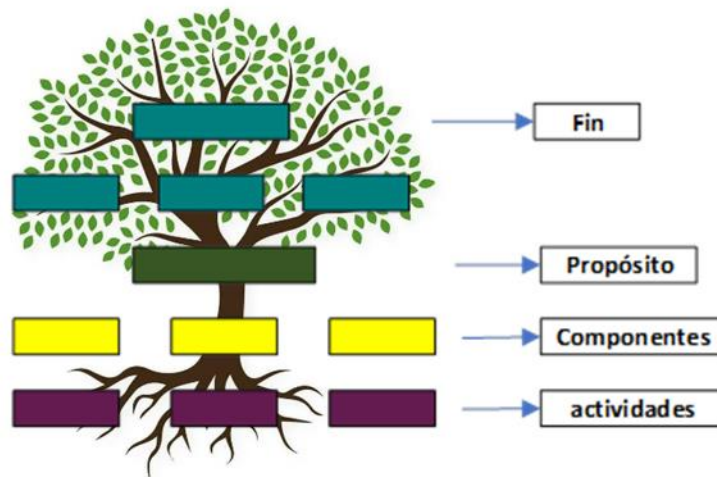


Fuente: Elaboración Propia

- **Análisis de objetivos:** El análisis de los objetivos permite describir la situación futura a la que se desea llegar una vez se han resuelto los problemas. Consiste en convertir los estados negativos del árbol de problemas en soluciones, expresadas en forma de estados positivos. De hecho, todos esos estados positivos son objetivos y se presentan en un diagrama de objetivos en el que se observa la jerarquía de los medios y de los fines. Este diagrama permite tener una visión global y clara de la situación positiva que se desea. Una vez que se ha construido el árbol de objetivos es necesario examinar las relaciones de medios y fines que se han establecido para garantizar la validez e integridad del esquema de análisis. Si al revelar el árbol de causas y efectos se determinan inconsistencias es necesario volver a revisarlo para detectar las fallas que se puedan haber producido. Si se estima necesario, y siempre teniendo presente que el método debe ser todo lo flexible que sea necesario, se deben modificar las formulaciones que no se consideren correctas, se deben agregar nuevos objetivos que se consideren relevantes y no estaban incluidos y se deben eliminar aquellos que no eran efectivos. (Acerenza, 2009)

A continuación, se presenta una ilustración de un árbol de objetivos:

Ilustración 3:Árbol de Objetivos



Fuente: Elaboración Propia

b) FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales. (Raeburn, 2021)

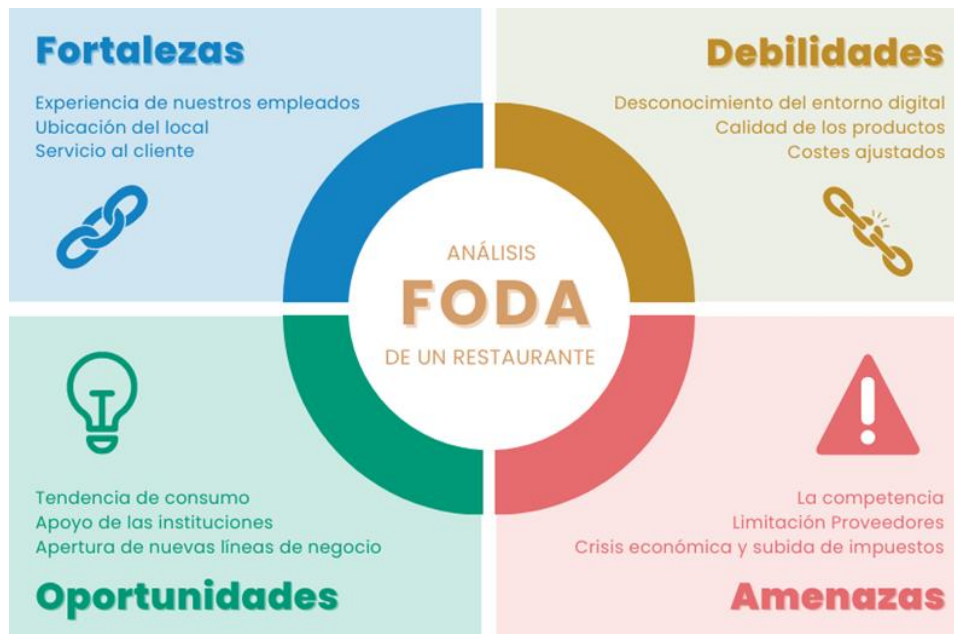
El análisis FODA es una herramienta simple y, a la vez, potente que ayuda a identificar las oportunidades competitivas de mejora. FODA significa fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Es muy importante analizar cada uno de estos factores para planificar correctamente el crecimiento de las organizaciones. A continuación, se analizará cada uno de los términos más en detalle:

- **Fortalezas:** Las fortalezas de FODA o DAFO hacen referencia a las iniciativas internas que funcionan bien. Se podrían comparar con otras iniciativas o con un costado competitivo externo. Al analizar estas áreas se puede entender qué es lo que ya funciona y se puede aplicar esas técnicas en otras áreas que pueden necesitar mejoras. Cuando se buscan las fortalezas de la organización, para empezar, se debe preguntar lo siguiente:
 - ¿Qué se hace bien?
 - ¿Qué hace que la empresa sea especial?

- ¿Qué es lo que le gusta de la organización a la audiencia objetivo?
- **Debilidades:** Las debilidades en FODA se refieren a las iniciativas internas que no funcionan como es debido. Es una buena idea analizar las fortalezas antes que las debilidades para generar referencias de lo que significan el éxito y el fracaso. La identificación de las debilidades internas ofrece un punto de partida desde el cual mejorar los proyectos.
Del mismo modo en que se examinan las fortalezas, se pueden hacer diferentes preguntas para empezar a identificar las debilidades.
 - ¿Qué iniciativas no funcionan bien y por qué?
 - ¿Qué se podría mejorar?
 - ¿Qué recursos podrían favorecer al rendimiento?
 - **Oportunidades:** Las oportunidades en FODA son el resultado de las fortalezas y las debilidades, junto con cualquier iniciativa externa que pueda colocar a la empresa en una posición competitiva más sólida. Podría ser cualquier cosa, debilidades que se quisieran mejorar o áreas que no se hubieran identificado en las primeras dos etapas del análisis. Como hay muchas maneras de que se ocurran oportunidades, es muy útil considerar las siguientes cuestiones antes de empezar:
 - ¿Qué recursos se pueden usar para mejorar las áreas en las que se cuentan con debilidades?
 - ¿Hay brechas de mercado en los servicios brindados?
 - ¿Cuáles son las metas para este año?
 - **Amenazas:** Las amenazas en FODA se refieren a las áreas que tienen el potencial de causar problemas. Difieren de las debilidades en que las amenazas son externas y, por lo general, están fuera del control de la empresa. Pueden ser eventos como la pandemia o un cambio en el panorama competitivo.
A continuación, se presentan algunas preguntas que se podrían hacer para identificar amenazas externas:
 - ¿Qué cambios en el sector son preocupantes?
 - ¿Qué nuevas tendencias del mercado se vislumbran?
 - ¿En qué áreas es mejor la competencia?

A continuación, se presenta una ilustración de un análisis FODA:

Ilustración 4: Componente del FODA



Fuente: Biblioteca del saber

c) Inventarios Turísticos

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

Este inventario debe involucrar los escenarios naturales, culturales y recreativos, el patrimonio vivo, el patrimonio monumental, la gastronomía, las artesanías, los productos propios y las prácticas, costumbres y tradiciones de la comunidad.

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

Es preciso destacar, que el procesamiento de la información para el inventario es un trabajo permanente, de tal manera que éste se encuentre actualizado.

Características

Todo inventario deberá presentar dos características fundamentales:

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

Objetivo general del inventario turístico

Conocer de manera real, sistemática y ordenada los recursos turísticos del país o una comunidad, a fin de que sirva de base para el desarrollo de políticas y planes sectoriales. (MINCETUR, 2006)

D. MARCO CONTEXTUAL

1. Historia del turismo

Durante la Edad Antigua, el turismo estaba vinculado principalmente a peregrinaciones religiosas y al comercio, por ejemplo, en la antigua Grecia, los Juegos Olímpicos atraían a visitantes de todas partes del mundo helénico, mientras que, en Roma, los ciudadanos adinerados viajaban por todo el Imperio para visitar monumentos y asistir a eventos culturales.

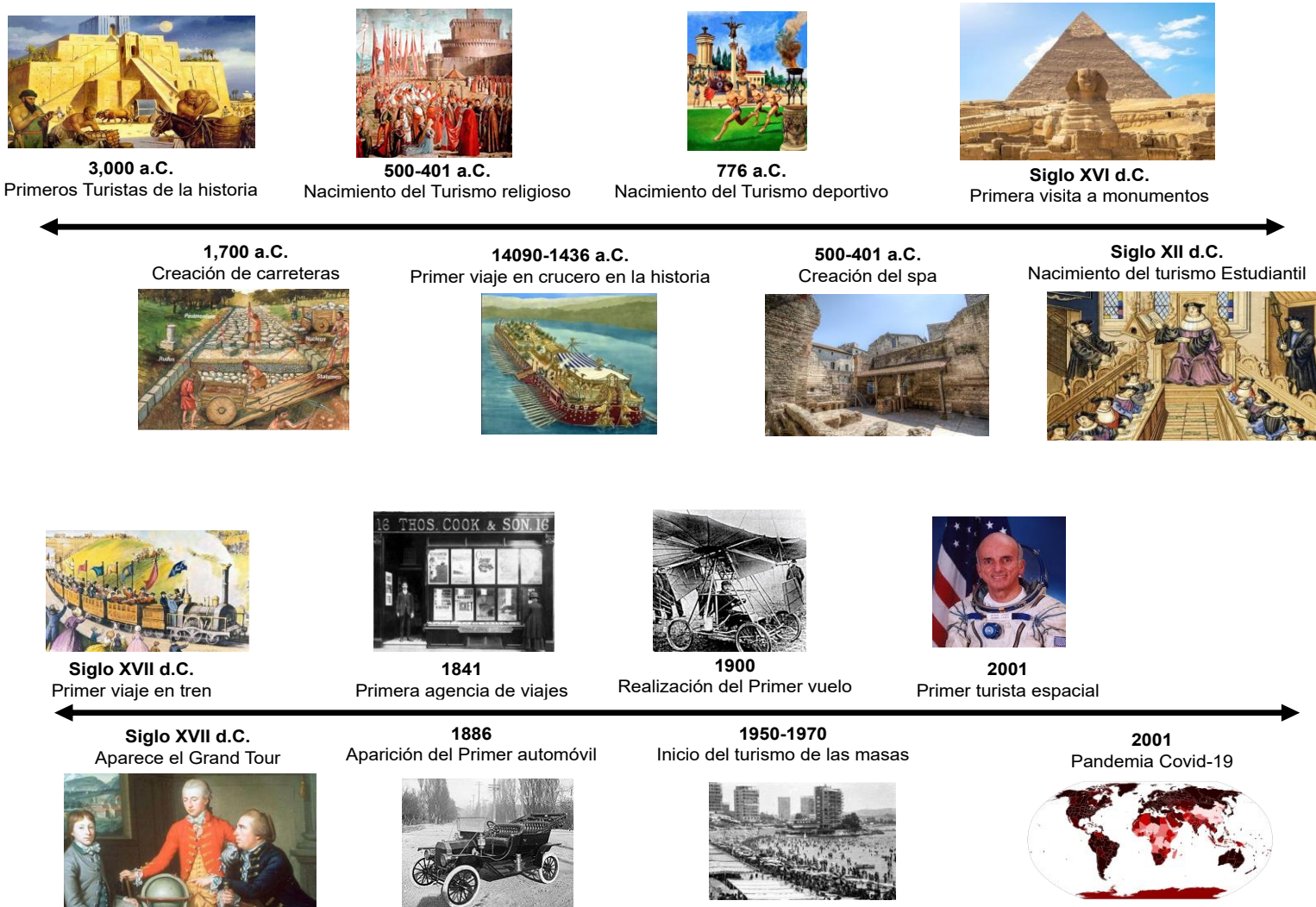
El surgimiento del cristianismo en la Edad Media impulsó el turismo religioso, con peregrinaciones a lugares santos como Jerusalén, Roma y Santiago de Compostela, durante el Renacimiento, el Grand Tour se convirtió en una práctica común entre los jóvenes aristócratas europeos, que viajaban por toda Europa para adquirir conocimientos culturales y sociales.

La Revolución Industrial y el advenimiento del transporte masivo, como el ferrocarril y los barcos de vapor, hicieron que el turismo fuera más accesible para las masas. A finales del siglo XIX y principios del XX, surgieron destinos turísticos populares como las playas de la Riviera francesa y los balnearios en Europa central, además durante el siglo XX se desarrolló la aviación comercial lo que revolucionó aún más la industria turística, abriendo nuevas posibilidades de viaje a escala global, la popularización de los vuelos comerciales impulsó el crecimiento del turismo internacional, permitiendo que personas de diferentes países y culturas exploraran destinos lejanos y exóticos.

En el siglo XXI, el turismo ha seguido evolucionando con la rápida expansión de Internet y las redes sociales, la tecnología ha transformado la forma en que planificamos, reservamos y experimentamos nuestros viajes, proporcionando acceso instantáneo a información sobre destinos, alojamientos y actividades, además, la creciente conciencia sobre la sostenibilidad y el turismo responsable ha llevado a un mayor enfoque en la protección del medio ambiente, la promoción de la diversidad cultural y el apoyo a las comunidades locales., durante las últimas décadas, el turismo ha continuado evolucionando, con un mayor énfasis en la sostenibilidad, el turismo cultural y el turismo de aventura, hoy en día, el turismo es una de las industrias más importantes del mundo, con un impacto significativo en la economía global, el medio ambiente y la sociedad en general.

A continuación, se presenta mediante una línea de tiempo, los principales sucesos que han marcado la historia del turismo y que han permitido que el mismo se desarrolle y evolucione, hasta lo que se conoce actualmente.

Ilustración 5: Línea del tiempo de sucesos importantes en la historia del turismo



Fuente: Elaboración propia

2. Turismo a nivel mundial

El sector turístico ha experimentado un notable crecimiento económico a nivel mundial en las últimas décadas, destacándose por su expansión constante y la diversificación de sus actividades, al hablar del turismo a nivel internacional, se pueden retomar puntos clave como las llegadas de turistas y los ingresos generados, a nivel global de las cinco regiones principales, como lo son Europa, Asia y el Pacífico, América, Oriente medio y África, a continuación se presenta el flujo tomando en cuenta los datos proporcionados por el dashboard de datos turísticos de la OMT.

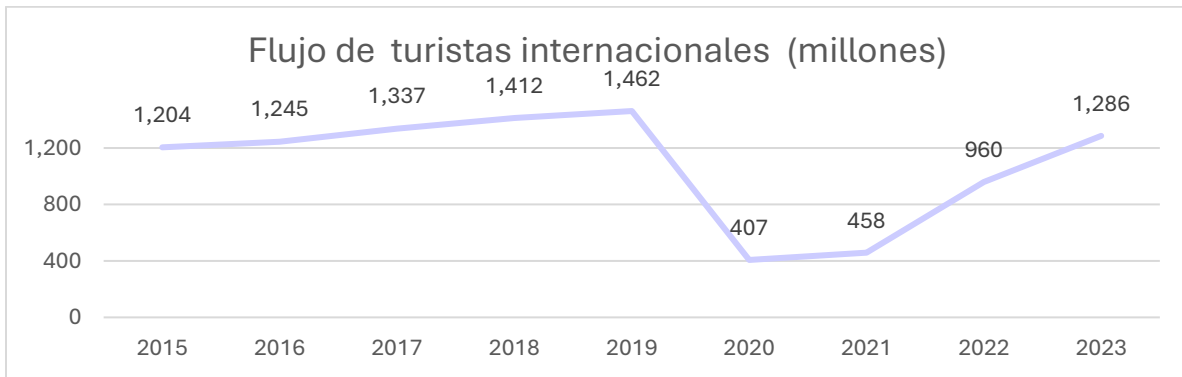


Gráfico 1: Afluencia de turistas por año a nivel mundial

Fuente: Elaboración propia con datos de Dashboard turístico de la OMT

Los ingresos que se percibidos durante ese periodo de tiempo fluctúan conforme a la afluencia de turistas que se presenta durante cada año, estos datos se presentan en el siguiente gráfico.



Gráfico 2: Ingresos por turismo a nivel mundial

Fuente: Elaboración propia

En el 2020, la actividad turística mundial se vio severamente afectada, debido a la pandemia causada por el Covid-19, a partir del decreto de Emergencia de Salud Pública de alcance internacional, emitido el 30 de enero de 2020, superando el brote del SARS de inicios de la

década del 2000 y convirtiéndose en la peor pandemia del siglo 21 hasta la fecha. Esta situación generó medidas de cuarentena total o parcial, cierre de puestos fronterizos, cancelación de vuelos internacionales, cierre de actividades productivas, en diferente medida en cada país. (SICA, 2021)

Mientras que a nivel regional el flujo de turistas es muy variado, ya que el flujo de los turistas se concentra en su mayoría en Europa, mientras que las regiones restantes presentan comportamiento variado, a continuación, se representan dichos comportamientos, tomando en cuenta la información proporcionada por el dashboard de datos turísticos de la OMT.

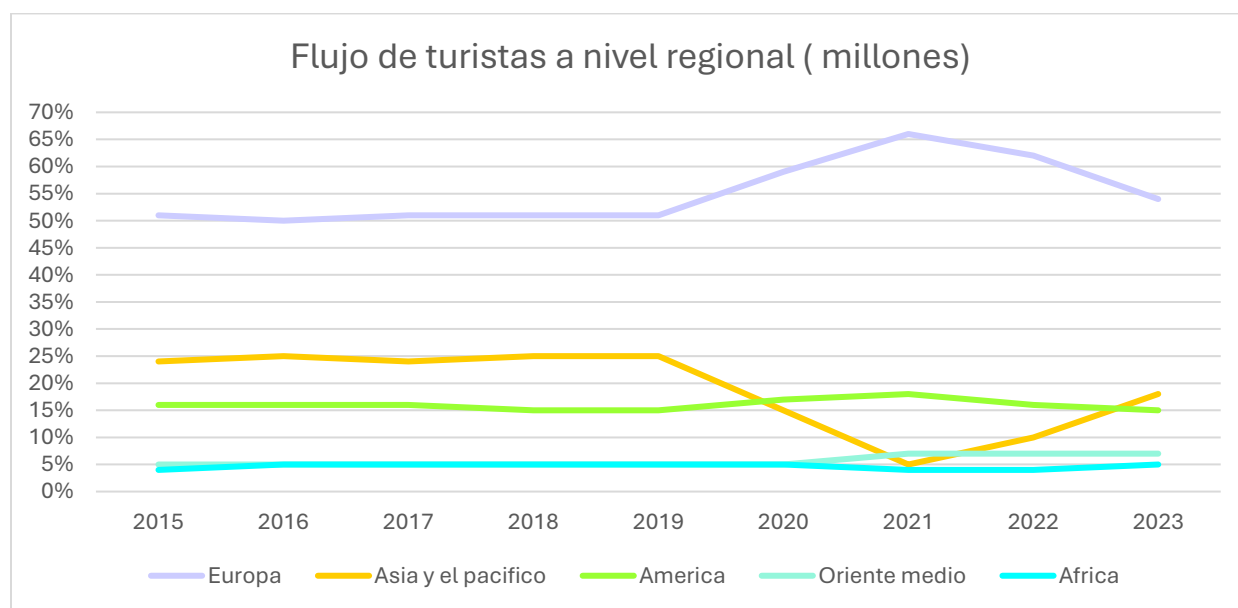


Gráfico 3: Flujo de turistas a nivel regional

Fuente: Elaboración propia con datos del Dashboard de la OMT

En el ámbito turístico a nivel internacional y de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), “las llegadas internacionales bajaron un 72% entre enero a octubre del 2020, debido a las restricciones a los viajes, la poca confianza del consumidor y la lucha mundial por contener el COVID-19, siendo catalogado como el peor año en la historia del turismo. Esto implica una reducción de 900 millones de turistas internacionales, respecto al mismo periodo en 2019 y, por tanto, una pérdida de USD 935,000 millones en concepto de ingresos, siendo diez veces mayor que la generada en 2009 por la crisis económica mundial. Las Américas fue la región menos afectada con una reducción del 69%, en comparación con las regiones más afectadas por el Covid-19: Asia y el Pacífico con 84% y África con el 75% (SICA, 2021)

Se estima que en 2023 se registraron 1286 millones de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo, un aumento del 34% con respecto a 2022, o 325 millones más, mientras que el turismo internacional recuperó el 88% de los niveles previos a la pandemia en 2023, respaldado por una fuerte demanda, Oriente Medio lideró la recuperación por regiones en términos relativos, siendo la única región que superó los niveles prepandemia con llegadas un 22% por encima de 2019. por otra parte Europa alcanzó el 94% de los niveles prepandémicos en 2023, mientras que África se recuperó el 96% y las Américas el 90%, Asia y el Pacífico alcanzaron el 65% de los niveles previos a la pandemia, con una recuperación gradual desde principios de 2023. (OMT, 2024)

Los ingresos totales por exportaciones del turismo se estiman en 1,6 billones de dólares en 2023, casi el 95% de los 1,7 billones de dólares registrados en 2019, las estimaciones preliminares del producto interno bruto directo turístico apuntan a 3,3 billones de dólares en 2023, o el 3% del PIB mundial, el mismo nivel que en 2019, impulsado por los viajes nacionales e internacionales, tras un fuerte repunte en 2023, se espera que el turismo internacional recupere completamente los niveles previos a la pandemia en 2024, y las estimaciones iniciales apuntan a un crecimiento del 2% por encima de los niveles de 2019 en las llegadas de turistas internacionales. (OMT, 2024)

1. Turismo a nivel de Centroamérica

El turismo en Centroamérica es un sector dinámico lleno de oportunidades, que ha demostrado un crecimiento constante y sostenido. Este crecimiento va de la mano con el dinamismo y la capacidad empresarial de la región. Los gobiernos de Centroamérica reconocen la importancia estratégica del turismo, ya que es el principal generador de divisas de actividades no tradicionales en la región. Además, el turismo está generando cada vez más empleos e ingresos, lo que contribuye significativamente al desarrollo económico, social y ambiental.

La colaboración entre el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y el sector privado representado por FEDECATUR ha sido fundamental para fortalecer este crecimiento y desarrollo. Ambas partes comparten una visión común, establecen objetivos claros y diseñan estrategias efectivas para el desarrollo, la promoción y el mercadeo turístico en la región.

Centroamérica ha creado una marca distintiva, "Centroamérica tan pequeña, tan grande...", que resalta la diversidad cultural y natural, la hospitalidad de su gente, el clima tropical y las riquezas culturales y patrimoniales. Estos aspectos son muy valorados por los turistas internacionales. Esta marca es parte de una estrategia integral de promoción y mercadeo que posiciona a

Centroamérica como un destino turístico múltiple y diverso en Europa y Asia, a través de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica con sede en Madrid, España, formada por el CCT y FEDECATUR.

A pesar de los desafíos enfrentados durante la pandemia de COVID-19, el sector turístico de Centroamérica está en proceso de recuperación. Muchos operadores turísticos se están adaptando y preparando para reconquistar a los viajeros, aprovechando el crecimiento global del turismo que inició en 2021. Dentro de Las Américas, Centroamérica se destaca con un impresionante crecimiento del 54%, posicionándose como uno de los líderes regionales en la recuperación turística.

En el panorama actual, cada país de Centroamérica está desarrollando estrategias específicas para atraer turistas. Costa Rica se enfoca en los nómadas digitales, Panamá en el turismo sostenible, Guatemala en el turismo de aventura, Honduras en nuevos destinos emergentes, y El Salvador en experiencias de surf y naturaleza. Nicaragua busca atraer turistas cubanos y chinos, mientras que se observa un impulso general hacia destinos que se adaptan a la "nueva normalidad".

El informe del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) junto con ForwardKeys muestra un panorama alentador para Centroamérica, destacando a países como El Salvador, Nicaragua, Guatemala, Honduras y Costa Rica por su crecimiento significativo en el primer semestre de 2024. Las proyecciones indican una recuperación completa del turismo internacional en 2024, superando los niveles prepandémicos de 2019, respaldadas por la capacidad creciente de pasajeros en aerolíneas que operan en la región. Las Naciones Unidas también reconocen el buen desempeño turístico de varios países centroamericanos, augurando un futuro prometedor para el turismo en la región.

Es importante destacar que, si bien el crecimiento del turismo ha sido excepcional en los últimos años, se espera que, una vez que se haya alcanzado la recuperación completa, se retome el ritmo de crecimiento promedio del 5.1 % que se experimentó entre 2010 y 2019. Esto indica una perspectiva a largo plazo para el turismo en la región, con un crecimiento sostenible que contribuirá al desarrollo económico y la estabilidad a lo largo del tiempo. La industria turística sigue siendo un motor fundamental para la región, y estos datos son una señal alentadora de su capacidad de adaptación y resiliencia. (SICA, 2022)

Tabla 6 Llegada de turistas a la Región SICA por trimestre

Año	Trimestre	República dominicana	Belice	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá
2019	1ro.	29%	31%	32%	23%	26%	26%	23%	31%
	2do.	26%	25%	21%	23%	25%	26%	24%	22%
	3ro.	22%	20%	21%	26%	24%	25%	23%	23%
	4to.	23%	24%	24%	27%	25%	25%	30%	23%
2020	1ro.	58%	86%	85%	62%	87%	77%	83%	85%
	2do.	0%	1%	1%	0%	0%	4%	7%	0%
	3ro.	15%	1%	1%	1%	0%	4%	3%	0%
	4to.	28%	12%	12%	37%	13%	19%	7%	15%
2021	1ro.	14%	14%	15%	14%	19%	14%	16%	11%
	2do.	24%	8%	23%	23%	21%	22%	22%	17%
	3ro.	28%	26%	27%	28%	21%	27%	27%	28%
	4to.	34%	32%	35%	36%	38%	35%	36%	44%
2022	1ro.	24%	26%	27%	20%	19%	20%	20%	22%
	2do.	26%	29%	25%	24%	25%	28%	20%	24%
	3ro.	25%	23%	22%	26%	26%	25%	25%	25%
	4to.	25%	22%	26%	30%	30%	27%	35%	29%

Fuente: Administraciones Nacionales de Turismo (ANT)

En la tabla se puede apreciar el retorno del comportamiento de viaje de los turistas para 2022, antes de la pandemia (2019) la mayor parte de los turistas viajaban a los países de la región en el primer trimestre, a excepción del El Salvador, Honduras y Nicaragua que son países que tienen una alta cantidad de población migrante e históricamente han tenido un mayor flujo durante el último trimestre.

Este comportamiento se está retomando, poco a poco para 2022, donde hubo una mayor llegada de turistas en el segundo y último trimestre.

2. Turismo en El Salvador

El Salvador localizado en el corazón de América, entre en norte y el sur. Se extiende sobre una planicie costera y tierra alta volcánica en el interior, posee un área total de 21,000 Km² y una costa de 307 km, ofreciendo la posibilidad de practicar surf, senderismo, bucear, visitar parques arqueológicos o museos; todo en un mismo día y a pocas horas de la costa.

El turismo es un sector crucial para el progreso económico de El Salvador, siendo una industria en constante expansión y alta demanda de mano de obra que abarca diversas actividades económicas. Dada la importancia social y económica de esta industria y la fragilidad de muchos

destinos, la sostenibilidad se ha convertido en un objetivo fundamental en el desarrollo turístico de El Salvador. Con este propósito, el país busca atraer tanto inversionistas locales como extranjeros que contribuyan al turismo sostenible, promoviendo la colaboración entre estos inversionistas y las empresas locales.

Ilustración 6: Mapa turístico de El Salvador



Fuente: Mapas de Centroamérica

a) Historial de afluencia de turismo en El Salvador

Para comprender de manera adecuada el historial de afluencia de turismo en El Salvador es importante tener en cuenta conceptos claves como lo son:

Visitante: Es una persona que viaja a un destino distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal que no sea el de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado.

Turista: Es aquel visitante interno, receptor o emisor cuyo viaje incluye al menos una pernoctación en el destino, pero su estadía es inferior a un año.

Excursionista: También conocido como visitante del día, es aquel viajero cuyo viaje no incluye pernoctaciones en el destino, es decir, su visita no dura más de 24 horas.

El flujo de llegadas internacionales a El Salvador se encuentra en constante crecimiento, ya que el país posee una gran oferta turística que atrae a turistas, visitantes y excursionistas a viajar hacia el país, a continuación, se presenta el comportamiento que han tenido las llegadas

internacionales en el periodo comprendido entre el año 2009 hasta el año 2023.

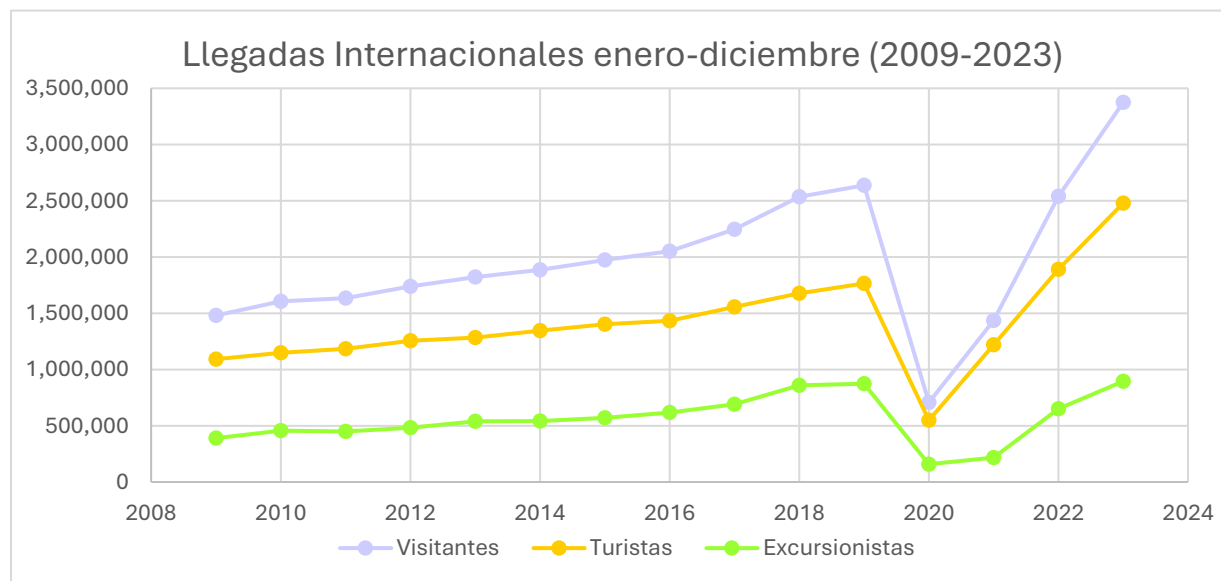


Gráfico 4: Llegadas internacionales enero-diciembre (2009-2023)

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de movimientos turísticos en fronteras turísticas y terrestres y aeropuerto, CORSATUR y datos de migración y Extranjería.

Tabla 7: Llegada de visitantes Internacionales 2009-2023

Clasificación	Visitantes	Variación %	Turistas	Variación %	Excursionistas	Variación %
2009	1,481,748	-	1,090,926	-	390,822	
2010	1,605,358	8.3%	1,149,561	5.4%	455,797	16.6
2011	1,634,679	1.8%	1,184,497	3.0%	450,182	-1.2
2012	1,738,317	6.3%	1,254,724	5.9%	483,593	7.4
2013	1,822,003	4.8%	1,282,792	2.2%	539,211	11.5
2014	1,886,398	3.5%	1,345,165	4.9%	541,234	0.4
2015	1,972,854	4.6%	1,401,598	4.2%	571,256	5.5
2016	2,051,653	4.0%	1,433,613	2.3	618,040	8.2
2017	2,246,618	9.5%	1,556,069	8.5	690,550	11.7
2018	2,535,661	12.9%	1,677,292	7.8	858,369	24.3
2019	2,638,550	4.1%	1,765,581	5.3	872,968	1.7
2020	707,041	-73.2%	548,730	-68.9	158,312	-81.9
2021	1,436,269	103.1%	1,218,950	122.1	217,319	37.3
2022	2,540,937	76.9%	1,891,276	55.2	649,661	198.9
2023	3,374,179	33%	2,479,100	31	895,079	38

Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta de conteos Movimientos Turísticos en Fronteras Terrestres y aeropuerto, CORSATUR y datos de Migración y Extranjería.

Para el periodo comprendido entre el año 2009 al 2023 el crecimiento promedio anual del turismo en El Salvador ha sido del 14%, lo que demuestra que El Salvador se ha vuelto un destino más

atractivo a lo largo del tiempo, a pesar de que durante el año 2020 se tuvo un declive importante de -73.2% en la afluencia turística con respecto al 2019, causada por las restricciones del COVID-19, se puede observar que en los años posteriores a la pandemia el flujo de visitantes internacionales que arriban a tierras salvadoreñas se ha vuelto mayor y se encuentra al alza un 33% con respecto al 2022.

b) Llegada de turistas por nacionalidad

El flujo turístico internacional de El Salvador se encuentra dividido entre salvadoreños residentes en el exterior y por Extranjeros, a continuación, se muestra como dicha división ha variado a lo largo de los años, dando inicio en el 2009, hasta el año 2023

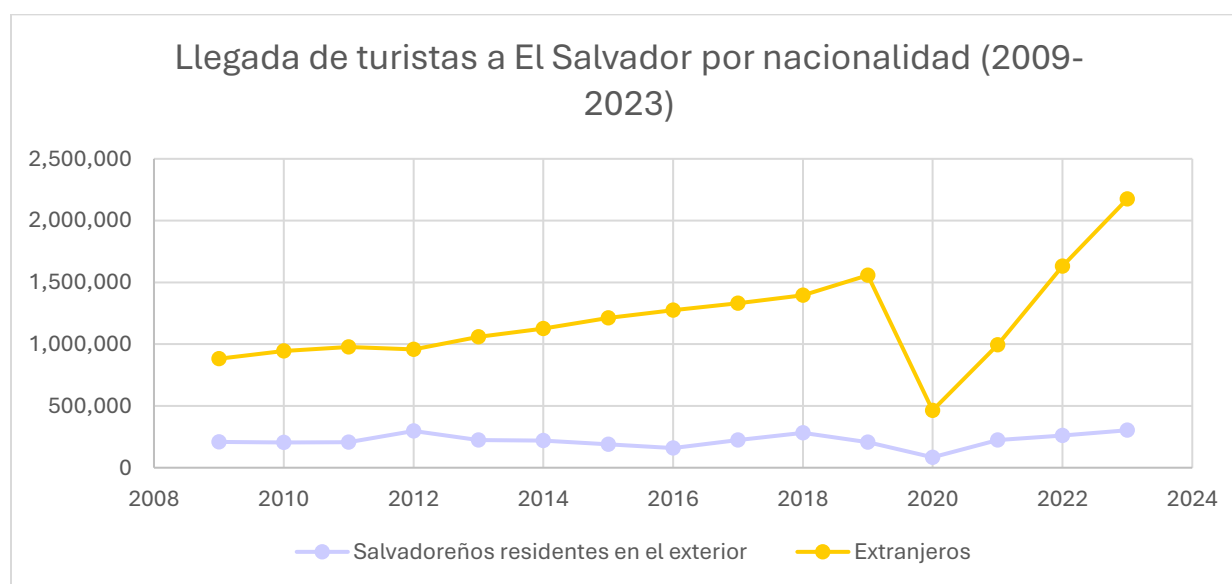


Gráfico 5: Llegada de turistas a El Salvador por nacionalidad (2009-2023)

Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta de conteos Movimientos Turísticos en Fronteras Terrestres CORSATUR y datos de vía área de Migración

Se puede observar en la tendencia de la nacionalidad de los turistas que el turismo de salvadoreños residentes en el exterior que visitan el país se mantiene constante, mientras que el turismo de extranjeros ha tenido un repunte luego de la pandemia, siendo este el caso del año 2023 en el cual el 88% representan turistas extranjeros y el 12% restante son salvadoreños residentes en el exterior, estos datos pueden ser constatados en la tabla 7.

Tabla 8: Llegada de turistas a El Salvador por nacionalidad (2009-2023)

Nacionalidad	Salvadoreños residentes en el exterior	% salvadoreños residentes en el exterior	Extranjeros	%Extranjeros	TOTAL
2009	208,349	19%	882,577	80.9%	1,090,926
2010	204,792	18%	944,769	82%	1,149,561
2011	206,900	17%	977,597	82.5%	1,184,497
2012	297,267	24%	957,457	76.3%	1,254,724
2013	224,570	18%	1,058,222	82.5%	1,282,792
2014	219,584	16%	1,125,581	83.7%	1,345,165
2015	188,475	13%	1,213,123	86.6%	1,401,598
2016	158,147	11%	1,275,466	89.0%	1,433,613
2017	224,687	14%	1,331,381	85.6%	1,556,068
2018	282,164	17%	1,395,128	83%	1,677,292
2019	207,517	12%	1,558,064	88%	1,765,581
2020	84,434	15%	464,295	85%	548,730
2021	224,706	18%	994,244	82%	1,218,950
2022	259,738	14%	1,631,539	86%	1,891,277
2023	303,195	12%	2,175,905	88%	2,479,100

Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta de conteos Movimientos Turísticos en Fronteras Terrestres CORSATUR y datos de vía área de Migración.

Gasto turístico

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes o después de los viajes turísticos, a continuación, se presenta el comportamiento que ha tenido el gasto turístico en el periodo comprendido entre el año 2009 al 2023, según los datos de la “Encuesta del Perfil y Gasto del Visitante Internacional”.

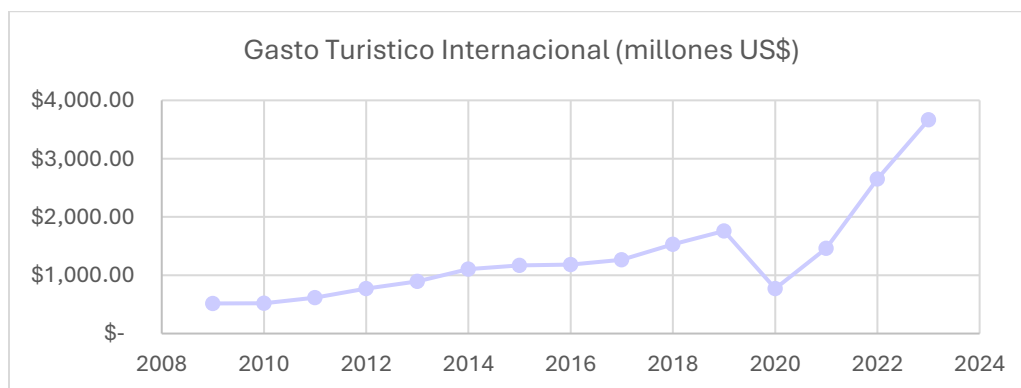


Gráfico 6: Gasto internacional a través del tiempo 2009-2023

Fuente: Elaboración propia con datos de Encuesta del Perfil y Gasto del Visitante Internacional CORSATUR

Los cambios que se han generado durante este periodo de tiempo muestran una gran variabilidad ya que entre el año 2011 al 2012 se tuvo un aumento del 23.9% mientras que entre el año 2015 al 2016 solo se tuvo un aumento del 1.2%, estas variaciones se presentan en la Tabla 8.

Tabla 9: Gasto turístico entre 2009 al 2023

Año	Gasto turístico Internacional (millones US\$)	Variación
2009	\$16.63	-
2010	\$ 518.04	0.3%
2011	\$615.19	18.8%
2012	\$771.55	25.4%
2013	\$893.84	15.8%
2014	\$1,107.43	23.9%
2015	\$1,169.45	5.6%
2016	\$ 1,183.43	1.2%
2017	\$1,265.09	6.9%
2018	\$1,532.61	21.1%
2019	\$1,761.24	14.9%
2020	\$770.83	-56.2%
2021	\$1,463.00	89.8%
2022	\$2,649.00	81.1%
2023	\$3,665.00	38.4%

Fuente: Elaboración propia con datos de Encuesta del Perfil y Gasto del Visitante Internacional CORSATUR

Los ingresos turísticos entre el año 2023 tuvieron un crecimiento del 38% con respecto al año 2022, esto se representa de la siguiente manera.

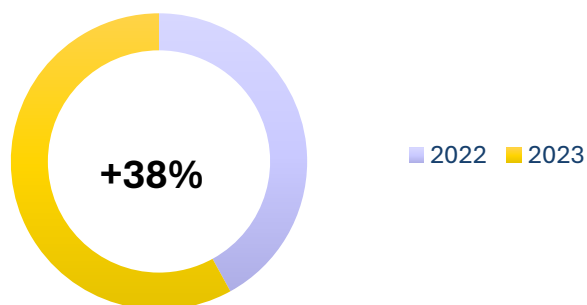


Gráfico 7: Comparativa de gasto turístico 2022-2023

Fuente: Elaboración propia con datos de Encuesta del Perfil y Gasto del Visitante Internacional CORSATUR

c) Relación del ingreso turístico en el PIB

La participación del sector turístico en la economía nacional es sumamente importante, por lo que se presenta una recopilación de la relación del ingreso turístico en el PIB desde el año 2009 hasta el tercer trimestre del 2023.

Tabla 10: Relación del ingreso turístico en el PIB

Año	PIB (US\$ Millones)	Ingreso por turismo (US \$ Millones)	Ingresos por turismo /PIB
2009	\$17,601.62	\$516.60	3%
2010	\$18,447.93	\$518.00	3%
2011	\$20,283.78	\$615.10	3%
2012	\$21,386.15	\$771.50	4%
2013	\$21,991.00	\$893.80	4%
2014	\$22,593.50	\$1,107.40	5%
2015	\$23,438.20	\$1,169.40	5%
2016	\$24,191.40	\$1,183.40	5%
2017	\$24,979.20	\$1,265.10	5%
2018	\$26,020.9	\$1,532.61	6%
2019	\$26,896.70	\$1,761.20	7%
2020	\$24,638.70	\$770.80	3%
2021	\$28,736.90	\$1,462.70	5%
2022	\$32,488.70	\$2,649.30	8%
Al 3T 2023	\$23,952.30	\$1,842.70	8%
Al 3T 2023	\$25,325.65	\$2,774.33	11%

Fuente: Banco Central de Reserva y CORSATUR

*PIB disponible hasta el tercer trimestre 2023

Para el segundo trimestre del año 2023, los ingresos correspondientes al turismo al 11% del total del PIB debido a la captación de \$2,774 millones de divisas por turismo.

Según la Encuesta de perfil y gasto del visitante Internacional, CORSATUR, el gasto diario por persona tuvo una disminución de \$6 en comparación con 2022, pues paso de \$162 a \$156, a pesar de ello, el gasto total del 2023 logro superar al del año 2022, gracias al incremento en la llegada de turistas internacionales y en la estadía promedio, paso de 8 noches en 2022 a 11 noches en 2023.

d) Llegada de turistas por vía de ingreso

El ingreso del turismo internacional se produce principalmente mediante vía terrestre y vía aérea, en el año 2023 el 57% de los turistas llegaron por vía aérea, mientras que el otro 43% restante lo hicieron por medio de la vía terrestre. (CORSATUR, Migración y Extranjería, 2023)

e) **Parques recreativos a administrados por el Instituto Salvadoreño de Turismo**

El salvador cuenta con parques recreativos a cargo del Instituto Salvadoreño de Turismo, dichos parques recreativos se presentan en la Tabla 10.

Tabla 11:Centros Recreativos administrados por el ISTU

Nombre del parque recreativo	Ubicación		
	Distrito	Municipio	Departamento
Atecozol	Izalco	Sonsonate Este	Sonsonate
Apulo	Ilopango	San Salvador Este	San Salvador
Amapulapa	San Vicente	San Vicente Sur	San Vicente
Agua Fría	Chalatenango	Chalatenango Sur	Chalatenango
Altos de la Cueva	San Miguel	San Miguel Centro	San Miguel
Laguna de Apastepeque	Apastepeque	San Vicente Norte	San Vicente
Parque Balboa	Panchimalco	San Salvador Sur	San Salvador
Costa del Sol	San Luis La Herradura	La Paz Centro	La Paz
Ichanmichen	Zacatecoluca	La Paz Este	La Paz
Los Chorros	Colón	La libertad Oeste	La Libertad
Parque Cerro Verde	El Congo	Santa Ana Este	Santa Ana
Parque de Aventuras Surf City Walter Thilo Denniger	La Libertad	La libertad Costa	La Libertad
Parque de Diversiones Sunset Park	La Libertad	La libertad Costa	La Libertad
Sihuatehuacán	Santa Ana	Santa Ana Centro	Santa Ana

Fuente: Elaboración propia con datos del ISTU.

El nivel de afluencia de visitantes a los parques recreativos durante el 2023 se detalla en la Tabla 11, en la que se muestra el nivel de ingresos que cada uno de los parques recreativos tuvo durante dicho año.

Tabla 12: Cantidad de visitantes por parque recreativo

NOMBRE DEL PARQUE RECREATIVO	TOTAL, VISITANTES
Parque de Diversiones Sunset Park	1,235,484
Parque Balboa	865,925
Parque Cerro Verde	360,153
Amapulapa	349,228
Apulo	341,854
Atecozotl	247,199
Ichamichén	241,991
Los chorros	218,535
Puerta del diablo	135,075
Costa del Sol	111,070
Sihuatihuacán	107,566
Altos de la cueva	57,447
Agua Fría	46,893
Laguna de Apastepeque	29,093
Parque de Aventuras Surf City Walter Thilo Denniger	15,932

Fuente: Elaboración propia con datos del ISTU

Esta información hace referencia a el total de visitantes que fueron recibidos durante todo del año y se representa en el grafico 8



Gráfico 8: Ingreso de visitantes a parques recreativos durante 2023

Fuente: Elaboración propia con datos del ISTU

Se observa que para el año 2023 el top 5 de sitios recreativos durante el 2023 fueron:

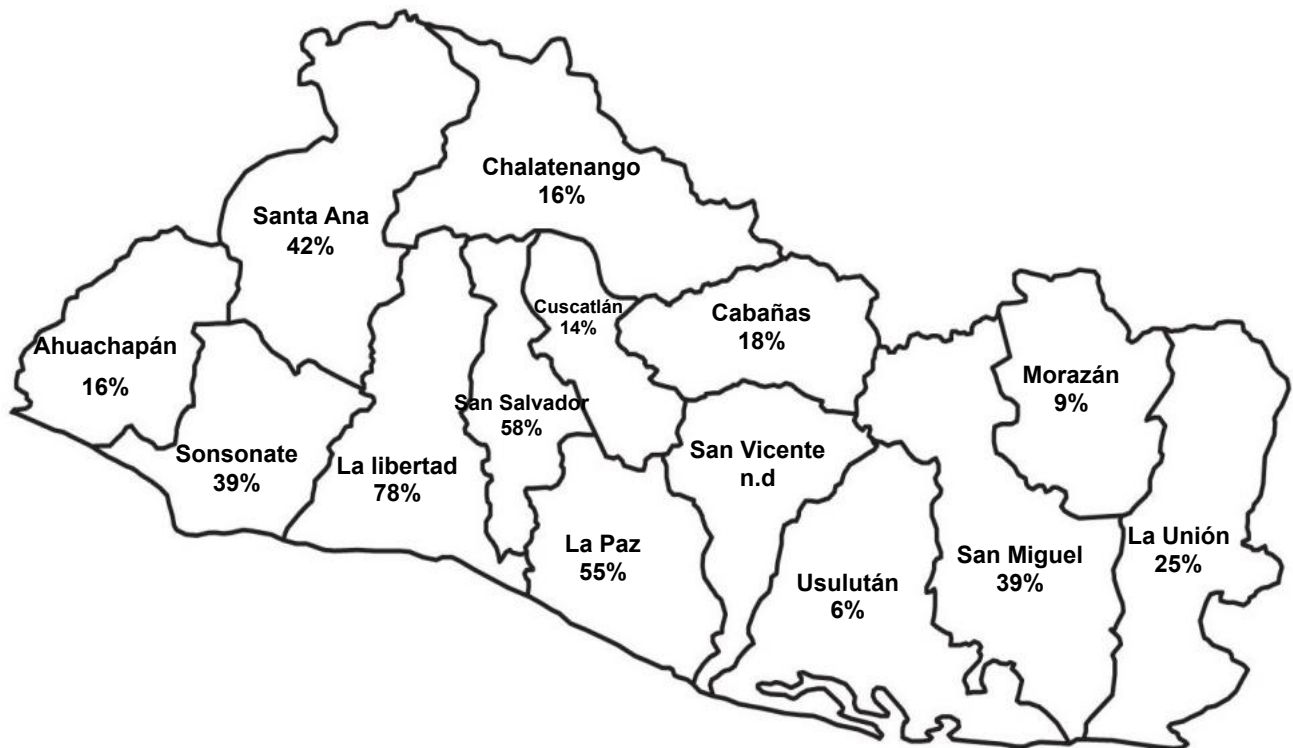
1. Complejo Turístico del Puerto de La Libertad.
2. Parque Natural Balboa.

3. Sunset Park.
4. Parque Natural Cerro Verde.
5. Parque Recreativo de Amapulapa.

f) **Ocupación Hotelera**

Según datos obtenidos por la metodología DATA TUR EL Salvador, a través de la cual el Ministerio de Turismo 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%.

Ilustración 7: Promedio de ocupación hotelera enero-diciembre 2023



Fuente: Informe Data Tur: ocupación en servicios turísticos de hospedaje 2023

g) **Institución que apoyan al turismo en el país**

Los actores más relevantes para el desarrollo del turismo en el ámbito del desarrollo local son:

Tabla 13: Instituciones que apoyan al turismo en el país.

INSTITUCIÓN	FUNCIÓN
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
Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSA TUR)	Tiene bajo su cargo la promoción de El Salvador como destino turístico a nivel nacional e internacional, coordinadamente con los diferentes actores del sector.
Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)	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.
Policía de Turismo (POLITUR)	Asistir a la ciudadanía en materia de seguridad turística. Trabaja en coordinación con MITUR, CORSA TUR e ISTU.

Fuente: Elaboración propia con datos de CORSA TUR

h) **Estrategias que posee el país**

- **Plan Nacional de Turismo 2030**

El plan Nacional de Turismo 2030, plantea una serie de aspiraciones estratégicas, las cuales permitieron diseñar una serie de elementos estratégicos que conducirán al sector turismo por la senda del desarrollo socioeconómico perfilándolo como un importante motor de la economía salvadoreña

En dicho plan se contemplan 4 importantes ejes estratégicos, representados en la ilustración 7.

Ilustración 8: Ejes del plan nacional de turismo 2030



Fuente: Plan nacional de turismo 2030

- **Surf City**

Ilustración 9: Logo de Surf City



Fuente: Ministerio de Turismo

El proyecto Surf City tiene como objetivo convertir a El Salvador en un destino turístico especializado en surf, debido a que el 57% de los turistas llegan al país para visitar las playas. El proyecto abarca 15 playas y busca fortalecer la infraestructura vial, vías peatonales, mercados y centros de atención médica en los lugares donde se encuentran ubicadas estas playas.

Las playas que el proyecto contiene se ven plasmadas en la tabla 13

Tabla 14: Playas que conforman el proyecto Surf City

DEPARTAMENTO	PLAYA
La Libertad	El Zonte
	El Tunco
	El Cocal
	Conchalio
	El Taquillo
	Sihuapilapa
	Mizata
	Las Flores
	El Sunzal
La Paz	El pimental
	Costa del Sol
Sonsonate	Los Cobanos
	Acajutla
San Miguel	El Cuco
	El Floral
Ahuachapán	Barra de Santiago
La Unión	Punta negra

Fuente: Guía sectorial de turismo

- **Pueblos Vivos**

Ilustración 10: Logo de pueblos Vivos



Fuente: Ministerio de Turismo

Es una estrategia de desarrollo local que busca convertir las localidades en destinos turísticos ordenados y atractivos gracias a la promoción y estimulación de la participación de la comunidad, beneficiando el desarrollo de la economía nacional y a sus habitantes. La implementación de la estrategia transversal de Pueblos Vivos recoge la relación con el territorio y es el vínculo entre las instituciones gubernamentales de turismo y los actores locales para impulsar el turismo.

i) **Rutas turísticas**

El país de El Salvador, también conocido como el Pulgarcito de América, ofrece a sus visitantes una amplia gama de rutas turísticas que abarcan aspectos como la gastronomía, la naturaleza, el ecosistema volcánico exclusivo, la arqueología, la arquitectura colonial, las actividades de aventura, el surf, los pueblos vivos y mucho más, para mayor facilidad de los visitantes se han diseñado diferentes rutas turísticas en El Salvador para agrupar destinos similares en una misma zona geográfica, lo que facilita su visita en unas pocas horas o en un solo día debido a la diversidad de opciones disponibles, estas se presentan a continuación.

Tabla 15: Rutas turísticas de El Salvador

RUTA ARQUEOLÓGICA	
<p><i>Ilustración 11:Sitio arqueológico San Andrés.</i></p>  <p><i>Fuente: Ministerio de Turismo</i></p>	<p>La ruta arqueológica es una de las principales atracciones turísticas de El Salvador que permite explorar los orígenes y la rica herencia de sus antepasados, en este recorrido, los visitantes tienen la oportunidad de sumergirse en la vida y las tradiciones de las culturas Maya, Lenca y Pipil. La ruta incluye impresionantes pirámides, templos ceremoniales, áreas de juegos y otras estructuras que ofrecen una visión detallada de cómo era la vida en estas culturas en tiempos pasados, además, varios de los sitios que conforman esta ruta han recibido reconocimiento internacional de la UNESCO en 1993.</p>
RUTA MONSEÑOR ROMERO	
<p><i>Ilustración 12:Tumba de monseñor romero.</i></p>  <p><i>Fuente: Ministerio de Turismo</i></p>	<p>La ruta religiosa y cultural está diseñada especialmente para turistas interesados en aspectos religiosos y culturales. Después de la canonización de Óscar Arnulfo Romero como santo, comenzó a ser reconocido como Monseñor Romero, un sacerdote que destacó por su labor en favor de las personas pobres en el país. Esta ruta urbana toma su nombre de Monseñor Romero y generalmente tiene una duración de seis horas, ofreciendo un recorrido por toda la capital del país. Durante este recorrido, los visitantes pueden explorar</p>

lugares significativos en la vida de este sacerdote, como el Centro Monseñor Romero, el Museo de los Mártires, la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), la Catedral de San Salvador, entre otros sitios de interés.

RUTA SOL Y PLAYA

Ilustración 13: Playa El Tunco



Fuente: Ministerio de Turismo

El turismo costero en El Salvador ha florecido gracias a sus más de 45 playas únicas, cada una ofreciendo atractivos como clima agradable, gastronomía variada y entretenimiento, además de disfrutar de las playas, los turistas pueden explorar hoteles y restaurantes exclusivos, en los bosques de manglares y salados, se practican deportes acuáticos como el esquí, navegación y pesca, y la abundancia de aves lo convierte en un destacado sitio Ramsar de conservación.

RUTA PARAISO ARTESANAL

Ilustración 14: Iglesia el pilar en Citalá



Fuente: Ministerio de Turismo

Esta ruta ofrece una experiencia única donde los visitantes pueden apreciar un paisaje lleno de artesanías. Desde Cihuatán, Colima, La Palma, San Ignacio, Miramundo, Citalá hasta la iglesia del Pilar, este recorrido es extraordinario ya que no solo permite disfrutar del viaje, sino también aprender sobre la riqueza artesanal de la región y admirar una amplia variedad de artesanías en entornos ideales para el eco y el agroturismo, en ella también puede explorar la historia, cultura y datos importantes de cada lugar, los turistas pueden disfrutar de la naturaleza, participar en caminatas guiadas y deleitarse con una deliciosa gastronomía local.

RUTA DE LAS MIL CUMBRES

Ilustración 15: Ruta de las mil cumbres



Fuente: Rutas de El Salvador

El Salvador ofrece una diversidad demográfica que permite disfrutar tanto de sus paisajes boscosos como de sus costas. La Ruta de las Mil Cumbres es una opción para explorar esta variedad, partiendo de las costas del país y llegando a las alturas del departamento de Usulután. Esta ruta ofrece la oportunidad de descubrir hermosas playas y reservas naturales impresionantes, por otra parte, en este extenso territorio, los visitantes pueden participar en una amplia gama de actividades, como visitar el Sitio Ramsar, una Reserva de la Biosfera con el bosque de manglares más grande de El Salvador, practicar deportes acuáticos y observar aves.

RUTA FRESCA

Ilustración 16: El pital, Chalatenango



Fuente: Bellezas de El Salvador

Los tres maravillosos lugares con un clima excepcional en las tierras salvadoreñas son La Palma, San Ignacio y Citalá, la ruta ofrece diversas actividades al aire libre para disfrutar en compañía de familia y amigos. Además de opciones de hospedaje en hoteles, hostales o espacios al aire libre rodeados de pinos, en el distrito de La Palma se pueden apreciar murales y artesanías que exhiben imágenes de Fernando LLord, una de las características distintivas de estas tres localidades es su clima independiente del resto del país, manteniéndose entre los 1 y los 18 grados Celsius.

RUTA DE LAS FLORES

Ilustración 17: Apaneca



Fuente: Rutas de El Salvador

La Ruta de las Flores es un itinerario turístico que atraviesa las formaciones montañosas de El Salvador, pasando por seis distritos en este orden: Ahuachapán, Concepción de Ataco, Apaneca, Juayúa, Salcoatitán y Nahuizalco. Este recorrido se realiza a lo largo de una carretera que conecta todas estas localidades.

Fuente: Elaboración propia

j) Tipos de turismo en El Salvador

El Salvador, conocido como el "Pulgarcito de América", es un país lleno de contrastes y diversidad natural y cultural que lo convierten en un destino turístico fascinante. En sus tierras se encuentran una amplia variedad de opciones para los amantes del turismo, desde playas espectaculares y volcanes activos hasta encantadores pueblos coloniales y sitios arqueológicos que revelan la rica historia de las civilizaciones precolombinas. Además, la hospitalidad de su gente, la deliciosa gastronomía local y la oferta de actividades al aire libre hacen de El Salvador un lugar único para vivir experiencias inolvidables, a continuación, se presentan los principales tipos de turismo que se desarrollan dentro del país.

Tabla 16: Tipos de turismo en El Salvador

TURISMO DE SOL Y PLAYA	
<p><i>Ilustración 18: Logo Surf City</i></p>  <p><i>Fuente: Ministerio de Turismo</i></p>	<p>El turismo de sol y playa es altamente demandado, especialmente en áreas costeras con un clima favorable. Este tipo de turismo se relaciona con el ocio, el descanso, la diversión y el entretenimiento. En la actualidad, se ha implementado la estrategia "Surf City" para promover este segmento turístico, destacando las características únicas de las olas en las playas de El Salvador y la belleza de sus costas.</p>
TURISMO RURAL	
<p><i>Ilustración 19: Camino rural</i></p>  <p><i>Fuente: Caminos de mi pueblo</i></p>	<p>El turismo rural se basa en la oferta de actividades y destinos típicos de las zonas rurales, donde los visitantes pueden hospedarse en casas o fincas rurales, participar en actividades al aire libre relacionadas con la agricultura y la ganadería. Este tipo de turismo se desarrolla en pequeñas localidades o pueblos, contribuyendo al desarrollo económico de la región al distribuir de manera más equitativa</p>

las ganancias entre los diferentes sectores sociales.

ECOTURISMO

Ilustración 20: volcán de Santa Ana



Fuente: Turismo en El Salvador

En este tipo de turismo se disfruta del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales, sin duda alguna ser un país con 170 volcanes y maravillas de zonas naturales hace que cuente con los recursos y bellezas naturales para el desarrollo de este tipo de turismo, atrayendo a un turista aventurero, amante de la naturaleza y que disfrute de las maravillas de la naturaleza

TURISMO ITINERANTE DE SALUD

Ilustración 21: Procedimiento medico



Fuente: Dentistas del mundo

Una de las principales razones por las cuales tanto extranjeros como salvadoreños residentes en el exterior visitan el país es para recibir atención médica, tratamientos o diversas intervenciones médicas. Esto se debe a la variedad de especialistas, la adaptación de precios según los diferentes niveles de poder adquisitivo y la calidad de los profesionales médicos en El Salvador.

Fuente: Elaboración Propia

3. Turismo en el departamento de La Paz

El departamento de La Paz está repleto de playas y ciudades que conservan sus tradiciones ancestrales. Su nombre en náhuatl, "la morada de los pececitos", refleja su riqueza natural, con numerosos puntos turísticos como manantiales de agua y playas de arena volcánica, siendo La Costa del Sol una de las más destacadas, cercana al Aeropuerto Internacional de El Salvador San Óscar Arnulfo Romero y Galdámez en el mismo departamento.

El aeropuerto sirve como punto de partida para explorar diferentes destinos turísticos, como los campos de piña en Santa María Ostuma, famosos por el Festival de la piña. Olocuilta es una parada imprescindible, conocida por sus exquisitas pupusas de arroz y por celebrar el Día Nacional de la Pupusa cada segundo domingo de noviembre.

Las festividades en La Paz perduran en el tiempo, como la fiesta en honor a la Virgen de la Asunción en agosto, las danzas tradicionales como El tigre y el venado, Los toros de ascensión y Las palancas de la Santa Cruz.

El estero de Jaltepeque atrae a nacionales y extranjeros con el Torneo Internacional de Pesca del Marlin, que reúne participantes y turistas de El Salvador, Estados Unidos, Costa Rica y Guatemala una vez al año.

Además de sus playas y festividades, La Paz impresiona con sus ríos y formaciones rocosas, como las de San Antonio Masahuat con vistas al Lago de Ilopango, el volcán de San Vicente y San Salvador. Miradores, cafés, restaurantes y viveros complementan la experiencia en esta zona.

Cada uno de los distritos de La Paz posee un tipo de riqueza diferente, para ello es necesario reconocer la oferta turística que tiene cada uno de los distritos, esta se representa a continuación.

Tabla 17: Oferta turística de La Paz

	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
CUYULTITAN	Mirador El Amate	Caserío La Loma
	Mirador turístico	Cantón San Isidro
	Parroquia Santa Catalina de Alejandría	Av. Principal Barrio El Centro
	Plaza de Cuyultitan	Barrio el Centro
	Poza El cajón	Cantón San Antonio
	Poza El cubo del Rillito	Cantón San Antonio
	Salto de San Antonio del Rillito	Cantón San Antonio

	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
EL ROSARIO	Iglesia El Calvario	Av., Braulio Galán y 5ta. Calle poniente
	Rio Jiboa Hacienda Puente Viejo	Hacienda Puente Viejo, Cantón Santa Cruz, El Tuna
	Poza del Rio Tilapa	Cantón Asunción Amatepec
	Mirador Vista al Lago	Caserío El Cerro, Cantón El Tunal
	Mirador El Cerro	Caserío El Cerro, Cantón El Tunal
	Cerro El Rosario (Quezalapa)	Caserío El Cerro, Cantón El Tunal
	Iglesia Asunción Amatepec (Virgen del Transito Asunción)	Calle Principal, Cantón Asunción Amatepec
	Parroquia Nuestra Señora del Rosario	Av. Crisologo Grande y calle Eva González
	Laguna Nahualapa (Mirador Turístico)	Cantón El Progreso Nahualapa
	Parque Acuático Manantiales de Jiboa	Km. 40, carretera antigua a Zacatecoluca, Vía Tejera
	Parque del Rosario de La Paz	1 ra. Av. Sur y 2da. Calle Poniente
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
JERUSALEN	El Chorrerón	Cantón Veracruz Arriba
	Mirador Buena Vista	Barrio Los Romeros
	Molienda de Don Julio	Barrio Los Romeros
	Molienda Los Álvarez	Barrio los Romeros
	Molienda Los González	Cantón El Espino
	Parroquia Jesús del Triunfo	Barrio El Centro
	Rio Jordán	Barrio El Centro
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
MERCEDES LA CEIBA	Iglesia de La Virgen de Las Mercedes	Barrio El centro
	Las Pilas	Caserío La Cancha, Barrio El Centro
	Los Nacimientos	Cantón San Luis
	Mano de León	Barrio El Calvario
	Molienda de Don Carlos Alberto Villalta	Cantón San Luis
	Molienda Ismael Aldana	Barrio El Calvario
	Molienda Israel Córdova Cuellar	Cantón San Antonio
	Molienda Juan Monterrosa	Barrio el Centro Caserío, Los Tomasones
	Molienda Los Barahona	Cantón San Luis
	Molienda Salvador Aldana	Cantón San Luis
	Parque Central Mercedes La Ceiba	Barrio El Centro
Poza El Salto	Caserío La cancha, Barrio El Centro	
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
OLOCUILTA	Cascada del Cubo	Cantón Jayuca
	Cerro El Teguacho	Cantón San Antonio Girón

	Cruz de La Penitencia	Cantón Jayuca
	Cueva del Ahorcado	Cantón Jayuca
	Cueva del Duende y Cipitío	Cantón San José Jayuca
	Cultivos del Cantón Joyas de Girón	Cantón Joyas de Girón, Caserío Hoja de Sal
	Cuna del Diablo	Cantón Los Planes de Las Delicias
	Gasolinera	Calle a Olocuilta, Antigua carretera a Zacatecoluca, Vía Tejera
	Iglesia del Niño Dios	Cantón Los Planes de Las Delicias
	Iglesia El Calvario, Señor de La Caridad	Av. Dr. Demetrio Hernández
	Iglesia Joyas de Guadalupe	Cantón Joyas de Girón
	Las ciento treinta y siete gradas	Cantón Jayuca
	Montaña del Temblor	Cantón Jayuca
	Museo de Tío Roque	Cantón San José Jayuca
	Obrajes del Cantón Jayuca, Lugar de arena o tortuga india	Cantón San José Jayuca
	Parroquia San Juan Bautista	Cantón Joyas de Girón
	Piedra del Pílon	Cantón Los Planes de Las Delicias
	Piedra Encantada	Cantón Los Planes de Las Delicias
	Pila de Los Milagros	Cantón Jayuca
	Poza de la Culebra	Cantón Los Planes de Las Delicias
	Poza de los Cubos	Cantón Jayuca
	Poza del Cubo	Cantón Jayuca
	Poza del Tunco	Cantón Jayuca
	Poza El Guarumo del rio	Cantón San Antonio Girón
	Chichicazapa	Cantón San Antonio Girón
	Poza El Saltón	Pupusodromo Buena Vista
	Pupusería Nena	Pupusodromo Buena Vista
	Pupusodromo Buena Vista	Pupusodromo Buena Vista
	Pupusodromo el Manguito	Pupusodromo El Manguito
	Pupusodromo El Triangulo	Barrio Concepción Carretera Antiguo a Zacatecoluca
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
PARAISO DE OSORIO	Poza del Amate	Cantón los Zacatales, 300mts. Delante de la planta el sálamo
	Parroquia Santa Cruz	Barrio El Centro
	Molienda Escobar	Cantón los Zacatales
	Molienda López	Cantón los Zacatales
	Mirador Turístico Natural	Cantón Zacatales Arriba
	Mirador Turístico Natural	Calle Marcelino Durán, Barrio el Centro
	Poza de Tepilo del Rio Jiboa	Colonia Las Palmeras, calle al rincón
	Poza El Caracol	Caserío Hoja de Sal

	Poza La Pita	Cantón Copinol, Hoja de Sal
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN ANTONIO MASAHUAT	Parque San Antonio Masahuat	Barrio el Centro
	Parroquia San Antonio de Padua	Barrio El centro San Antonio de Padua
	Poza del Rio Acatitan	
	Poza el aguacate del Rio Sepaquiapa	
	Poza El Lico del Rio Aguacayo	Cantón el Socorro y Caserío San José La Loma
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN EMIGDIO	Bocana del lago de Ilopango	Cantón San José Costa Rica
	Cerro Cus Cus	Cantón Concepción Lourdes
	Finca Ecoturística Victoriana	Calle Principal, Barrio El Centro
	La Peñona	Cantón San José Costa Rica
	La Playa de La Hacienda	Cantón San José Costa Rica
	Loma El Simarrón	Loma El Simarrón
	Mirador El Calvario	Barrio El Calvario
	Mirador Turístico Natural	Cantón San José Costa Rica
	Mirador Turístico Natural	Caserío El Plan, Concepción Lourdes
	Molienda Ventura Romero	Cantón San José Costa Rica
	Parroquia de San Emigdio	Barrio El Centro
	Playa El Sauce	Cantón San José Costa Rica
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN FRANCISCO CHINAMECA	Artesanías de Nylon	Cantón San Antonio Panchimilama Caserío El Copinol
	Cascada La Ceiba	Cantón San Antonio Panchimilama Caserío El Copinol
	Cascada La Periquera	Cantón Concepción Los Planes, Caserío Las Anonas
	Cerro El Caballito	Cantón Concepción Los Planes
	Cerro El Chilte	Cantón Candelaria y Cantón Panchimilama
	Encuentros del Rio Panchimilama	Cantón Concepción los Planes
	Finca El Cedro	Cantón San José La Montaña
	Finca Santa Cruz	Km. 9.1/2 Cantón Santa Cruz La Vega
	La Granja de Poncho	Km. 6.1/2 Cantón Candelaria frente a restaurante. Cerrito Panorámico
	La Peña del Toro	Cantón San Antonio Panchimilama Caserío El Copinol
	La Poza Azul	Cantón San Antonio Panchimilama, Caserío El Ángel
	Mirador Turístico	Cantón San José La Montaña Km 9 Carretera Panorámica

	Mirador Turístico Santa Cruz La Vega	Km. 9.1/2 Cantón Santa Cruz La Vega
	Parroquia San Francisco de Asís	Barrio San Fco. Av. Juan Manuel Rodríguez
	Playa de La Finca Santa Cruz	Km. 9.1/2 Cantón Santa Cruz La Vega
	Poza El Jilón	Cantón Concepción Los Planes, río Los Amates
	Poza El Jiote	Cantón Concepción Los Planes, río Los Amates
	Poza El Perol	Cantón Concepción Los Planes, Caserío Las Anonas
	Quinta Alejandría	Cantón San José La Montaña
	Restaurante El Cerrito Panorámico	Cantón Candelaria Km.6y1/2 carretera panorámica
	Típicos Andrea	Cantón Candelaria, desvío San Fco. Chinameca
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN JUAN NONUALCO	Bosque El Modelo	Caserío El Salitral, Cantón El Golfo
	Cascada El Salto	Caserío El Pital, Cantón La Longaniza
	Cerro Los Amates	Cantón San Antonio La Laguneta
	Convento y Museo del Padre Cosme	4ta. Calle Ote. Y Av. Masferrer, Barrio El Centro
	Cueva del Ermitaño	Cantón El Pajal
	Ermita Inmaculada Concepción	3ra. Av. Sur Barrio Concepción
	Finca La Gloria	Cantón Santiago de Chile
	Finca Las Reyes	Cantón San Antonio La Laguneta
	Finca Santa Catarina (Zona de Acampar)	Cantón San Antonio La Laguneta
	Finca Tatascamal	Cantón Santiago de Chile
	Hacienda El Rosario	Cantón Santiago de Chile
	Hacienda La Veranera	Caserío El Salitral, Cantón El Golfo
	Hacienda Los Espinoza	Cantón San Antonio La Laguneta
	Hacienda San Andrés	Cantón Santiago de Chile
	Hacienda San Antonio	Cantón Santiago de Chile
	Hacienda San Simón (haciendona)	Cantón San José El Salto
	iglesia Católica San Antonio	Cantón San Antonio La Laguneta
	Iglesia Santiago de Chile	Cantón Santiago de Chile
	Laguna El Gallo	Caserío El Pital, Cantón La Longaniza
Laguna La Cebolla	Caserío El Salitral, Cantón El Golfo	
Mirador Santiago de Chile	Cantón Santiago de Chile	
Molienda de Trapiche El Miedo	Cantón El Pajal, Caserío El Miedo	

	Molienda del Terremoto	Cantón El Pajal, 6 cuabras al Puente del río Amayo
	Molienda Echeverría	Cantón Tehuiste arriba
	Molienda Los Tres Amates	Cantón Tierra Colorada
	Molienda Rodil	Cantón Tehuiste Arriba
	Molienda Rosa Alicia	Cantón Tehuiste Arriba
	Molienda Servellón	Cantón Tehuiste Arriba
	Museo Anastasio Aquino	1ra Av. Norte Barrio Concepción, Frente a parque Municipal Abraham Soto Marín
	Nacimiento de agua El Campanario	Cantón Santiago de Chile
	Parque Ecológico del Tigre y El Venado	Caserío Los Ortices, Cantón Tierra Colorada
	Parque Municipal Abraham Soto Marín	Av. Alberto Masferrer y 2da. Calle Oriente
	Parroquia San Juan Bautista	Av. Alberto Masferrer y 4ta. Calle Oriente
	Poza El Pílon	Cantón El Zacatillo
	Taller Índigo Nonualco (La Pureza del Añil)	Carretera Villa Tejera Km. 52 1/2 Contiguo a Iglesia Evangélica, Cantón Las Delicias 2
	Templo Sr. De La Caridad	Av. José Simeón Cañas
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN JUAN TALPA	Campo de Paintball	Barrio El calvario calle a Talpaja
	Observatorio Astrológico	Lotificación Las Colinas Final calle Principal
	Parque San Juan Talpa	Barrio El Centro
	Parroquia de Nuestra Sra. Virgen María de la O	Calle Duke Barrio El Centro
	Posa El Salto de San Juan Talpa	Cantón Comalapa
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN JUAN TEPEZONTES	Cascada del Ojushte	Cantón Los Laureles
	El Saltón	Cantón La Esperanza
	Finca El Ángel	Barrio El Común
	La Cueva Hedionda	Cantón La Esperanza
	La Piedra con Hoyo	Cantón la Esperanza
	La Piedra Trabada del Río Jiboa	Cantón La Cruz
	Las Labradas (río cascadas)	Cantón La Cruz
	Molienda Pérez Gómez	Cantón Los Laureles
	Parroquia San Juan Evangelista	Plaza Central, Barrio el Centro
	Peña Colorada	Cantón Los Laureles
Río El Naranja	Barrio Costa Rica	

	Rio Jiboa	Cantón Los Laureles
	Rio Mucuapa	Caserío Caña Brava
	Salto El Ángel	Caserío Caña Brava
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN LUIS LA HERRADURA	Centro Recreativo Kilo -14	Km 14 Boulevard Costa del Sol
	Centro Turístico Salamar	Caserío El Cantón El Chingo
	Club Joyas del Pacífico	Km 70.3 Boulevard Costa del Sol
	Conchodromo Municipal	Km 61 Boulevard Costa del Sol
	Cooperativa San Antonio Los Blancos	Boulevard Costa del Sol
	El Aguaje	Cantón Guadalupe La Zorra
	Estero de Jaltepeque	Final calle al Muelle Municipal, en el Casco Urbano de San Luis La Herradura
	Hotel Pacific Paradise	Boulevard Costa del Sol Km 75 1/2 Cantón El Zapote
	Hotel Bahía del Sol	Km 78 Carretera Costa del Sol, La Paz
	Bahía Dorada	Km. 75 y ½ Boulevard Costa del Sol, Cantón El Zapote
	Club de Playa Círculo Militar	Km. 75 y ½ Boulevard Costa del Sol, Cantón El Zapote
	Hotel Izalco Cabaña Club	Frente a Playa Costa del Sol
	Hotel Paseo del Sol	Km 61 1/2 Boulevard Costa del Sol frente a Playa Costa del Sol
	Hotel Tesoro Beach	Boulevard Costa del Sol Km 67 1/2
	Hotel y Restaurante Escuela	Km 66 1/2 Boulevard Costa del Sol Cantón Los Blancos
	Hotel y Restaurante Haydee Mar	Boulevard Costa del Sol, playa los Blancos km 69
	Hotel y Restaurante Princess One	Km 61 Carretera Costa del Sol Playa Costa del Sol
	Isla Tasajera	Playa los Blancos, Costa del Sol Km 63 1/2
	Isla de los Pájaros	Sobre El Estero de Jaltepeque,
	Isla El Condorcillo	Estero de Jaltepeque
	Isla La Calzada	Estero de Jaltepeque
	La Puntilla, Comedores	Boulevard Costa del Sol Km 75 1/2 Cantón El Zapote
	Mini Hotel y Restaurante Mila	Boulevard Costa del Sol, playa los Blancos km 69
Muelle Municipal	Final Calle Principal B Calvario	
Princess One	Boulevard Costa del Sol frente a Playa Costa del Sol	

	Restaurante Acajutla	Boulevard Costa del Sol Km 73 1/2 cantón El zapote
	Restaurante Jaltepeque	Boulevard Costa del Sol, playa Los Blancos km 69
	Restaurante Mariscos Mary	Boulevard Costa del Sol
	Restaurante Rosimar	Boulevard Costa del Sol Km 69 1/2
	Restaurante y Alquileres Aqua Fun	Boulevard Costa del Sol Km 75 1/2 Cantón El Zapote
	Turicentro Costa del Sol	Boulevard Costa del Sol KM 65 1/2
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN LUIS TALPA	Aeropuerto Internacional	Autopista a Comalapa
	Hotel Quality	Autopista a Comalapa Km 40
	La Montañona	Hacienda Santa Clara, Cantón Tecualuya
	Las Bocanitas	Final de Lotificación Amatecampo
	Playa Amatecampo	Final de Lotificación Amatecampo
	Playa La Zunganera	Calle Principal a la Zunganera
	Playa Pimental	Frente a Estero
	Rancho Estero y Mar	Frente a Playa El Pimental y Estero
	Rancho Pato Canales	Km 40 1/2 Autopista a Comalapa. Desvío San Luis Talpa
	Rancho Steven	Playa Las Hojas, Caserío El Salamar
	Restaurante La Esquina	Km 34 1/2 Carretera CA-2
	Restaurante Sendy	Entrada a San Luis Talpa, B El Calvario
	Rio Comalapa (playón)	Hacienda Santa Clara
	Taller Jícara	Lotificación Miraflores 3
Vivero de Tortugas	Playa Zunganera, San Luis Talpa	
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SANMIGUEL TEPEZONTES	Bosque Municipal	Zona Nor-poniente de San Miguel Tepezontes
	Cascada Mucuapa	Caserío El Paraisal
	Cerro La Montañita	Carretera Panorámica a 2km. Del distrito.
	Cooperativa TEPECTZUNT	Final Barrio El Calvario, 50 m. del desvío de San Juan Tepezontes
	Cueva El Conacaste	Zona Nor-poniente de San Miguel Tepezontes
	Finca El Guachipilín	Hacienda Chaltipa
	Finca El Obraje	Calle Antigua al lago puerta el golpe
	Isla de Los Patos (Lago de Ilopango)	Zona Nor-poniente de San Miguel Tepezontes
	Mirador Cerro de Gunutepe	Cerro de Gunutepe
	Mirador La Cumbre	Mirador La Cumbre

	Mirador Natural	Final Barrio el Rosario
	Mirador Turístico	Calle Principal del Barrio El
	Parroquia San Miguel Arcángel	Rosario
	Playa de La Posa Verde (Lago de Ilopango)	Zona Nor-poniente de San Miguel Tepezontes
	Playa El Pacayal	Zona Nor-poniente de San Miguel Tepezontes
	Trifinio del Rio Mucuapa	Colindantes San Juan Tepezontes, San Miguel y San Antonio Masahuat
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN PEDRO MASAHUAT	Ausoles	Rio Tilapa cantón El Sichauite
	Restaurante Goyita	Barrio El Centro, Frente a Parque Municipal
	Restaurante Las Brasas	Carretera a Comalapa, 25 metros antes de llegar a gasolinera Puma
	Hotel Brisas Marinas	Km 61 1/2 Boulevard Costa del Sol frente a Playa Costa del Sol
	Hotel Las Hojas Resort	Playa Las Hojas Calle pal N 95, San Pedro Masahuat
	Parroquia San Pedro Apóstol	B El Centro frente a Alcaldía Municipal
	La Gruta del Cristo Negro	Final Calle Buena Vista Barrio Concepción
	Mirador Natural Buena Vista	Cantón Buena Vista
	Parque Acuático Atlantis	Km 51 1/2 Carretera a la Costa
	Playa Las Hojas	del Sol Calle Principal a Playa Las Hojas
	Playa San Marcelino	Calle Principal a Playa San Marcelino
	Restaurante Kenny Mar	Playa Marcelino
	Restaurante Yessenia	Playa San Marcelino Final
	Rancho de Playa costa Nova	Calle ppal. San Marcelino
	Museo Municipal	Kilómetro 52 1/2 Carretera a Costa del Sol
	Cerro Quezalapa o Tacuazín	Barrio El Centro 400 metros del Parque Municipal
Rio Sepaquiapa	Cantón Barahona	
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SAN PEDRO NONUALCO	El Mirador	Barrio San José Calle a Santa María Ostuma
	Finca Agro-Ecoturística	Caserío Loma El Espino, Cantón El Lazareto
	Finca Altos de San Pedro	Cantón La Comunidad frente a cancha de Fútbol
	Finca de Manuel Gómez	Cantón Hacienda Vieja, Calle Principal
	Finca El Copinol	Cantón San Juan Nahuistepeque, Calle principal a San Pedro

	Finca El Recreo	Cantón San Juan Nahuistepeque, Calle principal a San Pedro	
	Finca La Montañita	Cantón Roble Caserío Volcancito	
	Finca Santa Eduvigis	Cantón San Juan Nahuistepeque, Calle principal a San Pedro	
	Molienda de Don Vicente	Cantón San Juan Nahuistepeque, Calle principal a San Pedro	
	Parroquia El Calvario	5ta. Av. Sur y Calle Antonio Hernández Barrio el Calvario	
	Parroquia San Pedro Apóstol	Av. Jesús Peña, Barrio el Centro	
	Poza del Callejón del Rio Jiboa	Cantón Hacienda Vieja Loma	
	Poza el paso del rio Jiboa	Ojuistal, Final Talista, Cantón Hacienda Vieja Loma	
	Poza La Cortada	Ojuistal, Final Talista, Cantón Hacienda Vieja, Loma	
	Quinta América	Ojuistal, Final Talista, Entrada a San Pedro Nonualco	
	Rancho El Mirador	Barrio San José, #29	
	Restaurante La Casa de Don Pablo	Av. Jesús Peña Barrio el Centro	
		OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
	SAN RAFAEL OBRAJUELO	Gruta del Barrio Concepción	Barrio Concepción
Gruta María Auxiliadora		Barrio El Centro, Calle El Litoral	
Molienda de Don Domingo Rodríguez		Cantón San Pedro Martí	
Parque de San Rafael Obrajuelo		Barrio El Centro	
Parroquia San Rafael Arcángel		Barrio El Centro	
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN	
SANTA MARIA OSTUMA	Asociación de Agricultores y Fruticultoras	Barrio El Centro	
	Cascada El Chorrerón	Cantón Concepción	
	Cueva del Mulús	Barrio Las Mercedes	
	El Chorro	Barrio Candelaria	
	El Chorrón de Agua Sarca	Cantón San José El Carrizal	
	Finca Asociación de Productores de Piña de El Salvador Appes	Calle Principal, Barrio Las Delicias	
	Finca Ecoturística Santa Elena	Cantón San José El Carrizal	
	Finca Madre Tierra	Barrio Candelaria calle al Chorro	
	Los Paderones y Cuevas La Periquera	Cantón San Antonio	
	Merendero Ostumeño (mercado)	Barrio El Centro	
	Mirador Ostumeño	Barrio Las Delicias	
	Molienda de Don Beto	Cantón Concepción	
	Molienda de Don Will Escobar	Calle Principal, cantón Concepción	
	Parroquia Santa María Ostuma	Barrio El Centro	
Pila de Añil	Barrio Las Mercedes		

	Poza de La Culebra del Rio Amojapa	Cantón San Isidro Loma El Cementerio
	Poza de Petana	
	Poza del Amate del rio Jiboa	Cantón San José Carrizal
	Poza El Salto	Cantón San Isidro
	Poza La Pita del rio Amojapa	Cantón San Isidro loma del Cementerio
	Poza La Tambora del rio Amojapa	Cantón San Isidro Loma El Cementerio
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
SANTIAGO NONUALCO	Casa Peña Santiago Nonualco	Wenceslao García/Manuel de Jesús Beltrán/Valentín
	Cooperativa Los Búfalos	Villa La Herradura, Cantón el Porfiado, Caserío Los Patos
	El Chorrerón, San Sebastián Abajo	Cantón San Sebastián Abajo, Caserío El Socorro, El Chorrón, La Chorrera
	El Saltillo (Santiago Nonualco)	Cantón San Sebastián Arriba
	El Saltón, Santiago Nonualco	Cantón Amulunco, Calle a San Pedro Nonualco
	Ermita Esquipulas de las Monjas Marignol	Cantón San Francisco Hacienda. 48 km Carretera el Litoral, Santiago Nonualco, Calle La Tejera, Cantón San Luis, Alponjita Abajo
	Estación de Servicio Santiago Nonualco	Cantón Santa Cruz Loma, Caserío Los Lobatos
	Hacienda San Luis	Cantón El Almendro, Santa Rita
	La Cueva del Indio Anastasio Aquino	Cantón San Sebastián Abajo
	La Poza Bruja	Cantón San Sebastián Abajo,
	Mirador del Frente (Rey Zope)	Cantón San Sebastián Abajo,
	Mirador La Cascada del Chorrerón	Cantón El Chorrerón
	Parroquia Santiago Apóstol	Av. El Progreso y Av. Alberto Masferrer, Calle Gerardo Barrios y José Matías Delgado, Barrio El Centro
	Plaza Anastasio Aquino	Calle Hermógenes Alvarado Padre, Barrio el Centro
	Poza del Amate del Rio Timiaya	Cantón Santa Cruz Achacastal
	Poza Los Felicianos	Cantón San Sebastián Abajo
	Rancho Willy	Km. 51.1/2 Carretera Auto Pista Caserío Ojo de Agua
Restaurante Tridimania	Av. El Progreso y Calle Francisco Gavidia, Barrio el Calvario	

	Taller de Añil Azul Nonualco	Km. 48 Carretera El Litoral, Colonia Maquilishuat
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
TAPALHUACA	Cascada de Los Cocos	Caserío La Joya, Cantón la Palma
	Cascada El Elefante	Caserío La Joya, Cantón la Palma
	Cascada El Chorrerón	Barrio El Calvario, Calle al Zapote
	Cascada El Saltón	Caserío Los Amates, Cantón La Palma
	Iglesia Buenavista San José Obrero	Caserío Buenavista, Cantón las Lajas
	Iglesia Lourdes	Caserío Tierra Prometida, cantón la Basa
	Iglesia Santa Cruz Las Lajas	Cantón San José Las Lajas
	La Piedra de La Mina	Sector Loma de La Mina de Tapalhuaca
	La Piedra de los Fierros	Caserío La Nancera, Cantón San José La Basa
	La Piedra del Elefante	Caserío La Joya, Cantón la Palma
	La pozona del Rio Panchimilama	Cantón Las Piedritas, Caserío 3 de enero
	Mirador Cuesta Larga	Cantón La Palma Caserío Los Encuentros
	Parque Félix López	4ta. Calla Central, Barrio El Centro
	Parroquia El Calvario	Barrio El Centro Calle Central, 2da. Calle Central Benjamín Alfaro
	Parroquia Santa María Magdalena	Barrio el Centro 5ta. Calle central, José Matías delgado
	Petro grabados en la piedra de los fierros	Cantón La Palma, Hacienda El Silencio
	Posa El Cajón Del Rio Panchimilama	Cantón Las Piedritas, Caserío 3 de enero
	Posa El Castaño	Caserío Tierra Prometida, cantón la Basa
	Posa Los Chorritos	Cantón San José La Basa Caserío Tierra Prometida
	Poza El Saltillo	Caserío Jutía, Cantón La Palma
Trapiche La Fincona	Barrio El Calvario, Calle al Zapote	
	OFERTA TURÍSTICA	DIRECCIÓN
ZACATECOLUCA	Asociación de Regantes Santa Irene	Cantón Santa Irene N 2, San Rafael
	Camaronera Cantón Animas Abajo	Cantón Animas Abajo
	Gasolinera	Carretera Autopista a Zacatecoluca
	Gasolinera	Carretera Autopista a Zacatecoluca
	Gasolinera	Carretera Autopista a Zacatecoluca
	Iglesia de Analco	Alameda de Analco

Parque Acuático Ichammichen	Km 64 de San Salvador Vía Autopista
Porción Estero de Jaltepeque	Cantón San José de La Montaña
Restaurante El Campanario I	Pasaje San Francisco Menéndez numero 8 B Anasco Zacatecoluca
Restaurante El Campanario II	Km 62 Carretera Autopista
Restaurante Gisela	1° Avenida Sur B El centro
Restaurante Gold Fish	Km 62 Carretera Autopista
Restaurante Golden Gate	Avenida Juan Manuel Rodríguez 10 calle oriente
Restaurante La Codorniz	km 69, Carretera El Litoral

Fuente: Elaboración propia con datos de Inventario turístico El Salvador 2015

1. Campo de aplicación del plan

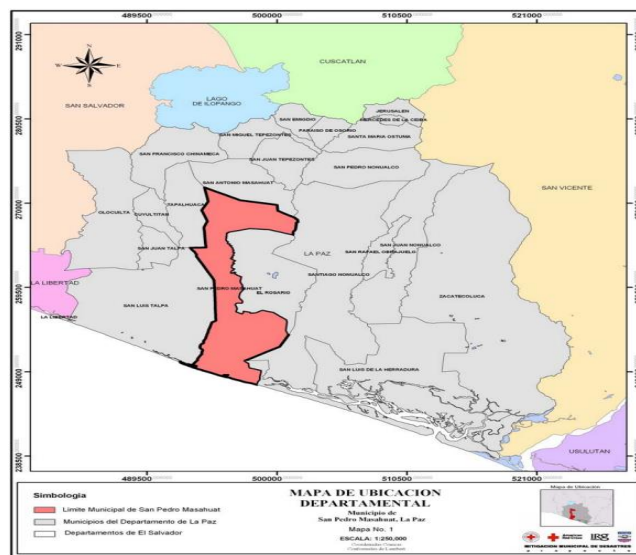
- **Ubicación geográfica.**

El programa de desarrollo turístico en dos distritos del municipio de La Paz Oeste, los distritos en los que se aplicara son:

- **San Pedro Masahuat**

El distrito forma parte de la microrregión de los Nonualcos y está limitado al norte con San Antonio Masahuat, al este con Santiago Nonualco, y El Rosario, al sur con el Océano Pacífico y al oeste con San Luis Talpa y Tapalhuaca.

Ilustración 22: Mapa de Ubicación Departamental de San Pedro Masahuat

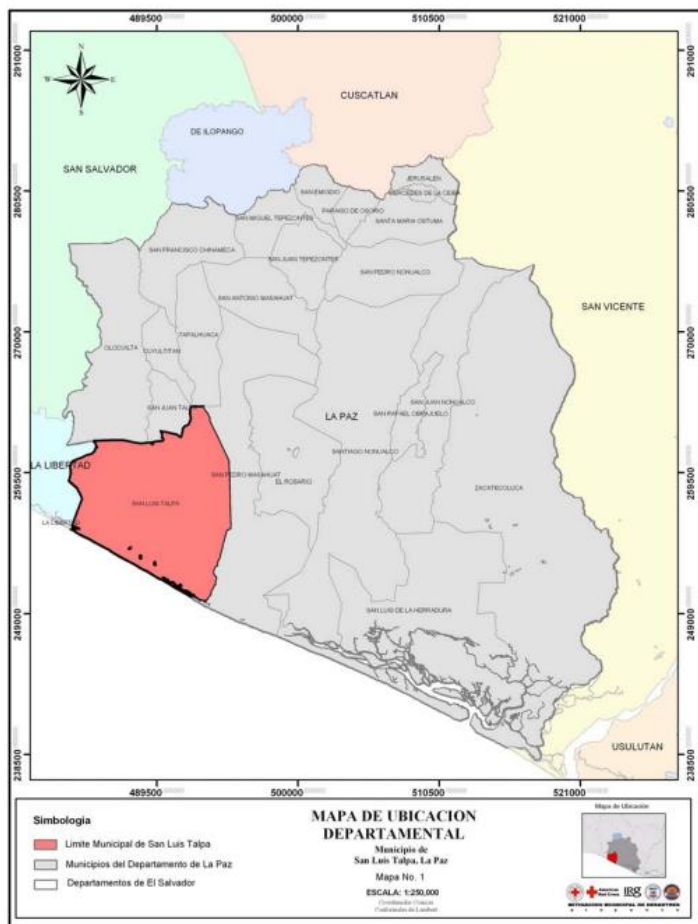


Fuente: Plan de Mitigación y uso de tierras

- **San Luis Talpa**

El distrito linda al Norte, por Olocuilta, San Juan Talpa y Tapalhuaca; al Este, por San Pedro Masahuat; al Sur, por el Océano Pacífico; y, al Oeste, por el departamento de la Libertad

Ilustración 23: Mapa de Ubicación departamental de San Luis Talpa



Fuente: Plan de Mitigación y uso de tierras

a) Extensión territorial y poblacional

La extensión territorial es de 235.02 km². La población del distrito de acuerdo con el último VI Censo de Población y Vivienda 2007 de la Dirección General de Estadística y Censos DIGESTYC Ministerio de Economía, posee un total de 47,121 habitantes de los cuales el 51.91% son mujeres y 48.09% hombres.

E. MARCO LEGAL

El marco legal del turismo sostenible en El Salvador está definido por varias leyes y regulaciones que promueven la protección del medio ambiente, el desarrollo social y económico equitativo, y la preservación de la cultura y patrimonio del país, a continuación, se presentan las leyes más relevantes que se tienen.

a) Ley de Turismo

Según el artículo 1 de dicha ley, esta tiene por objeto fomentar, y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

La ley del turismo se encuentra compuesta por 10 capítulos y 41 artículos, a continuación, se presenta la manera en la que se encuentra compuesta la ley de turismo.

Tabla 18: Composición de la ley de medio Ambiente

CAPITULO	CONTENIDO	ARTICULOS
CAPITULO I	Objetos y definiciones	Artículo 1 al Artículo 3
CAPITULO II	Competencias en materia de turismo	Artículo 4 al Artículo 8
CAPITULO III	Del registro nacional de turismo	Artículo 1 al Artículo 3
CAPITULO IV	De las obligaciones de las personas Inscritas en el registro	Artículo 9
CAPITULO V	De los ingresos de la promoción turística	Artículo 10 al Artículo 15
CAPITULO VI	Fomento a la industria turística	Artículo 16 al Artículo 19
SECCIÓN A	de los beneficios e incentivos.	Artículo 20 al Artículo 21
SECCIÓN B	Condiciones y Regulaciones para el otorgamiento de los Incentivos	Artículo 22 al Artículo 24
CAPITULO VII	De las infracciones y sanciones	Artículo 25 al Artículo 28
CAPITULO VIII	Procedimiento sancionador	Artículo 29 al Artículo 35
CAPITULO IX	Disposiciones transitorias	Artículo 36 al Artículo 7
CAPITULO X	Disposiciones finales, derogatorias y vigencia	Artículo 38 al Artículo 41

Fuente: Elaboración propia con datos de la ley de turismo

b) Registro Nacional de turismo

El Registro Nacional de Turismo (RNT) se crea en el marco de la Ley de Turismo aprobada el 15 de diciembre de 2005, con el objetivo de brindar seguridad jurídica y publicidad registral a las empresas y a los titulares de estas, que brinden servicios turísticos en el territorio nacional, en las áreas de alimentación, alojamiento, recreación, información y transporte. (Corporación Salvadoreña de Turismo, 2021)

Las personas naturales o jurídicas ya sean nacionales o extranjeras, y sus empresas inscritas en el RNT Registro Nacional de Turismo tienen derecho a gozar de múltiples beneficios, entre los que se pueden señalar:

- Inclusión en el catálogo de la oferta turística de El Salvador que anualmente realiza la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), así como la publicidad por medio de las redes sociales que posee la institución;
- Acceso a información y respaldo del Ministerio de Turismo y CORSATUR ante las diversas oficinas gubernamentales; apoyo cuando sea solicitado por gremiales del sector y sea en beneficio del sector turístico nacional;
- Participación en candidaturas para el otorgamiento de premios y reconocimientos de la industria turística;
- Apoyo y oportunidades de acceso a proyectos de líneas de crédito o fondos especiales otorgados a empresarios del sector turismo, e incentivos fiscales especiales al cumplir los procedimientos establecidos en las leyes de turismo vigentes. (Corporación Salvadoreña de Turismo, 2021)

Estar inscrito en el Registro Nacional de Turismo es el paso indicado para iniciar y desarrollar un proyecto empresarial, pues asegura el reconocimiento y apoyo Institucional.

c) Ley de medio ambiente

La ley de Medio Ambiente, tiene por objeto desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República relativas a la protección, conservación y recuperación ambiental; busca, además, asegurar el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; así como asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales suscritos por El Salvador en esta materia. (MARN)

La ley contiene disposiciones referentes a la gestión ambiental, los recursos naturales y la responsabilidad ambiental, y desarrolla instrumentos de gestión modernos y novedosos en la legislación salvadoreña, como la Evaluación Ambiental Estratégica, el Estado de Emergencia Ambiental y la Responsabilidad Administrativa, Civil y Penal en materia ambiental, entre otros. (MARN)

d) Política de Turismo Sostenible

La presente Política de Turismo Sostenible tiene por objetivo promover la implementación de un modelo de gestión turística más eficiente y responsable, con el cual se logran beneficios económicos mejor distribuidos, menor impacto en el medioambiente y mayor integración de la población local en las dinámicas de desarrollo, a veces inexistentes o incipientes, antes de la llegada de la actividad turística. (MITUR, 2009)

La Política de Turismo Sostenible, profundiza las directrices de carácter ambiental, social y cultural, propuestas por la Política Nacional de Turismo, presentando lineamientos claros para integrar la sostenibilidad como forma natural de hacer turismo, fomentando 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, en la planificación, gestión, operación y comercialización, incluyendo a las comunidades locales relacionadas, en el modelo de negocio; bajo un imperativo estratégico de “ganar – ganar”, contribuyendo, a través del turismo sostenible, a la construcción de una sociedad equitativa y responsable con un enfoque de adentro hacia afuera con reciprocidad activa. (MITUR, 2009)

Los tres ejes de acción clave para el fortalecimiento del turismo sostenible y su implementación en los destinos turísticos del país, son:

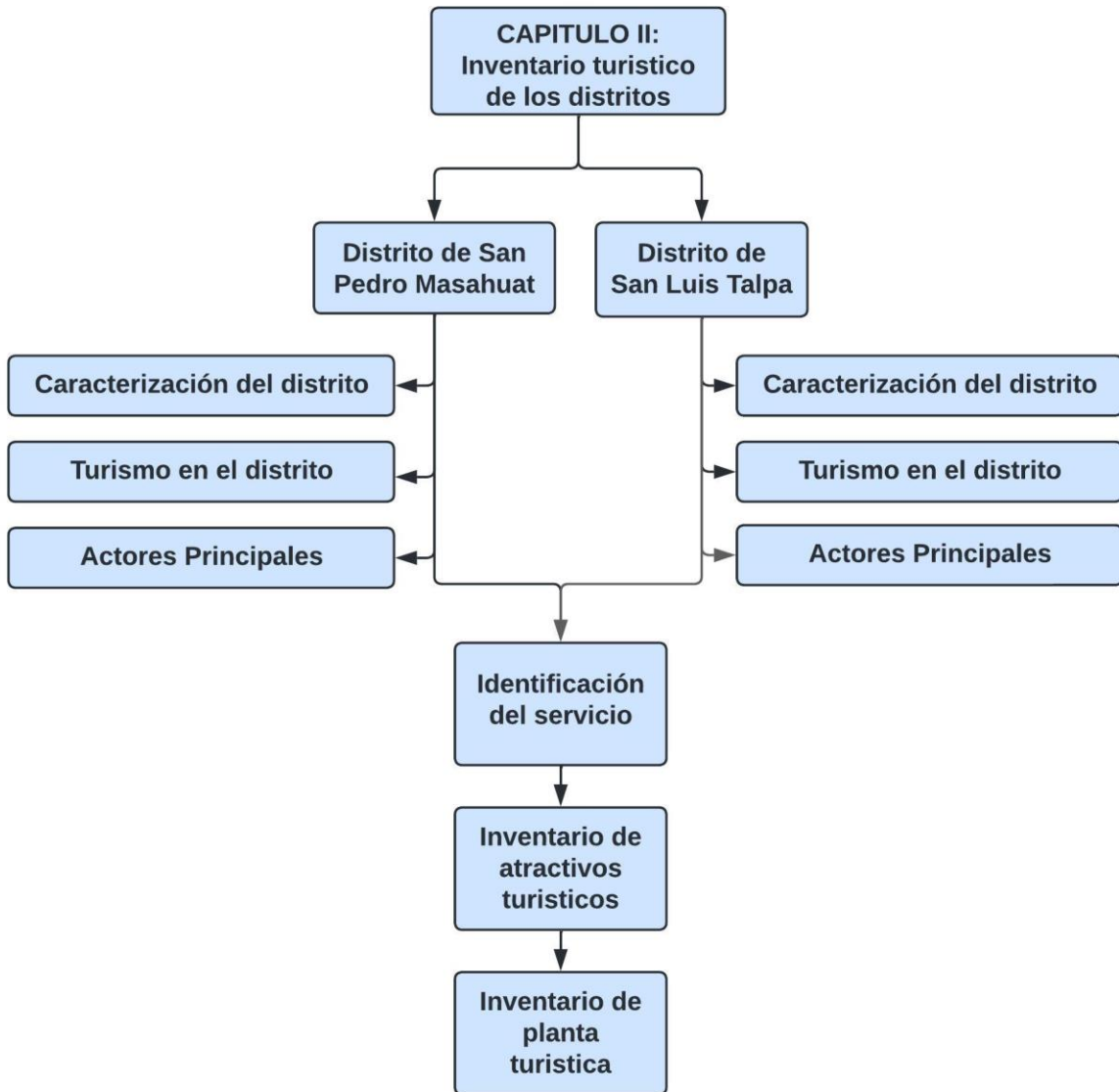
- **Eje I.** Planificación y Gestión Sostenible del Espacio Turístico Terrestre, Costero y Marino.
- **Eje II.** Gestión del Conocimiento, Investigación y Desarrollo en el ámbito del Turismo.
- **Eje III.** Competitividad Sustentable y Calidad.

CAPITULO II

INVENTARIO TURISTICO DE LOS DISTRITOS

A. ESQUEMA DEL CAPITULO

Ilustración 24: Esquema de contenido capítulo II



Fuente: Elaboración Propia

B. DISTRITO DE SAN PEDRO MASAHUAT

1. Caracterización del distrito

a) Historia

Con el establecimiento de la tribu yaqui o pipil de los Masahuat, hacia el siglo XI o XII de la era cristiana, surge lo que hoy conocemos como San Pedro Masahuat. Los mazahuas eran tribus nómadas y pacíficas, que se dedicaban al pastoreo de pequeños rebaños de venados blancos (iztacmazat). A este hecho alude el nombre de esa tribu, pues mazahua significa "el que tiene o posee venados", ya que proviene de mazat, venado; y hua, el que tiene o posee algo. En consecuencia, Masahuat significa "río de los mazahuas", de mazahua, nombre de la mencionada tribu; y at, agua, río.

En 1550 San Pedro Masahuat tenía una población que oscilaba alrededor de 500 personas. En 1740, según el alcalde mayor de San Salvador don Manuel de Gálvez Corral, San Pedro Masahuat contaba con 100 indios tributarios (unos 500 habitantes) y con algunos ladinos que formaban parte de la compañía de soldados de Olocuilta, destinada a la vigilancia y defensa de la costa.

Título de Villa: Según don Guillermo Dawson, este pueblo "Obtuvo el título de villa en febrero de 1875", durante la administración del mariscal de campo don Santiago González. En 1890 tenía 2,610 habitantes y el principal patrimonio de sus habitantes, en el ramo industrial, era la confección de sombreros de palma.

Cabecera de distrito: Durante la administración del general Carlos Ezeta y por Ley de 7 de abril de 1892, se constituyó' el distrito administrativo de San Pedro Masahuat, en el departamento de La Paz. Cabecera de este nuevo distrito fue la villa de San Pedro Masahuat y sus anexos los distritos de Paraíso de Osorio, San Emigdio, San Juan Tepezontes, San Miguel Tepezontes, El Rosario y San Antonio Masahuat, todos desmembrados del distrito de Olocuilta.

Título de Ciudad: Por la laboriosidad de sus habitantes, ornato público, ensanche de la población y movimiento comercial, la villa de San Pedro Masahuat era, a fines de la primera década del siglo XX, una de las poblaciones más florecientes del área departamental. Durante la administración del general Fernando Figueroa y por Ley de 4 de abril de 1910, se otorgó a esta población el título de ciudad. Por Decreto Legislativo de 10 de abril de 1912, se segregaron el distrito de San Pedro Masahuat y los distritos de Paraíso de Osorio y San Emigdio, los que se anexaron al distrito de San Pedro Nonualco.

Con la reforma de Ley Especial de Reestructuración Municipal que entró en vigor el 22 de junio del 2023, San Pedro Masahuat paso a ser un Distrito y forma parte del Municipio de La Paz Oeste.

Ilustración 25:Escudo de San Pedro Masahuat



Fuente: Alcaldía municipal La Paz Oeste

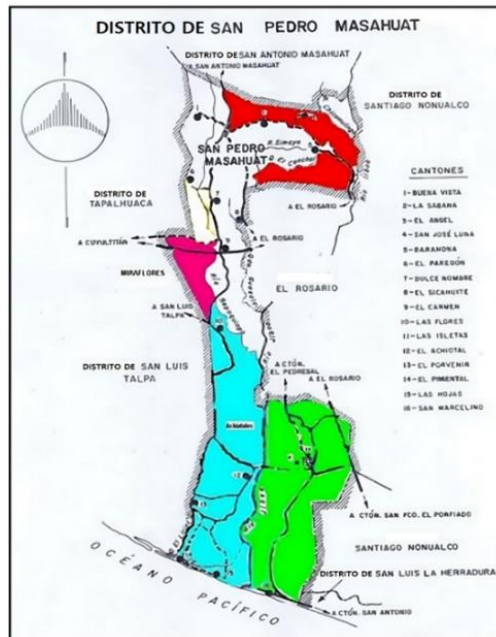
b) Descripción del distrito

La ciudad de San Pedro Masahuat se localiza en la zona paracentral del país y pertenece al departamento de La Paz, desde que este fue creado el 21 de febrero de 1852. Tiene una extensión geográfica de 121.39 Km², con una extensión en el área rural de 120.77 Km² y 0.61Km² en el área urbana de acuerdo con la medición hecha por el CNR en el año 2003, por lo que se constituye como el tercer distrito más extenso del departamento, después de Zacatecoluca y Santiago Nonualco.

La cabecera municipal se encuentra a unos 40 kilómetros de la capital salvadoreña y a una altitud de 203 metros sobre el nivel del mar, se llega a través de carreteras completamente pavimentadas, se ingresa por el sitio conocido como el “Desvió de Masath”, sobre la carretera antigua a Zacatecoluca y que se haya a una distancia aproximada de 5 kilómetros del centro urbano.

Hacia el norte limita con San Antonio Masahuat, al Oeste con Tapalhuaca, San Juan Talpa y San Luis Talpa, al Este y Sureste con Rosario de La Paz y Santiago Nonualco, y hacia el sur con el Océano Pacífico. De Norte a Sur es balado por el río Sepaquiapa, Tilapa y Jiboa. En su zona Sur cuenta con dos playas, llamadas San Marcelino y Playa Las Hojas

Ilustración 26: Mapa del distrito de San Pedro Masahuat



Fuente: Alcaldía municipal La Paz Oeste

c) Recursos naturales o turísticos

El distrito de San Pedro Masahuat cuenta con 3 ríos que fluyen a través de su territorio, estos ríos son:

- Río Jiboa
- Río Tilapa
- Río Sepaquiapa

Además, cuenta con 2 playas las cuales son:

- Playa Las Hojas
- Playa San Marcelino

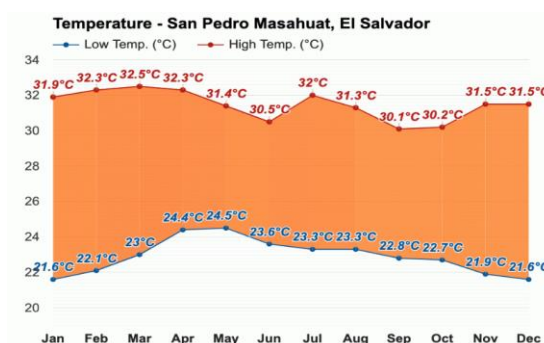
A pesar de los desafíos de la deforestación en la región, se identifican diversos recursos forestales con potencial para la industria y la artesanía en el territorio. Entre estos recursos se incluyen árboles maderables como el maquilishuat, cóbanos, cedro y laurel conacaste, así como especies frutales como mango, marañón y limón, entre otros. Además, se destacan árboles de sombra y ornamentales que podrían tener aplicaciones en la industria del paisajismo y la arquitectura. A pesar de estos desafíos, la región conserva una rica biodiversidad, incluyendo

una variedad de especies de fauna silvestre como ardillas, coyotes y aves como hurracas y garzas, que son de interés para la conservación y el ecoturismo en el área.

d) Climatología

El clima que posee San Pedro Masahuat es cálido y pertenece al tipo de tierra caliente o clima de Sabanas Tropicales Calientes, con elevaciones comprendidas entre 0 a 200 metros sobre el nivel del mar. El monto pluvial anual oscila entre 1,600 y 2,000 milímetros, montos que se han incrementado en los últimos diez años ocasionando daños y pérdidas periódicas. (Perfil Situacional)

Ilustración 27: Variación de temperatura de San Pedro Masahuat durante el año



Fuente: Wheeler Atlas

e) Contexto económico

En el casco urbano la economía se centra en comercio informal, venta de frutas de estación, tiendas de artículos de primera necesidad, ropas, calzado, cereales, artículos de plásticos, de jarcia y arcilla. En el área rural el potencial agropecuario se inclina a la producción de maíz, maicillo, caña de azúcar algunas hortalizas de temporada y frutales, y especies menores existen organizaciones cooperativas dedicadas a la agricultura y a la pesca y una serie de pequeñas iniciativas económicas, entre los productos que elaboran, se encuentran: Medicina natural, elaboración de dulces, procesamiento de semillas, trabajo en cuero.

Los pobladores de la zona rural del distrito obtienen sus ingresos de la pesca y el turismo, así como de la agricultura que se da dentro del distrito entre la que destacan productos como el cultivo de la caña de azúcar, y los granos básicos, otra parte de la población se dedica en actividades de pequeña industria como lo son talleres de estructura metálica, mecánica y granjas.

Mientras que en la zona urbana los pobladores obtienen ingresos de actividades comerciales formales e informales, teniendo que desplazarse en algunos casos a zonas francas de los distritos aledaños, de la cabecera departamental, a San Salvador, entre otros.

f) División Política/Administrativa

El distrito de San Pedro Masahuat se encuentra dividido en Barrios, Cantones, Caseríos, Lotificaciones y Colonias, a continuación, se presenta la manera en que este se divide.

Tabla 19: División política/ administrativa de San Pedro Masahuat.

Zona Urbana		
Barrios	Lotificaciones/Colonias	
Concepción	Caserío Ojo de Agua	
El Centro		
Santa Rita		
San José	Lotificación San Miguel, Colonia El Niño de Praga	
El Calvario		
Zona Rural		
Cantones	Caseríos	Lotificaciones/ Colonias
Barahona		
Buena Vista		
San José Luna		
Dulce Nombre		
El Achiotal		
El Ángel		
El Carmen	<ul style="list-style-type: none"> • La Bomba • El Cabral 	<ul style="list-style-type: none"> • Lotificación las Ilusiones • Lotificación Miraflores 1 A • Lotificación Miraflores 1B • Lotificación Miraflores #4 • Lotificación Miraflores #5 • Lotificación Asturias
El Paredón		
El Pimental		
El Porvenir		
El Sicahuite		<ul style="list-style-type: none"> • Colonia El Icaco
Las Flores	<ul style="list-style-type: none"> • Tierras de Israel • La Marañonera • Milagro de Dios 	

San Marcelino	<ul style="list-style-type: none"> • El Fraile • Samaritano numero 1 • San Carlos 1 	<ul style="list-style-type: none"> • Colonia Victorias 2000 • Colonia Triunfos de la Paz • Colonia 15 de septiembre
La Sabana		
Las Delicias		
Las Hojas	<ul style="list-style-type: none"> • Las Moras • Santa María El Coyol • Nuevo Mundo 	
Las Isletas	<ul style="list-style-type: none"> • El Castaño • Tres Ceibas • Los Ranchos • San Carlos 2 • Nueva Fe • Divina Providencia • La Tequera • Los Novillos • San Felipe 	Colonia San Marino

Fuente: Elaboración Propia con datos de Alcaldía municipal de la Paz Oeste

g) Población

Según el último censo poblacional el cual se realizó en el año 2007, la población del distrito de San Juan Talpa está conformada de la siguiente manera:

Tabla 20: Población de San Pedro Masahuat

Hombres	Mujeres	Total, de Población
12,286	13,160	25,446

Fuente: Elaboración Propia con datos de CENSO 2007

La población presente en el distrito de San Pedro Masahuat se divide entre población que reside en el área urbana y la que reside en el área rural, según el CENSO de población y vivienda 2007 se tienen los siguientes datos:

Tabla 21: División entre la población

Residentes en área urbana	13,116
Residentes en área rural	12,330

Fuente: Elaboración Propia con datos de CENSO 2007

h) Educación

El Distrito Cuenta Con 23 Centros Educativos Públicos y 2 Centros educativos 2 privados, los cuales se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 22: Centros educativos y cantidad de alumnos y maestros

Nombre de la Institución	Cantidad de Maestro			Cantidad de alumnos		
	H	M	Total	H	M	Total
Centro Escolar "Caserío Los Novillos"	1	3	4	48	32	80
Centro Escolar "Cantón Las Hojas"	3	1	4	55	40	95
Centro Escolar "Caserío Divina Providencia"	4	6	10	162	142	304
Instituto Nacional Monseñor Tomas Miguel Pineda Y Saldaña	4	9	13	70	49	119
Complejo Educativo Cantón San Marcelino	6	14	20	378	379	765
Centro Escolar "Cantón Dulce Nombre"	3	6	9	89	66	155
Centro Escolar "Cantón El Achiotal"	7	7	14	251	244	503
Centro Escolar "Cantón El Paredón"	1	2	3	19	16	35
Centro Escolar "Profesora María Olimpia Escobar De Sibrian"	5	10	15	163	166	329
Complejo Educativo "Cantón Las Isletas"	7	17	24	421	396	820
Complejo Educativo Cantón Barahona	3	9	12	112	121	233
Centro Escolar "María Teresa Duke"	7	12	19	309	268	577
Complejo Educativo Cantón El Porvenir	3	7	10	91	83	174
Centro Escolar "Nemesia Luna"	2	15	17	213	197	420
Escuela De Educación Parvularia "Clotilde Huevo Prado"	0	1	1	12	13	25
Escuela De Educación Parvularia "Cantón Las Isletas"	0	3	3	37	48	85
Liceo Cristiano "Reverendo Juan Bueno" Del Cantón El Achiotal	0	7	7	65	74	139
Centro Escolar Caserío El Castaño, Cantón Las Isletas	0	3	3	43	59	102
Centro Escolar Cantón El Ángel	0	2	2	15	14	29
Centro Escolar Cantón El Carmen	0	4	4	34	39	73
Centro Escolar Caserío Portillo El Cabral, Cantón El Carmen.	0	3	3	30	21	51
Centro Escolar "José Luis Domínguez Orellana"	1	1	2	26	15	41
Centro Escolar "Carmen Rodezno De Rodríguez"	1	0	1	11	5	16
Centro Escolar Cantón San José Luna	3	2	5	55	65	120
Centro Escolar Católico "Clara Luna De Samayoa"	1	8	9	57	58	115

Fuente: Elaboración Propia con datos del Ministerio de Educación.

Dentro de estos centros educativos, 7 de ellos ofertan bachillerato, 5 de ellos solamente ofertan bachillerato general y 2 de ellos ofertan bachillerato técnico, según el “Almanaque 262. El estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009”, en San Pedro Masahuat, la tasa bruta de escolaridad media es del 22.8%, el 27.2% se concentra en la zona urbana y el 18.2% en la zona rural; el 22.0% corresponde al sexo masculino y el 23.5% al sexo femenino. Y la escolaridad promedio en años es de 4.1; siendo para la zona urbana 4.8 y para la rural 3.5; el masculino es de 4.3 años y el femenino de 4.0 años.

i) Salud

En el casco urbano de San Pedro Masahuat existen dos unidades de Salud, una del Ministerio de Salud y otra de la Alcaldía Municipal,

En el distrito de San Pedro Masahuat cuentan con 3 unidades de Salud en el casco urbano, Cantón el Achiotal y en el Cantón las Isletas.

Además, cuentan con 5 Centros Médicos Municipales en el casco urbano, lotificación Miraflores, Cantón Las Isletas, Cantón Barahona, Cantón La Sabana

j) Conectividad

La red de carreteras dentro de San Pedro Masahuat presenta variabilidad en la manera en las que estas se encuentran construidas, a continuación, se presentan los tipos de calle existentes, dentro del distrito, y los destinos a los que conducen.

Tabla 23: Conectividad del distrito de San Pedro Masahuat

Desde	Hasta	Tipo de calle
Cantón El Paredón	Distrito de Tapalhuaca	Calle de Tierra
Cantón El Carmen	Cantón Dulce Nombre	Calle Asfaltada
Cantón El Carmen	Cantón Dulce Nombre	Calle Asfaltada
Cantón El Carmen	Distrito de El Rosario	Calle de tierra
Cantón El Achiotal	Cantón Las Hojas	Calle Pavimentada
Cantón El Achiotal	Cantón El Paredón	Calle de Tierra
San Pedro Masahuat	San Antonio Masahuat	Calle Pavimentada
Cantón El Ángel	Distrito de San Antonio Masahuat	Calle de Tierra
Cantón Barahona	Cantón El Ángel y La Sabana	Calle de Tierra
Cantón El Sicaquite	Distrito del Rosario	Calle de Tierra
San Pedro Masahuat	distritos aleñados	Calle Pavimentada
Colonia Las Flores	Cantón Achiotal	Calle Pavimentada
Cantón el Pedregal	Cantón Las Isletas	Calle Pavimentada

Fuente: Elaboración Propia con datos de alcaldía municipal de La Paz Oeste

Las vías principales están pavimentadas, mientras que dentro del área urbana se encuentran calles empedradas y adoquinadas. Algunas carreteras que conectan con los cantones aún son de tierra. Aunque el sistema vial generalmente está en buenas condiciones, carece de señalización adecuada. Durante la temporada de lluvias, las calles sufren daños por inundaciones causadas por el desbordamiento del Río Jiboa, y no reciben mantenimiento constante.

El ancho reducido de algunas calles dificulta el tráfico vehicular. Además, ciertas vías cantonales de tierra son intransitables para vehículos pequeños y requieren vehículos todo terreno (4x4), o bien, el tránsito a pie o a caballo. Específicamente, en las comunidades de Santa María La Sabana y El Ángel, así como en el acceso del Cantón Barahona desde San Antonio Masahuat, y en las comunidades de Belén, La Estancia, Los Solares y La Loma, que pasan por la comunidad de Las Delicias al final del Cantón Barahona y se dirigen hacia San Pedro Masahuat. Estas áreas son importantes en la producción de granos básicos, pero debido al mal estado de las calles, los microempresarios locales prefieren vender su producción en los distritos de El Rosario y Santiago Nonualco, donde es más fácil llegar.

En cuanto a la conectividad del casco urbano con el área metropolitana de San Salvador, este se encuentra conectado por medio de la carretera Antigua a Zacatecoluca, la cual se encuentra pavimentada, presenta algunos agujeros, pero estos no impiden que por esta circule todo tipo de vehículo, la distancia del casco urbano de San Pedro Masahuat con el área metropolitana es de 43.8 kilómetros.

k) Infraestructura y Servicios Básicos

Dentro de San Pedro Masahuat Existe un total de 6,535 hogares de los cuales 3400 se encuentran en el área urbana y 3135 pertenece al área rural esto según datos del almanaque 262, a continuación, se describe las condiciones de los servicios que estos hogares recibe.

Tabla 24: Infraestructura y servicios de San Pedro Masahuat

Servicio	Situación del distrito
Agua	Según el "almanaque-262" un 41.1% de los hogares de san pedro Masahuat cuentan con acceso al agua dentro de su casa, es decir un total de 2686 que cuentan con acceso al agua dentro de casa, siendo 1337 de estos hogares del área urbana y 1351 hogares del área rural.
Energía Eléctrica	A nivel de distrito el 84.6% de los hogares tienen acceso a servicios de energía eléctrica, es decir 5,529 hogares cuentan con energía eléctrica, 2,944 de hogares son de la zona urbana y 2,585 son del área rural del

	distrito. La empresa encargada de brindar el servicio de energía DEL SUR
Teléfono Celular	Se tiene acceso a señal de telefonía celular en gran parte del territorio del distrito, y gran parte de la población cuenta con acceso a teléfono celular.
Teléfono Fijo	El 21.9% de hogares del distrito cuentan con servicio de teléfono, es decir 1,431 hogares cuentan con servicio de teléfono, de estos 813 se encuentran en el área urbana, mientras que en el área rural 618 de los hogares cuentan con dicho servicio.
Internet	El 0.3% de los hogares del distrito cuentan con servicio de internet es decir 20 hogares cuentan con dicho servicio, en el área rural 14 hogares cuentan con este servicio, mientras que el área rural 6 hogares cuentan con este servicio.
Servicio de recolección de basura	El 11% de hogares del distrito cuentan con acceso a servicio de recolección de basura, es decir 719 hogares cuentan con el servicio, de estos 551 son del área urbana y 168 del área rural.
Saneamiento por alcantarillado	El 14.5% de los hogares del distrito cuentan con acceso a servicio de recolección de basura, es decir 948 hogares tienen acceso al servicio, de estos 534 son del área urbana y 414 del área rural.
Transporte Publico	<p>Hacia el distrito de San Pedro Masahuat llegan 3 rutas de transporte colectivo que llegan hacia su casco Urbano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ruta 131: Hace su recorrido desde la terminal del sur hacia San Pedro Masahuat y Viceversa, tarifa es de \$0.63 centavos • Ruta 521: Hace su recorrido desde el Rosario de La Paz hacia San Antonio Masahuat, pasando por San Pedro Masahuat, su tarifa es de \$0.47 centavos. • Ruta 505: Hace su recorrido desde Zacatecoluca hacia San Juan Tepozanes, pasando por San Pedro Masahuat, su tarifa es de \$0.90 centavos <p>Para dirigirse hacia la zona costera de distrito, se encuentran 3 rutas de transporte colectivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ruta 413: Hace su recorrido desde el Cantón Las Hojas (Playa) y finaliza en Zacatecoluca, su tarifa es de \$0.39 centavos. • Ruta 193-B: Hace su recorrido desde La Puntilla, hasta Zacatecoluca, pasando por San Marcelino, su tarifa es de \$0.90 centavos. • Ruta 495: Hace su recorrido desde La Puntilla, hacia la Terminal del Sur, su tarifa es de \$1.18 centavos.


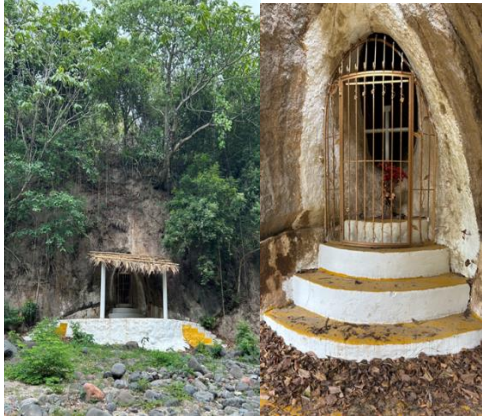

<p>Infraestructura recreativa</p>	<p>Dentro del distrito existen la siguiente infraestructura recreativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parque central • Plaza del Hermano Lejano • Estadio Municipal • Centro recreativo Masath • Centro de usos múltiples
<p>Seguridad publica</p>	<p>Dentro del distrito de San Pedro Masahuat, cuentan con 2 Subestaciones de la policía, las cuales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subdelegación de San Pedro Masahuat: Se encuentra Ubicada en el casco Urbano del distrito. • Furgón Móvil, Cantón El Carmen: Se encuentra ubicado en la lotificación Miraflores 1, en el 14 Avenida los Geranios. <p>Además, dentro del distrito se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Juzgado de Paz San Pedro Masahuat: Se encuentra ubicado en Avenida Rodolfo Duke, en el Barrio San José.
<p>Cementerio</p>	<p>El distrito cuenta con 5 cementerios municipales, en las siguientes ubicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casco Urbano • Cantón Buena Vista • Cantón Las Isletas • Catón Barahona • Cantón La Sana




Fuente: Elaboración Propia

2. Turismo en el distrito de San Pedro Masahuat

El distrito de San Pedro Masahuat cuenta con una riqueza de recursos culturales, algunos de ellos esperando ser aprovechados plenamente, ya que debido a la situación que vivía el país, muchos de estos no podían ser visitados de manera plena por los turistas a causa del ambiente de inseguridad que se tenía, por lo que el turismo dentro del distrito de San Pedro Masahuat, se encuentra mayormente explotado en el área de sus Playas, a continuación se presentan los principales recursos turísticos con los que cuenta San Pedro Masahuat.

Tabla 25: Principales recursos turísticos de San Pedro Masahuat

NOMBRE DEL RECURSO	FOTOGRAFIA
Rio Sepaquiapa	<p data-bbox="857 289 1175 317"><i>Ilustración 28: Rio sepaquiapa</i></p>  <p data-bbox="870 659 1162 686"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
Gruta del Cristo Negro	<p data-bbox="826 705 1208 732"><i>Ilustración 29: Gruta del cristo negro</i></p>  <p data-bbox="870 1176 1162 1203"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
Cerro el Tacuazín	<p data-bbox="847 1220 1187 1247"><i>Ilustración 30: Cerro el Tacuazín</i></p>  <p data-bbox="870 1644 1162 1671"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>

<p>Playa San Marcelino</p>	<p><i>Ilustración 31:Playa San Marcelino</i></p>  <p><i>Fuente: Turismo en San Marcelino</i></p>
<p>Playa Las Hojas</p>	<p><i>Ilustración 32:Playa las Hojas</i></p>  <p><i>Fuente: Hotel la Hojas</i></p>
<p>Mirador Buena Vista</p>	<p><i>Ilustración 33:Mirador Buena Vista</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

3. Actores principales del distrito

Dentro del distrito de San Pedro Masahuat se encuentran encargados de promover el turismo los siguientes actores:

- **Alcaldía distrital:** Se encarga de brindar apoyo a las actividades turísticas que se generan dentro del distrito y de gestionar nuevos proyectos para hacer crecer el turismo dentro de San Pedro Masahuat, actualmente no cuenta con unidad de turismo.
- **Comité de desarrollo de Playa San Marcelino:** El comité se encarga de realizar actividades en pro de atraer una mayor cantidad de turistas hacia la playa San Marcelino, siendo las noches de playa, el proyecto más destacado que han echado andar para atraer turistas.

C. DISTRITO DE SAN LUIS TALPA

1. Caracterización del distrito

a) Historia

San Luis Talpa en idioma náhuatl significa “Tierra Bermeja”, “Tierra de Remedio”, “Lugar Terroso”. La historia de San Luis Talpa comienza a finales del siglo XVIII donde familias de ladinos procedentes del pueblo de San Juan Talpa fundaron en el partido de Olocuilta la aldea de San Luis Talpa,

En 1807, según el intendente Don Antonio Gutiérrez y Ulloa, San Luis era una “Aldea de ladinos”, pero sin industria particular, donde solo se dedicaban a la siembra de maíz y crianza de algún ganado.

En la ley de 18 de febrero de 1841, no se menciona a San Luis Talpa como cantón electoral de la República, ni como poblado de importancia adscrito a un determinado cantón electoral, pero en la división administrativa del país, hecha en 1855 por el presbítero Isidro Menéndez, ya se mencionaba como distrito del partido de Olocuilta, departamento de La Paz.

En el 18 de diciembre de 1991 ascendió a Villa, mientras que el 13 de enero del 2000 recibió el título de Ciudad.

Con la reforma de Ley Especial de Reestructuración Municipal que entró en vigor el 22 de junio del 2023, San Luis Talpa paso a ser un Distrito y forma parte del Municipio de La Paz Oeste.

Ilustración 34:Escudo de San Luis Talpa



Fuente: Alcaldía municipal La Paz Oeste

b) Descripción del distrito

San Luis Talpa es un distrito ubicado en el departamento de La Paz, El Salvador. Este pequeño distrito destaca por su ubicación costera y su paisaje natural impresionante, ofreciendo tanto la calidez de su costa como la belleza de su entorno natural. La historia de San Luis Talpa se remonta a finales del siglo XVIII, cuando fue fundada por familias ladinas provenientes del pueblo de San Juan Talpa, pertenecientes al partido de Olocuilta.

El nombre "San Luis Talpa" proviene del náhuatl y significa "Tierra Bermeja" o "Lugar Terroso", el distrito tiene un área de 65,96 km², y la cabecera una altitud de 45 m s. n. m. Las fiestas patronales se celebran en el mes de noviembre en honor a San Luis, rey de Francia, el distrito se caracteriza por poseer el Aeropuerto Oscar Arnulfo Romero y Galdámez, que en la actualidad es el único aeropuerto internacional de El Salvador, dentro de sus cultivos se encuentran la caña de azúcar y el loroco.

c) Recursos naturales o turísticos

El distrito de San Luis Talpa cuenta con tres hermosas playas las cuales son:

- Playa Amatecampo
- Playa La Zunguera
- Playa Pimental

Además, pueden participar en diversas actividades al aire libre, como caminatas por la costa, deportes acuáticos y observación de aves en los entornos naturales del distrito.

d) Climatología

posee un clima tropical de sabana. Este clima se caracteriza por temperaturas cálidas a lo largo del año y una temporada de lluvias significativa. Las temperaturas máximas diarias pueden alcanzar los 33°C, mientras que las mínimas nocturnas rondan los 24°C

Durante el año, San Luis Talpa experimenta una cantidad considerable de precipitaciones, especialmente en la temporada de lluvias. La precipitación pluvial anual puede oscilar entre 1,600 y 2,000 milímetros. En los últimos años, se ha observado un incremento en los niveles de precipitación, lo que ha ocasionado daños y pérdidas periódicas en la región

La humedad en San Luis Talpa suele ser alta, con niveles de humedad relativa que pueden alcanzar el 92% en ciertos momentos del día. Esta combinación de altas temperaturas y alta humedad puede hacer que la sensación térmica sea considerablemente más alta que la temperatura real.

e) Contexto económico

Dentro de las actividades predominantes se encuentran los cultivos de caña de azúcar, granos básicos y hortalizas, así como crianza de ganado vacuno, aves de corral, conejos, ovejas, iguanas, entre otros.

Existen además actividades relacionadas a la pequeña industria y el comercio, entre las actividades de la pequeña industria se encuentran algunos talleres de carpinterías, mecánica automotriz, estructuras metálicas, panaderías, zapatería, artesanía y sastrerías. En la industria hay hoteles - Turismo, Plantas Procesadoras de Alimentos, Ensambladora de Bicicletas; además, en el comercio local existen mercado municipal, agro ferreterías, plaza de cocos, restaurantes, cafeterías, tiendas, cafetines, comedores, pupuserías, entre otros.

También cabe destacar el Aeropuerto Internacional de Comalapa que genera actividades económicas muy importantes.

La población rural obtiene sus ingresos de la agricultura, pequeño comercio y se emplea en las actividades de la industria en hoteles, maquilas, Aeropuerto Internacional, procesadora de alimentos, restaurantes, mercado municipal, cooperativas de pesca y transporte; y en la pequeña industria se dedican a trabajar en talleres de estructuras metálicas, mecánica y carpinterías.

En la zona urbana los principales ingresos resultan de la actividad del comercio, tanto formal como informal. Se calcula que un promedio de la población opta para trabajar obtiene sus ingresos como jornaleros, empleados u otros; empleándose algunos en el distrito, y otros fuera del mismo, para ello se desplazan a zonas francas (maquilas), a distritos aledaños como San Marcos, San Pedro Masahuat y San Salvador.

f) **División Política/Administrativa**

Tabla 26: División política/ administrativa de San Luis Talpa

Zona Urbana		
Barrios	Residencial	Lotificaciones/Colonias
El Centro	San Luis	Narváez Las Brisas Riveras de San Luis Varela Fortaleza Río Comalapa San Luis #1, 2 y 3
El Calvario		
Zona Rural		
Cantones	Caseríos	Lotificaciones/ Colonias
Amatecampo	Colonia Amatecampo Playa Amatecampo Establo Santo Tomás El Desparramadero	
La cuchilla Comalapa	La Cuchilla Comapala	Santa Cristina Miraflores #2, 3 y 5
El Pimental	La Isla Los Mangos	
El Chaguitón	El Chaguitón	
El Porvenir	El Porvenir El Cipitío El pajaral	
Nuevo Edén	Los Montes Las Monjas El Salamar La Maratoneara Villa Palestina	Mariscal El Rey San Luis I, II Y III Etapa San Cristóbal La Pista Las Conchitas
San Francisco Amatepe	El Hervedor El Lagartero Los Encuentros El Sapo El Anono Agua Santa	
San Marcos Jiboa	San Marcos Jiboa San José Luna	
Tecualuya	Los Higueros Providencia	La Fortuna

	Santa Clara La Naranja Loma del Gallo Hacienda Santo Tomás El puerto Las Monjas El oro	Tecualuya N° 1 San Francisco Tecualuya Lotificación Santo Tomás
Sambombera	Los Guidos La Esmeralda Los Pleitez Los Diamantes	Los Diamantes Amatecampo
Zunganera	Zunganera	

Fuente: Elaboración Propia con datos de Alcaldía municipal de la Paz Oeste

g) Población

La estructura demográfica del distrito de San Luis Talpa, según el censo realizado en 2007, muestra la composición de su población de la siguiente manera:

Tabla 27: Población de San Luis Talpa.

Hombres	Mujeres	Total, de Población
10,373	11,302	21,675

Fuente: Elaboración Propia con datos del CENSO 2007

La población del distrito de San Luis Talpa se distribuye entre el área urbana y rural, según el Censo de Población y Vivienda de 2007, de la siguiente manera:

Tabla 28: División de la población de San Luis Talpa

Residentes en área urbana	13,218
Residentes en área rural	8,457

Fuente: Elaboración Propia con datos del CENSO 2007

h) Educación

Tabla 29: Centros educativos de San Luis Talpa y su cantidad de alumnos y maestros.

Nombre de la Institución	Cantidad de Maestro			Cantidad de alumnos		
	H	M	Total	H	M	Total
Centro Escolar "Caserío Santo Tomas "	0	9	13	177	195	372
Instituto Nacional De San Luis Talpa	14	9	23	173	258	431
Centro Escolar "Lotificación La Fortuna"	0	4	4	59	73	132
Centro Escolar "Caserío El Salamar"	2	7	9	103	101	204
Centro Escolar "Cantón Nuevo Edén"	4	7	11	89	65	154
Centro Escolar "Caserío La Zunganera"	1	4	5	41	43	84
Centro Escolar "Cantón Tecualuya"	0	3	3	31	24	55
Centro Escolar "Cantón Amatecampo"	5	2	7	101	116	217
Complejo Educativo "San Luis Talpa"	15	18	33	486	420	906
Centro Escolar "Caserío Santa Clara"	5	12	17	299	322	621
Colegio Monseñor Pedro Arnoldo Aparicio Y Quintanilla	3	7	10	47	41	88
Centro Escolar "Belén Villa Palestina"	3	11	14	247	244	491
Complejo Educativo Lotificación Comalapa, Cantón La Cuchilla Comalapa	4	13	17	286	205	491
Centro Escolar Cantón San Francisco Amatepec	3	1	4	34	38	72
Centro Escolar "Salvador Alejandro Menéndez García"	2	6	8	121	94	215
Centro Escolar Caserío Lot. Santa Cristina, Cantón La Cuchilla Comalapa	2	9	11	143	166	309
Centro Escolar Cantón San Marcos Jiboa	0	7	7	114	86	200
Centro Escolar Caserío Lotificación Mariscal, Cantón Nuevo Edén	3	7	10	223	258	481
Centro Escolar Cantón Chagüitón	0	4	4	46	46	92
Centro Escolar Lotificación Playa Amatecampo, Cantón Sambombera	0	3	3	47	37	84
Centro Escolar Lotificación Miraflores, Cantón La Cuchilla	0	2	2	51	37	88
Instituto Católico Palestino	3	4	7	49	57	106

Fuente: Elaboración Propia con datos de Ministerio de Educación

i) Salud

En el distrito de san Luis talpa cuenta con dos unidades de salud las cuales son:

- Unidad de Salud - San Luis Talpa
- Unidad de Salud - Cantón El Pimental, San Luis Talpa:
- Clínica Municipal
- Farmacia Municipal
- Laboratorio Clínico Municipal

j) Conectividad

El distrito de San Luis Talpa posee las siguientes vías de acceso:

- La autopista a Comalapa conecta desde San Luis Talpa, pasando por San Juan Talpa, hasta llegar a Olocuilta.
- La Vía Tejera sirve como un punto de conexión importante, enlazando San Luis Talpa con San Pedro Masahuat, Tapalhuaca y Cuyultitán.

Además, desde la autopista a Comalapa se puede acceder a la ruta panorámica que lleva a San Francisco Chinameca.

k) Infraestructura y Servicios Básicos

Tabla 30: Infraestructura y Servicios Básicos San Luis Talpa

Servicio	Situación del distrito
Agua	Según el Almanaque 262 un 63.90% de los hogares de San Luis Talpa cuentan con acceso al agua dentro de su casa, es decir un total de 3,465 que cuentan con acceso al agua dentro de casa, siendo 2,512 de estos hogares del área urbana y 953 de los hogares del área rural.
Energía Eléctrica	Según el Almanaque 262, a nivel de distrito el 86.60% de los hogares tienen acceso a servicios de energía eléctrica, es decir 4,695 hogares cuentan con energía eléctrica, 2,977 de los hogares son de la zona urbana y 1,708 son del área rural del distrito. La empresa encargada de brindar el servicio de energía DEL SUR
Teléfono Celular	Se cuenta con cobertura celular gran parte del territorio, por parte de las cuatro compañías de telefonía celular que existen en El Salvador.
Teléfono Fijo	Según el Almanaque 262, el 16.30% de hogares del distrito cuentan con servicio de teléfono, es decir 883 hogares cuentan con servicio de teléfono, de estos 684 se encuentran en el área urbana, mientras que en el área rural 199 de los hogares cuentan con dicho servicio.
Internet	Según el Almanaque 262, el 0.4% de los hogares del distrito cuentan con servicio de internet es decir 21 hogares cuentan con dicho servicio, los cuales todos se encuentran en la zona urbana.
Servicio de recolección de basura	Según el Almanaque 262, el 21.20% de hogares del distrito cuentan con acceso a servicio de recolección de basura, es decir 1,149 hogares cuentan con el servicio, de estos 1,109 son del área urbana y 40 del área rural.




Saneamiento por alcantarillado	Según el Almanaque 262, el 20.60% de los hogares del distrito cuentan con acceso a servicio de saneamiento por alcantarillado, es decir 1,117 hogares tienen acceso al servicio, de estos 923 son del área urbana y 94 del área rural.
Transporte Publico	<p>En el distrito de San Luis Talpa solamente se cuenta con una ruta de transporte colectivo que llegan hacia su casco Urbano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ruta 138: Hace su recorrido desde la terminal del sur hacia San Luis Talpa y Viceversa, tarifa es de \$0.60 centavos <p>Para dirigirse hacia la zona costera de distrito, solamente se puede llegar por medio de pick up.</p>
Infraestructura recreativa	<p>El distrito cuenta con la siguiente infraestructura recreativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parque Plaza El Carmen • Parque Municipal de San Luis Talpa • Cancha de fútbol playa en el Pimental • Cancha de fútbol 11 en el Pimental
Seguridad publica	<p>Dentro del distrito de San Luis Talpa, cuentan con 1 delegación y una estación de la policía, las cuales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delegación de San Luis Talpa: Se encuentra Ubicada en el casco Urbano del distrito. • Estación Playa La Zunganera: Playa La Zunganera <p>Además, dentro del distrito se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Juzgado de Paz San Luis Talpa: Se encuentra ubicado en Av. Dr. Luis Rivas Sur, 29, San Luis Talpa, El Salvador.
Cementerio	<p>El distrito cuenta con 2 cementerios municipales, en las siguientes ubicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cementerio Municipal de San Luis Talpa: ubicado en calle central poniente, San Luis Talpa • Nuevo Cementerio Municipal de San Luis Talpa: Localizado en el cantón Tecualuya, San Luis Talpa.

Fuente: Elaboración Propia con datos de alcaldía municipal de La Paz Oeste

2. Turismo en el distrito de San Luis Talpa

El distrito de San Luis Talpa cuenta con 8 kilómetros de costa, la cual se divide en 3 playas. Encuentra, a continuación, se presentan los principales recursos turísticos con los que cuenta San Luis Talpa.

Tabla 31: Principales recursos turísticos de San Luis Talpa

NOMBRE DEL RECURSO	FOTOGRAFIA
Playa La Zunganera	<p data-bbox="760 552 1117 577"><i>Ilustración 35: Playa la Zunganera</i></p>  <p data-bbox="792 898 1084 924"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
Playa El Pimental	<p data-bbox="769 930 1107 955"><i>Ilustración 36: Playa el Pimental</i></p>  <p data-bbox="792 1304 1084 1329"><i>Fuente: Hotel Estero y Mar</i></p>
Playa Amatecampo	<p data-bbox="760 1333 1117 1358"><i>Ilustración 37: Playa Amatecampo</i></p>  <p data-bbox="792 1730 1084 1755"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>

<p>Bocana El Pimental</p>	<p><i>Ilustración 38:Entrada a bocana el Pimental</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
<p>Malecón de Playa La Zunganera</p>	<p><i>Ilustración 39:Malecón de playa la Zunganera</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

3. Actores principales del distrito

- **Alcaldía Distrital:** Se encarga de gestionar proyectos para promover el turismo dentro del distrito mediante la construcción de infraestructura que permita que el esparcimiento de los pobladores del distrito.
- **Área de turismo de la alcaldía:** La alcaldía del distrito actualmente no cuenta con un encargado o un área específica que se encargue de lo relacionado al desarrollo del turismo en el distrito, y esta función se ejerce de manera general por parte de la UAPI quien se encarga de llevar a cabo acciones que promuevan el turismo.
- **Empresarios Locales:** Propietarios de restaurantes, hoteles y negocios locales que atienden a turistas y promueven la cultura y gastronomía de la región, destacando platos típicos como las pupusas.

D. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Para realizar un plan de desarrollo turístico sostenible, se requiere tener claro, el tipo de turismo que puede ofertar el área para la cual se está creando, por ello se vuelve relevante identificar que tipos de turismo se pueden encontrar en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, entre los tipos de turismo que se pueden identificar en los distritos se tiene:

1. Turismo de sol y playa

El turismo de sol y playa es un tipo de turismo enfocado en destinos costeros que ofrecen principalmente sol, playas y actividades relacionadas con ellas, los destinos de sol y playa suelen tener un clima cálido o templado durante gran parte del año, lo que los convierte en lugares populares para vacacionar, en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa cuentan con 5 playas dentro de sus territorios:

- Playa Las Hojas
- Playa San Marcelino
- Playa La Zunganera
- Playa El Pimental
- Playa Amatecampo

2. Turismo cultural

El turismo cultural implica viajar para explorar y disfrutar del patrimonio cultural de un lugar, incluyendo su historia, arte, arquitectura, gastronomía y tradiciones locales. Los turistas culturales visitan museos, sitios históricos, festivales y participan en actividades que les permiten sumergirse en la vida y el legado cultural del destino. Dentro del territorio de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa se encuentran los siguientes recursos, que forman parte de este tipo de turismo:

- Museo Municipal San Pedro Masahuat.
- Plaza el Carmen
- Festival del plátano y el loroco
- Festival del Sambo y el Camarón
- Festival la piscucha.

3. **Turismo religioso**

Dentro de este tipo de turismo los turistas realizan viajes por motivos de fe o espiritualidad, para visitar sitios sagrados, lugares de culto, santuarios, templos, iglesias u otros lugares religiosos significativo, en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa se pueden encontrar los siguientes recursos que se acoplan a esta modalidad de turismo:

- Gruta del Cristo Negro
- Parroquia San Pedro Apóstol
- Parroquia San Luis Rey de Francia
- Casa de Jesús

4. **Turismo de aventura**

El turismo de aventura es una forma de viajar que se enfoca en actividades emocionantes, desafiantes y al aire libre en entornos naturales o rurales, la clave de este tipo de turismo es la búsqueda de experiencias únicas, emocionantes y en contacto directo con la naturaleza, lo que puede incluir la exploración de lugares remotos, la interacción con culturas locales y el desafío físico y mental, dentro del territorio de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa se pueden encontrar los siguientes recursos que entran en este tipo de turismo:

- Ausoles
- Rio Sepaquiapa
- Cerro El Tacuazín
- Mirador Natural Buena Vista
- Rio Comalapa

E. INVENTARIO DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURISTICOS

1. Metodología del inventario

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

La elaboración del inventario de recursos y atractivos turísticos es un proceso sistemático que comprende 4 etapas fundamentales interdependientes y que en algunos casos se retroalimentan para ajustar la información que es “vaciada” a la ficha de inventario de atractivos turísticos específicamente diseñada con este propósito.

- **Identificación y categorización:** Se enlistará y clasificará los lugares, objetos, acontecimientos y otros de interés turísticos de los recursos turísticos de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.
- **Priorización:** Los recursos y atractivos turísticos categorizados se priorizarán con el objetivo de determinar cuáles son los más representativos y característicos de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.
- **Clasificación:** Con base en los datos recopilados, se crearán fichas individuales para cada uno de los sitios turístico de interés ubicados en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa. Estas fichas estarán compuestas por datos precisos y significativos que describirán las características distintivas de cada atractivo turístico o recurso local.
- **Jerarquización:** La evaluación de los recursos turísticos implica la ponderación de dichos recursos para determinar su nivel de relevancia. Se dará prioridad a aquellos recursos o atractivos turísticos que hayan sido destacados en el paso previo de priorización

2. Identificación y categorización

La etapa de identificación y categorización en un inventario turístico comienza con la localización y descripción detallada de los sitios, monumentos o hechos naturales y socioculturales que pueden constituirse en atractivos turísticos. Es esencial revisar características físicas, flora, fauna, historia, costumbres, fiestas, entre otros aspectos relevantes del lugar visitado para comprender a fondo su potencial turístico

La clasificación de los puntos de interés turístico se llevará a cabo agrupándolos en categorías, tipos y subtipos, siguiendo el método OEA CICATUR, a continuación, se presenta el listado de recursos turísticos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.

Tabla 32: Inventario de recursos turísticos San Luis y San Pedro Masahuat

SAN PEDRO MASAHUAT				
SITIO TURÍSTICO	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Ausoles	Es una pequeña concentración de agua, proveniente de una brecha volcánica del cerro redondo, el cual se encuentra en el cantón el Sicaquite.	Sitios naturales	Rio	
Noches de Playa San Marcelino	En las lunadas se realizan en verano, en dichas lunadas se brinda servicio de alimentación, música a cargo de DJ, y un ambiente festivo hasta las 2 de la mañana, además se realizan caminatas guiadas hacia la bocana del rio Jiboa.	Acontecimientos programados	Otros	Vida nocturna
Festival de la Piscucha	Este festival se lleva a cabo en el mes de octubre, en ella se elaboran muchos diseños de piscuchas y se elevan hacia el cielo, todo esto envuelto en un ambiente festivo.	Acontecimientos programados	Otros	Ferias y exposiciones.
Parroquia San Pedro Apóstol	La parroquia San Pedro Apóstol, cuenta con pintorescos murales, en su exterior y en su interior que hacen que sea muy atractiva a la vista, sus fiestas patronales se celebran en honor al santo por el cual lleva el nombre.	Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares	

La Gruta del Cristo Negro	La Gruta del Cristo Negro en San Pedro Masahuat, El Salvador, es un sitio de gran devoción y turismo religiosos. Construida en 1953 por feligreses, conmemora el hallazgo del Cristo Negro en una de las pozas del río Sepaquiapa. Este lugar atrae peregrinaciones de católicos que acuden a la gruta para celebrar misas en honor al Cristo Negro	Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares	
Mirador Natural Buena Vista	Se encuentra ubicado en el Cantón Buena Vista al poniente de la ciudad, desde este se puede apreciar parte del caso urbano del distrito y parte de la zona costera del mismo.	Sitios naturales	Montañas	Altas montañas
Playa Las Hojas	Playa Las Hojas, conocida por su hermosa apariencia y ubicación cercana al Aeropuerto Internacional de Comalapa, es un destino popular por sus palmeras, arena, mar y sol.	Sitios naturales	Costa	Playa
Playa San Marcelino	Es una playa concurrida, especialmente por su proximidad a la Costa del Sol y su fácil acceso desde San Pedro Masahuat, esta playa se destaca por su arena gris y aguas cristalinas, lo que la hace atractiva para los visitantes que buscan disfrutar del mar y relajarse en un entorno natural.	Sitios naturales	Costa	Playa
Museo Municipal	El museo municipal presenta parte de la historia de El Salvador y cuenta con una pequeña colección de piezas arqueológicas e insumos de uso cotidiano que datan de hace muchas décadas atrás.	Museos y manifestaciones culturales	Museos	

Cerro El Tacuazín	Es un cerro que se encuentra compartido con el distrito de Santiago Nonualco, se encuentra ubicado en la zona norte de distrito de San Pedro Masahuat, en él se encuentra vegetación y paisajes naturales, es ideal para practicar senderismo y caminatas.	Sitios naturales	Montañas	Altas montañas
Rio Sepaquiapa	Este río es conocido por su significado religioso, ya que las riberas del Sepaquiapa son el lugar donde se celebra la devoción al Cristo Negro, anualmente, se lleva a cabo una romería en la que los fieles católicos peregrinan hasta este río para participar en misas y actividades religiosas, además de su importancia religiosa, el río Sepaquiapa es conocido por su entorno natural y pintoresco.	Sitios naturales	Rio	
Fiestas Titulares y Patronales de San Pedro Masahuat	El distrito de San Pedro Masahuat cuenta con dos fechas de celebración, en el mes de enero celebra sus fiestas Titulares en Honor al Cristo Negro y en el mes de junio celebra sus fiestas patronales en Honor a San Pedro Apóstol, en el marco de ambas celebraciones, se realizan diversas actividades religiosas y culturales, para la diversión de los pobladores y turistas.	Acontecimientos programados	Otros	Fiestas religiosas y profanas
Parque Rigoberto Rodezno	El parque se encuentra ubicado frente a la parroquia San Pedro Apóstol, en él se encontraban árboles, bancas y jardines, actualmente se encuentra en remodelación para mejorar su infraestructura, por lo que se espera cuente con más árboles, mejores bancas y una iluminación más adecuada.	Museos y manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Plaza

Plaza el Hermano Lejano	La plaza el hermano lejano fue construido por la comunidad de San Pedranos residentes en Houston, para conmemorar a todos los pobladores que han tenido que partir hacia otros países para mejorar sus condiciones de vida y cumplir sus sueños, la plaza cuenta con bancas ubicadas debajo de árboles, lo que ofrece un ambiente tranquilo y relajado para las personas que lo visitan.	Museos y manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Plaza
Bocana del rio Jiboa	En esta bocana el rio Jiboa se une con el mar, en dicha bocana se destaca el avistamiento de aves migratorias y locales, en su mayoría acuáticas costero-marinas.	Sitios naturales	Rio	
SAN LUIS TALPA				
ATRACTIVO Y/O RECURSO	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Las Bocanitas	Las bocanitas hace referencia a una sección de la playa Amatecampo, que linda con la bocana del rio Huiza, esta extensión de playa es de carácter privado, ofrece un entorno natural abundante y alejado del bullicio de la ciudad.	Sitios naturales	Costas	Playa
Bocana el Pimental	La bocana el mar ingresa hacia los manglares que se encuentran en una franja del distrito, en ella se forman pequeñas pozas en las que las personas pueden disfrutar del agua del mar y además de las vistas hacia el mar.	Sitios naturales	Costas	Bahía

Festival del Sambo	El festival del sambo se lleva a cabo en el mes de octubre, en él se prepara una serie de platillos a base de pez sambo, esto se acompaña de un clima festivo en el que se realizan bailes y diversas dinámicas para alegrar a los visitantes.	Acontecimientos programados	Otros	Gastronomía
Festival del Loroco y el Plátano	En dicho festival se ofertan variedad de productos elaborados a base de plátano y loroco elaborados por lugareños del distrito, además se disfruta de un ambiente festivo con música y dinámicas.	Acontecimientos programados	Otros	Gastronomía
Parroquia San Luis Rey de Francia	Es la parroquia Principal del distrito, fue construida en el año de 1987, se encuentra ubicada en la entrada hacia el casco urbano del distrito de San Luis Talpa.	Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares	
Playa Amatecampo	Playa Amatecampo es una hermosa playa ubicada en la costa de El Salvador, específicamente en el departamento de La Paz. Esta playa es conocida por su entorno natural tranquilo y su ambiente relajado, lo que la convierte en un destino popular para aquellos que buscan escapar del bullicio de la ciudad y disfrutar de unas vacaciones tranquilas junto al mar.	Sitios naturales	Costas	Playa
Playa La Zunganera	La Zunganera es una playa popular en El Salvador, reflejando la cultura de San Luis Talpa. Ofrece opciones de comida asequible y es ideal para un plan de aventura y campamento. La playa atrae a los visitantes por su entorno natural y la posibilidad de interactuar con la comunidad local.	Sitios naturales	Costas	Playa

Playa Pimental	Esta playa destaca por su serenidad, siendo menos concurrida en comparación con otras playas salvadoreñas. Sus aguas son cálidas, de oleaje moderado, lo que la hace preferida por surfistas.	Sitios naturales	Costa	Playa
Casa de Jesús	La casa de Jesús es una capilla ubicada en la plaza el Carmen, es un espacio que cuenta con espacio para realizar oración, cuenta con bancas para poder sentarse y orar tranquilamente en la comodidad de la capilla, la cual cuenta con aire acondicionado y amenidades para la comodidad del visitante.	Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares	
Fiestas Patronales de San Luis Talpa	Las fiestas patronales de San Luis Patronales se celebran a finales del mes de noviembre, en honor a su patrono San Luis Rey de Francia, en el marco de esta celebración se realizan procesiones, desfiles y diferentes actividades que permiten que los pobladores y turistas que visitan el distrito en esas fechas disfruten y conmemoren los actos religiosos y culturales.	Acontecimientos programados	Otros	Fiestas religiosas y profanas
Parque Municipal de San Luis Talpa	Dentro del parque se pueden encontrar juegos para niños, abundantes árboles, algunos chalets, y un auditorio para que se realicen eventos dentro del parque.	Museos y manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Plaza
Plaza El Carmen	Plaza el Carmen cuenta con bancas y arboles de sombra, que permiten que sea un lugar descanso, posee un pequeño escenario y cuenta con acceso a la Casa de Jesús.	Museos y manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Plaza

Fuente: Elaboración Propia

3. Priorización de los recursos o atractivos turísticos

En esta etapa del inventario, es esencial destacar los recursos y/o atractivos identificados en la lista inicial, esto debe realizarse utilizando criterios específicos que permitan evaluar, a través de un enfoque cuantitativo, cuáles de estos recursos son los más importantes y tienen el mayor potencial para ser aprovechados en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, para que poder enfocar los esfuerzos en estos recursos y poder tener mayores oportunidades de éxito atrayendo visitantes y dinamizando a los distritos.

a. Criterios de priorización

Para la priorización se tomarán en cuenta los siguientes criterios:

- **Seguridad (S):** Este criterio se refiere a las medidas y prácticas implementadas para garantizar la seguridad y bienestar de los turistas durante su visita.
- **Atractivo (A):** Hace referencia a la singularidad, atractivo visual o experiencia que puede brindar, el destino, haciéndolo atractivo y deseable para los turistas.
- **Estado de conservación (EC):** Este criterio en turismo hace referencia a la condición y mantenimiento de los recursos turísticos, incluyendo tanto los naturales como los culturales y construidos.
- **Accesibilidad (AC):** Este criterio hace referencia, a la facilidad de acceso que se tiene hacia el recurso, tomando en cuenta transporte, infraestructura vial y servicios de apoyo para asegurar que todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, puedan disfrutar de la experiencia turística de manera cómoda y segura
- **Grado de aprovechamiento (GA):** Este criterio hace referencia al interés y a la capacidad de los pobladores para desarrollar en el destino actividades que permitan su explotación comercial que genere beneficios económicos, sociales y ambientales.

Para la evaluación de manera cuantitativa de los criterios se utiliza una escala de asignación del 1 al 5, como se cómo se presenta en la tabla siguiente:

Tabla 33: Escala de asignación de criterios de inventario preliminar.

NIVEL	JUSTIFICACIÓN	VALOR
Aceptable	El recurso cumple con parte del criterio establecido, pero debe mejorarse notablemente el cumplimiento de el mismo.	1
Normal	El recurso cumple con el criterio establecido, pero aún existe algunos incumplimientos de el mismo.	2
Bueno	El recurso cumple de manera adecuada con el criterio, pero existe oportunidad de mejora.	3
Muy bueno	El criterio se cumple de muy buena manera, haciendo que no existan fallas en el cumplimiento de mismo.	4
Excepcional	El recurso cumple de manera completa y excepcional el criterio.	5

Fuente: Elaboración propia

El proceso de asignar un valor específico a cada criterio facilita el cálculo tanto de la representatividad y del potencial de aprovechamiento, a continuación, se muestra la manera de cálculo de estos.

- **Representatividad(R)**

$$R = S + A$$

Donde:

S = Singularidad

A = Atractivo

- **Potencial de Aprovechamiento (PA)**

$$PA = EC + A + GA$$

Donde:

EC = Estado de Conservación

A = Accesibilidad

GA = Grado de Aprovechamiento

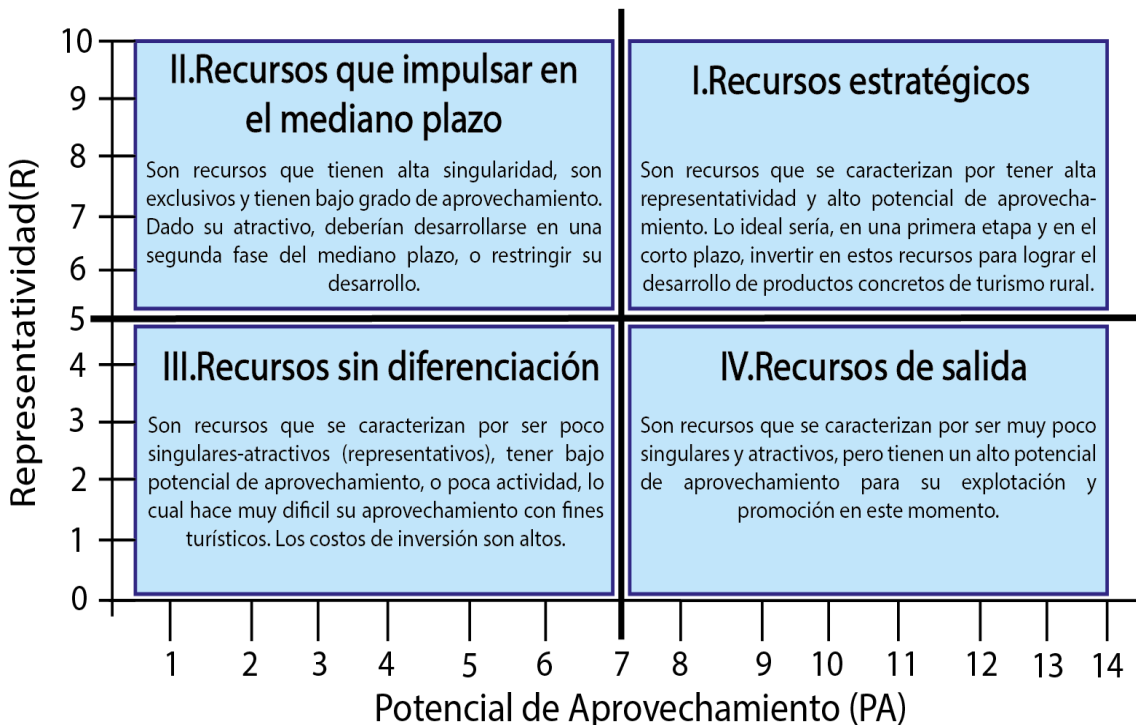
La obtención de estas variables mediante la priorización de los recursos municipales según los criterios establecidos servirá como un filtro para clasificar los recursos en cuatro categorías:

- I. Recursos estratégicos

- II. Recursos que impulsar en el mediano plazo
- III. Recursos sin diferenciación
- IV. Recursos de salida.

A continuación, se presentará la definición de cada una de estas categorías y la estrategia genérica para cada cuadrante en la matriz propuesta.

Ilustración 40: Matriz de categorías de los recursos



Fuente: Elaboración Propia

Tomando en cuenta los criterios establecidos, se procederá a clasificar el inventario preliminar de recursos que se ha obtenido, para lo que se realizó una visita previa a algunos de ellos para poder observar de primera mano la manera en que estos se encontraban y poder tener un juicio más acertado sobre ellos y a los que no se pudo acceder, se entrevistó a personas residentes de los distritos que tienen conocimiento sobre estos y con ayuda de ellos se determinó, las calificaciones.

La manera de ubicarlos es según el puntaje que estos obtengan en su representatividad y en su Potencial de aprovechamiento.

Se dará inicio con la priorización de los recursos con los que cuentan los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.

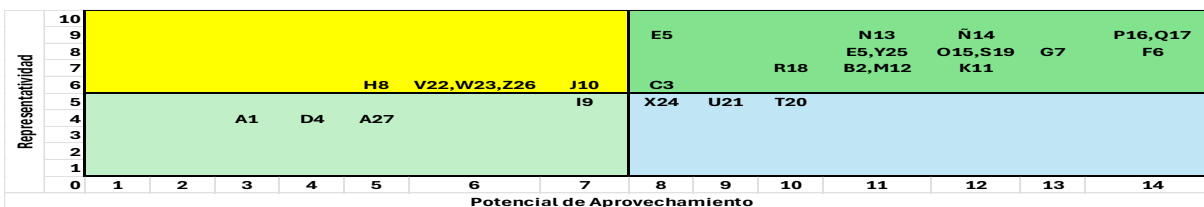
Tabla 34: Calificación de los recursos

PRIORIZACIÓN DE RECURSOS								
CODIGO	RECURSO	CRITERIO						
		S	A	EC	AC	GA	R	PA
A1	Ausoles	1	3	1	1	1	4	3
B2	Parroquia San Pedro Apóstol	4	3	3	4	4	7	11
C3	La Gruta del Cristo Negro	2	4	3	2	3	5	8
D4	Mirador Natural Buena Vista	1	2	2	1	1	3	4
E5	Playa Las Hojas	3	5	3	4	4	8	11
F6	Playa San Marcelino	4	5	4	5	5	9	14
G7	Museo Municipal	5	3	5	5	3	8	13
H8	Cerro El Tacuazín	2	4	3	1	1	5	5
I9	Rio Sepaquiapa	2	3	3	2	2	5	7
J10	Las Bocanitas	3	3	2	3	2	6	7
K11	Parroquia San Luis Rey de Francia	4	3	4	5	3	7	12
M12	Playa Amatecampo	3	4	4	4	4	7	11
N13	Playa La Zunganera	4	5	4	4	3	9	11
Ñ14	Playa Pimental	4	5	4	4	4	9	12
O15	Casa de Jesús	5	3	5	5	2	8	12
P16	Fiestas Patronales San Luis Talpa	4	5	5	5	4	9	14
Q17	Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat	4	5	5	5	4	9	14
R18	Parque Rigoberto Rodezno	3	4	2	4	4	7	10
S19	Plaza El Carmen	4	4	4	5	3	8	12
T20	Parque Municipal San Luis Talpa	3	2	3	4	3	5	10
U21	Plaza El Hermano Lejano	3	2	4	3	2	5	9
V22	Festival del Sambo	3	3	1	4	1	6	6
W23	Festival del Loroco y el Plátano	3	3	1	4	1	6	6
X24	Bocana El Pimental	3	2	2	4	1	5	7
Y25	Noches de playa San Marcelino	4	4	1	5	5	8	11
Z26	Festival de la piscucha	3	3	1	4	1	6	6
AA27	Bocana del rio Jiboa	2	2	1	3	1	4	5

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra como quedan clasificados cada uno de los recursos turísticos con los que cuentan el distrito de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.

Ilustración 41: Priorización de los atractivos turísticos de los distritos.



Fuente: Elaboración propia

Según su ubicación en la matriz los resultados son los siguientes:

Tabla 35: Resultados de la priorización de atractivos turísticos

II Recursos que impulsar en el mediano plazo	I Recursos estratégicos
<ul style="list-style-type: none"> • Cerro El Tacuazín • Las bocanitas • Festival del Sambo • Festival del Loroco y el plátano • Festival de la piscucha 	<ul style="list-style-type: none"> • La Gruta del Cristo Negro • Playa Las Hojas • Parroquia San Pedro Apóstol • Museo Municipal • Playa San Marcelino • Playa La Zunganera • Playa Amatecampo • Playa El Pimental • Parroquia San Luis Rey de Francia • Casa de Jesús • Fiestas patronales San Luis Talpa • Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat • Parque Rigoberto Rodezno • Noches de playa San Marcelino
III Recursos sin diferenciación	IV Recursos de salida
<ul style="list-style-type: none"> • Ausoles • Mirador Natural Buena Vista • Rio Sepaquiapa • Bocana del rio Jiboa 	<ul style="list-style-type: none"> • Parque Municipal San Luis Talpa • Plaza El Hermano Lejano • Bocana El Pimental

Fuente: Elaboración Propia

Se observa que los distritos cuentan con 15 recursos estratégicos, de los cuales 5 son playas y los restantes hacen atribución a cultura por lo que se puede decir que estos distritos cuentan con una gran tendencia hacia el turismo cultural y turismo de sol y playa, esto se comprobara al analizar y clasificar los atractivos.

4. Clasificación, análisis y selección de información

Es crucial clasificar adecuadamente cada uno de los atractivos para registrarlos correctamente, para ello, se llevará a cabo una revisión de la clasificación preliminar asignada a cada recurso, este proceso implicará recopilar información sobre cada atractivo y registrarla en una ficha que permitirá organizar la información de manera ordenada, a continuación, se presenta el formato de ficha a utilizar


Tabla 36: Ficha de registro de información de recurso turístico

FICHA DE REGISTRO				
Nombre del atractivo		Categoría	Tipo	Subtipo
Fotografía				
Descripción				
UBICACIÓN				
Departamento				
Municipio				
Distrito				
Cantón				
Distancia desde el área urbana				
CARACTERÍSTICAS				
Medios de acceso				
Grado de Aprovechamiento Actual				
Posibilidad de explotación turística				
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico				
Relación con otros recursos				

Fuente: Elaboración Propia

Esta ficha se utilizará para contener la información recolectada de cada atractivo.


Tabla 37: Ficha de registro Playa Amatecampo

FICHA DE REGISTRO PLAYA AMATECAMPO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Playa Amatecampo	Sitios Naturales	Costa	Playa
Fotografía	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 42: Playa Amatecampo</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>Playa Amatecampo es una hermosa playa ubicada en la costa de El Salvador, específicamente en el departamento de La Paz, esta playa es conocida por su entorno natural tranquilo y su ambiente relajado, lo que la convierte en un destino popular para aquellos que buscan escapar del bullicio de la ciudad y disfrutar de unas vacaciones tranquilas junto al mar,</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Cantón/Barrio	Cantón Amatecampo		
Distancia al caso urbano del distrito	10.8km		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso hacia playa Amatecampo se puede realizar por medio de vehículo propio, o caminando, ya que el pick up de transporte público</p>		

	pasa, por el desvió hacia la playa y sigue su trayecto hacia playa el pimental.
Grado de Aprovechamiento Actual	En la actualidad la Playa Amatecampo tiene un aprovechamiento medio, ya que gran parte de esta es utilizada por ranchos privados, los cuales pueden ser alquilados por los turistas para hacer uso de sus instalaciones y disfrutar de la belleza de la playa.
Posibilidad de explotación turística	La Playa Amatecampo tiene un alto potencial de explotación turística debido a su belleza natural y su ambiente sereno. Se pueden desarrollar actividades adicionales como deportes acuáticos, excursiones ecológicas, y eventos culturales para atraer a más turistas.
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	La calle que conduce a cada uno de los ranchos ubicados en la playa se encuentra en mal estado, por lo que requiere intervención en este ámbito, además se debe mejorar el acceso al transporte público.
Relación con otros recursos	La Playa Amatecampo tiene como vecinas a las playas La Zunganera y Playa el Pimental por lo que se encuentra relacionada directamente con estas.

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 38: Ficha de registro Playa La Zunganera

FICHA DE REGISTRO PLAYA LA ZUNGANERA			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Playa La Zunganera	Sitios Naturales	Costa	Playa
Fotografía	<i>Ilustración 43: Playa la Zunganera</i>		
			
	<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		
Descripción	<p>La Zunganera es una playa popular en El Salvador, reflejando la cultura de San Luis Talpa. Ofrece opciones de comida asequible y es ideal para un plan de aventura y campamento. La playa atrae a los visitantes por su entorno natural y la posibilidad de interactuar con la comunidad local.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Cantón/Barrio	Cantón Zunganera		
Distancia al casco urbano del distrito	8.8 km d		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso a playa la Zunganera se puede hacer por medio de vehículo propio, puede ser sedan ya que la calle se encuentra en muy buen estado, en cuanto al transporte público, se debe acceder mediante pick up.</p>		

<p>Grado de Aprovechamiento Actual</p>	<p>El grado de aprovechamiento es medio ya que actualmente es utilizada por turistas locales y extranjeros, especialmente para actividades de recreación. El recientemente inaugurado malecón ha mejorado la infraestructura disponible, facilitando el acceso y proporcionando un espacio más seguro para los visitantes</p>
<p>Posibilidad de explotación turística</p>	<p>Tiene un alto potencial de explotación turística debido a su atractivo natural y su proximidad a la comunidad local. Las actividades adicionales podrían incluir excursiones guiadas, deportes acuáticos, y eventos culturales que resalten la cultura de San Luis Talpa.</p>
<p>Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoras en la infraestructura: Construcción de áreas de descanso que cuenten con los servicios básicos. • Promoción y marketing: Campañas para atraer a más turistas nacionales internacionales. • Seguridad: Incrementar la presencia de personal de seguridad y servicios de emergencia
<p>Relación con otros recursos</p>	<p>La playa está cercana a otros sitios turísticos en el departamento de La Paz, como otras playas y parques naturales, lo que permite la creación de rutas turísticas integradas que puedan aumentar la estancia y gasto de los visitantes.</p>

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 39: Ficha de registro Playa El Pimental.

FICHA DE REGISTRO PLAYA EL PIMENTAL			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Playa Pimental	Sitios Naturales	Costa	Playa
Fotografía	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 44: Playa El Pimental</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>Esta playa destaca por su serenidad, siendo menos concurrida en comparación con otras playas salvadoreñas. Sus aguas son cálidas, de oleaje moderado, lo que la hace preferida por surfistas</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Cantón/Barrio	Cantón El Pimental		
Distancia al casco urbano del distrito	11.9km		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso a playa El Pimental se puede hacer por medio de vehículo propio, puede ser sedan ya que la calle se encuentra en muy buen estado, en cuanto al transporte público, se debe acceder mediante pick up.</p>		
Grado de Aprovechamiento Actual	<p>Actualmente, Playa Pimental es frecuentada tanto por locales como por turistas internacionales. Sin embargo, no está tan desarrollada como otras</p>		

	playas del país, lo que contribuye a su encanto como destino tranquilo y menos masificado
Posibilidad de explotación turística	Playa Pimental tiene un alto potencial para el desarrollo turístico. Con la inversión adecuada en infraestructura y servicios turísticos, puede convertirse en un destino destacado para el ecoturismo, el surf y el turismo de bienestar.
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura: Construcción de un malecón que permita que se tenga acceso a pequeños restaurantes y servicios básicos. • Alojamiento: Desarrollo de alojamientos ecológicos y hoteles boutique que mantengan la integridad del entorno natural. • Promoción: Campañas de marketing dirigidas al mercado nacional e internacional para atraer a turistas interesados en experiencias naturales y sostenibles. • Seguridad: Mejora de las medidas de seguridad en la playa y sus alrededores para garantizar una estancia segura para todos los visitantes.
Relación con otros recursos	Playa Pimental se encuentra cerca de otras playas como lo es Playa La Zunganera, y Playa Amatecampo, por lo que se relacione directamente con estos recursos.

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 40: Ficha de registro parroquia San Luis Rey de Francia

FICHA DE REGISTRO PARROQUIA SAN LUIS REY DE FRANCIA		
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo y Subtipo
Parroquia San Luis Rey de Francia	Floklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares.
Fotografía	<p><i>Ilustración 45: Parroquia San Luis Rey de Francia</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>	
Descripción	<p>Esta parroquia es una iglesia católica que juega un papel central en la comunidad local. La iglesia ha estado activa de manera permanente desde 1995, según los registros de archivo de la nunciatura apostólica</p> <p>El distrito donde se ubica la parroquia tiene una rica historia que se remonta a finales del siglo XVIII, cuando fue poblado por familias de ladinos. La parroquia y la localidad están profundamente conectadas con la cultura y tradiciones religiosas de la región, actualmente se encuentra en remodelación, ya que se está construyendo el campanario, para poder anunciar las misas y diferentes actividades, la parroquia cuenta con amplias instalaciones, en su interior cuenta con salón de usos múltiples, Cancha de Fútbol, la cual a su vez sirve como escenario, este necesita atención ya que se encuentra un poco deteriorado.</p>	
UBICACIÓN		
Departamento	La Paz	
Municipio	La Paz Oeste	
Distrito	San Luis Talpa	
Cantón/Barrio	Barrio El centro	

Distancia al casco urbano del distrito	Se encuentra en el casco urbano
CARACTERISTICAS	
Medios de acceso	El acceso hacia la parroquia se puede realizar por medio de automóvil y por medio de transporte colectivo, ya que se encuentra en el casco urbano del distrito, por lo que las vías de acceso hacia ella se encuentran completamente asfaltadas.
Grado de Aprovechamiento Actual	Es bajo debido a que actualmente, la parroquia es un lugar de culto activo y un centro de reunión para la comunidad local, celebrando diversas actividades religiosas y sociales a lo largo del año
Posibilidad de explotación turística	La Parroquia San Luis Rey de Francia tiene un alto potencial para convertirse en un atractivo turístico, especialmente para aquellos interesados en el turismo religioso y cultural. Su historia y su papel en la comunidad la convierten en un sitio de interés para visitantes que buscan conocer más sobre las tradiciones y la fe de la región
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	Mejorar el interior de las instalaciones, en especial la cancha y escenario que tienen en su interior, ya que puede ser utilizado como sede para actos que puedan atraer a turistas y pobladores.
Relación con otros recursos	La Parroquia San Luis Rey de Francia puede integrarse en circuitos turísticos junto con otros sitios históricos y culturales de la región de La Paz, ofreciendo una experiencia completa a los visitantes interesados en la historia y las tradiciones locales

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 41:Ficha de registro museo municipal San Pedro Masahuat

FICHA DE REGISTRO MUSEO MUNICIPAL DE SAN PEDRO MASAHUAT			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Museo Municipal	Museo y Manifestaciones Culturales	Museos	
Fotografía	<i>Ilustración 46: Museo Municipal</i>		
			
	<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		
Descripción	<p>El Museo Municipal de San Pedro Masahuat se encuentra al costado derecho del centro recreativo Masahuat. Este museo alberga una colección variada que incluye objetos precolombinos, artefactos históricos y otros elementos culturales que reflejan la rica herencia de la región, el horario de atención es de lunes a viernes, de 8:00 am a 4:00 pm.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Barrio El centro		
Distancia al casco urbano del distrito	El museo se encuentra en el casco urbano.		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso al museo se puede realizar por medio de transporte público y por medio de automóvil y motocicleta, ya que las calles de acceso hacia el</p>		

	mismo se encuentran asfaltadas, presentan algunos agujeros, pero en lo general se encuentra en buen estado.
Grado de Aprovechamiento Actual	Actualmente, el museo es utilizado como un recurso educativo y cultural tanto para locales como para visitantes.
Posibilidad de explotación turística	El museo tiene un alto potencial de explotación turística debido a su colección única y su ubicación céntrica. La mejora de su promoción y la diversificación de las actividades ofrecidas podrían atraer a más visitantes
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	Promoción: Desarrollar estrategias de marketing para incrementar la visibilidad del museo a nivel nacional e internacional. Programas Educativos: Implementar programas educativos y visitas guiadas para escuelas y turistas.
Relación con otros recursos	El Museo Municipal está relacionado con otros recursos turísticos en San Pedro Masahuat, como el Centro Recreativo Masahat y el río Sepaquiapa. La integración de estos recursos puede ofrecer una experiencia turística más completa y atractiva

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 42: Ficha de registro gruta del cristo negro

FICHA DE REGISTRO GRUTA DEL CRISTO NEGRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Gruta del Cristo Negro	Sitios Naturales	Grutas y Cavernas	
Fotografía	<i>Ilustración 47: Gruta del Cristo Negro</i>		
			
	<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		
Descripción	<p>La Gruta del Cristo Negro es un sitio religioso situado en el río Sepaquiapa, en San Pedro Masahuat. Este lugar alberga una imagen del Cristo Negro, venerado por los habitantes locales y visitantes. La gruta fue construida para proteger la imagen del Cristo y es un sitio de peregrinación y devoción, que es muy visitado por turistas y pobladores el 15 de enero, día en el que se realiza una misa en el lugar en honor al cristo negro.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Distancia al área urbana del distrito	800 metros		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso es en vehículo 4x4 o caminando, ya que la calle si bien es empedrada, presenta un alto grado de dificultad para que los vehículos transiten, al tener vueltas muy cerradas y pendientes muy pronunciadas.</p>		

<p>Grado de Aprovechamiento Actual</p>	<p>El sitio es actualmente un lugar de peregrinación popular, especialmente durante las festividades religiosas, es visitado por numerosos devotos que participan en las romerías y otros actos de fe</p>
<p>Posibilidad de explotación turística</p>	<p>Existe un alto potencial de explotación turística debido a la importancia religiosa y cultural del sitio. La promoción de la gruta como destino turístico puede atraer a más visitantes, tanto nacionales como internacionales, interesados en el turismo religioso y cultural</p>
<p>Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico</p>	<p>Infraestructura: Se debe mejorar la calle de acceso y construir un puente que permita cruzar de manera cómoda y segura hacia la gruta, puesto que actualmente, se debe cruzar el río en un puente improvisado con sacos de arena, lo cual dificulta que la personas que tengan alguna dificultad puedan acceder fácilmente a la gruta.</p> <p>Promoción: Desarrollar estrategias de marketing para incrementar la visibilidad de la gruta a nivel nacional e internacional.</p> <p>Además, se debe exponer la imagen del cristo negro durante todo año, ya que este solo se coloca para las fiestas patronales, durante el resto del año, únicamente se encuentra una cruz de hierro en el lugar en el que debería estar la imagen del cristo negro.</p>
<p>Relación con otros recursos</p>	<p>La Gruta del Cristo Negro está relacionada con otros recursos turísticos de San Pedro Masahuat, como el Museo Municipal y el Centro Recreativo Masahat. Integrar estos recursos en rutas turísticas puede ofrecer una experiencia más completa y atractiva para los visitantes</p>

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 43: Ficha de registro Rio Sepaquiapa

FICHA DE REGISTRO RIO SEPAQUIAPA				
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	
Rio Sepaquiapa	Sitios Naturales	Ríos		
Fotografía	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 48: Rio Sepaquiapa</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>			
Descripción	<p>El río Sepaquiapa, ubicado en San Pedro Masahuat, es un recurso natural de gran belleza paisajística, sus aguas cristalinas y su entorno natural lo convierten en un atractivo para los amantes de la naturaleza y la fotografía, en este rio los pobladores, crean poza con sacos de arena para poder bañarse en ellas y disfrutar de sus aguas cristalinas.</p>			
UBICACIÓN				
Departamento	La Paz			
Municipio	La Paz Oeste			
Distrito	San Pedro Masahuat			
Distancia al área urbana del distrito	800 metros			
CARACTERÍSTICAS				
Medios de acceso	El acceso es en vehículo 4x4 o caminando, ya que la calle si bien es empedrada, presenta un alto grado de dificultad para que los vehículos transiten, al tener vueltas muy cerradas y pendientes muy pronunciadas			
Grado de Aprovechamiento Actual	El río Sepaquiapa aún no se encuentra explotado turísticamente en su totalidad Actualmente, es visitado principalmente por lugareños y algunos turistas cuando se realiza la celebración del cristo			

	<p>negro, ya que la gruta del cristo negro se encuentra ubicada en dicho rio, por otra parte, es visitado por lugareños que buscan disfrutar de la tranquilidad y la belleza del entorno natural.</p>
<p>Posibilidad de explotación turística</p>	<p>Existe un gran potencial para desarrollar actividades turísticas en torno al río Sepaquiapa, como turismo ecológico, senderismo, observación de aves y fotografía de naturaleza. La promoción adecuada y el desarrollo de infraestructuras turísticas podrían atraer a más visitantes y generar beneficios económicos para la comunidad local.</p>
<p>Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico</p>	<p>Infraestructura: Creación parqueos y áreas de descanso que cuenten con los servicios básicos, para los turistas.</p> <p>Promoción: Se debe crear un plan de marketing que permita dar a conocer la belleza del rio, para que pueda ser conocido por más turistas tanto nacionales como internacionales.</p>
<p>Relación con otros recursos</p>	<p>El río Sepaquiapa se relaciona con otros recursos turísticos de San Pedro Masahuat, como la Gruta del Cristo Negro y el Museo Municipal. Integrar estos recursos en circuitos turísticos podría enriquecer la experiencia de los visitantes y promover un turismo más sostenible y diversificado.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 44: Ficha de registro ausoles en San Pedro Masahuat

FICHA DE REGISTRO AUSOLES			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Ausoles	Sitios Naturales	Termas	
Fotografía	<p><i>Ilustración 49:Ausoles de San Pedro Masahuat</i></p>  <p><i>Fuente: Historia de San Pedro Masahuat</i></p>		
Descripción	<p>Se encuentra en el Cantón El Sichauite y surgió en el año 2001 como resultado del terremoto, se dice que es una vena de agua del cerro redondo, se trata de un pequeño ausol ubicado entre la vegetación,</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Cantón El Sichauite		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso hacia el ausol es únicamente a pie, ya que se encuentra envuelto entre la naturaleza, la caminata hacia el lugar se vuelve difícil, al no contar con sendero, y sin ninguna señalización que permita guiarse hacia el lugar,</p>		
Grado de Aprovechamiento Actual	<p>No se aprovecha este recurso ya que se encuentra descuidado y retirado del casco urbano del distrito.</p>		
Posibilidad de explotación turística	<p>Se podrían generar tour guiados para educar a los visitantes sobre la geología, historia y ecología del área.</p>		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Infraestructura: Crear caminos para llegar a los ausoles, además construir una mejor infraestructura en él. Promoción: Crear campañas de publicidad que permitan dar a conocer el recurso a todas las personas</p>		
Relación con otros recursos	<p>El ausol se encuentra ubicado, alejado de los demás recursos del distrito, por lo que no cuenta con relación con otros recursos de este.</p>		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 45: Ficha de registro Parroquia San Pedro Apóstol

FICHA DE REGISTRO PARROQUIA SAN PEDRO APOSTOL			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Parroquia San Pedro Apóstol	Floklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares	
Fotografía	<i>Ilustración 50: Parroquia San Pedro Apóstol</i>		
			
	<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		
Descripción	<p>La parroquia San Pedro Apóstol, cuenta con pintorescos murales, en su exterior y en su interior que hacen que sea muy atractiva a la vista, sus fiestas patronales se celebran en honor al santo por el cual lleva el nombre, actualmente el parque que se ubica frente a la iglesia se encuentra en remodelación, con el fin de remodelar su infraestructura.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Barrio el centro		

CARACTERISTICAS	
Medios de acceso	Se puede acceder mediante transporte público y automóvil ya que la parroquia se encuentra ubicada en el casco urbano del pueblo, hacia ella se accede por medio de calle asfaltada, que se encuentra en buen estado.
Grado de Aprovechamiento Actual	El aprovechamiento que se presenta es considerable, ya que en ella se realizan la mayoría de las actividades religiosas de los pobladores que profesan la fe católica.
Posibilidad de explotación turística	Al ser la parroquia principal del distrito de San Pedro Masahuat se puede aprovechar su atractivo, al estar ubicada frente al parque, puede atraer a turistas que gustan por conocer la cultura y las tradiciones religiosas de cada distrito al que visitan.
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	Promoción: La parroquia necesita que se le dé un mayor realce, por medio de campañas publicitarias que puedan hacer que la parroquia sea conocida por turistas nacionales e internacionales.
Relación con otros recursos	Al encontrarse en el casco urbano, se encuentra cercana a el museo municipal y guarda relación también con el rio Sepaquiapa en específico con la gruta del cristo negro, puesto que forma parte de las tradiciones religiosas.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 46: Ficha de registro Mirador Natural Buena Vista

FICHA DE REGISTRO MIRADOR NATURAL BUENA VISTA			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Mirador Natural Buena Vista	Sitios Naturales	Montañas	Altas Montañas
Fotografía	<p><i>Ilustración 51: Mirador natural buena vista</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>El mirador se encuentra situado en las alturas del cantón Buena vista, desde este, se puede observar parte del casco urbano del distrito y parte de la zona costera del mismo.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Cantón Buena Vista		

CARACTERÍSTICAS	
Medios de acceso	El acceso hacia este mirador es por medio de caminatas, o por medio de vehículo 4x4, ya que el puente que se encuentra sobre el río no tiene la capacidad para soportar un automóvil, por lo que se debe cruzar el río con el vehículo, lo cual en meses de invierno se vuelve muy arriesgado.
Grado de Aprovechamiento Actual	Actualmente el mirador solo es conocido por pobladores del distrito y por algunos turistas, por lo que su aprovechamiento es casi nulo, ya que no cuenta con infraestructura para recibir turistas.
Posibilidad de explotación turística	Al contar con un clima agradable y unas hermosas vistas, podría instaurarse como un atractivo turístico.
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Infraestructura: Generar instalaciones con servicios básicos, y mejorar la calle para que pueda acceder vehículo con facilidad.</p> <p>Promoción: Campañas de publicidad, para dar a conocer el mirador a los turistas nacionales y extranjeros.</p>
Relación con otros recursos	Para llegar al mirador se pasa a través del río sepaquiapa, y se pasa cerca de la gruta del Cristo Negro, por lo cual tienen una íntima relación.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 47: Ficha de registro playa Las Hojas

FICHA DE REGISTRO PLAYA LAS HOJAS			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Playa Las Hojas	Sitios Naturales	Costa	Playa
Fotografía	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 52: Playa Las Hojas</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>Playa Las Hojas es caracterizada por su hermosa apariencia y su ubicación cercana al aeropuerto Internacional de Comalapa, en ella aún se puede observar destellos de la situación de inseguridad que vivió El Salvador hace algunos años, esta playa aún no se encuentra muy explotada comercialmente.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Cantón Las Hojas		
Distancia al casco urbano del distrito	25.7 km		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso puede realizarse mediante vehículo, o mediante transporte público, la calle que conduce a los ranchos es tipo balastro y cuando llueve se generan posas que dificultan el acceso de vehículos tipo sedan.</p>		

<p>Grado de Aprovechamiento Actual</p>	<p>Esta playa no se encuentra explotada en su totalidad, ya que en ella hay gran parte de ranchos privados y de acceso público.</p>
<p>Posibilidad de explotación turística</p>	<p>Al ser una playa, se puede explotar, todo el potencial que ofrece, puesto que el mar atrae a muchas personas que buscan refrescarse.</p>
<p>Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico</p>	<p>Infraestructura: Se debe generar infraestructura física que cuente con los servicios básicos necesaria para atender a los turistas, además se debe mejorar la infraestructura vial que se tiene.</p> <p>Promoción: Se debe crear campañas de publicidad que atraigan a los turistas a visitar el recurso.</p> <p>Seguridad: Se debe procurar que se perciba un ambiente de seguridad en la playa, brindando patrullajes en el área.</p>
<p>Relación con otros recursos</p>	<p>Se encuentra conectada por medio de una bocana a la playa el pimental y de igual manera, se encuentra conectada por una bocana con la playa San Marcelino.</p>

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 48: Ficha de registro de Playa San Marcelino

FICHA DE REGISTRO PLAYA SAN MARCELINO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Playa San Marcelino	Sitios Naturales	Costa	Playa
Fotografía	<p><i>Ilustración 53: Playa San Marcelino</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>La Playa San Marcelino es una playa concurrida por su proximidad a la costa del sol y su fácil acceso, esta playa se destaca por su arena gris y sus aguas cristalinas, en ella se encuentran algunos restaurantes que ofrecen diversos platillos, entre los cuales destacan, mariscos frescos como mariscadas, pescados rellenos de camarón, entre otros.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Cantón San Marcelino		
Distancia al casco urbano del distrito	30.8 KM		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso puede realizarse mediante vehículo, o mediante transporte público, la calle que conduce hacia dicha playa se encuentra asfaltada y en óptimo estado, por lo que es fácil acceder a ella.</p>		

<p>Grado de Aprovechamiento Actual</p>	<p>Esta playa se encuentra parcialmente aprovechada ya que en ella se cuenta con restaurantes y hoteles, pero existe parte de la playa que aún no está siendo explotada.</p>
<p>Posibilidad de explotación turística</p>	<p>Al ser una playa, se puede explotar, y contar con fácil acceso, se puede aprovechar todo el potencial que ofrece, puesto que el mar y una ruta de acceso en buen estado atrae a muchas personas que buscan disfrutar.</p>
<p>Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico</p>	<p>Infraestructura: Se debe mejorar la infraestructura existente para que pueda recibir de mejor manera a los turistas.</p> <p>Seguridad: Se debe procurar que se perciba un ambiente de seguridad en la playa, brindando patrullajes en el área.</p>
<p>Relación con otros recursos</p>	<p>Se encuentra conectada por medio de una bocana a la playa Las Hojas y se encuentra a la par de la Costa del Sol, perteneciente a San Luis La Herradura.</p>

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 49: Ficha de registro de cerro El Tacuazín

FICHA DE REGISTRO CERRO EL TACUAZIN			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Cerro El Tacuacín	Sitios Naturales	Montañas	Altas Montañas
Fotografía	<p><i>Ilustración 54: Cerro el Tacuazín</i></p>  <p><i>Fuente: Viajeros en San Pedro Masahuat</i></p>		
Descripción	<p>Se trata de un cerro que se encuentra compartido con el distrito de Santiago Nonualco, cuenta la historia que este cerro fue uno de los escondites que utilizó el Indio Anastasio Aquino, para refugiarse durante el levantamiento de los Nonualcos de 1833, desde el cerro se tienen muy buenas vistas de los alrededores del cerro y un clima agradable.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Cantón Barahona		
Distancia al casco urbano del distrito	8.4km		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso hacia el cerro es únicamente caminando, en vehículo se puede llegar hasta el cantón Barahona, a pesar de que la calle esta</p>		

	<p>pavimentada, presenta una considerable cantidad de baches.</p> <p>El acceso hacia el cerro se facilita desde el distrito de El Rosario de La Paz.</p>
Grado de Aprovechamiento Actual	<p>En la actualidad se cuenta con poco aprovechamiento del recurso, puesto que existen pocas caminatas de carácter turístico hacia el cerro, y no se cuenta con ninguna señalización o infraestructura que permita recibir turistas.</p>
Posibilidad de explotación turística	<p>Es ideal para la práctica de senderismo, caminatas y camping, el recorrido hasta su cima depende de la velocidad a la que se escale, pero se realiza en un máximo de 2 horas.</p>
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Infraestructura: Desarrollo de zonas de camping con todos los servicios básicos, y senderos señalizados para facilitar el ascenso de los turistas al cerro.</p> <p>Promoción: Crear campañas de publicidad del destino, para que este sea conocido por turistas nacionales e internacionales.</p> <p>Seguridad: Incrementar la seguridad en la zona, para garantizar la seguridad de los turistas que visiten el lugar.</p>
Relación con otros recursos	<p>El recurso no se encuentra relacionado con otros recursos del distrito de San Pedro Masahuat.</p>

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 50: Fiestas titulares y patronales de San Pedro Masahuat

FICHA DE FIESTAS TITULARES Y PATRONALES DE SAN PEDRO MASAHUAT			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat	Acontecimientos Programados	Otros	Fiestas Religiosas y Profanas
Fotografía	<p><i>Ilustración 55: Fiestas patronales de San Pedro Masahuat</i></p>  <p><i>Fuente: Alcaldía Municipal de La Paz Oeste</i></p>		
Descripción	<p>En el distrito se celebran las Fiestas Titulares del 6 al 15 de enero en Honor al Cristo Negro, en ellas se realizan diferentes actividades, como elección de la reina del distrito, desfiles en los cuales se tiene la presencia de los tradicionales personajes mitológicos, además se realiza un carnaval bailable, en el que diversas agrupaciones se hacen presentes para deleitar a los asistentes con sus canciones.</p> <p>Por otra parte, en el ámbito religioso se realiza una peregrinación hacia la gruta del Cristo Negro, en la que el 15 de enero se realiza una misa en la gruta del cristo negro, en honor al mismo.</p> <p>El distrito además celebra sus fiestas patronales en honor a San Pedro Apóstol del 24 al 29 de junio en el cual se tiene elección de la reina y princesa de las fiestas patronales, torneos de futbol, desfile tradicional del correo, con diferentes espectáculos, además se realizan juegos</p>		

	<p>tradicionales, como el palo encebado, Tesoro Escondido, Carrera de cintas, entre otros.</p> <p>Por otra parte, en el ámbito religioso se realiza la cofradía a San Pedro Apóstol, en la que se realiza repartición de comida, misa, quema de pólvora y para finalizar las fiestas se realiza un baile de Gala en las calles principales del casco urbano del distrito</p>
UBICACIÓN	
Departamento	La Paz
Municipio	La Paz Oeste
Distrito	San Pedro Masahuat
CARACTERÍSTICAS	
Grado de Aprovechamiento Actual	Tienen un buen grado de aprovechamiento, puesto que, dentro de esas fechas, el distrito recibe gran cantidad de turistas, que llegan a disfrutar de las celebraciones y a vivir el fervor de las tradiciones.
Posibilidad de explotación turística	Al contar con una gran riqueza cultural entorno a sus fiestas titulares y patronales, se puede explotar aún más esa riqueza, dándola a conocer a más personas durante el periodo de las fiestas.
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	Se debe enriquecer el entorno cultural que tienen las fiestas, para poder empalmar el fervor religioso que envuelve las fiestas con la cultura del distrito.
Relación con otros recursos	Al atraer gran cantidad de turistas al distrito, tiene relación con todos los recursos del distrito, ya que en estas fechas los turistas pueden inclinarse con mayor facilidad a visitar los recursos turísticos del distrito.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 51: Ficha de registro de fiestas patronales de San Luis Talpa

FICHA DE REGISTRO DE FIESTAS PATRONALES DE SAN LUIS TALPA			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Fiestas Patronales San Luis Talpa	Acontecimientos Programados	Otros	Fiestas Religiosas y Profanas
Fotografía	<p><i>Ilustración 56: Fiestas patronales San Luis Talpa</i></p>  <p><i>Fuente: Historia de San Pedro Masahuat</i></p>		
Descripción	<p>Las fiestas patronales del distrito de San Luis Talpa se celebran del 16 al 28 de noviembre en honor a San Luis Rey de Francia, en el marco de estas fiestas, se realiza actividades como el desfile de los enmascarados, alboradas, quemas de pólvora, bailes populares, desfiles de carroza, desfile militar, coronación de la reina, torneos deportivos, además se instalan juegos mecánicos y se ofician misas, rezos bautizos y procesión con la imagen del santo patrono San Luis rey de Francia.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
CARACTERÍSTICAS			
Grado de Aprovechamiento Actual	<p>El grado de aprovechamiento es muy bueno puesto que, en el marco de las fiestas, el distrito recibe gran cantidad de turistas, que llegan a disfrutar de las actividades que se realizan.</p>		
Posibilidad de explotación turística	<p>Se cuenta con gran posibilidad de explotación turística, al utilizarlas para atraer mayor cantidad de turistas a la región y que estos puedan conocer más acerca de los atractivos que el distrito ofrece.</p>		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Para aumentar su aprovechamiento, se debe ampliar el abanico de actividades que se realizan e incluir actividades en las que se involucren sus playas, puesto que son los principales recursos turísticos del distrito.</p>		
Relación con otros recursos	<p>Por su naturaleza atrae una gran cantidad de turistas al distrito, por lo que tiene relación con todos los recursos del distrito, ya que en estas fechas los turistas pueden animarse a conocer los recursos turísticos del distrito.</p>		


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 52:Ficha de registro casa de Jesús

FICHA DE REGISTRO CASA DE JESÚS			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Casa de Jesús	Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares.	
Fotografía	<p><i>Ilustración 57: Casa de Jesús</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>Es una capilla de oración, en la que se encuentran imágenes de Jesús de la Divina Misericordia, la Virgen de Guadalupe y otros santos de la iglesia católica, la capilla cuenta con aire acondicionado y acogedoras instalaciones, con bancas para poder realizar oración y reflexión</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Cantón/Barrio	Barrio El Centro		
Distancia al casco urbano del distrito	Se encuentra en el casco urbano		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	El acceso puede realizarse mediante todo tipo de vehículo y mediante transporte público, ya que las calles para acceder se encuentran en buen estado.		
Grado de Aprovechamiento Actual	La casa de Jesús pasa abierta todo el tiempo, pero pasa desapercibida, por lo que no se le da el realce que podría llegar a tener, al contar con un interior tan acogedor y agradable.		
Posibilidad de explotación turística	Se puede llegar a constituir como un lugar de oración y de reflexión para todos los turistas que buscan visitar destinos religiosos.		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	Promoción: Se debe generar campañas publicitarias que permitan que la Casa de Jesús sea conocida por turistas nacionales e internacionales, puesto que cuenta con un ambiente sereno para poder recibir a los turistas que la visiten.		
Relación con otros recursos	La Casa de Jesús se encuentra a pocos metros de la parroquia Sn Luis Rey de Francia, y a la entrada de la calle que conduce hacia las playas de San Luis Talpa, por lo que se relacionan íntimamente.		


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 53: Ficha de registro parque Rigoberto Rodezno

FICHA DE REGISTRO PARQUE RIGOBERTO RODEZNO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Parque Rigoberto Rodezno	Museos y manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Plaza
Fotografía	<p><i>Ilustración 58: Parque Rigoberto Rodezno</i></p>  <p><i>Fuente: Alcaldía municipal de La Paz Oeste</i></p>		
Descripción	<p>El parque se encuentra frente a la Parroquia San Pedro Apóstol y muy cerca de la Alcaldía, actualmente se encuentra en remodelación, se espera que, con esa remodelación, pueda ofrecer un espacio rodeado de árboles y fresca para que los habitantes puedan disfrutar de un momento ameno.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Barrio El Centro		
Distancia al casco urbano del distrito	Se encuentra en el Casco Urbano.		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	<p>El acceso se puede realizar mediante todo tipo de vehículo, o por medio de transporte público, la calle que conduce hacia el parque se encuentra asfaltada, presenta algunos baches, pero nada que impida el acceso de cualquier tipo de automóvil.</p>		
Grado de Aprovechamiento Actual	<p>El parque se encuentra en remodelación, por lo que no puede ser visitado, se espera que, con la remodelación, pueda atraer a una mayor cantidad de personas hacia él.</p>		
Posibilidad de explotación turística	<p>Con la nueva imagen que tendrá el parque, podrá ser utilizado como punto de reunión para los turistas que visitan el distrito.</p>		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Promoción: Se debe generar campañas de promoción para este, para que pueda atraer una mayor cantidad de turistas, puesto que, con su nueva remodelación, quedara listo para recibir de mejor manera a estos.</p>		
Relación con otros recursos	<p>El parque se encuentra relacionado directamente con la parroquia san Pedro Apóstol y puede servir de punto de partida para visitar el Río Sepaquiapa y la gruta del cristo negro.</p>		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 54: Ficha de registro de plaza El Carmen

FICHA DE REGISTRO PLAZA EL CARMEN			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Plaza el Carmen	Museos y manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Plaza
Fotografía	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 59: Plaza El Carmen</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>El parque se encuentra en la entrada al distrito de San Luis Talpa, cuenta con bancas, arboles de sombra, baños y un pequeño escenario, el clima bajo los árboles se vuelve fresco y agradable.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Cantón/Barrio	Barrio El Centro		
Distancia al casco urbano del distrito	Se encuentra en el Casco Urbano.		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	El acceso se puede realizar mediante todo tipo de vehículo, o por medio de transporte público, la calle que conduce hacia el parque se encuentra asfaltada y en muy buen estado-		
Grado de Aprovechamiento Actual	El aprovechamiento que tiene el parque es intermedio, puesto que en este es utilizado únicamente por las personas locales.		
Posibilidad de explotación turística	Al contar con un pequeño escenario, se podría realizar eventos culturales para dar a conocer lo que el distrito tiene para ofrecer		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Infraestructura: Se debe equipar el escenario que se tiene para que este pueda albergar eventos de toda índole.</p> <p>Promoción: Se debe generar campañas de promoción para este, para que pueda atraer turistas.</p>		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 55: Ficha de registro Parque Municipal de San Luis Talpa.

FICHA DE REGISTRO PARQUE MUNICIPAL DE SAN LUIS TALPA			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Parque municipal San Luis Talpa	Museos y manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Plaza
Fotografía	<p><i>Ilustración 60: Parque Municipal San Luis Talpa</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>El parque se encuentra en la entrada a las playas del distrito, cuenta con bancas, arboles de sombra cancha de futbol sintética, juegos para niños, gimnasio municipal y algunos chalets, en él se encuentra el Auditorio municipal y la casa de la cultura de San Luis Talpa.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Cantón/Barrio	Barrio El Centro		
Distancia al casco urbano del distrito	Se encuentra en el Casco Urbano.		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	Se puede acceder mediante todo tipo de vehículo, o por medio de transporte público, la calle que conduce hacia el parque se encuentra asfaltada y en muy buen estado-		
Grado de Aprovechamiento Actual	El parque es utilizado por las personas locales, para descansar y reunirse por momentos con sus amigos y conocidos, para pasar un momento divertido y relajante.		
Posibilidad de explotación turística	Al contar con un pequeño auditorio, se podría realizar eventos culturales que den a conocer todo lo que el distrito tiene para ofrecer, además de cuenta con la casa de Jesús por lo que se podría generar actividades religiosas dentro de la plaza.		


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 56: Ficha de registro Plaza el hermano lejano

FICHA DE REGISTRO PLAZA EL HERMANO LEJANO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Plaza el Hermano Lejano	Museos y manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Plaza
Fotografía	<i>Ilustración 61: Plaza el hermano lejano</i>		
	 <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>La Plaza El Hermano Lejano, cuenta con una fuente, y bancas para descansar bajo la sombra de árboles de almendro, además en ella se encuentra una pequeña capilla, la cual se abre en ocasiones especiales, esta plaza fue construida con ayuda de los san Pedranos residentes en el exterior, quienes aportaron dinero para construirla.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Barrio El Centro		
Distancia al casco urbano del distrito	Se encuentra en el Casco Urbano.		
CARACTERÍSTICAS			
Medios de acceso	A la plaza se puede acceder mediante todo tipo de vehículo, o por medio de transporte público, la calle está en buen estado		
Grado de Aprovechamiento Actual	El aprovechamiento es bajo, la plaza es utilizada por los pobladores para descansar y poder disfrutar de la sombra de los árboles, mientras conversan con sus amigos o conocidos.		
Posibilidad de explotación turística	La plaza es un lugar muy agradable a la vista, y en ella se puede pasar un rato ameno y tranquilo, por lo que puede ser utilizada como punto de reunión, o para realizar festivales gastronómicos.		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Infraestructura: Se debe construir parqueos adecuados para que las personas que llegan en vehículo.</p> <p>Promoción: Se debe generar campañas de promoción para este, para que esta plaza sea más conocida.</p>		


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 57: Ficha de festival del Sambo y el Camarón

FICHA DE REGISTRO DE FESTIVAL DEL SAMBO Y EL CAMARÓN			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Festival del Sambo y el camarón	Acontecimientos Programados	Otros	Gastronomía
Fotografía	<p><i>Ilustración 62: Festival del Sambo y el Camarón</i></p>  <p><i>Fuente: Archivo de alcaldía Municipal La Paz Oeste</i></p>		
Descripción	<p>El festival se lleva a cabo en la bocana del pimental, en este se realizan diversos platillos del pescado que lleva por nombre sambo, a este lo acompañan también una variedad de platillos de camarón, realizados por comerciantes de la bocana, además se tiene música en vivo y ambiente festivo para que los visitantes disfruten al máximo.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
CARACTERÍSTICAS			
Grado de Aprovechamiento Actual	<p>En la actualidad ya no se está realizando dicho festival, debido a que según manifiestan los comerciantes, ya no se tiene el apoyo por parte de la comuna para realizarlo.</p>		
Posibilidad de explotación turística	<p>Se cuenta con gran posibilidad de explotación turística, al utilizarlas para atraer mayor cantidad de turistas a la región y que estos puedan conocer más acerca de la gastronomía que San Luis Talpa tienen para ofrecer.</p>		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Se debe brindar apoyo logístico para realizar el festival, además se debe brindar promoción a el mismo para que la afluencia a este sea grande y se pueda tener un festival provechoso para los comerciantes de la bocana.</p>		
Relación con otros recursos	<p>El festival está íntimamente relacionado con la bocana del pimental, puesto que la misma sirve de escenario para que dicho festival se lleve a cabo, además está íntimamente relacionado con las playas del distrito ya que la bocana se encuentra al final de todas estas.</p>		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 58: Ficha de registro de festival del Loroco y el plátano

FICHA DE REGISTRO DE FESTIVAL DEL LOROCO Y EL PLATANO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Festival del Loroco y el plátano	Acontecimientos Programados	Otros	Gastronomía
Fotografía	<p><i>Ilustración 63: Festival del loroco</i></p>  <p><i>Fuente: Archivo de Alcaldía Municipal de La Paz Oeste</i></p>		
Descripción	<p>En este festival se presentan una variedad de platillos elaborados a base de loroco, y a base de plátano, estos platillos son elaborados por emprendedores y agricultores del distrito, quienes dan a conocer sus productos a través de dicho festival.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
CARACTERÍSTICAS			
Grado de Aprovechamiento Actual	<p>En la actualidad ya no se está realizando dicho festival, debido a que según manifiestan los comerciantes, ya no se tiene el apoyo por parte de la comuna para realizarlo.</p>		
Posibilidad de explotación turística	<p>Se cuenta con gran posibilidad de explotación turística, al utilizarlas para atraer mayor cantidad de turistas a la región y que estos puedan conocer más acerca de la gastronomía que San Pedro Masahuat tienen para ofrecer.</p>		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Se debe brindar apoyo logístico para realizar el festival, además se debe brindar promoción a el mismo para que la afluencia a este sea grande y que los productores y emprendedores del distrito puedan dar a conocer y comercializar sus productos.</p>		
Relación con otros recursos	<p>El festival está relacionado con la gastronomía del distrito, ya que San Pedro Masahuat tiene como principales cultivos el loroco y el plátano y dependiendo de la ubicación en la que se realice el festival, podría relacionarse con diversos recursos turísticos del distrito.</p>		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59: Ficha de registro de noches de playa en San Marcelino.




FICHA DE REGISTRO DE NOCHES DE PLAYA EN SAN MARCELINO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Noches de Playa en San Marcelino	Acontecimientos Programados	Otros	Vida nocturna
Fotografía	<p><i>Ilustración 64: Noche de playa en san Marcelino</i></p>  <p><i>Fuente: Pagina de Facebook San Pedro Masahuat</i></p>		
Descripción	<p>Las noches de playa, son también denominadas “lunadas” y se llevan a cabo en el periodo del verano en la playa San Marcelino, en estas lunadas se ofrece una variedad de alimentos y bebidas a los visitantes, todos servidos en mesas en la playa frente al mar, se denominan lunadas ya que el servicio se ofrece hasta las 2 de la madrugada y se tiene música a cargo de DJs que hacen que el ambiente se torne festivo, además se realizan caminatas guiadas hacia la bocana del río Jiboa.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
CARACTERÍSTICAS			
Grado de Aprovechamiento Actual	<p>Dicho festival se realiza en la temporada de verano, y es organizado por el comité de desarrollo turístico de San Marcelino, no se cuenta con apoyo de la alcaldía por lo que no se cuenta con los suficientes recursos para promocionarlo de manera adecuada, por lo que el grado de aprovechamiento es medio.</p>		
Posibilidad de explotación turística	<p>Se cuenta con gran posibilidad de explotación turística, ya que la vida nocturna es de interés para buena parte de las personas que visitan las playas.</p>		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	<p>Se necesita mayor promoción para que el festival pueda ser conocido a nivel nacional y logre atraer una mayor cantidad de visitantes.</p>		
Relación con otros recursos	<p>El festival está relacionado íntimamente con la playa San Marcelino ya que este es el escenario en la que se realiza, además se encuentra cercano a la bocana del río Jiboa.</p>		

Tabla 60: Ficha de registro de festival de la piscucha

FICHA DE REGISTRO DE FESTIVAL DE LA PISCUCHA			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Festival de la piscucha	Acontecimientos Programados	Otros	Ferias y exposiciones.
Fotografía	<p><i>Ilustración 65: Festival de la piscucha</i></p>  <p><i>Fuente: Pagina de Facebook San Pedro Masahuat</i></p>		
Descripción			
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
CARACTERÍSTICAS			
Grado de Aprovechamiento Actual	En la actualidad no se está realizando este festival, ya que no se cuenta con apoyo de alguna entidad para poder realizarlo, por lo que no se está aprovechando.		
Posibilidad de explotación turística	Tiene amplia potencia de explotación turística, ya que las piscuchas es juego típico que se realiza en todo el país, y genera nostalgia a las personas puesto que este juego se encuentra siendo olvidado poco a poco por las nuevas generaciones y este festival ofrece la posibilidad de revivir la tradición.		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	Se debe brindar apoyo logístico y con recursos monetarios para financiar las actividades del festival, además se debe realizar campañas de publicidad que permitan que el festival se dé a conocer a nivel nacional.		
Relación con otros recursos	El festival puede realizarse en el espacio de los recursos del distrito, por ejemplo, en sus playas y de esta manera brindarles una mayor promoción.		


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 61: Ficha de registro de bocana El Pimental

FICHA DE REGISTRO DE BOCANA EL PIMENTAL			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Bocana El Pimental	Sitios naturales	Costas	Bahía.
Fotografía	<p><i>Ilustración 66: Bocana el Pimental</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>La bocana del pimental es un lugar en el que el mar ingresa hacia la tierra hacia los manglares, esta permanece cerrada gran parte del año, y es abierta en caso de que la temporada lluviosa sea muy fuerte, para prevenir inundaciones, en este lugar se puede acceder a la playa y al manglar.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
CARACTERÍSTICAS			
Grado de Aprovechamiento Actual	Existen algunos comercios en la bocana, que se dedican a ofrecer platillos como pescados, cocteles entre otros, pero estos comercios carecen de energía eléctrica, agua potable y aguas negras.		
Posibilidad de explotación turística	Se tiene amplio potencial turístico, puesto que se tiene acceso a la playa y acceso al manglar, por lo que se puede en él se pueden ofrecer una gran variedad de actividades para realizar y en los comerciantes pueden ofrecer gastronomía de la zona.		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	Se debe facilitar el acceso a la energía eléctrica, agua potable y aguas negras a los comercios de la zona, para que puedan brindar un mejor servicio a los visitantes, además se deben generar campañas de publicidad que den a conocer a la bocana.		
Relación con otros recursos	La bocana se encuentra ubicada al final de las playas el pimental, y playa la Zunganera, por lo que está íntimamente relacionada con estos recursos.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 62: Ficha de registro bocana del rio Jiboa

FICHA DE REGISTRO BOCANA DEL RIO JIBOA			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Bocana del rio Jiboa	Sitios naturales	Costas	
Fotografía	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 67: Bocana del rio Jiboa</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>La bocana del rio Jiboa se caracteriza por ser un lugar en el cual se pueden observar diversidad de aves migratorias y locales, en su mayoría acuáticas costero-marina, en está el rio Jiboa une sus aguas con las del mar.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
CARACTERÍSTICAS			
Grado de Aprovechamiento Actual	En la actualidad la bocana se encuentra en estado de deterioro, no se cuenta con comercios en ella y el avistamiento de aves se ha visto reducido.		
Posibilidad de explotación turística	Al contar con acceso a la playa, al rio y al contar con la visita de algunas aves esporádicas, se podría volver atractivo para los visitantes.		
Intervenciones necesarias para su aprovechamiento turístico	Se debe generar infraestructura, que permita recibir a los visitantes, dentro de esta estructura, cabe mencionar, restaurantes, parqueo, y áreas de descanso que permitan a los visitantes disfrutar de su estadía en la bocana.		
Relación con otros recursos	La bocana se encuentra a la par de la playa San Marcelino, por lo que se relaciona de manera íntima con esta y podría ser relacionada con esta para poder potenciarlas.		

Fuente: Elaboración Propia

5. Evaluación de los atractivos

La evaluación de los atractivos es el examen crítico de los atractivos encontrados para establecer su interés turístico, sobre bases objetivas y comparables, asignándoles la correspondiente jerarquía. Las jerarquías se denominan de menor a mayor, estas se denominan desde la jerarquía 4 hasta la jerarquía 1, a continuación, se describe como estas se componen:

Tabla 63: Niveles de jerarquía de inventario turístico

JERARQUIA	DESCRIPCIÓN
5	Recurso turístico excepcional y gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes ya sea actuales o potenciales.
4	Recurso turístico que posee rasgos excepcionales, y que por sí solo, o en conjunto con recursos turísticos contiguos es capaz de motivar una corriente de visitantes nacionales y extranjeros.
3	Recursos turísticos que poseen algún rasgo llamativo, son capaces de interesar a visitantes de larga distancia que hubieren llegado a su zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales.
2	Recursos que poseen un rasgo de influencia mayor pero no lo suficiente para motivar por sí solos un viaje turístico, funcionan si se complementan con otros de mayor jerarquía, implican pernoctación en casos excepcionales.
1	Recurso turístico sin méritos suficientes para ser considerado al nivel de las jerarquías anteriores, por sus atributos, solo son conocidos a nivel local, pueden completar a otros de mayor jerarquía.

Fuente: OECA-SICATUR

Para poder asignar el nivel de jerarquía que posee un recurso turístico, se realizara una evaluación de cada uno de ellos, mediante 5 criterios de evaluación que permitirán realizar la jerarquización de una manera más objetiva, a continuación, se presentan dichos criterios:

- Singularidad
- Nivel de Integridad
- Acceso a servicios básicos
- Notoriedad turística
- Preferencia en la visita turística

A cada uno de los criterios se les asignará una ponderación y una escala de calificación que ayudará a calificar el valor de la ponderación que se le dará a cada criterio, a continuación, se describe uno a uno los criterios, empezando por el de Singularidad.

Tabla 64: Criterio de Singularidad

FICHA DE CRITERIO	
Nombre del criterio	Singularidad
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio evalúa la singularidad y distinción del recurso turístico en comparación con otros destinos o atracciones similares.	
CODIGO	PONDERACIÓN
S	2.5
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
El recurso no tiene características distintivas notables	1
El recurso tiene algunas características distintivas que lo diferencian de otros	2
El recurso posee características distintivas claras, que lo diferencian de la mayoría de los recursos turísticos.	3
El recurso tiene características muy distintivas que lo hacen destacar significativamente	4
El recurso tiene características extremadamente distintivas que no se encuentran en otros lugares	5

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 65: Criterio de Nivel de Integridad

FICHA DE CRITERIO	
Nombre del criterio	Nivel de Integridad
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio evalúa el nivel de integridad y conservación del recurso turístico, considerando su estado de preservación y mantenimiento a lo largo de los años.	
CODIGO	PONDERACIÓN
NI	1.5
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
El recurso ha sido significativamente alterado o deteriorado	1
El recurso ha sufrido alteraciones notables o deterioro	2
El recurso ha sido alterado en cierta medida, pero conserva la mayoría de sus características originales.	3
El recurso ha sido bien conservado o restaurado con precisión, manteniendo la mayoría de sus características originales	4
El recurso ha sido mantenido o restaurado a un estado casi original sin alteraciones significativas.	5

Tabla 66: Acceso a servicios básicos

FICHA DE CRITERIO	
Nombre del criterio	Acceso a servicios básicos
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio evalúa la disponibilidad y calidad de los servicios básicos necesarios para una experiencia turística satisfactoria	
CODIGO	PONDERACIÓN
ASB	1.5
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
Servicios esenciales como agua potable, electricidad y saneamiento son escasos o inexistentes.	1
Algunos servicios esenciales están disponibles, pero de manera inadecuada o insuficiente.	2
La mayoría de los servicios esenciales están disponibles, aunque puede haber algunas limitaciones o inconvenientes.	3
Todos los servicios esenciales están disponibles y son adecuados para satisfacer las necesidades de los visitantes.	4
Todos los servicios están disponibles, bien mantenidos y de alta calidad	5

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 67: Criterio de Notoriedad turística

FICHA DE CRITERIO	
Nombre del criterio	Notoriedad turística
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio evalúa el nivel de reconocimiento y fama del recurso turístico tanto a nivel local como nacional	
CODIGO	PONDERACIÓN
NT	2.5
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
El recurso es prácticamente desconocido fuera de su área inmediata.	1
El recurso es conocido principalmente a nivel local	2
El recurso es conocido a nivel regional y es mencionado en algunas guías turísticas.	3
El recurso es bien conocido a nivel nacional y tiene reconocimiento internacional.	4
El recurso es un destino turístico emblemático con reconocimiento	5

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 68: Criterio de preferencia en la visita turística

FICHA DE CRITERIO	
Nombre del criterio	Preferencia en la visita turística
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio evalúa el nivel de atracción y predisposición que tienen los visitantes hacia el recurso turístico en cuestión	
CODIGO	PONDERACIÓN
PVT	2
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
El recurso es raramente elegido como destino turístico	1
El recurso es ocasionalmente elegido como destino turístico	2
El recurso es frecuentemente elegido como destino turístico	3
El recurso es comúnmente elegido como destino turístico	4
El recurso es uno de los destinos turísticos más populares	5

Fuente: Elaboración Propia

Una vez teniendo claros los criterios a calificar y la escala con la que estos se evaluarán, se procede a realizar la calificación de los recursos turísticos.

Tabla 69: Evaluación de los recursos turísticos mediante los criterios establecidos

CRITERIO	PONDERACIÓN	Ausoles		Parroquia San Pedro Apóstol		La Gruta del Cristo Negro		Mirador Natural Buena Vista		Playa las Hojas		Playa San Marcelino		Museo Municipal		Cerro El Tacuazín		Casa de Jesús	
		Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total
S	2.5	4	10	3	7.5	4	10	1	2.5	2	5	3	7.5	3	7.5	3	7.5	3	7.5
NI	1.5	1	1.5	4	6	3	4.5	1	1.5	3	4.5	4	6	4	6	3	4.5	4	6
ASB	1.5	1	1.5	4	6	1	1.5	2	3	4	6	4	6	5	7.5	1	1.5	5	7.5
NT	2.5	2	5	3	7.5	3	7.5	2	5	4	10	5	12.5	3	7.5	3	7.5	2	5
PVT	2	2	4	2	4	3	6	2	4	4	8	4	8	3	6	2	4	1	2
	10		22		31		29.5		7		33.5		40		34.5		25		28

Fuente: Elaboración Propia

CRITERIO	PONDERACIÓN	Río Sepaquiapa		Las Bocanitas		Parroquia San Luis Rey de Francia		Playa Amatecampo		Playa La Zunganera		Playa El Pimental		Fiestas Patronales San Luis Talpa		Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat	
		Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total
S	2.5	2	5	2	5	2	5	3	7.5	3	7.5	3	7.5	3	7.5	4	10
NI	1.5	3	4.5	3	4.5	4	6	3	4.5	3	4.5	4	6	3	4.5	3	4.5
ASB	1.5	1	1.5	3	4.5	4	6	4	6	4	6	4	6	3	4.5	3	4.5
NT	2.5	2	5	2	5	3	7.5	4	10	4	10	5	12.5	4	10	4	10
PVT	2	2	4	3	6	2	4	4	8	3	6	4	8	3	6	4	8
	10		20		25		28.5		36		34		40		32.5		37

Fuente: Elaboración Propia

CRITERIO	PONDERACIÓN	Parque Rigoberto Rodezno		Plaza El Carmen		Parque Municipal de San Luis Talpa		Plaza El Hermano Lejano		Festival del Sambo y Camarón		Festival del Loroco y el Plátano	
		Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total
S	2.5	2	5	2	5	2	5	2	5	4	10	4	10
NI	1.5	3	4.5	3	4.5	3	4.5	4	6	2	3	2	3
ASB	1.5	4	6	5	7.5	3	4.5	2	3	2	3	3	4.5
NT	2.5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2	5
PVT	2	2	4	1	2	2	4	1	2	3	6	3	6
	10		24.5		24		23		21		27		28.5

Fuente: Elaboración Propia

CRITERIO	PONDERACIÓN	Noches de playa en San Marcelino		Festival de la piscucha		Bocana del río Jiboa		Bocana El Pimental	
		Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total
S	2.5	3	7.5	4	10	2	5	2	5
NI	1.5	3	4.5	3	4.5	1	1.5	1	1.5
ASB	1.5	4	6	3	4.5	1	1.5	1	1.5
NT	2.5	3	7.5	2	5	3	7.5	3	7.5
PVT	2	3	6	2	4	2	4	4	8
	10		31.5		28		19.5		23.5

Fuente: Elaboración Propia

Para asignar el nivel de jerarquía que un recurso tendrá, se hará uso de la puntuación obtenida en, y con base a ello se colocará dentro de los siguientes rangos:

Tabla 70: Rango de valores para cada jerarquía

JERARQUÍA	Rango de valoración
Jerarquía I	1-10
jerarquía II	11-20
Jerarquía III	21-30
Jerarquía IV	31-40
Jerarquía V	41-50

Fuente: Elaboración Propia

Con los rangos establecidos, se procede a colocar cada uno de los recursos en su jerarquía correspondiente, quedando de la siguiente manera:

Tabla 71: Jerarquización de los recursos de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat

NIVEL DE JERARQUIA	RECURSO
Jerarquía I	Mirador Natural Buena Vista
Jerarquía II	Rio Sepaquiapa
	Bocana del Rio Jiboa
Jerarquía III	Ausoles
	La Gruta del Cristo Negro
	Cerro el Tacuazin
	Casa de Jesús
	Las Bocanitas
	Parroquia San Luis Rey de Francia
	Parque Rigoberto Rodezno
	Plaza El Carmen
	Parque Municipal de San Luis Talpa
	Plaza el hermano Lejano
	Festival del Sambo y Camarón
	Festival del Loroco y el Plátano
	Festival de la piscucha
Bocana el Pimental.	
Jerarquía IV	Parroquia San Pedro Apóstol

	Playa Las Hojas
	Playa San Marcelino
	Museo Municipal
	Playa Amatecampo
	Playa La Zunganera
	Playa El Pimental
	Fiestas Patronales San Luis Talpa
	Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat
	Noches de playa en San Marcelino
	Jerarquía V

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los recursos turísticos de los distritos se observa que no se tiene ninguno que sea de jerarquía V, pero dentro de la jerarquía IV se encuentran 10 recursos que serán los que se tomarán como base para la conformación de productos turísticos, pero también se tomará como apoyo algunos recursos de la jerarquía III en la que se encuentran 14 recursos, mientras que los recursos que de las jerarquías II y la jerarquía I, no se tomarán en cuenta, debido a su poca capacidad para atraer turistas.

Los principales recursos para poder potenciar productos turísticos serán:

- Parroquia San Pedro Apóstol
- Playa Las Hojas
- Playa San Marcelino
- Museo Municipal
- Playa Amatecampo
- Playa La Zunganera
- Playa El Pimental
- Fiestas Patronales San Luis Talpa
- Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat
- Noches de playa en San Marcelino

Entre estos se encuentran 10 recursos de los cuales 6 están relacionados a el tipo de turismo de sol y Playa.

F. INVENTARIO DE LA PLANTA TURISTICA

1. Diseño de ficha para inventario de la planta turística

Tabla 72 : Ficha de registro de información de planta turística

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Fotografía			
Descripción			
UBICACIÓN			
Departamento			
Municipio			
Distrito			
Dirección			
CARACTERISTICAS			

Fuente: Elaboración Propia

2. Llenado de ficha de planta turística

Tabla 73 Ficha de Hotel Estero y Mar

FICHA DE REGISTRO HOTEL ESTERO Y MAR			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Hotel Estero y Mar	Alojamiento	Hotelero	Hoteles
Fotografía	<p><i>Ilustración 68: Hotel Estero y Mar</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
	<p>Hotel Estero y Mar, ubicado en San Luis Talpa, El Salvador, ofrece habitaciones y suites con acceso a piscinas, playa y estero. Destaca por su ambiente costero y facilidades recreativas.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Dirección	Final Playa El Pimental. 158, San Luis Talpa		
CARACTERÍSTICAS			
<p>Este lugar ofrece 54 habitaciones, divididas en dos categorías: habitaciones estándar y suites, las habitaciones tienen un costo que oscila entre los \$65 y \$150 por noche, mientras que las suites varían desde los \$125 hasta los \$200 por noche, cada habitación está equipada con todas las comodidades necesarias para garantizar una estancia confortable, entre estas se incluyen aire acondicionado, caja de seguridad y muros insonorizados, además, cada habitación cuenta con una televisión de 42 pulgadas con canales por cable y teléfono.</p> <p>Para mantener un ambiente limpio y ordenado, se ofrece un servicio de limpieza diario con todas estas características, se asegura una experiencia cómoda y placentera para los huéspedes, además, el lugar alberga un restaurante que se especializa en mariscos</p>			

y comida local. Los precios de los platillos son accesibles para todo el público, variando desde los \$10 hasta los \$35, esto proporciona una oportunidad excelente para disfrutar de deliciosas comidas sin salir del recinto.

El hotel está operativo las 24 horas del día, con servicios de recepción y atención al cliente disponibles en todo momento.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Servicios de spa
- Servicio de alojamiento
- Tour en lancha
- Bar
- Acceso a piscinas y playa privada.
- Restaurantes y bares con variedad de opciones gastronómicas.
- Spa y servicios de bienestar.
- Instalaciones para eventos y reuniones.
- Wi-Fi gratuito en áreas comunes y habitaciones.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 74 Ficha de Pato Canales Hotel & Resort

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Pato Canales Hotel & Resort	Alojamiento	Hotelero	Hosterías
Fotografía	<p><i>Ilustración 69:Pato canales</i></p>  <p><i>Fuente: Redes sociales de pato canales</i></p>		

Descripción	Pato Canales Hotel & Resort fue fundado en el año 1977 bajo el concepto de restaurante de campo. A través de los años, se han desarrollado nuevos proyectos, como la construcción de un hotel que consta de lujosas, amplias y cómodas habitaciones, y la construcción de un moderno parque acuático.
--------------------	---

UBICACIÓN

Departamento	La Paz
Municipio	La Paz Oeste
Distrito	San Luis Talpa
Dirección	KM 40 1/2 de, Autopista Comalapa, San Luis Talpa

CARACTERÍSTICAS

El hotel ofrece nueve habitaciones encantadoras, cada una equipada con comodidades esenciales como baño privado, televisión por cable, agua caliente y aire acondicionado.

- Las habitaciones sencillas, diseñadas para un huésped, tienen un precio de \$90 por noche.
- Las habitaciones dobles, ideales para dos personas, se pueden reservar por \$95 por noche.
- Las habitaciones triples, adecuadas para tres huéspedes, están disponibles por \$125 por noche.
- Las habitaciones familiares, perfectas para cuatro personas, se ofrecen a \$145 por noche.
- Cuenta con un restaurante que ofrece una variedad de platillos con precios que varían entre \$10 y \$30

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Restaurante
- Parque acuático de diversiones para niños y adultos,
- Áreas para practicar deportes,
- Amplios jardines rodeados de árboles centenarios
- Mini refugio de animales.
- Transporte al aeropuerto.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 75 Ficha de Hotel y restaurante Pimental Beach

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Hotel y restaurante Pimental Beach	Alojamiento	Hotelero	Hosterías
Fotografía	<p><i>Ilustración 70: Hotel pimental beach</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
	Descripción	<p>Este establecimiento combina la comodidad de un hotel con la gastronomía de un restaurante especializado en mariscos frescos y cocina local, los visitantes pueden disfrutar de un entorno tranquilo y relajante frente al mar, con acceso directo a la playa para actividades como el surf y la natación.</p>	
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Dirección	Playa El Pimental No.56, Departamento de La Paz El Salvador, 503 San Luis Talpa, San Luis Talpa, El Salvador		
CARACTERÍSTICAS			
<p>El hotel ofrece trece encantadoras habitaciones, cuyos precios oscilan entre los \$60 y los \$125. Cada habitación está equipada con televisión, aire acondicionado, baño privado y conexión wifi, garantizando una estancia cómoda para los huéspedes.</p>			

Además, el hotel dispone de un espacio capaz de acoger hasta 250 personas, lo que lo hace ideal para eventos y reuniones. También cuenta con un restaurante que se distingue por su especialidad en platillos locales e internacionales, los precios de estos exquisitos platillos varían desde los \$8 hasta los \$30, ofreciendo opciones para todos los presupuestos. Con estas características, el hotel se esfuerza por proporcionar una experiencia completa y satisfactoria para sus huéspedes.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Restaurante
- Acceso directo a la playa.
- Servicios de Wi-Fi en áreas comunes.
- Actividades recreativas y deportivas en la playa.
- Área de estacionamiento para huéspedes.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 76 Ficha de Argueta-Hotel

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Argueta-Hotel	Alojamiento	Hotelero	Hoteles
Fotografía	<p><i>Ilustración 71:Argueta hotel</i></p>  <p><i>Fuente: Redes sociales de hotel Argueta</i></p>		

Descripción	Es un lugar que ofrece un ambiente tranquilo y cómodo, ideal para viajeros que buscan relajarse, y pasar momentos amenos en El Salvador, ya sea a su llegada al país o al momento de regresar a su país de procedencia, cuenta con 53 habitaciones a disposición de los visitantes que deseen hospedarse en el hotel.
--------------------	---

UBICACIÓN

Departamento	La Paz
Municipio	La Paz Oeste
Distrito	San Luis Talpa
Dirección	Km. 40 Carretera Aeropuerto Internacional de Comalapa, Ex-Peaje, San Luis Talpa

CARACTERÍSTICAS

Argueta Hotel se distingue por su variedad de opciones de alojamiento, todas equipadas con comodidades como baño privado, TV de pantalla plana y aire acondicionado.

- Las habitaciones dobles, ideales para 3 personas, tienen un costo de \$57.63 por noche.
- Las habitaciones Deluxe, que pueden albergar hasta 4 huéspedes, se ofrecen a \$61.86 por noche.
- Las habitaciones triples, adecuadas para 4 personas, están disponibles a \$66.10 por noche.
- Las habitaciones triples+, que pueden alojar hasta 5 personas, se ofrecen a \$78.81 por noche.
- Las habitaciones triples+ terraza, también para 5 personas, tienen un costo de \$87.29 por noche.

Para aquellos que buscan una experiencia única, cuenta con las habitaciones alpina y glamping son ideales, con capacidad para 4 y 2 personas respectivamente, y un costo de \$78.81 y \$36.44 por noche.


Además, el hotel cuenta con un restaurante cuyos platos principales varían entre \$10 y \$30.y para mayor comodidad de los huéspedes, la recepción está abierta las 24 horas, con horario de registro a partir de las 15:00 y check-out hasta las 13:00. Servicios.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Cuenta con ranchos hamaqueros
- Restaurante
- Piscina al aire libre.
- Estacionamiento privado gratuito.
- Jardín.
- Salón compartido.
- Traslado para ir o volver del aeropuerto.
- Rent a car
- Tours exprés

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 77 Ficha de Quality Hotel Real Aeropuerto

FICHA DE REGISTRO QUALITY HOTEL REAL AEROPUERTO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Quality Hotel Real Aeropuerto	Alojamiento	Hotelero	Hoteles
Fotografía	<p><i>Ilustración 72: Quality hotel</i></p>  <p><i>Fuente: Redes sociales quality hotel</i></p>		
Descripción	<p>Quality Hotel Real Aeropuerto es un hotel cercano al Aeropuerto Internacional de El Salvador, a aproximadamente 1.86 millas del aeropuerto. Es conocido por ofrecer un ambiente cómodo y servicios completos para viajeros.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		

Dirección	KM 40.5 Carretera al Aeropuerto de, San Luis Talpa
------------------	--

CARACTERISTICAS

El Quality Hotel Real Aeropuerto posee 204 habitaciones, y ofrece tres tipos de habitaciones:

- La primera, con 1 cama King, cuesta \$188 por noche.
- La segunda opción, con 2 camas King, también se ofrece a \$188 por noche.
- La tercera opción es la suite ejecutiva con 1 cama King, disponible por \$217 por noche.

Todas las habitaciones están equipadas con baño privado, TV de pantalla plana y aire acondicionado.

El hotel también tiene un restaurante, donde los platillos cuestan entre \$8 y \$40, el hotel opera las 24 horas, con recepción y servicios al cliente siempre disponibles.

El registro comienza a las 15:00 y el check-out es hasta las 13:00.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Transporte gratuito al aeropuerto.
- Gimnasio.
- Wifi gratuito.
- Desayuno incluido en algunas tarifas.
- Piscina.
- Gimnasio
- Centro de negocios con acceso a internet.
- Restaurante y bar
- Spa

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 78 Ficha de Hotel pacifico azul

FICHA DE REGISTRO HOTEL PACÍFICO AZUL			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Hotel Pacífico Azul	Alojamiento	Hotelero	Hoteles
Fotografía	<p><i>Ilustración 73:Hotel Pacifico Azul</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>El Hotel Pacífico Azul, ubicado en San Luis Talpa, es conocido por ser un oasis escondido, ideal para quienes buscan un lugar tranquilo para relajarse.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Dirección	Playa Zunganera 10 Km del distrito de San Luis Talpa Departamento de la Paz CP		
CARACTERÍSTICAS			
<p>El establecimiento cuenta con un total de tres habitaciones y una casa de playa. Cada habitación puede alojar hasta tres personas y ofrece todas las comodidades necesarias, con precios que oscilan entre \$50 y \$75 por noche. La casa de playa, por su parte, tiene capacidad para 18 personas y se alquila por un precio de \$175 a \$200. Además, el hotel ofrece un Day Pass que incluye \$10 consumibles, permitiendo a los visitantes disfrutar de las instalaciones durante el día sin necesidad de hospedarse. Los precios de los platillos en el restaurante son accesibles, variando entre \$10 y \$15. Las instalaciones están abiertas al público de 8:30 a.m. a 7:00 p.m.</p>			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de alojamiento 			

- Acceso a piscinas y playa privada.
- Restaurantes y bar.
- Instalaciones para eventos y reuniones.
- Wi-Fi gratuito en áreas comunes y habitaciones.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 79 Ficha de Amará Ma

FICHA DE REGISTRO AMARÉ MAR			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Amaré Mar	Alojamiento	Hotelero	Hoteles
Fotografía	<p><i>Ilustración 74: Hotel Amará Mar</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>Amaré Mar, ubicado en Playa Amatecampo, San Luis Talpa, El Salvador, es un hotel y resort que ofrece una experiencia relajante y cómoda para sus visitantes.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Dirección	Playa Amatecampo, San Luis Talpa, La Libertad, #52B, San Luis Talpa		
CARACTERÍSTICAS			
<p>El establecimiento cuenta con 13 habitaciones, con capacidad para alojar entre 2 y 4 personas los precios de las habitaciones varían entre \$90 y \$140, cada habitación está equipada con televisores Smart y Wifi gratuito, además de ofrecer vistas al jardín y estar decoradas con un estilo moderno y acogedor.</p>			

Los precios de los platillos en el restaurante son accesibles, oscilando entre \$6 y \$20. El hotel opera las 24 horas del día, ofreciendo servicios de recepción y atención al cliente en todo momento, las instalaciones están abiertas al público desde las 7:00 a.m. hasta las 8:00 p.m.

Además, el hotel ofrece un daypass de \$20 consumibles para aquellos que deseen disfrutar de sus instalaciones durante el día

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Servicio de Habitaciones
- Bar y restaurante
- Instalaciones para eventos y reuniones
- Acceso a piscinas
- cancha de baloncesto

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 80 Ficha de Malecón turístico de playa Zunganera

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Malecón turístico de playa Zunganera	Otros Servicios	Comercios turísticos	
Fotografía	<p>Ilustración 75: Malecón de playa Zunganera</p> 		
	<p>Fuente: Elaboración Propia</p>		
Descripción	<p>El malecón cuenta con espacios de sano esparcimiento para toda la familia para que esta pueda disfrutar y relajarse a la orilla del mar y pasar un momento agradable.</p>		

UBICACIÓN	
Departamento	La Paz
Municipio	La Paz Oeste
Distrito	San Luis Talpa
Dirección	Playa La Zunganera, San Luis Talpa
CARACTERÍSTICAS	
<p>El malecón, con su vista panorámica de la playa, está diseñado para proporcionar una experiencia placentera a sus visitantes, puede acoger hasta 40 personas y está equipado con 3 vestidores, lo que lo hace ideal para los amantes de la playa.</p> <p>Además, cuenta con 6 restaurantes de tamaño íntimo que ofrecen una variedad de platillos, satisfaciendo los paladares de los turistas, para mayor comodidad, el malecón también dispone de 3 duchas y baños para los visitantes</p>	
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Áreas de descanso y recreación • Espacios para caminatas y actividades al aire libre • Instalaciones para eventos culturales y sociales • Zonas de comida y bebidas • Seguridad y vigilancia para los visitantes 	

Tabla 81 Ficha de The Corner Restaurant

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
The Corner Restaurant	Alimentación	Restaurante	-
Fotografía	<p><i>Ilustración 76: The Corner</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>Es un restaurante familiar ubicado en San Luis Talpa, El Salvador, es conocido por la calidad de sus alimentos y su ambiente acogedor, ideal para disfrutar en familia.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Luis Talpa		
Dirección	Carretera al Aeropuerto Km 40, San Luis Talpa		
CARACTERÍSTICAS			
<p>Este restaurante es un punto de encuentro popular para aquellos que están en tránsito hacia o desde el aeropuerto, con su ambiente acogedor, decoración atractiva y aire acondicionado, proporciona un refugio cómodo para los viajeros.</p> <p>Ofrece desayunos y almuerzos, destacándose por su menú de especialidades salvadoreñas que incluye platos de pollo, pasta, res, cerdo y pescado, los precios son bastante razonables, con opciones a partir de solo 4 dólares.</p> <p>Además de su oferta gastronómica, el restaurante alberga una cafetería conocida como The Coffe Cake.</p> <p>Sus instalaciones tienen capacidad para recibir hasta 150 clientes en sus áreas interiores y exteriores, el restaurante está abierto las 24 horas del día para atender a los comensales en cualquier momento.</p>			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 82 Ficha de Rancho Costanova


FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Rancho Costanova	Alojamiento	Hotelero	Hosterías
Fotografía	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 77: Rancho Costanova</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>Rancho Costanova es un lugar frente al mar ubicado en Playa San Marcelino, ideal para relajarse en familia y disfrutar de deliciosos mariscos. Se especializa en la organización de eventos y ofrece una variedad de excelentes platillos.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Dirección	Playa San Marcelino, San Pedro Masahuat		
CARACTERÍSTICAS			
<p>Cuenta con 2 habitaciones, cada una con una capacidad máxima de 5 personas, cada habitación ofrece comodidades como aire acondicionado, terraza y televisión. Los precios de estas habitaciones varían, comenzando desde un precio inicial de \$8 hasta alcanzar un máximo de \$20. Además, la propiedad tiene una capacidad total para alojar a 250 personas.</p>			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante • Alojamiento • Estadía por el uso de las piscinas • Eventos (bodas, graduaciones, cumpleaños y retiros de iglesia) 			

Tabla 83 Ficha de Centro recreativo Masath

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Centro recreativo Masath	Otros Servicios	Comercios turísticos	
Fotografía	<p><i>Ilustración 78: Centro recreativo Masath</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
	Descripción	<p>El Centro Recreativo Masath es una opción atractiva para el turismo rural en San Pedro Masahuat, es conocido por su ambiente relajado y sus instalaciones para disfrutar en familia y amigos.</p>	
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Dirección	GXX7+PRW, San Pedro Masahuat		
CARACTERÍSTICAS			
<p>El Centro Recreativo Masath, un espacio ideal para la realización de eventos abre sus puertas al público de martes a domingo, desde las 8 de la mañana hasta las 5 de la tarde. Con una capacidad para albergar a más de 200 personas, ofrece un ambiente acogedor y espacioso. La entrada tiene un costo accesible de \$2 por persona, lo que lo convierte en una opción atractiva para disfrutar de un día recreativo.</p>			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Piscina • Áreas verdes para picnic • Instalaciones para eventos y actividades recreativas • Cafetería o áreas de comida 			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 84 Ficha de Restaurante Yesenia

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Restaurante Yesenia	Alimentación	Restaurante	-
Fotografía	<i>Ilustración 79: Restaurante Yesenia</i>		
			
	<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		
Descripción	<p>Restaurante Yesenia es un establecimiento gastronómico ubicado en Playa San Marcelino, kilómetro 60 de Costa del Sol, en San Pedro Masahuat, La Paz, El Salvador. Ofrece una variedad de delicias culinarias en un entorno costero.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Dirección	Playa San Marcelino, kilómetro 60, BLVD. Costa del Sol		
CARACTERÍSTICAS			
<p>Este lugar ofrece una amplia variedad de platillos, que abarcan desde mariscos frescos hasta platos típicos salvadoreños, los precios de estos exquisitos platos varían desde los \$10 hasta los \$40.</p> <p>Además, cuenta con un servicio de bar completo, donde los visitantes pueden disfrutar de cócteles exquisitos mientras contemplan la impresionante belleza del océano Pacífico. La propiedad tiene una capacidad total para alojar a 400 personas, lo que la hace ideal para eventos y reuniones.</p> <p>Está abierta al público desde las 8 de la mañana hasta las 7 de la noche, brindando un amplio horario para disfrutar de su oferta culinaria y de sus instalaciones.</p>			
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>			

Tabla 85 Ficha de Restaurante Kenny Mar

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Restaurante Kenny Mar	Alimentación	Restaurante	-
Fotografía	<p><i>Ilustración 80: Restaurante Kenny Mar</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
Descripción	<p>El restaurante Kenny Mar está ubicado en San Marcelino, San Pedro Masahuat. Es un restaurante de mariscos con años de experiencia en la elaboración de comida.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Dirección			
CARACTERÍSTICAS			
<p>Este establecimiento se especializa en la preparación de delicias marinas y gastronomía tradicional de El Salvador, los costos de los platillos son entre los \$8 y los \$20.</p> <p>El restaurante puede albergar hasta 200 comensales a la vez y es un lugar ideal para celebraciones de cumpleaños.</p> <p>Sus puertas están abiertas para el público desde las 8 de la mañana hasta las 9 de la noche.</p>			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 86 Ficha de Princess One

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Princess One	Alojamiento	Hotelero	Hoteles
Fotografía	<i>Ilustración 81: Hotel Princess One</i>		
			
	<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		
Descripción	<p>Princess One es un hotel ubicado en San Marcelino, El Salvador, que ofrece una experiencia vacacional única frente al mar. Con cómodas habitaciones, este hotel brinda una estancia relajante y confortable para sus huéspedes. Además de su alojamiento, cuenta con instalaciones recreativas</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Dirección	Kilómetro 60 carretera costa del Sol.		
CARACTERÍSTICAS			
<p>El establecimiento dispone de 60 habitaciones, las cuales se clasifican en individuales a un costo de \$40, dobles a \$50 y triples a \$70. Cada una de estas habitaciones está equipada con aire acondicionado, televisión, y servicios sanitarios que incluyen baño y ducha. La capacidad máxima del lugar es de 250 huéspedes.</p> <p>El horario de atención es desde las 7 de la mañana hasta las 5 de la tarde.</p>			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante • Piscinas • Cancha de básquet 			

Tabla 87 Ficha de Rancho Brisas del Mar


FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Rancho Brisas del Mar	Alojamiento	Hotelero	Hosterías
Fotografía	<i>Ilustración 82: Rancho Brisas del Mar</i>		
			
	<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		
Descripción	Rancho Brisas del Mar es un destino turístico ubicado en San Pedro Masahuat, en el departamento de La Paz, El Salvador. Este rancho ofrece un ambiente ideal para disfrutar en familia o con amigos.		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Dirección	Cantón El Achiotal		
CARACTERÍSTICAS			
<p>Rancho Brisas del Mar ofrece habitaciones sencillas diseñadas para 2-4 personas, las cuales tienen un costo que varía entre \$15 y \$40 por noche, estas habitaciones cuentan con servicios básicos para garantizar una estancia cómoda.</p> <p>Además, el resort también ofrece cabañas o bungalow para grupos más grandes de 4-6 personas, con precios que oscilan entre \$20 y \$40.</p> <p>El horario de atención del resort es desde las 7 de la mañana hasta las 10 de la noche, asegurando así un servicio completo para todos los huéspedes.</p>			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Piscina: Piscina al aire libre con áreas para adultos y niños. • Restaurante: Ofrece una variedad de mariscos y platillos locales que los precios van desde los \$5 a los \$25. • Áreas de Recreo: Zonas de juegos para niños, espacios para deportes y actividades al aire libre. 			

Tabla 88 Ficha de La Cabaña del Padrino

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
La Cabaña del Padrino	Alimentación	Restaurante	
Fotografía	<i>Ilustración 83: La cabaña del padrino</i>		
			
	<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		
Descripción	La Cabaña del Padrino es un restaurante ubicado en la calle principal a Playa Las Hojas, El Achiotal, San Pedro Masahuat. Es conocido por ofrecer lo mejor en asados y es un lugar ideal para disfrutar en familia.		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Dirección	CX58+J3H, Calle Playa Las Hoja, Cantón, El Achiotal		
CARACTERÍSTICAS			
<p>La Cabaña del Padrino ofrece ranchos diseñados para un máximo de 6 personas, equipados con hamacas y una mesa para su comodidad, el establecimiento tiene la capacidad de atender a un máximo de 200 personas, lo que lo hace ideal para eventos y reuniones grandes.</p> <p>El horario de atención es desde las 7 de la mañana hasta las 6 de la tarde, asegurando un servicio completo durante estas horas., también ofrecen una variedad de platillos con precios que van desde los \$8 hasta los \$25, para satisfacer todos los gustos y presupuestos</p> <p>Servicios complementarios:</p>			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Piscina • Comida y bebida de alta calidad, especialmente asados. • Atención personalizada y ambiente acogedor. 			

Tabla 89 Ficha de registro restaurante JU-RU

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Restaurante JU-RU	Alimentación	Restaurante	
Fotografía	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 84: Restaurante JU-RU</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
	Descripción	<p>El negocio se originó como un emprendimiento familiar en Santa Ana. En 2021, la familia se trasladó a San Pedro Masahuat y desde entonces, el emprendimiento ha experimentado un rápido crecimiento ofreciendo platillos tradicionales de El Salvador.</p>	
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	Calle Rodolfo Duke #20, San Pedro Masahuat, El Salvador		
CARACTERÍSTICAS			
<p>Este restaurante se especializa en la auténtica y tradicional gastronomía salvadoreña. Ofrece una variedad de platillos con precios que van desde los \$5 hasta los \$15. Además, tiene capacidad para recibir hasta 60 comensales al mismo tiempo, creando un ambiente acogedor para disfrutar de una deliciosa comida.</p> <p>Sus puertas están abiertas al público desde las 7 de la mañana hasta las 9 de la noche, permitiendo a los clientes disfrutar de sus delicias culinarias durante todo el día.</p>			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio a domicilio • Eventos 			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 90 Ficha de Las Hojas Resort & Beach Club

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Las Hojas Resort & Beach Club	Alojamiento	Hotelero	Hoteles
Fotografía	<p><i>Ilustración 85: Las hojas resort</i></p>  <p><i>Fuente: Redes sociales de las hojas resort</i></p>		
Descripción	<p>Las Hojas Resort & Beach Club, hotel de playa ubicado al sur de la ciudad de San Salvador, en las costas Salvadoreñas del Océano Pacífico de la playa Las Hojas, una hermosa playa natural desierta y paradisíaca, a tan solo 40 minutos de San Salvador y 15 minutos del Aeropuerto Internacional.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Dirección	Calle Principal 95 Playa Las Hojas, San Pedro Masahuat		
CARACTERÍSTICAS			
<p>Las Hojas Resort tiene 50 habitaciones estándar, cabañas y suites para diversas necesidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las habitaciones estándar, para 2-4 personas, cuestan entre \$70 y \$100 por noche y tienen aire acondicionado, TV y baño privado. • Las cabañas, ideales para familias, alojan a 4-6 personas, incluyen cocina y sala de estar, y cuestan entre \$150 y \$200 por noche. • Las suites, con mayor lujo, para 2-4 personas, incluyen jacuzzi y cuestan entre \$200 y \$300 por noche. <p>El horario de atención es desde las 7 de la mañana hasta las 5 de la tarde.</p>			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Piscinas • Restaurantes • Áreas Recreativas (Canchas de tenis, fútbol y áreas de juegos para niños) 			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 91 Ficha de Hojas Eco Villas

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Hojas Eco Villas	Alojamiento	Hotelero	Hosterías
Fotografía	<p><i>Ilustración 86: Las hojas eco villas</i></p>  <p><i>Fuente: Redes sociales de hojas eco villas</i></p>		
Descripción	<p>Hojas Eco Villas es un hostel eco-amigable ubicado en Playa Las Hojas, Departamento de La Paz. Es un verdadero paraíso frente al mar donde podrás disfrutar una estancia inolvidable en compañía de tus familiares o grupo de amigos.</p>		
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Dirección	Playa Las Hojas		
CARACTERÍSTICAS			
<p>El hostel cuenta con tres habitaciones, diseñadas para adaptarse a una variedad de necesidades de alojamiento, tiene la capacidad de atender a un máximo de 200 personas, lo que lo convierte en una opción ideal para eventos y reuniones.</p>			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con ranchos hamaqueros • Restaurante • Piscina • Acceso directo a la playa • Realización de eventos corporativos, capacitaciones y bodas en sus instalaciones • Santuario de tortuga marina 			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 92 Ficha de Estadio Ing. José Alvarenga

FICHA DE REGISTRO			
Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Estadio Ing. José Alvarenga	Esparcimiento	Instalaciones deportivas	-
Fotografía	<p><i>Ilustración 87: Entrada al estadio José Alvarenga</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>		
	Descripción	<p>El Estadio Ingeniero José Alvarenga está localizado en San Pedro Masahuat, La Paz. Este estadio es una infraestructura deportiva utilizada para diversos eventos, principalmente futbolísticos.</p>	
UBICACIÓN			
Departamento	La Paz		
Municipio	La Paz Oeste		
Distrito	San Pedro Masahuat		
Cantón/Barrio	San Pedro Masahuat		
CARACTERÍSTICAS			
<p>El estadio, situado junto a la carretera, dispone de una amplia cancha con césped en perfectas condiciones, está equipado con una excelente iluminación, lo que permite su uso nocturno, el clima de la zona es muy agradable, ofreciendo una experiencia confortable tanto para jugadores como para espectadores.</p> <p>Además, la municipalidad organiza eventos recreativos en el estadio, promoviendo la integración y el disfrute de la comunidad.</p>			

Fuente: Elaboración Propia

3. Empleos generados por el turismo en los distritos

Tomando como base la planta turística de los distritos y con apoyo de la oficina de catastro de los distritos, se realizó un estimado de los empleos que son generados por restaurantes y hoteles en San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, tomando en cuenta que, según la OMT, por cada empleo directo se generan 3 empleos indirectos, a continuación, se muestran los datos:

Tabla 93: Cantidad estimada de empleos generados por el turismo en los distritos.

Concepto	Estimación de empleados
Rancho Costanova	20
Centro recreativo Masath	10
Restaurante Yessenia	20
Restaurante Kenny Mar	15
Hotel Princess One	50
Rancho Brisas del Mar	10
La Cabaña del Padrino	10
Restaurante JU-RU	5
Las Hojas Resort & Beach club	45
Hojas Eco villas	25
Hotel estero y mar	65
Pato canales Hotel & Resort.	35
Hotel El Pimental Beach	20
Argueta Hotel	50
Quality Hotel Real Aeropuerto.	65
Hotel Pacifico Azul	15
Amaré Mar	20
Malecón de la zunganera	12
The Corner Restaurant	20
Aproximado de empleos generados por restaurantes informales	252
TOTAL, DE EMPLEOS DIRECTOS	764
Empleos Indirectos	2,292
TOTAL, DE EMPLEOS	3,056

Fuente: Elaboración Propia

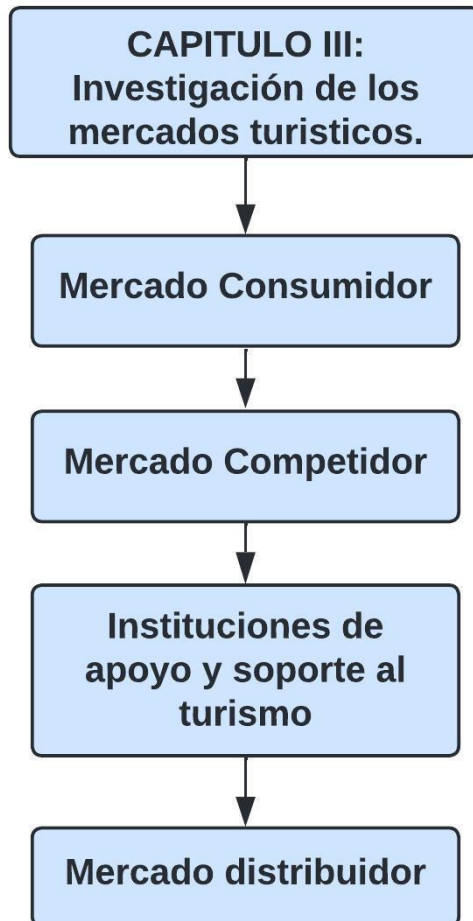
Según la estimación realizada, en los distritos se generan 764 empleos directos, entre los que se estima son 512 empleos generados por 8 restaurantes formales y 10 hoteles, además de 252 empleos generados por comercios informales sumando 764 empleos directos, que generan 2,292 empleos indirectos, para llegar al total de 3,056 empleos generados por el turismo en los distritos.

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE LOS MERCADOS TURISTICOS

A. ESQUEMA DEL CAPITULO

Ilustración 88:Esquema de contenido capitulo III



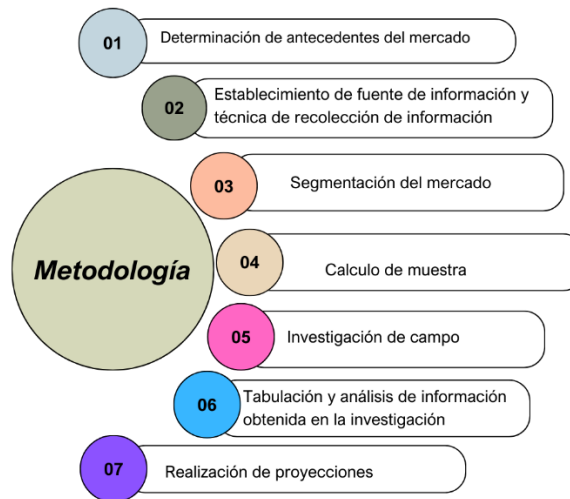
Fuente: Elaboración Propia

B. MERCADO CONSUMIDOR

1. Metodología de la investigación

Para la realización de la investigación del mercado consumidor se llevará a cabo una serie de pasos que permitirán obtener los datos de la mejor manera, estos se presentan en el siguiente esquema.

Ilustración 89: Metodología de Investigación de mercado consumidor



Fuente: Elaboración Propia

2. Antecedentes del mercado consumidor

El turismo en El Salvador ha experimentado un importante crecimiento, desde que las condiciones de seguridad han mejorado en todo el país, la población ha empezado a explorar diferentes puntos del país para descubrir nuevos lugares y tener nuevas experiencias, este aumento ha hecho que el turismo se vuelva uno de los motores clave de la economía nacional, y es por esta razón que está recibiendo mucho apoyo por parte de instituciones gubernamentales, estos esfuerzos se basan en promocionar las playas de El Salvador y posicionar a las olas de las playas salvadoreñas, como las mejores a nivel de todo el mundo.

El mercado consumidor está compuesto por personas que adquieren un bien o servicio con el objetivo de satisfacer una necesidad, en este caso se trata de un servicio, el cual es el turismo en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, en los que se oferta servicios relacionados con la playa, naturaleza y cultura, además de servicios complementarios, como alojamiento, restaurantes, entre otros. Se tendrá como mercado objetivo, los turistas nacionales, en específico los residentes en el área metropolitana de San Salvador.

3. Tipo de investigación y fuentes de información

Tipo de investigación

El tipo de investigación a utilizar sea descriptiva causal, ya que permite proporcionar información concluyente que permita describir de manera cuantitativa las variables de interés de la población de estudio, así como las razones de estas.

Fuentes primarias

Esta información hace referencia a la que será recolectada mediante el trabajo de campo, en el que se obtendrán datos acerca de los gustos y preferencias de las personas, para ello se hará uso de las siguientes técnicas.

- **Encuesta:** Mediante la encuesta se logrará obtener, de primera mano, las preferencias y hábitos de las personas hacia el consumo de servicios turísticos, además de tener conocimiento de los motivos que los llevan a consumir este tipo de servicios.
- **Observación directa:** Se observará el comportamiento de los turistas a lo largo de la investigación de campo que se realizará en los distritos en estudio.

Fuentes secundarias

Para la información secundaria se hará uso de informes acerca del turismo, en especial del sector hotelero, además se hará uso de censos, estadísticas poblacionales y estudios relacionados con el tema en estudio.

4. Segmentación del mercado

La segmentación del mercado es uno de los componentes esenciales para realizar un estudio de mercado, dentro de ella se realiza la definición del perfil general del consumidor meta para el plan de desarrollo turístico sostenible de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.

El mercado objetivo para esta investigación es el compuesto por personas dispuestas y con capacidad para adquirir servicios turísticos en los distritos que se encuentran bajo estudio, a continuación, se realizará la definición del perfil general del consumidor meta para el plan de desarrollo turístico sostenible.

Segmentos de mercado identificados

- Turistas Nacional
- Turista Extranjero

Para cada uno de ellos se realizará la descripción de su, para tener claro cuáles son las características del mercado objetivo a tomar en cuenta para el estudio.

Perfil preliminar del segmento Turista Nacional

En la siguiente tabla se describen las variables que conforman y describen el perfil del consumidor nacional, que se tomara en cuenta para el estudio.

Tabla 94: Perfil del turista nacional

PERFIL PRELIMINAR SEGMENTO TURISTA NACIONAL		
Variables Socioeconómicas	Edad	Personas entre los 20 a 69 años ya que tienen la capacidad y la libertad de poder hacer turismo, ya sea solos o de manera grupal.
	Sexo	Indiferente
	Nivel académico	Indiferente
	Nivel socioeconómico	Personas que posean ingresos iguales o superiores al salario mínimo establecido por la ley, de \$365 dólares mensuales.
Variables geográficas	Lugar de residencia	Personas residentes en la zona urbana del área metropolitana de San Salvador, comprendida por los distritos de: <ul style="list-style-type: none"> • San Salvador • Mejicanos • San Marcos • Ayutuxtepeque • Cuscatancingo • Ciudad Delgado • Ilopango • Soyapango • Antigua Cuscatlán • Nueva San Salvador • San Martin • Nejapa • Apopa • Tonacatepeque
Variables motivacionales	Ocasión de uso	Vacacionar y uso de tiempo libre

Fuente: Elaboración Propia

5. Determinación del tamaño de la muestra

a) Segmento Turista Nacional

Marco muestral

Para el caso del turista nacional, se tomará como universo una población finita, y se tendrá como universo los datos y estadísticas presentes en “Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) 2022”, generada el Banco Central de Reserva, la cual brinda datos sobre la cantidad de habitantes por departamento, su distribución por área y su composición por sexo y edades.

En este segmento se han tomado en cuenta el cuadro de características de los hogares según su región geográfica de la EHPM 2022 (ver anexo X), considerando únicamente la población urbana no pobre, que se encuentre económicamente activa del área metropolitana de San Salvador, ellos comprenderán el universo para este segmento.

Tomando en cuenta las características anteriormente mencionadas, se proceder a calcular el tamaño del universo de población económicamente activa no pobre, con los datos extraídos de la (EHPM, 2022).

Tabla 95: Población del universo

	Población Económicamente Activa (PEA)	Porcentaje de Hogares no pobres	Población Económicamente activa, no pobre
Área Metropolitana de San Salvador (AMSS)	769,667	80.67%	620,890.37

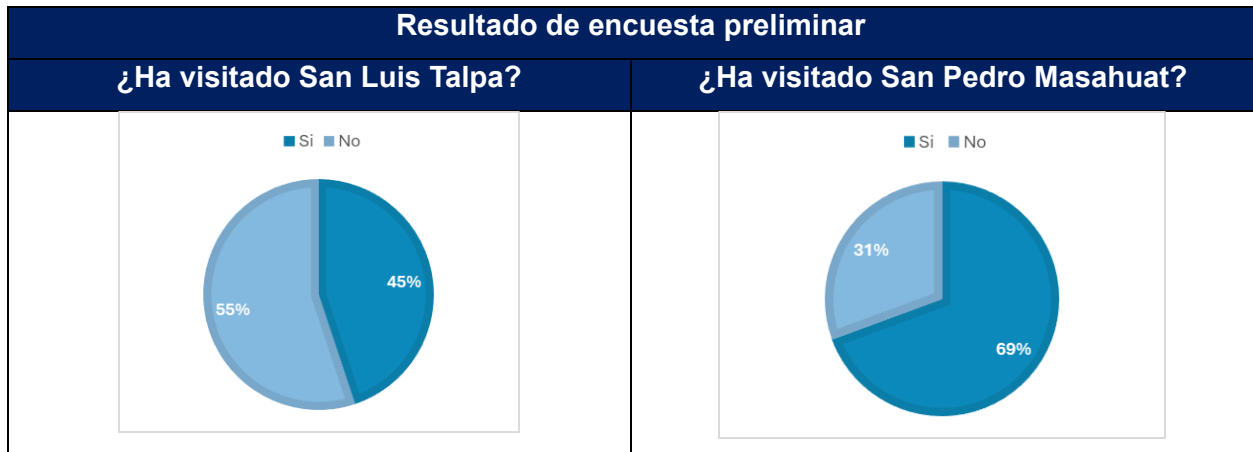
Fuente: Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples

El **universo** para el segmento para el turista nacional es de **620,891** personas del área metropolitana de San Salvador.

Determinación del tamaño de la muestra

Se determinó que el universo es finito, dicho calculo requiere de un valor de p y q el cual será calculado mediante una encuesta preliminar (Ver anexo) que permita conocer el nivel de éxito y de fracaso que se utilizara como base para calcular la muestra para la investigación, dicha encuesta preliminar consta de 8 preguntas de las cuales son 3 las principales de interés, la encuesta preliminar se realizó a un total de 57 personas, sin distinción de sexo, ocupación o nivel de educación, pero respetando el área geográfica y edad definidas, de las cuales solo 49 realizan turismo dentro del país, a continuación, se muestran los resultados, de las preguntas de interés.

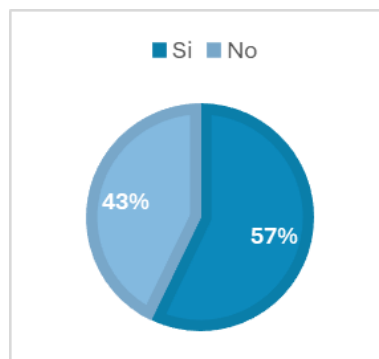
Tabla 96: Resultados de la encuesta preliminar



Fuente: Elaboración Propia

Al realizar un promedio de las preguntas se obtuvieron los siguientes resultados

Tabla 97: Promedio de respuestas de encuesta preliminar



Fuente: Elaboración Propia

Estos datos servirán como base para determinar el valor de las probabilidades, para la probabilidad de éxito se considerara el porcentaje de personas que ya han visitado alguna vez alguno de los distritos en estudio, ya que tendrán la mayor probabilidad de volver a regresar, pero no se descarta que las personas que aún no han visitado los distritos puedan hacerlo en un futuro, en el caso de la probabilidad de fracaso se tomaran el porcentaje de personas que no han visitado ninguno de los distritos.

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, la probabilidad de éxito (p) será del 43%, mientras que la probabilidad de fracaso (q) será de 57%.

Al tratarse de una población finita se hará uso de la siguiente fórmula

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Para determinar el valor de la muestra (n), se consideró un nivel de confianza del 95% y un error aceptable de 6%, a continuación, se muestran los valores de las variables a utilizar para determinar el valor de la muestra.

Tabla 98: Variables y valores a utilizar para cálculo de la muestra mercado consumidor

Variable	Descripción	Valor
Z	Nivel de confianza a utilizar	95%=1.96
N	Tamaño de la población	620,891
e	Error tolerable	6%=0.06
p	Variabilidad positiva	43%=0.43
q	Variabilidad negativa	57%=0.57

Fuente: Elaboración Propia

Se procede a introducir los valores en la ecuación:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (620,891) * (0.43) * (0.57)}{(0.06)^2 * (620,891 - 1) + (1.96)^2 * (0.43) * (0.57)}$$



$$n = 261$$

El cálculo nos arrojó que se tomaran 261 encuestas en el área metropolitana de San Salvador, para poder obtener datos representativos para el estudio.

b) Segmento de turista extranjero

En el caso del turista extranjero, no se segmentará, debido a que sus características demográficas, e información acerca de los elementos que prefiere, medios por los que se informa entre otros, se conocerán por medio de una investigación bibliográfica, por lo que no se requiere una muestra de este segmento.

6. Diseño del instrumento

 UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL ENCUESTA SOBRE TURISMO NACIONAL 							
OBJETIVO		Conocer las preferencias del turista salvadoreño a la hora de realizar actividades turísticas, su opinión y nivel de conocimiento acerca de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.					
INDICACIONES		Subraye o marque la respuesta que refleje su opinión sobre cada pregunta.					
A. Sexo		B. Edad		C. Ocupación		D. Ingresos	
Masculino		20-29		Estudiante		\$250-\$364	
		30-39		Profesional		\$365-\$450	
		40-49		Comerciante		\$450-\$600	
Femenino		50-59		Negocio propio		\$601-\$700	
		60-69		Ama de casa		Más de \$700	
		Más de 69		Otro:			
1. ¿Realiza Turismo al interior del país?							
a) Si							
b) No							
2. ¿Por qué no realiza turismo al interior del país?							
		Precios son muy altos					
		No me queda tiempo					
		Me parece inseguro					
		No me parece atractivo					
		Otro					
3. ¿Cuántas veces al año realiza actividades turísticas?							
a) 1 vez							
b) 2 a 3 veces							
c) 3 a 5 veces							
d) 3 a 5 veces							
e) 5 a 8 veces							
f) Más de 8 veces							
4. ¿Qué razón lo motiva a viajar y hacer turismo?							
a) Visitar familiares y amigos							
b) Negocios							
c) Diversión(ocio)							
Otro (especifique): _____							
5. ¿Con que personas realiza turismo más a menudo?							
a) Familia							
b) Amigos							
c) En pareja							
d) Solo							

6. ¿Con cuantas personas realiza turismo?															
a) 1 persona b) 2 a 3 personas c) 4 a 5 personas d) 6 a 7 personas e) Más de 7 personas															
7. ¿Cuánto tiempo duran sus paseos turisticos en el interior del país?															
a) Menos de 1 día b) 1 día c) 2 días d) 3 días e) Más de 3 días	INDICACIÓN: En caso de que sus estadias duren más de un día pasar a la pregunta 8 , si duran menos de 1 días pase a la pregunta 9.														
8. ¿Cuál opción de alojamiento prefiere?															
a) Cabañas b) Hoteles/ Hostales c) Alquiler una casa en el destino que visita. d) Acampar e) Glamping															
¿Cuáles de los siguientes aspectos lo motivan, al momento de decidir un lugar donde realizara turismo?															
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Clima del lugar</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>Distancia a la que se ubica</td><td></td></tr> <tr><td>Estado de las vias de acceso</td><td></td></tr> <tr><td>Publicidad del lugar</td><td></td></tr> <tr><td>Actividades turisricas que ofrece el lugar</td><td></td></tr> <tr><td>Seguridad en la zona</td><td></td></tr> <tr><td>Otro (especifique)</td><td></td></tr> </table>	Clima del lugar		Distancia a la que se ubica		Estado de las vias de acceso		Publicidad del lugar		Actividades turisricas que ofrece el lugar		Seguridad en la zona		Otro (especifique)		
Clima del lugar															
Distancia a la que se ubica															
Estado de las vias de acceso															
Publicidad del lugar															
Actividades turisricas que ofrece el lugar															
Seguridad en la zona															
Otro (especifique)															
9. ¿Qué medio de transporte utiliza para hacer sus paseos turisticos?															
a) Vehiculo propio b) Vehiculo alquilado c) Tour operadores d) Transporte publico e) Otro(especifique): _____															
10. ¿En que temporada del año realiza más turismo?															
a) Semana Santa b) Vacaciones de Agosto c) Vacaciones de Fin de año d) Dias de asueto e) Cualquier mes del año															
11. ¿Con quien realizo su ultima salidad turistica?															
a) Familia b) Amigos c) En pareja d) Solo															

12. ¿Cuánto fue su gasto promedio diario, durante su última salida turística?

- a) Entre \$10 a \$20
- b) Entre \$21 a \$30
- c) Entre \$31 a \$50
- d) Entre \$51 a \$80
- e) Entre \$81 a \$120
- f) Más de \$120

13. ¿Cuáles son las principales actividades que realiza cuando hace turismo?(seleccione 2)

Visitar museos	
Practicar Senderismo	
Observación de la flora y la fauna	
Deportes extremos	
Visitar playas	
Visitar ríos.	
Participar de actividades religiosas del lugar al que visita	
Visitar restaurantes	
Otro (especifique):	

14. ¿Qué debería tener un destino turístico para que usted se sienta cómodo en su visita?

Seguridad		Orden y limpieza	
Precios bajos		Señalización	
Guías turísticos		Guías turísticos	
Servicios básicos		Servicio de transporte	
Servicios de restaurante		Otro:	
Servicios de alojamiento			

15. ¿Qué le gustaría que se ofertaran en un destino turístico de sol y playa?

Vida nocturna (bares, discotecas)	
Alojamiento	
Guías turísticos	
Gran oferta gastronómica	
Servicios de transporte	
Deportes acuáticos	
Otro (especifique):	

16. ¿Qué le gustaría que se ofertará en un destino turístico cultural?

Recorridos guiados en los atractivos turísticos.		Recorridos guiados para observar flora y fauna.	
Variedad gastronómica		Guías turísticos	
Tiendas de souvenirs		Otro:	
Posibilidad de acampar			
Alquiler de cuatrimotos			
Alquiler de bicicletas			

17. ¿ Que tipo de turismo prefiere realizar?

- a) Turismo de sol y playa
- b) Turismo cultural
- c) Turismo de aventura
- d) Turismo religioso
- e) Turismo gastronómico

18. ¿Qué distrito que prefiere visitar para hacer turismo?

Indicación: Según la nueva reforma de división territorial, los que antes eran llamados municipios, ahora tienen por nombre distritos)

¿Le gustaría visitar San Pedro Masahuat?

- a) Si
- b) No

19. ¿De que manera obtiene información de los destinos turísticos que visita? (seleccione 1)

- a) Redes sociales
- b) Radio
- c) Anuncios en la carretera
- d) Ninguno
- e) Recomendaciones de amigos o familiares
- f) Periódico
- g) Televisión
- h) Páginas web
- i) Otro (especifique): _____

20. ¿Le gustaría visitar San Luis Talpa?

- a) Si
- b) No

21. ¿Conoce cuales son las rutas turísticas de El Salvador?

- a) Si
- b) No

Indicación: Si su respuesta es **no**, pase a la pregunta 23

22. ¿Cuáles rutas turísticas conoce?

Ruta sol y playa	
Ruta Monseñor Romero	
Ruta del café	
Circuito de pesca artesanal	
Ruta de las cumbres	
Ruta artesanal	
Ruta de las flores	
Todas las anteriores	

23. ¿Ha visitado San Pedro Masahuat?

- a) Si
- b) No

Indicación : En caso de responder que “**si**” pase a la siguiente pregunta, caso contrario **pase a la 29**

24. ¿Por qué razones no ha visitado San Pedro Masahuat?

- a) No he escuchado de el
- b) Carece de promoción que lo haga atractivo
- c) Me parece inseguro
- d) No me parece atractivo visitarlo
- e) Se encuentra muy lejano
- f) Otro(especifique): _____

25. ¿Cuáles de los siguientes recursos turísticos de San Pedro Masahuat conoce?			
Gruta del cristo Negro		Playa Las Hojas	
Playa San Marcelino		Cerro El Tacuazin	
Centro recreativo Masath		Mirador Buena Vista	
Museo Municipal		Ausoles	
		Otro	
26. ¿Qué lugares de San Pedro Masahuat ha visitado?			
27. ¿Cómo se sintio en su visita al distrito de San Pedro Masahuat?			
a) Muy Satisfecho			
b) Satisfecho			
c) Poco Satisfecho			
d) Nada Satisfecho			
28. ¿Recomendaria a sus familiares y amigos visitar el distrito de San Pedro Masahuat?			
a) Si			
b) No			
29. ¿Por qué no recomendaria San Pedro Masahuat a sus familiares o amigos?			
	Los precios son muy altos		
	El atractivo no es muy bueno		
	Se encuentra muy lejos		
	Las calles de acceso se encuentran en mal estado		
	otro		
30. ¿Estaria dispuesto a volver a visitar el distrito de San Pedro Masahuat?			
a) Si			
b) No			
31. ¿Que razones lo llevan a no estar dispuesto a volver a visitar el distrito de San Pedro Masahuat?			
	Desconoce sobre la oferta turística del distrito		
	Distancia y difícil acceso		
	Considera que es inseguro		
	No le parece atractivo		
	Es muy costoso		
	Otro		
32. ¿Ha visitado San Luis Talpa?			
c) Si			
d) No			
33. ¿Por qué razones no ha visitado San Luis Talpa?			
a) No he escuchado de el			
b) Carece de promoción que lo haga atractivo			
c) Se encuentra muy lejano			
d) Me parece inseguro			
e) No me parece atractivo visitarlo			
f) Otro(especifique): _____			

34. ¿Qué lugares de San Luis Talpa ha visitado?																					
35. ¿Cuáles de los siguientes recursos turísticos de San Luis Talpa conoce?																					
	<table border="1"> <tr><td>Parroquia San Luis Rey de Francia</td><td> </td></tr> <tr><td>Playa La Zunganera</td><td> </td></tr> <tr><td>Playa El pimental</td><td> </td></tr> <tr><td>Playa Amatecampo</td><td> </td></tr> <tr><td>Rio Comalapa</td><td> </td></tr> <tr><td>Las bocanitas</td><td> </td></tr> <tr><td>Parroquia San Luis Rey de Francia</td><td> </td></tr> <tr><td>Playa La Zunganera</td><td> </td></tr> <tr><td>Playa El pimental</td><td> </td></tr> <tr><td>Otro</td><td> </td></tr> </table>	Parroquia San Luis Rey de Francia		Playa La Zunganera		Playa El pimental		Playa Amatecampo		Rio Comalapa		Las bocanitas		Parroquia San Luis Rey de Francia		Playa La Zunganera		Playa El pimental		Otro	
Parroquia San Luis Rey de Francia																					
Playa La Zunganera																					
Playa El pimental																					
Playa Amatecampo																					
Rio Comalapa																					
Las bocanitas																					
Parroquia San Luis Rey de Francia																					
Playa La Zunganera																					
Playa El pimental																					
Otro																					
36. ¿Cómo se sintio en su visita al distrito de San Luis Talpa?																					
a) Muy Satisfecho b) Satisfecho c) Poco Satisfecho d) Nada Satisfecho																					
37. ¿Recomendaria a sus familiares y amigos visitar el distrito de San Luis Talpa?																					
a) Si b) No																					
38. ¿Por qué no recomendaria a sus familiares y amigos visitar el distrito de San Luis Talpa?																					
	<table border="1"> <tr><td>Los precios en el distrito son muy altos</td><td> </td></tr> <tr><td>El atractivo del distrito no es muy bueno</td><td> </td></tr> <tr><td>Se encuentra muy lejos</td><td> </td></tr> <tr><td>Las calles de acceso se encuentran en mal estado</td><td> </td></tr> <tr><td>Otro</td><td> </td></tr> </table>	Los precios en el distrito son muy altos		El atractivo del distrito no es muy bueno		Se encuentra muy lejos		Las calles de acceso se encuentran en mal estado		Otro											
Los precios en el distrito son muy altos																					
El atractivo del distrito no es muy bueno																					
Se encuentra muy lejos																					
Las calles de acceso se encuentran en mal estado																					
Otro																					
39. ¿Estaria dispuesto a volver a visitar el distrito de San Luis Talpa?																					
a) Si b) No																					
40. ¿Que razones lo llevan a no estar dispuesto a volver a visitar el distrito de San Luis Talpa?																					
	<table border="1"> <tr><td>Desconoce sobre la oferta turística del distrito</td><td> </td></tr> <tr><td>Distancia y difícil acceso</td><td> </td></tr> <tr><td>Considera que es inseguro</td><td> </td></tr> <tr><td>No le parece atractivo</td><td> </td></tr> <tr><td>Es muy costoso</td><td> </td></tr> <tr><td>Otro</td><td> </td></tr> </table>	Desconoce sobre la oferta turística del distrito		Distancia y difícil acceso		Considera que es inseguro		No le parece atractivo		Es muy costoso		Otro									
Desconoce sobre la oferta turística del distrito																					
Distancia y difícil acceso																					
Considera que es inseguro																					
No le parece atractivo																					
Es muy costoso																					
Otro																					

MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN
Agradecemos mucho su participación en esta encuesta, gracias por su tiempo y sus respuestas, pase un feliz día.

Fuente: Elaboración Propia

7. Fichas técnicas

Tabla 99: Ficha técnica del mercado consumidor- segmento turista nacional

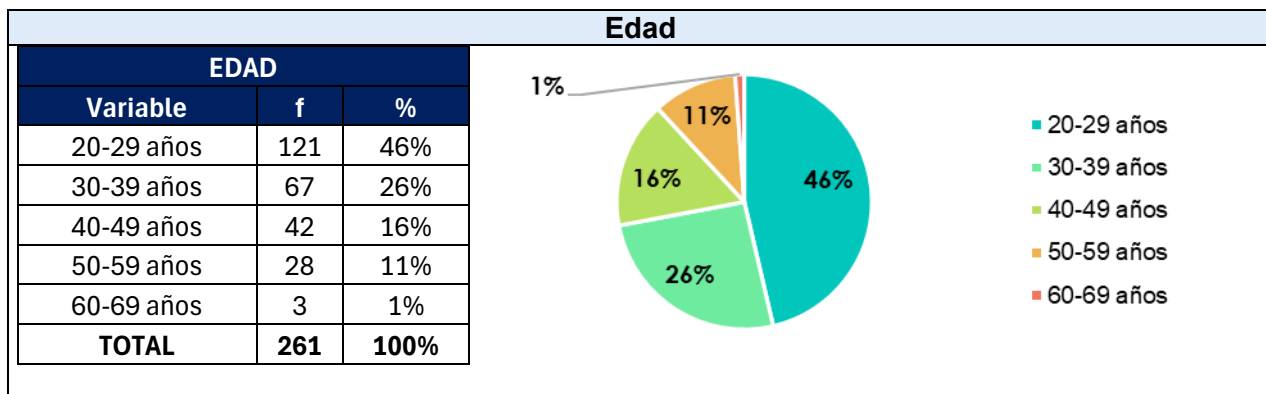
FICHA TECNICA DEL MERCADO CONSUMIDOR- SEGMENTO TURISTA NACIONAL	
Universo	Hombres y mujeres en el rango de edad de entre 20 y 69 años, sin distinción de ingresos que residen en el área metropolitana de San Salvador
Marco Muestral	620,891
Elemento Muestral	Personas económicamente activas, de hogares no pobres.
Tipo de muestra	Aleatorio Simple
Tamaño de muestra	261
Porcentaje de error	6%
Nivel de Confianza	95%
Técnica de recolección	Encuestas
Distritos	Área metropolitana de San Salvador
Periodo de recolección de información:	Junio-Julio 2024

Fuente: Elaboración Propia

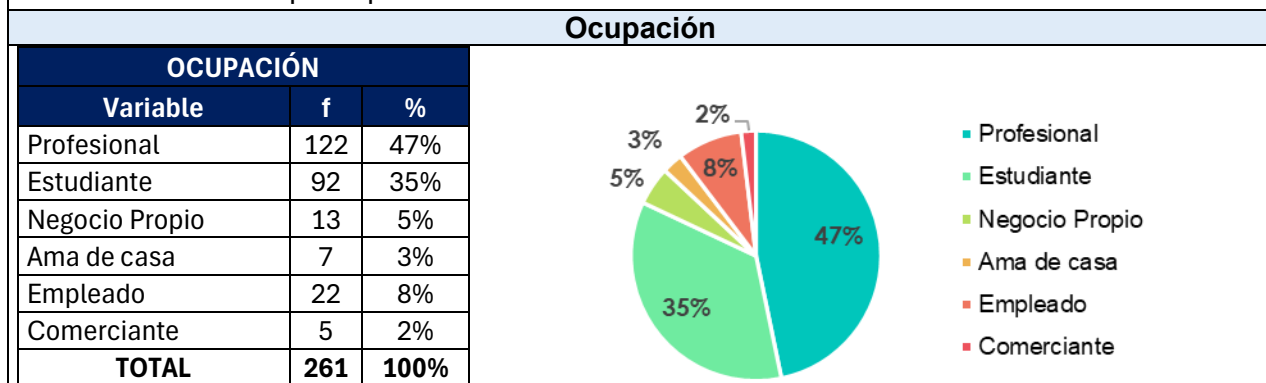
8. Tabulación de información

a) Tabulación de información para segmento de turista nacional

DATOS GENERALES			
Genero			
GENERO			<p>■ Femenino ■ Masculino</p>
Variable	f	%	
Femenino	164	63%	
Masculino	97	37%	
TOTAL	261	100%	
<p>Análisis: Dentro del estudio se tuvo una mayor participación por parte de mujeres, tal como se ve reflejado en los datos de el grafico, un 63% de participantes es del género femenino y un 37% corresponde al género masculino.</p>			

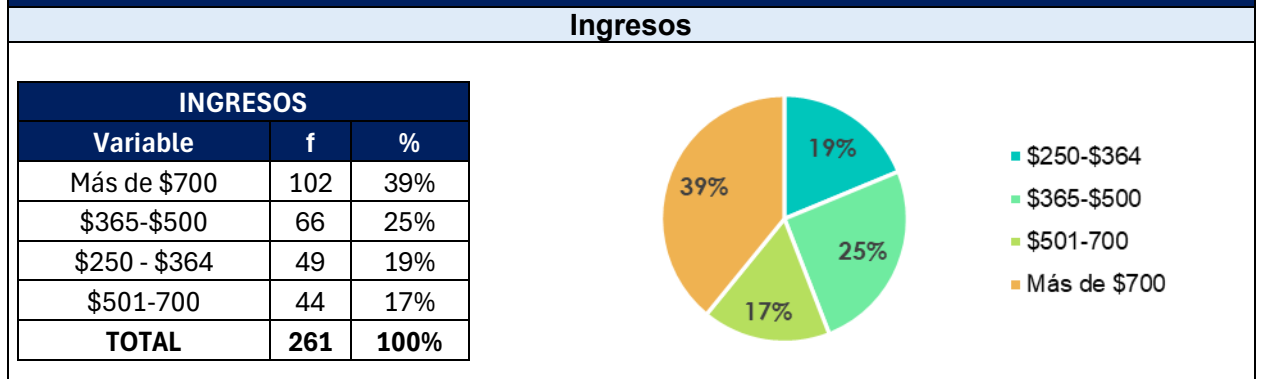


Análisis: Dentro del estudio se abarco personas de entre los 20 a los 69 años, la mayor participación fue de personas que rondan entre los 20 a 29 años, con un 46% de participación seguidos las personas de entre 30 a 39 años, con un 26% de participación, seguidos por las personas de entre 40 a 49 años con un 16% de participación, luego las personas de entre 50 a 59 años representan un 11% de los participantes y finalmente las personas entre 60 a 69 años forman el 1% de los participantes.



Análisis: La ocupación de los participantes es diversa, un 47% es profesional y un 35% se encuentra estudiando para serlo, por otra parte 8% empleados, 5% cuenta con negocio propio, 3% son amas de casa y un 2% son comerciantes.

PREGUNTAS GENERALES

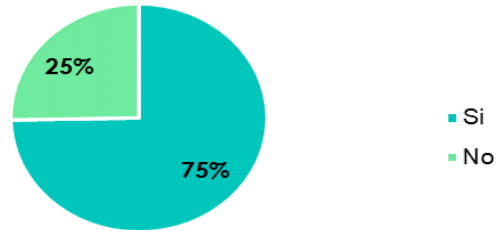


Análisis: El 39 % de los encuestados tiene ingresos mayores a \$700 dólares, mientras que el 25% cuenta con ingresos que van entre \$ 365 a \$500 dólares, además un 19% tiene ingresos

entre \$250 a \$364 dólares, este segmento se puede atribuir a los estudiantes que participaron, y finalmente un 17% tiene ingresos de entre \$501 a \$700 dólares.

¿Realiza Turismo al Interior del País?

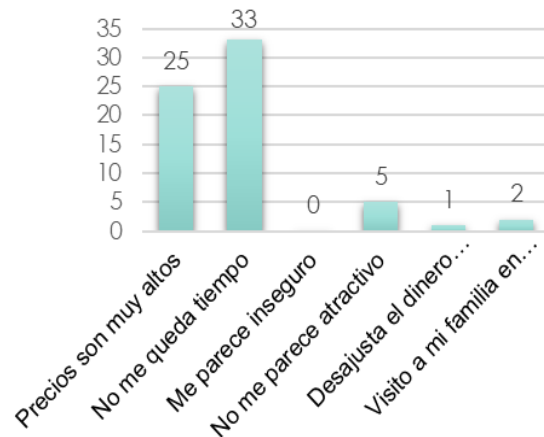
TURISMO AL INTERIOR		
Variable	f	%
Si	195	75%
No	66	25%
TOTAL	261	100%



Análisis: Se inicio realizando un filtro a los participantes, para poder tomar en cuenta únicamente a los que realizan turismo a nivel nacional, de esto se obtuvo que un 75% de los encuestados si realiza turismo al interior del país, y un 25% no realiza turismo al interior del país, los motivos del porqué serán analizados en la siguiente pregunta.

¿Por qué no realiza turismo al interior del país?

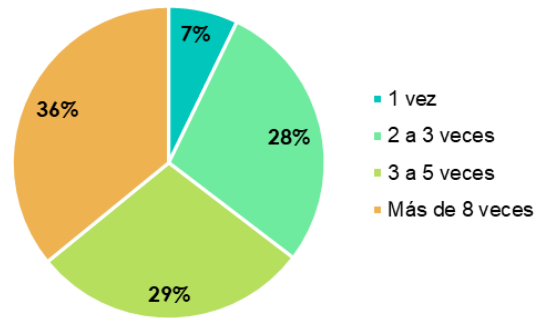
Variable	f	%
Precios son muy altos	25	38%
No me queda tiempo	33	50%
Me parece inseguro	0	0%
No me parece atractivo	5	8%
Desajusta el dinero del mes	1	2%
Visito a mi familia en el extranjero	2	3%
TOTAL	66	100%



Análisis: A las personas que no realizan turismo al interior del país se les realizó esta pregunta, obteniendo como resultado que el 50% de ellas no realizan turismo al interior del país debido a que no les queda tiempo para dicha actividad, mientras que un 38% considera que los precios de hacer turismo en el país son muy altos, a un 8% no le parece atractivo el país para realizar turismo, un 3% no realiza turismo al interior del país porque visita a su familia en el extranjero y finalmente un 2% no lo realiza porque desajusta el dinero que presupuesta en el mes.

¿Cuántas veces al año realiza actividades turísticas?

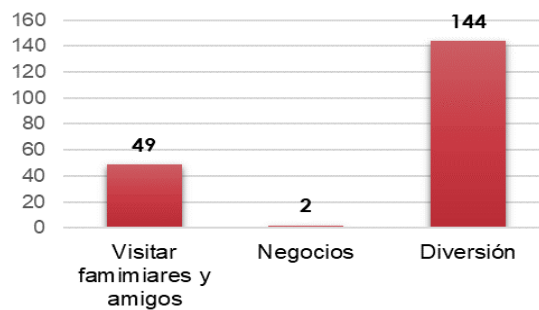
ACTIVIDADES TURISTICAS EN EL AÑO		
Variable	f	%
1 vez	14	7%
2 a 3 veces	55	28%
3 a 5 veces	56	29%
Más de 8 veces	70	36%
TOTAL	195	100%



Análisis: El 36% de los encuestados realiza actividades turísticas más de 8 veces al año, seguido del 29% que realiza actividades turísticas de 3 a 5 veces al año, y el 28% de encuestados solo realiza turismo de 2 a 3 veces al año, y finalmente el 7% de encuestados solo realiza turismo 1 vez al año.

¿Qué razón lo motiva a viajar y hacer turismo?

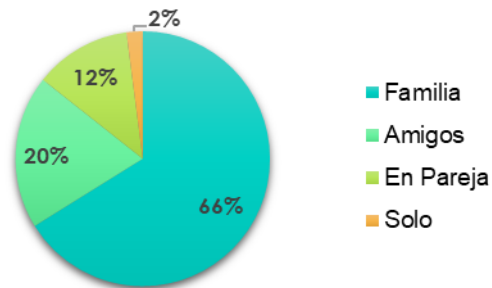
MOTIVACIONES PARA HACER TURISMO		
Variable	f	%
Visitar familiares y amigos	49	25%
Negocios	2	1%
Diversión	144	74%
TOTAL	195	100%



Análisis: Las motivaciones para realizar turismo entre los encuestados, son claras, el 74% se ve motivado a hacer turismo por diversión, además un 25% se ve motivado por visitar familiares y amigos y solamente un 1% se ve motivado a realizar turismo por realizar negocios.

¿Con que personas realiza turismo más a menudo?

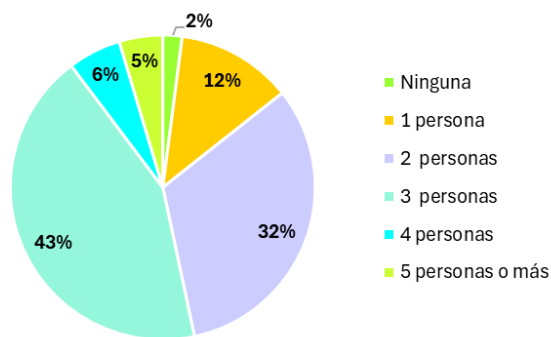
Variable	f	%
Familia	129	66%
Amigos	38	20%
En Pareja	24	12%
Solo	4	2%
TOTAL	195	100%



Análisis: El turismo en familia es el que realizan más a menudo los encuestados, puesto que un 66% de los encuestados realiza turismo más a menudo con su familia, seguido de un 20% que realiza turismo amigos, seguido de un 12% que realiza turismo en pareja y finalmente el 2% realiza turismo de manera solitaria.

¿Con cuántas personas realiza turismo?

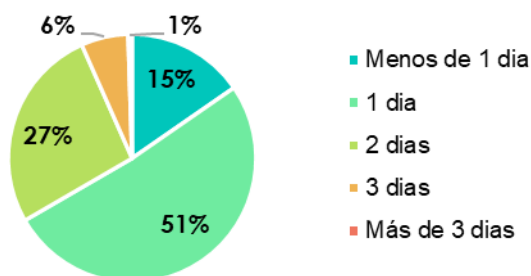
Variable	f	%
Ninguna	4	2%
1 persona	24	12%
2 personas	63	32%
3 personas	84	43%
4 personas	11	6%
5 personas o más	9	5%
TOTAL	195	100%



Análisis: Se puede observar que 43% de los encuestados realiza turismo con un grupo de 3 personas, mientras que el 32% con un grupo de 2 personas, y los grupos más grandes de personas, se ven disminuidos, puesto que solo el 6% de los encuestados realiza turismo con grupos de 4 personas, 5% con grupos de más de 5 personas y 2% realiza turismo solos.

¿Cuánto tiempo duran sus paseos turísticos al interior del país?

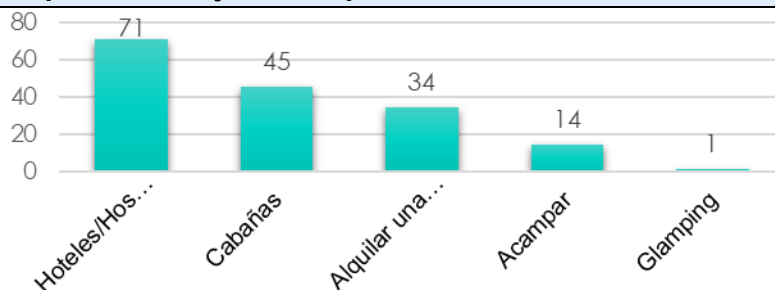
Variable	f	%
Menos de 1 día	30	15
1 día	100	51
2 días	52	27
3 días	12	6
Más de 3 días	1	1
TOTAL	195	100%



Análisis: El 51% de los encuestados manifestó que sus salidas duran 1 día, seguido de un 27% que manifestó que duran 2 días, seguido de un 15% para el que duran menos de un día y un 1% para el que duran más de 3 días.

¿Cuál opción de alojamiento prefiere?

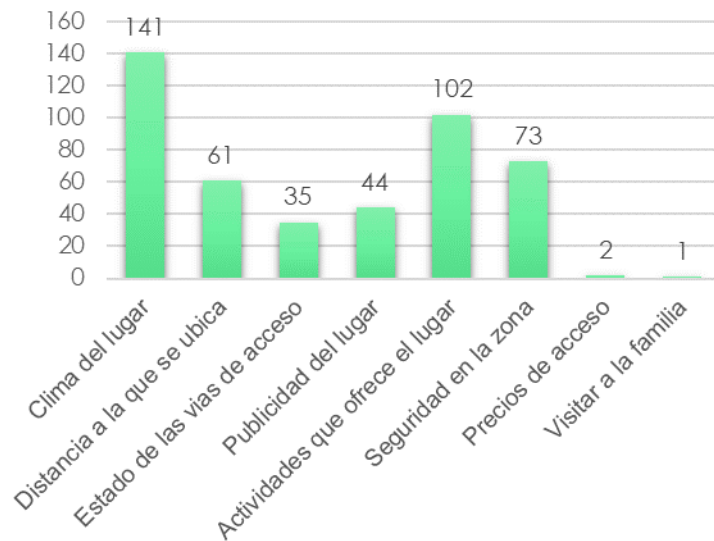
Variable	f
Hoteles/Hostales	71
Cabañas	45
Alquilar una casa en el destino que visita	34
Acampar	14
Glamping	1
TOTAL	165



Análisis: La opción de alojamiento preferida por los encuestados que pernoctan, es la de Hoteles y hostales, seguido de las cabañas y luego el alquilar una casa en el destino que visita, luego se posiciona el acampar y por último el glamping.

¿Cuáles de los siguientes aspectos lo motivan, al momento de decidir un lugar donde realizara turismo?

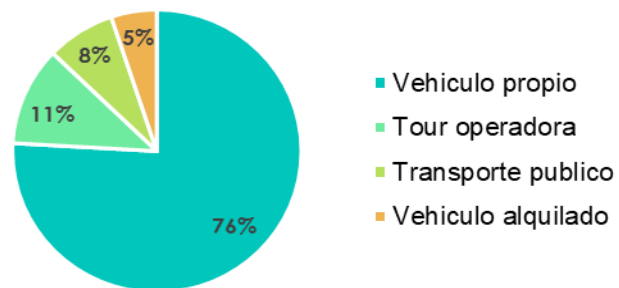
Variable	f
Clima del lugar	141
Distancia a la que se ubica	61
Estado de las vías de acceso	35
Publicidad del lugar	44
Actividades que ofrece el lugar	102
Seguridad en la zona	73
Precios de acceso	2
Visitar a la familia	1
TOTAL	459



Análisis: Dentro de los aspectos que motivan a los encuestados para elegir un lugar en el que realizar turismo, se destacan el clima del lugar, las actividades que ofrece y la seguridad de la zona, siendo el más importante de estos, el clima del lugar, luego se observa que consideran la distancia a la que se ubica y la publicidad que se tiene del lugar y el estado de las vías de acceso.

¿Qué medio de transporte utiliza para viajar, cuando hace turismo?

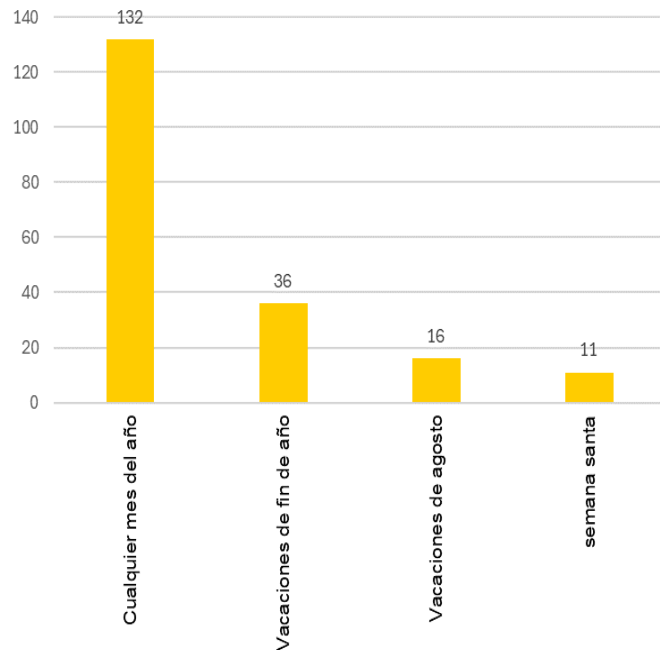
Variable	f
Vehículo propio	148
Tour operadora	22
Transporte publico	15
Vehículo alquilado	10
TOTAL	195



Análisis: El medio de transporte más utilizado para viajar al hacer turismo es el vehículo propio, puesto que un 76% de los encuestados lo utilizan, un 11% viajan utilizando tour operadoras, dejando como medios menos utilizados el transporte público con 8% de utilización y el uso de vehículo alquilado con un 5% de utilización

¿En qué temporada del año realiza más turismo?

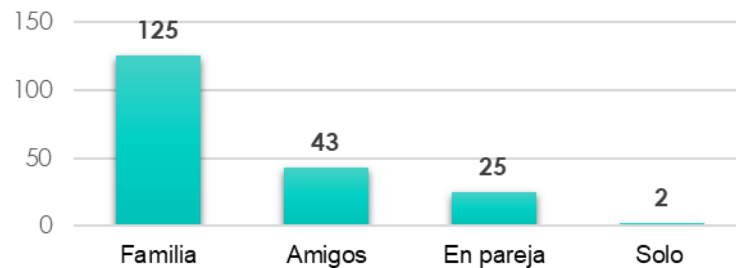
Variable	f	%
Cualquier mes del año	132	68%
Vacaciones de fin de año	36	18%
Vacaciones de agosto	16	8%
semana santa	11	6%
TOTAL	195	100%



Análisis: El 68% de los encuestados manifiestan no tener una temporada específica para realizar turismo, lo realizan en cualquier mes del año, pero destacan la temporada de vacaciones de fin de año con un 18%, seguido de vacaciones de agosto con un 8% y Semana santa con un 6%.

¿Con quién realizo su última salida turística?

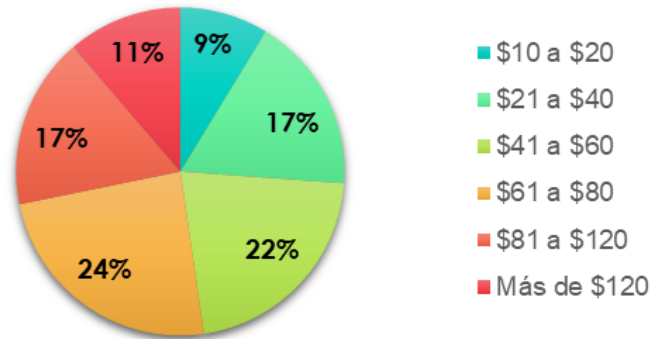
Variable	f
Familia	125
Amigos	43
En pareja	25
Solo	2
TOTAL	195



Análisis: La mayoría de los encuestados manifestó que su última salida turística la realizó con su familia, lo que ayuda a confirmar que la mayoría de los encuestados realiza turismo en familia, a esto le siguen los que realizaron turismo con sus amigos y con su pareja, las salidas turísticas de manera solitaria son las menos realizadas.

¿Cuánto fue su gasto promedio diario, durante su última salida turística?

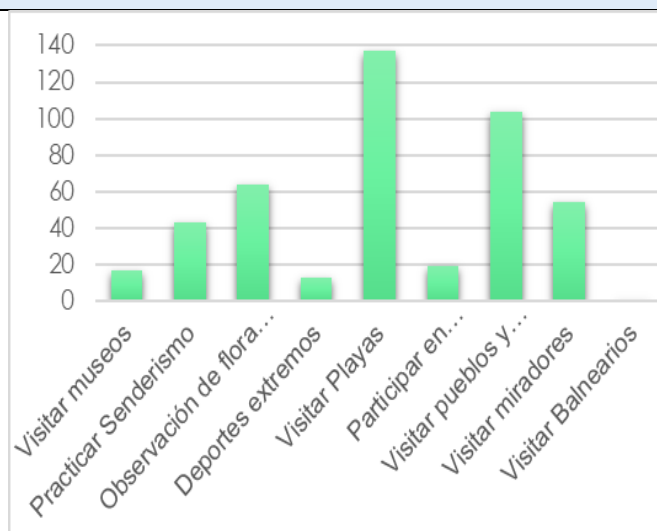
Variable	f	%
\$10 a \$20	17	9%
\$21 a \$40	34	17%
\$41 a \$60	42	22%
\$61 a \$80	47	24%
\$81 a \$120	33	17%
Más de \$120	22	11%
TOTAL	195	100%



Análisis: El 24% de los encuestados gasta un promedio diario de entre \$61 a \$80 dólares, seguido de 22% que gasta entre \$41 a \$60 dólares, y 17% que gasta entre \$21 a \$40, y otro 17% gasta entre \$81 a \$120, y solamente un 11% gasta un promedio diario de más de \$120.

¿Cuáles son las principales actividades que realiza cuando hace turismo?

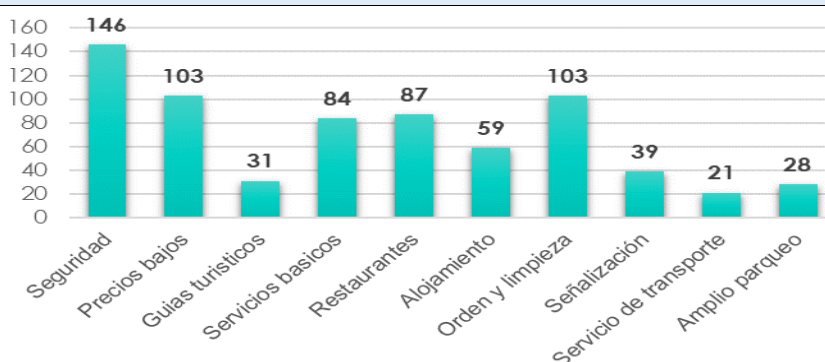
Variable	f
Visitar museos	17
Practicar Senderismo	43
Observación de flora y fauna	64
Deportes extremos	13
Visitar Playas	137
Participar en actividades religiosas del lugar al que visita	19
Visitar pueblos y conocer su cultura	104
Visitar miradores	54
Visitar Balnearios	1
TOTAL	452



Análisis: La actividad preferida por los encuestados es el visitar playas, seguido por el visitar pueblos y conocer su cultura, además, aunque en un menor grado prefieren observar flora y fauna y visitar miradores.

¿Qué debería de tener un destino turístico para que usted se sienta cómodo al visitarlo?

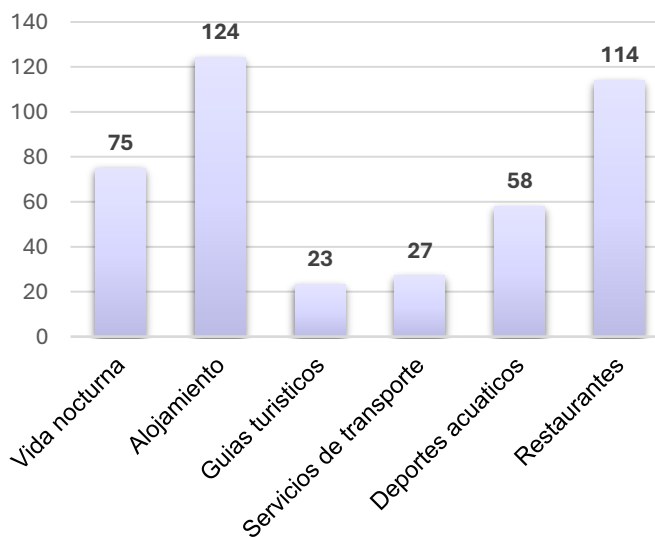
Variable	f
Seguridad	146
Precios bajos	103
Guías turísticos	31
Servicios básicos	84
Restaurantes	87
Alojamiento	59
Orden y limpieza	103
Señalización	39
Servicio de transporte	21
Amplio parqueo	28
TOTAL	701



Análisis: La principal característica que los encuestados esperan encontrar en un destino turístico para sentirse cómodo es la seguridad, a esto se añaden los precios bajos, el orden y limpieza, seguido del servicio de restaurantes y la existencia de los servicios básicos (agua, energía, servicio de aguas negras), además esperan encontrar servicios de alojamiento.

¿Qué le gustaría que se ofertara en un destino turístico de sol y playa?

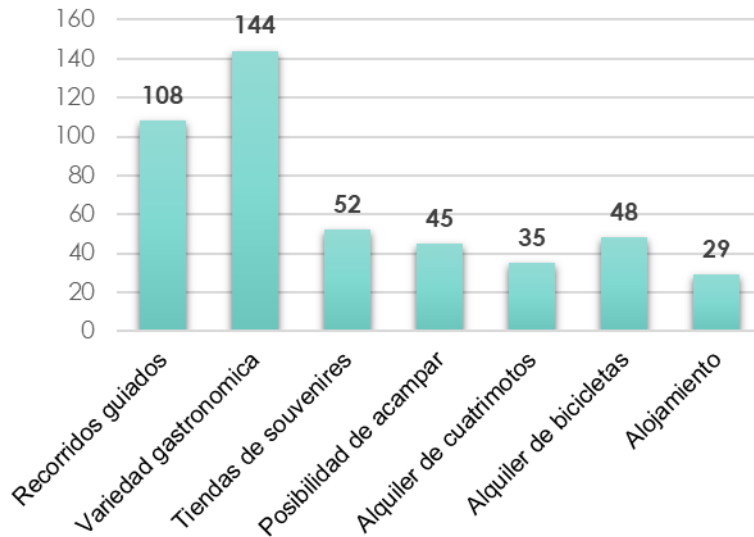
Variable	f
Vida nocturna	75
Alojamiento	124
Guías turísticos	23
Servicios de transporte	27
Deportes acuáticos	58
Restaurantes	114
TOTAL	421



Análisis: Lo que esperan encontrar es principalmente alojamiento y restaurantes, además esperan encontrar vida nocturna y también deportes acuáticos, por otra parte, también esperan encontrar, aunque en menor medida servicios de transporte y guías turísticos.

¿Qué le gustaría se ofertará en un destino turístico cultural?

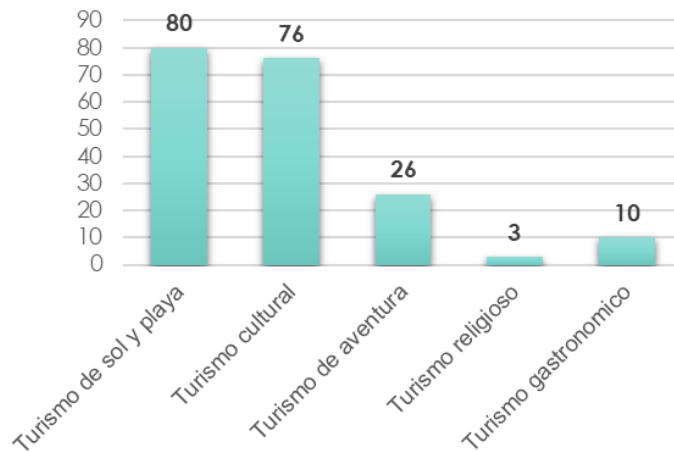
Variable	f
Recorridos guiados	108
Variedad gastronómica	144
Tiendas de souvenirs	52
Posibilidad de acampar	45
Alquiler de cuatrimotos	35
Alquiler de bicicletas	48
Alojamiento	29
TOTAL	461



Análisis: En los destinos turísticos culturales las personas esperan encontrar principalmente, variedad gastronómica y recorridos guiados, además algunos esperan encontrar tiendas de souvenirs, alquiler de bicicletas y posibilidad de acampar.

¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

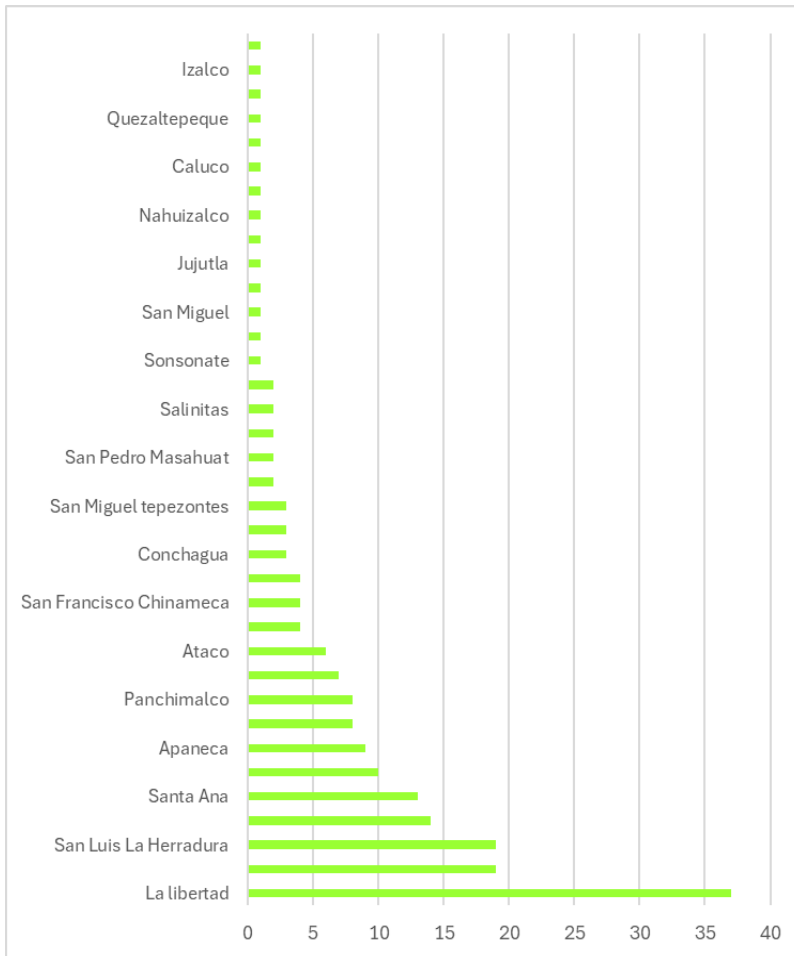
Variable	f	%
Turismo de sol y playa	80	41%
Turismo cultural	76	39%
Turismo de aventura	26	13%
Turismo religioso	3	2%
Turismo gastronómico	10	5%
TOTAL	195	100%



Análisis: Se puede observar que los tipos de turismo preferidos son en primer lugar el turismo de sol y playa y segundo el turismo cultural, y en menor escala se encuentra el turismo de aventura, gastronómico y religioso.

¿Cuáles son los principales lugares que usted visita para hacer turismo?

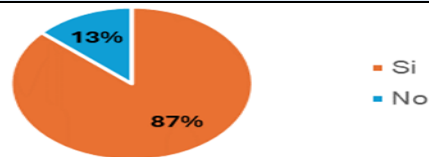
Variable	f
La libertad	37
Tamanique	19
San Luis La Herradura	19
Coatepeque	14
Santa Ana	13
San Salvador	10
Apaneca	9
Juayua	8
Panchimalco	8
Suchitoto	7
Ataco	6
Olocuilta	4
San Francisco Chinameca	4
Chalatenango	4
Conchagua	3
Chalatenango	3
San Miguel tepezontes	3
Chiltiupán	2
San Pedro Masahuat	2
La Palma	2
Salinitas	2
Jayaque	2
Sonsonate	1
Jucuaran	1
San Miguel	1
Acajutla	1
Jujutla	1
Alegria	1
Nahuizalco	1
Ahuachapan	1
Caluco	1
La union	1
Quezaltepeque	1
San Vicente	1
Izalco	1
Cojutepeque	1
TOTAL	195



Análisis: Los tres distritos más visitados por los encuestados son en primer lugar el distrito de La Libertad, seguido de Tamanique y San Luis La Herradura, estos distritos destacan por sus playas, estos datos servirán para poder determinar cuáles son los distritos que conforman el mercado competidor.

¿Le gustaría visitar San Pedro Masahuat?

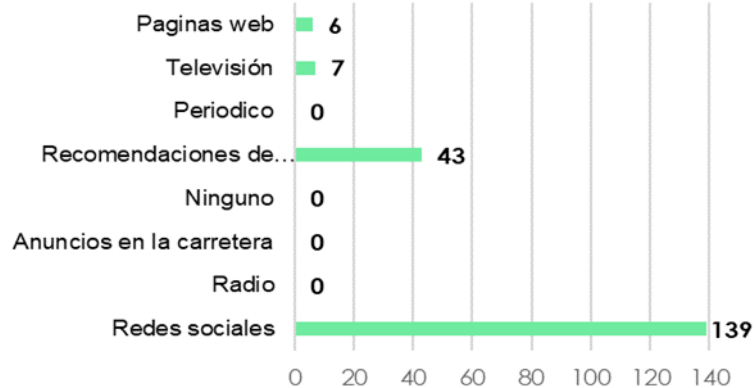
Variable	f	%
Si	169	87%
No	26	13%
TOTAL	195	100%



Análisis: EL 87% de las personas estarían dispuestas a visitar San Pedro Masahuat, mientras que solo un 13% no estaría dispuesto a hacerlo.

¿De qué manera obtiene información de los destinos turísticos que visita?

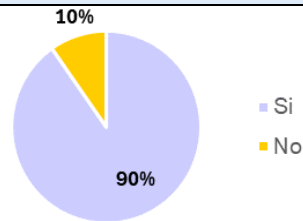
Variable	f
Redes sociales	139
Radio	0
Anuncios en la carretera	0
Ninguno	0
Recomendaciones de amigos o familiares	43
Periódico	0
Televisión	7
Páginas web	6
TOTAL	195



Análisis: El principal medio por el cual los encuestados obtienen información, son las redes sociales, mientras que otros, aunque menor escala, obtienen información por medio de recomendaciones de amigos o familiares.

¿Le gustaría visitar San Luis Talpa?

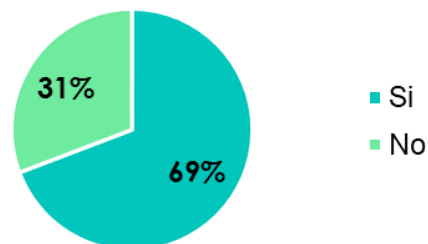
Variable	f	%
Si	176	87%
No	19	13%
TOTAL	195	100%



Análisis: El 90% de los encuestados manifiesta que, si le gustaría visitar San Luis Talpa, mientras que solo el 10% manifestó que no le gustaría.

¿Conoce cuáles son las rutas turísticas de El Salvador?

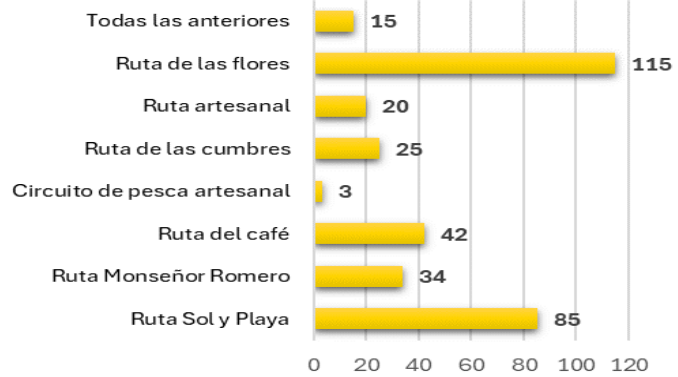
Variable	f	%
Si	135	69%
No	60	31%
TOTAL	195	100%



Análisis: El 69 % de la población tiene conocimiento de las rutas turísticas que existen en El Salvador, solamente un 31% no tiene conocimiento de estas.

¿Cuáles rutas turísticas conoce?

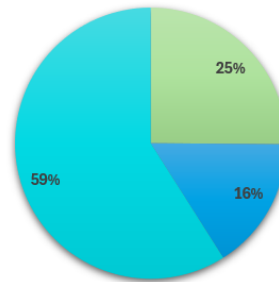
Variable	f
Ruta Sol y Playa	85
Ruta Monseñor Romero	34
Ruta del café	42
Circuito de pesca artesanal	3
Ruta de las cumbres	25
Ruta artesanal	20
Ruta de las flores	115
Todas las anteriores	15
TOTAL	339



Analisis: La ruta turística más conocida es la ruta de las flores, en segundo lugar se encuentra la ruta de sol y playa, y como tercer lugar se encuentra la ruta del café

¿Cómo adquiere normalmente los servicios turísticos?

Variable	f	%
Tour operadora	49	25%
Empresa proveedora	31	16%
Medio Propio	115	59%
TOTAL	195	100%

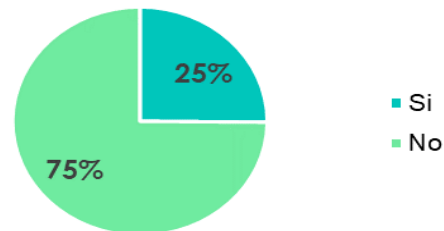


■ Tour operadora ■ Empresa proveedora ■ Medio Propio

El 59% de las personas encuestadas adquiere servicios turísticos por medios propios, mientras que el 25% lo hace por medio de tour operadoras y el 16% restante los adquiere por medio de empresas proveedoras

¿Ha visitado San Pedro Masahuat?

Variable	f	%
Si	49	25%
No	146	75%
TOTAL	195	100%

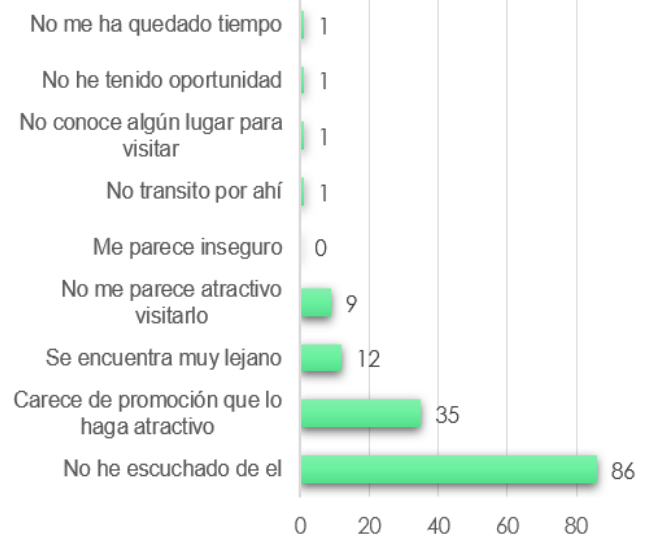


■ Si
■ No

Analisis: Solamente el 25% de los encuestados ha visitado San Pedro Masahuat, mientras que el 75% de ellos no ha visitado el distrito, por lo que decir que el distrito es poco conocido a nivel de la población.

¿Por qué razones no ha visitado San Pedro Masahuat?

Variable	f
No he escuchado de el	86
Carece de promoción que lo haga atractivo	35
Se encuentra muy lejano	12
No me parece atractivo visitarlo	9
Me parece inseguro	0
No tránsito por ahí	1
No conoce algún lugar para visitar	1
No he tenido oportunidad	1
No me ha quedado tiempo	1
TOTAL	146



Analisis: La principal razón por las que los encuestados no conocen San Pedro Masahuat, se debe a que no han escuchado de el, además otros manifiestan que el distrito carece de promoción que lo haga atractivo.

¿Cuáles de los siguientes recursos turísticos de San Pedro Masahuat conoce?

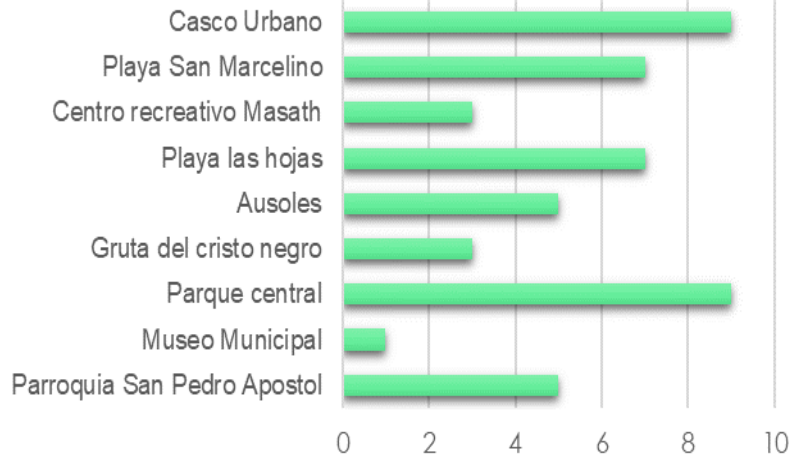
Variable	f
Gruta del cristo Negro	9
Playa San Marcelino	17
Centro recreativo Masath	4
Museo Municipal	5
Playa las hojas	25
Mirador, buena vista	6
Ausoles	3
Parroquia San Pedro Apóstol	2
Ninguno	1
TOTAL	72



Analisis: El recurso turístico más conocido dentro del distrito de San Pedro Masahuat es Playa Las Hojas, seguido por la Playa San Marcelino y en tercer lugar la gruta del cristo negro.

¿Cuáles lugares de San Pedro Masahuat ha visitado?

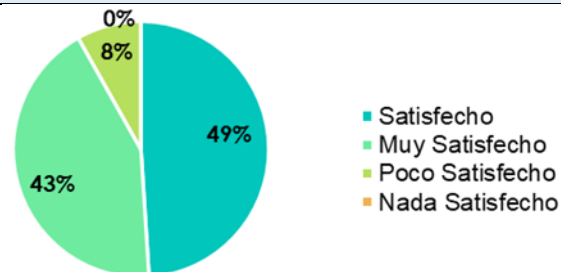
Variable	f
Parroquia San Pedro Apóstol	5
Museo Municipal	1
Parque central	9
Gruta del cristo negro	3
Ausoles	5
Playa las hojas	7
Centro recreativo Masath	3
Playa San Marcelino	7
Casco Urbano	9
TOTAL	49



Análisis: El casco urbano y el parque central son los lugares más visitados por la población, a estos les sigue la playa San Marcelino y la Playa Las Hojas.

¿Cómo se sintió en su visita al distrito de San Pedro Masahuat?

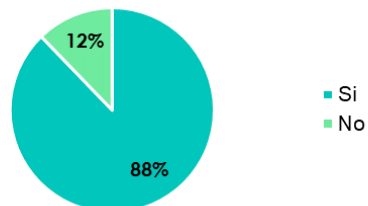
Variable	f	%
Satisfecho	24	49%
Muy Satisfecho	21	43%
Poco Satisfecho	4	8%
Nada Satisfecho	0	0%
TOTAL	49	100%



Análisis: La experiencia de las persona que han visitado San Pedro Masahuat, manifiestan ser positivas, ya que un 49% de las personas manifiestan estar satisfechas en su visita y un 43% manifiesta estar muy satisfechas, solamente un 8% manifiestas estar poco satisfecha.

Recomendaría a sus amigos y familiares visitar el distrito de San Pedro Masahuat

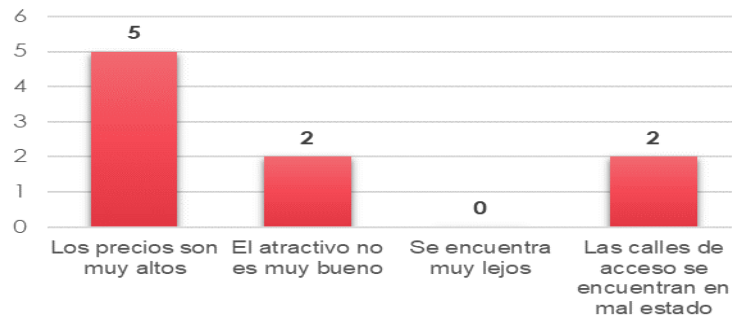
Variable	f	%
Si	43	88%
No	6	12%
TOTAL	49	100%



Análisis: El 88% de las personas encuestadas, que han visitado San Pedro Masahuat, si recomendarían a sus amigos y familiares visitar el distrito, y solamente el 12% no lo haría.

¿Por qué no recomendaría San Pedro Masahuat a sus familiares o amigos?

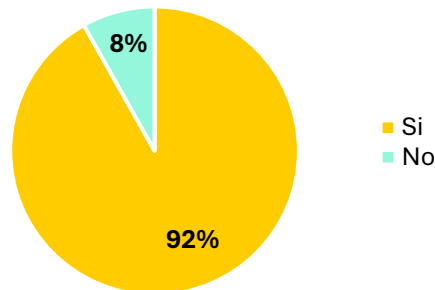
Variables	f
Los precios son muy altos	5
El atractivo no es muy bueno	2
Se encuentra muy lejos	0
Las calles de acceso se encuentran en mal estado	2
TOTAL	9



Analisis: Las personas que no han visitado el distrito, manifiestan que no lo recomendarían, ya que los precios son muy altos, y porque las calles de acceso se encuentran en mal estado y el atractivo no es muy bueno.

¿Estaria dispuesto a volver a visitar San Pedro Masahuat?

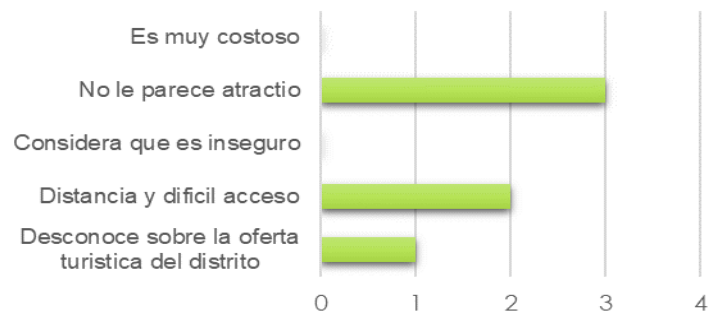
Variable	f	%
Si	45	92%
No	4	8%
TOTAL	49	100%



Analisis: El 92% de las personas que han visitado San Pedro Masahuat, mientras que solo el 8% de ellas no lo haría.

¿Qué razones lo llevan a no estar dispuesto a volver a visitar San Pedro Masahuat?

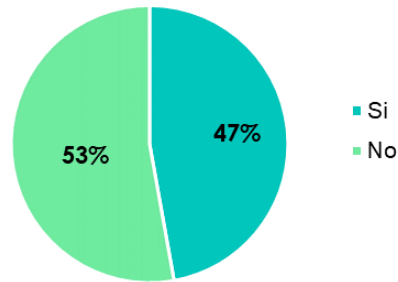
Variables	f
Desconoce sobre la oferta turística del distrito	1
Distancia y difícil acceso	2
Considera que es inseguro	0
No le parece atractivo	3
Es muy costoso	0
TOTAL	6



Analisis: Las personas que no estarían dispuestas a volver a visitar San Pedro Masahuat, en su mayoría manifiestan que no lo volverían a visitar porque no le parece atractivo, y otras por falta de conocimiento de la oferta turística del distrito.

¿Ha visitado San Luis Talpa?

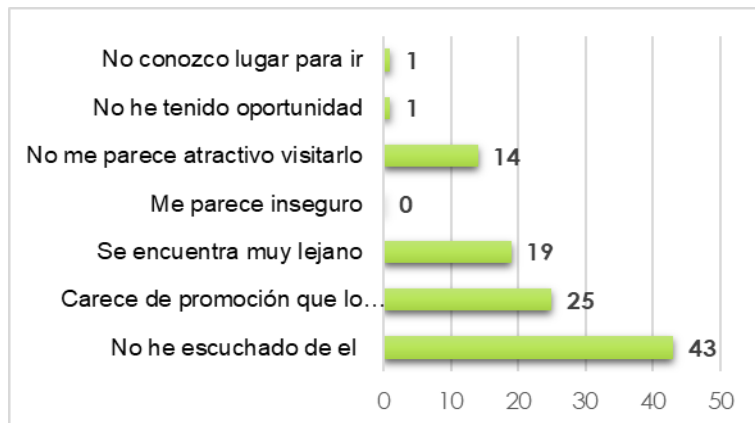
Variable	f	%
Si	92	47%
No	103	53%
TOTAL	195	100%



Analisis: El 53% de las personas encuestadas manifiestan que no han visitado San Luis Talpa, por lo que se puede decir que la mayoría de personas encuestadas no conocen el distrito, ya que solamente el 47% de personas encuestadas lo ha visitado.

¿Por qué razones no ha visitado San Luis Talpa?

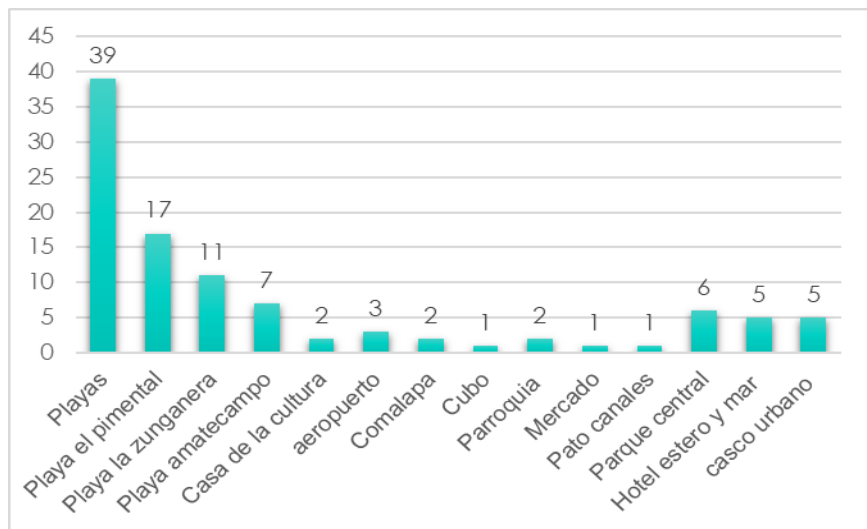
Variable	f
No he escuchado de el	43
Carece de promoción que lo haga atractivo	25
Se encuentra muy lejano	19
Me parece inseguro	0
No me parece atractivo visitarlo	14
No he tenido oportunidad	1
No conozco lugar para ir	1
TOTAL	103



Analisis: Las mayoría de personas que no ha visitado San Luis Talpa, manifiestan que no han escuchado de él, y que carece de promoción que lo haga atractivo, lo que va de la mano con la otra porción de personas encuestadas que no han visitado el distrito porque no les parece atractivo.

¿Qué lugares de San Luis Talpa ha visitado?

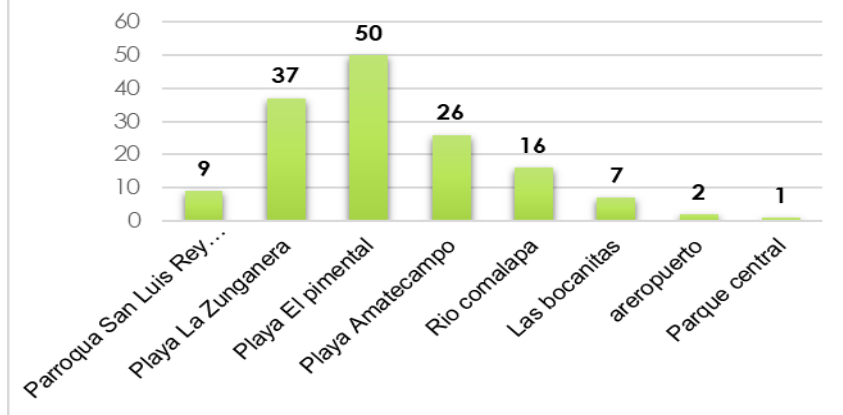
Variable	f
Playas	39
Playa el pimental	17
Playa la zunganera	11
Playa amatecampo	7
Casa de la cultura	2
aeropuerto	3
Comalapa	2
Cubo	1
Parroquia	2
Mercado	1
Pato canales	1
Parque central	6
Hotel estero y mar	5
casco urbano	5
TOTAL	102



Analisis: Los lugares más visitados dentro de San Luis Talpa, son las playas, entre las que destaca en primer lugar El pimental, Seguido por La Zunganera y Amatecampo, además el casco urbano y el parque central tambien han sido visitados por algunas personas.

¿Cuál de los siguientes recursos turísticos de San Luis Talpa Conoce?

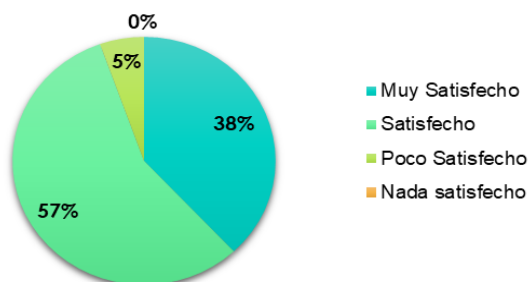
Variable	f
Parroquia San Luis Rey de Francia	9
Playa La Zunganera	37
Playa El pimental	50
Playa Amatecampo	26
Rio Comalapa	16
Las bocanitas	7
aeropuerto	2
Parque central	1
TOTAL	148



Analisis: Los recursos turísticos más visitados por las personas encuestadas, es Playa El Pimental, seguida por playa la Zunganera y Playa Amatecampo, lo que deja en evidencia que los recursos más populares de San Luis Talpa son sus playas.

¿Cómo se sintió en su visita a San Luis Talpa?

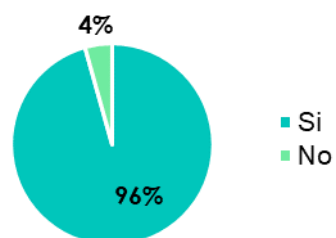
Variable	f	%
Muy Satisfecho	35	38%
Satisfecho	52	57%
Poco Satisfecho	5	5%
Nada satisfecho	0	0%
TOTAL	92	100%



Analisis: Las experiencias de las personas que han visitado el San Luis Talpa, refleja ser positiva ya que un 57% manifiesta estar satisfecho y un 38% muy satisfecho con su visita, y solamente el 5% manifiesta estar poco satisfecho.

¿Recomendaría a sus familiares y amigos el distrito de San Luis Talpa?

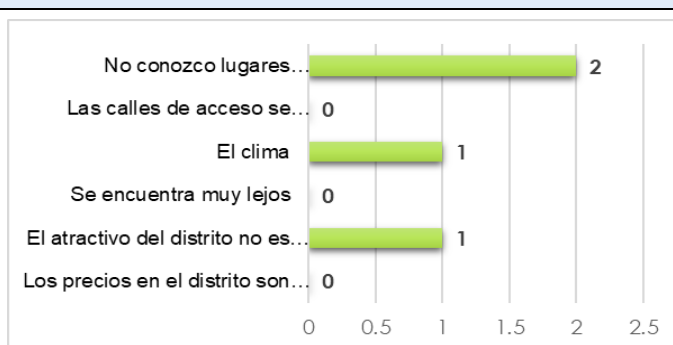
Variable	f	%
Si	88	96%
No	4	4%
TOTAL	92	100%



Analisis: El 96% de las personas encuestadas que visitaron San Luis Talpa, recomendarían a sus familiares y amigos visitarlo y solamente el 4% no lo recomendaría a sus amigos y familia.

¿Por qué no recomendaría a sus familiares y amigos visitar el distrito de San Luis Talpa?

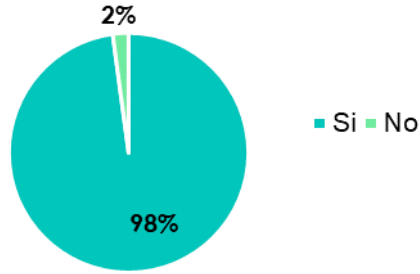
Variable	f
Los precios en el distrito son muy altos	0
El atractivo del distrito no es muy bueno	1
Se encuentra muy lejos	0
El clima	1
Las calles de acceso se encuentran en mal estado	0
No conozco lugares atractivos en la zona	2
TOTAL	4



Analisis: Las principales razones por las que las personas que visitaron San Luis Talpa, no lo recomendarían a sus familiares y amigos, es porque no conocen lugares atractivos en la zona, además otros manifestarán que el atractivo del distrito no es muy bueno y que no les gusta el clima.

¿Estaria dispuesto a volver visitar el distrito de San Luis Talpa?

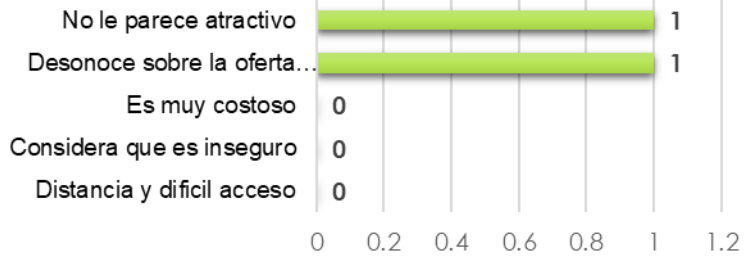
Variable	f	%
Si	92	98%
No	2	2%
TOTAL	94	100%



Analisis: El 98% de las personas que han visitado San Luis Talpa, manifiestan que si estarian dispuestas a volver a visitar el distrito, mientras que solamente el 2% no estaria dispuesta a visitarlo de nuevo.

¿Qué razones lo llevan a no estar dispuesto a volver a visitar el distrito de San Luis Talpa?

Variable	f
Distancia y difícil acceso	0
Considera que es inseguro	0
Es muy costoso	0
Desconoce sobre la oferta turística del distrito	1
No le parece atractivo	1
TOTAL	2



Analisis: Las personas que visitaron San Luis Talpa y manifestaron que no estarian dispuestos a volver a visitarlo, es debido a que desconocen de la oferta turistica del distrito y no les parece atractivo el distrito-

9. Resultados de mercado consumidor

a) Resultados segmento turista nacional

Tabla 100:Resultados segmento turista nacional

CONCEPTO	RESULTADO
Segmento	Turista nacional
Variables Socioeconómicas	Edad: 20 a 69 años Género: Indiferente Ocupación: Indiferente Ingreso: Arriba de los 250 dólares
Variables Geográficas	Los 14 distritos que componen el área metropolitana de San Salvador.
Motivación para realizar actividades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Su principal motivo de viajar es la diversión • La seguridad es la principal característica que busca encontrar en un destino turístico, además de precios bajos y orden y limpieza. • Los principales motivos para decidir en qué lugar realizar sus actividades turísticas son el clima y las actividades que el destino, ofrece son los principales aspectos que lo motivan a elegir un destino turístico.
Características, preferencias y otros aspectos generales	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza sus actividades turísticas principalmente con su familia. • Realiza actividades turísticas más de 8 veces al año, en cualquier temporada del año. • Las visitas a los destinos turísticos duran generalmente 1 día • El principal para informarse de destinos turísticos son las redes sociales. • Las playas, son el principal lugar que visita al hacer turismo, seguido de ellas, las montañas y los pueblos. • Utilizan vehículo propio para realizar turismo. • La ruta de las flores es la ruta turística más conocida.
Servicios complementarios	El alojamiento y los restaurantes son los principales complementos que desean se oferten en un destino de turismo de sol y playa, en cambio en un destino de turismo cultura, desean encontrar principalmente restaurantes y recorridos guiados.

Fuente: Elaboración Propia

b) Resultados del segmento extranjero

Tabla 101: Resultados del segmento de turista extranjero

CONCEPTO	RESULTADO
Segmento	Turista extranjero que visita el país
Características	Edad: 20 a 69 años Género: indiferente Ocupación: indiferente
Destinos preferidos	Los destinos preferidos son las playas, las montañas y pueblos (ISTU)
Medios por el cual se entera de lugares turísticos	Redes sociales, páginas web.
Información general.	<ul style="list-style-type: none"> • Viaja por visitar a familiares y amigos y también por vacaciones, recreo y ocio (SITCA) • La estadía promedio en el país es de 8.5 noches (CORSATUR)

Fuente: Elaboración propia, con datos de ISTU, SITCA y CORSATUR

10. Afluencia turística en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa

A continuación, se procederá a realizar un aproximado de la demanda turística para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, del segmento de turistas nacionales del área metropolitana de San Salvador, tomando como base las variables recolectadas durante la encuesta e investigación realizada.

a) San Pedro Masahuat

Se dará inicio con el distrito de San Pedro Masahuat

Tabla 102: Resultados relevantes de San Pedro Masahuat

Pregunta	Categoría de Respuesta	Frecuencia	%
¿Ha visitado San Pedro Masahuat?	Si	49	25%
	No	146	75%
¿Con que frecuencia realiza turismo?	1 vez al año	14	7%
	2 a 3 veces al año	55	28%
	3 a 5 veces al año	56	29%
	Más de 8 veces al año	70	36%
¿Le gustaría visitar San Pedro Masahuat?	Si		87%
	No		13%

Fuente: Elaboración Propia

Para dar inicio se determina el consumo de productos turísticos, como los datos están agrupados en clase, se calcula el valor medio de la clase “X” y la frecuencia “F”, se obtiene el producto de ambos “X*F” y la sumatoria de este producto se divide entre la cantidad de turistas nacionales que realizan turismo al interior del país, que es de 195, de la siguiente manera:

Tabla 103: Distribución de frecuencia de consumo turista nacional

Frecuencia	F	X	X*F
1 vez al año	0.0027	14	0.0384
2 a 3 veces al año	0.0082	55	0.4521
3 a 5 veces al año	0.0137	56	0.7671
Más de 8 veces al año	0.0219	70	1.5342
Total			2.7918

Fuente: Elaboración Propia

Se procede a obtener el valor promedio de consumo de productos turísticos, se define de la siguiente manera:

$$c = \frac{\sum X * F}{n} = \frac{2.7918}{195}$$

$$c = 0.01432$$

Una vez calculado este dato, se procederá a calcular la demanda total por año, está se define como el número de visitas turísticas de un turista nacional por mes, multiplicado por la frecuencia de visitas, tal como se presenta a continuación:

$$Q = n \times p \times q \times c$$

Donde:

Q= Demanda del mercado objetivo

n= Población definida en la etapa de muestreo

p= Parámetro de consumo

q= Parámetro de población que está dispuesto a adquirirlo.

c= Parámetro de visitas

Una vez definidas las variables se procede a sustituir datos en la ecuación

$$Q = 620,891 \times 0.25 \times 0.87 \times 0.01432$$

$$Q = 1,934 \text{ turistas nacionales anualmente}$$

Los 1,934 turistas nacionales, se dividen de la siguiente manera, según la cantidad de personas con las que realiza turismo

Tabla 104: Calculo de acompañantes de turistas

Variable	%	Turistas sin acompañantes	Acompañantes	Total
Ninguna	2%	39	0	39
1 persona	12%	232	232	464
2 personas	32%	619	1,238	1,857
3 personas	43%	832	2,495	3,326
4 personas	6%	116	464	580
5 personas o más	5%	97	484	580
TOTAL	100%	1,934	4,912	6,846

Fuente: Elaboración Propia

El total de turistas nacionales que se esperan anualmente son 6,846, estos se dividen de la siguiente manera:

Tabla 105: División del turista nacional que visita San Pedro Masahuat

Variable	Total
Turistas que van en familia	4519
Turistas que van con amigos	1369
Turistas van en pareja	822
Turista va solo	137
TOTAL	6,846

Fuente: Elaboración Propia

La cantidad de turistas encontrada será distribuida a lo largo de los meses, para ello se hará uso de datos provenientes del boletín estadístico de turismo 2020:

Tabla 106: Distribución de viajes por trimestre

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
T1	486,366	506,133	690,066	941,380	984,798	1,233,387	1,402,026	1,491,001
T2	558,925	386,772	540,327	769,037	983,167	1,161,772	1,222,746	575,437
T3	471,142	417,329	629,195	832,611	1,012,271	1,213,477	1,332,777	1,036,282
T4	417,329	477,634	604,297	789,380	877,807	992,393	1,229,942	1,032,677

Fuente: Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional DIGESTYC – CORSATUR 2013-2020 con datos preliminares.

Además, se pronosticó los años desde el 2021 hasta el 2024, ya que se para las proyecciones se tomará como punto de partida el año 2024.

Año	2021	2022	2023	2024
T1	1,673,250	1,830,217	1,987,185	2,144,153
T2	1,116,233	1,192,113	1,267,993	1,343,873
T3	1,428,799	1,553,391	1,677,983	1,802,575
T4	1,302,059	1,413,031	1,524,004	1,634,976

Estos datos han sido trasladados a porcentajes y luego se ha sacado un promedio de ellos, el cual será utilizado para distribuir de manera aproximada la cantidad de turistas que se espera visiten San Pedro Masahuat.

Tabla 107: Calculo de porcentajes y promedio de visitantes por trimestre

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	PROM
T1	25%	28%	28%	28%	26%	27%	27%	36%	30%	31%	31%	31%	29%
T2	29%	22%	22%	23%	25%	25%	24%	14%	20%	20%	20%	19%	22%
T3	24%	23%	26%	25%	26%	26%	26%	25%	26%	26%	26%	26%	25%
T4	22%	27%	25%	24%	23%	22%	24%	25%	24%	24%	24%	24%	24%

Fuente: Elaboración propia con datos de Boletín de turismo 2020

Teniendo como base el promedio de visitantes por trimestre, obtenido del historial de visitantes desde el año 2013 al 2024, se procederá a calcular la demanda anual por cada mes, para la cual se considerarán, los resultados donde los encuestados seleccionaron la opción de cualquier mes que es del 68%, se utilizaron estadísticas trimestrales de turismo interno obtenidas del Boletín estadístico 2020 prorrateando dicho porcentaje de acuerdo con la estacionalidad de la demanda.

Tabla 108: Distribución de la demanda en meses para San Pedro Masahuat

Periodo	Promedio	Para el 68%	% Mensual	Mes	Personas con la que realiza turismo				Total, Visitas
					Familia	Amigos	Pareja	Solo	
T1	29%	19.04%	6.5%	Enero	296	90	54	9	448
			6.1%	Febrero	278	84	51	8	421
			12.3%	Marzo	558	169	101	17	845

T2	22%	15.64%	5.4%	Abril	245	74	44	7	371
			5.2%	Mayo	236	71	43	7	357
			5.0%	Junio	227	69	41	7	343
T3	25%	17.00%	5.8%	Julio	261	79	47	8	395
			13.7%	Agosto	618	187	112	19	936
			5.6%	Septiembre	252	76	46	8	381
T4	24%	16.32%	5.3%	Octubre	241	73	44	7	366
			5.5%	Noviembre	250	76	46	8	379
			23.4%	Diciembre	1059	321	193	32	1605
TOTAL	100%	68%	100%	TOTAL	4,519	1,369	822	137	6,847

Fuente: Elaboración Propia

b) San Luis Talpa

Se realizará el cálculo de la demanda para San Luis Talpa

Tabla 109: Resultados relevantes San Luis Talpa

Pregunta	Categoría de Respuesta	Frecuencia	%
¿Ha visitado Luis Talpa?	Si	92	47%
	No	103	53%
¿Con que frecuencia realiza turismo?	1 vez al año	14	7%
	2 a 3 veces al año	55	28%
	3 a 5 veces al año	56	29%
	Más de 8 veces al año	70	36%
¿Le gustaría visitar San Luis Talpa?	Si	176	90%
	No	19	13%

Fuente: Elaboración Propia

Para dar inicio se determina el consumo de productos turísticos, como los datos están agrupados en clase, se calcula el valor medio de la clase "X" y la frecuencia "F", se obtiene el producto de ambos "X*F" y la sumatoria de este producto se divide entre la cantidad de turistas nacionales que realizan turismo al interior del país, que es de 195, de la siguiente manera:

Tabla 110: Distribución de frecuencia de consumo a nivel nacional

Frecuencia	F	X	X*F
1 vez al año	0.0027	14	0.0384
2 a 3 veces al año	0.0082	55	0.4521
3 a 5 veces al año	0.0137	56	0.7671
Más de 8 veces al año	0.0219	70	1.5342
Total			2.7918

Fuente: Elaboración Propia

Se procede a obtener el valor promedio de consumo de productos turísticos, se define de la siguiente manera:

$$c = \frac{\sum X * F}{n} = \frac{2.7918}{195}$$

$$c = 0.01432$$

Una vez calculado este dato, se procederá a calcular la demanda total por año, está se define como el número de visitas turísticas de un turista nacional por mes, multiplicado por la frecuencia de visitas, tal como se presenta a continuación:

$$Q = n \times p \times q \times c$$

Donde:

Q= Demanda del mercado objetivo

n= Población definida en la etapa de muestreo

p= Parámetro de consumo

q= Parámetro de población que está dispuesto a adquirirlo.

c= Parámetro de visitas

Una vez definidas las variables se procede a sustituir datos en la ecuación

$$Q = 620,891 \times 0.47 \times 0.90 \times 0.01432$$

$$Q = 3,761 \text{ turistas nacionales anualmente}$$

Los 3,790 turistas nacionales, se dividen de la siguiente manera, según la cantidad de personas con las que realiza turismo

Tabla 111: Calculo de acompañantes de turistas San Luis Talpa

Variable	%	Turistas sin acompañantes	Acompañantes	Total
Ninguna	2%	75	0	75
1 persona	12%	451	451	903
2 personas	32%	1,204	2,407	3,611
3 personas	43%	1,617	4,852	6,469
4 personas	6%	226	903	1,128
5 personas o más	5%	188	940	1,128
TOTAL	100%	3,761	9,553	13,314

Fuente: Elaboración Propia

El total de turistas nacionales que se esperan anualmente son 13,314, estos se dividen de la siguiente manera:

Tabla 112: División del turista nacional que visita San Luis Talpa

Variable	Total
Turistas que van en familia	8,787
Turistas que van con amigos	2,663
Turistas van en pareja	1,598
Turista va solo	266
TOTAL	13,314

Fuente: Elaboración Propia

La cantidad de turistas encontrada será distribuida a lo largo de los meses, para ello se hará uso de datos provenientes del boletín estadístico de turismo 2020:

Tabla 113: Distribución de viajes por trimestre

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
T1	486,366	506,133	690,066	941,380	984,798	1,233,387	1,402,026	1,491,001
T2	558,925	386,772	540,327	769,037	983,167	1,161,772	1,222,746	575,437
T3	471,142	417,329	629,195	832,611	1,012,271	1,213,477	1,332,777	1,036,282
T4	417,329	477,634	604,297	789,380	877,807	992,393	1,229,942	1,032,677

Fuente: Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional DIGESTYC – CORSATUR 2013-2020 con datos preliminares.

Además, se pronosticó los años desde el 2021 hasta el 2024, ya que se para las proyecciones se tomará como punto de partida el año 2024.

Tabla 114: Pronosticó para los 4 años anteriores

Año	2021	2022	2023	2024
T1	1,673,250	1,830,217	1,987,185	2,144,153
T2	1,116,233	1,192,113	1,267,993	1,343,873
T3	1,428,799	1,553,391	1,677,983	1,802,575
T4	1,302,059	1,413,031	1,524,004	1,634,976

Fuente: Elaboración Propia

Estos datos han sido trasladados a porcentajes y luego se ha sacado un promedio de ellos, el cual será utilizado para distribuir de manera aproximada la cantidad de turistas que se espera visiten San Pedro Masahuat.

Tabla 115: Cálculo de porcentajes y promedio de visitantes por trimestre.

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	PROM
T1	25%	28%	28%	28%	26%	27%	27%	36%	30%	31%	31%	31%	29%
T2	29%	22%	22%	23%	25%	25%	24%	14%	20%	20%	20%	19%	22%
T3	24%	23%	26%	25%	26%	26%	26%	25%	26%	26%	26%	26%	25%
T4	22%	27%	25%	24%	23%	22%	24%	25%	24%	24%	24%	24%	24%

Fuente: Elaboración propia con datos de Boletín de turismo 2020

Teniendo como base el promedio de visitantes por trimestre, obtenido del historial de visitantes desde el año 2013 al 2024, se procederá a calcular la demanda anual por cada mes, para la cual se considerarán, los resultados donde los encuestados seleccionaron la opción de cualquier mes que es del 68%, se utilizaron estadísticas trimestrales de turismo interno obtenidas del Boletín estadístico 2020 prorrateando dicho porcentaje de acuerdo con la estacionalidad de la demanda.

Tabla 116: Distribución de la demanda en meses para San Luis Talpa

Trimestre	Promedio	Para el 68%	% Mensual	Mes	Personas con la que realiza turismo				Total, Visitas
					Familia	Amigos	Pareja	Solo	
T1	28%	19.04%	6.50%	Enero	575	174	105	17	872
			6.10%	Febrero	540	164	98	16	818
			12.30%	Marzo	1085	329	197	33	1644
T2	23%	15.64%	5.40%	Abril	476	144	87	14	721
			5.20%	Mayo	458	139	83	14	694
			5.00%	Junio	441	134	80	13	667
T3	25%	17.00%	5.80%	Julio	507	154	92	15	768
			13.70%	Agosto	1201	364	218	36	1820
			5.60%	Septiembre	489	148	89	15	741
T4	24%	16.32%	5.30%	Octubre	469	142	85	14	711
			5.50%	Noviembre	487	148	89	15	738
			23.40%	Diciembre	2060	624	375	62	3121
TOTAL	100%	68%	100%	TOTAL	8,787	2,663	1,598	266	13,314

Fuente: Elaboración Propia

11. Proyecciones de demanda

La elaboración de pronósticos, se realizara mediante la metodología de pronósticos basados en una tendencia lineal, utilizando para ello, el metodo de los mínimos cuadrados, que ajusta los datos a una ecuación de línea recta, esto porque los datos con que se realiza el experimento no son numerosos, y porque los datos iniciales de la demanda tienen una tendencia lineal, para ello se utilizaran como base los datos de la demanda de turismo nacional y se asumirá que el crecimiento del turismo en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, seguirá dicha tendencia.

Tabla 117: Demanda de turismo nacional

Año	Demanda
2013	1,933,762
2014	1,787,868
2015	2,463,885
2016	3,332,408
2017	3,858,043
2018	4,601,029
2019	5,187,491
2020	4,135,397
TOTAL	27,299,883

Fuente: Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional DIGESTYC – CORSATUR 2013-2020 con datos preliminares.

En la siguiente tabla se realizarán los cálculos correspondientes al metodo de mínimos cuadrados

Tabla 118: Aplicación de metodo de mínimos cuadrados

Años	Demanda	x	x*y	x ²
2013	1,933,762	-7	-13,536,334	49
2014	1,787,868	-5	-8,939,340	25
2015	2,463,885	-3	-7,391,655	9
2016	3,332,408	-1	-3,332,408	1
2017	3,858,043	1	3,858,043	1
2018	4,601,029	3	13,803,087	9
2019	5,187,491	5	25,937,455	25
2020	4,135,397	7	28,947,779	49
TOTAL	27,299,883	0	39,346,627	168

Fuente: Elaboración Propia

$$a = \frac{\sum y}{N} = \frac{27,299,883}{8} = 3,412,485.38$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{39,346,627}{168} = 234,206.11$$

Ahora sustituyendo en la ecuación, quedaría:

$$y = a + b \times x$$

$$y = 3,412,485.38 + 234,206.11x$$

Tomando como base los datos estadísticos oficiales presentados por MITUR y CORSATUR, a continuación, se realizarán proyecciones de crecimiento demanda de los siguientes años, para ello se hará uso de la ecuación encontrada anteriormente, las casillas de color amarillo corresponden a las proyecciones.

Tabla 119: Proyecciones de la demanda de turismo nacional

Año	Número de turistas	Tipo de dato
2013	1,933,762.00	Estadísticos
2014	1,787,868.00	
2015	2,463,885.00	
2016	3,332,408.00	
2017	3,858,043.00	
2018	4,601,029.00	
2019	5,187,491.00	
2020	4,135,397.00	
2021	5,520,340.39	Proyecciones
2022	5,988,752.62	
2023	6,457,164.85	
2024	6,925,577.07	
2025	7,393,989.30	
2026	7,862,401.52	
2027	8,330,813.75	
2028	8,799,225.98	
2029	9,267,638.20	
2030	9,736,050.43	

Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional DIGESTYC – CORSATUR 2013-2020 con datos preliminares

Una vez obtenidas las proyecciones se determinará la tasa de crecimiento del turismo nacional, para cada año.

Tabla 120: Tasa de crecimiento de turismo nacional

Año	Número de turistas	Tasa de Crecimiento
2025	7,393,989.30	6.76%
2026	7,862,401.52	6.34%
2027	8,330,813.75	5.96%
2028	8,799,225.98	5.62%
2029	9,267,638.20	5.32%
2030	9,736,050.43	5.05%

Fuente: Elaboración propia con base a las proyecciones de encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional DIGESTYC – CORSATUR 2013-2020 con datos preliminares

Teniendo estos datos se procede a calcular la proyección anual del distrito de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa para los próximos 5 años.

Tabla 121: Proyecciones para los siguientes 5 años de la afluencia turística de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat

AÑO	SAN LUIS TALPA	SAN PEDRO MASAHUAT
2025	13417	6,847
2026	14267	7281
2027	15117	7715
2028	15967	8148
2029	16817	8582
2030	17667	9016

Fuente: Elaboración Propia

Al prorratear y proyectar los datos de manera mensual para ambos distritos en conjunto se obtienen los siguientes datos:

Tabla 122: Proyección de la demanda mensual para los 5 años

	AÑO 0 (2024)	AÑO 1 (2025)	AÑO 2 (2026)	AÑO 3 (2027)	AÑO 4 (2028)	AÑO 5 (2029)
Enero	1,350	1,356	1,442	1,528	1,614	1,700
Febrero	1,325	1,332	1,417	1,501	1,585	1,670
Marzo	2,490	2,503	2,661	2,820	2,978	3,137
Abril	909	914	972	1,030	1,088	1,146
Mayo	1,069	1,074	1,142	1,210	1,278	1,346
Junio	1,050	1,056	1,123	1,190	1,256	1,323
Julio	1,149	1,155	1,228	1,301	1,375	1,448
Agosto	2,755	2,769	2,945	3,120	3,296	3,471
Septiembre	1,143	1,149	1,222	1,295	1,367	1,440
Octubre	1,098	1,103	1,173	1,243	1,313	1,383
Noviembre	1,097	1,102	1,172	1,242	1,312	1,382
Diciembre	4,726	4,750	5,051	5,352	5,653	5,954
TOTAL	20,161	20,264	21,548	22,832	24,115	25,399

Fuente: Elaboración Propia

C. MERCADO COMPETIDOR

1. Antecedentes del mercado competidor

El turismo ha emergido como una de las principales industrias impulsoras del desarrollo económico a nivel global a lo largo del tiempo, y El Salvador se ha sumado a este crecimiento. Este progreso se atribuye a la extraordinaria riqueza natural del país, que abarca desde sus hermosas playas, hasta la diversidad de climas que van desde cálidos trópicos hasta frescas montañas. Además, El Salvador cuenta con una rica historia arqueológica que abarca civilizaciones precolombinas y vestigios de la era colonial española., estos recursos han sido la base fundamental para el florecimiento de una oferta turística robusta y variada, que ha captado la atención nacional e internacional.

Por tanto, un análisis de mercado competitivo implica investigar detalladamente las características de los competidores actuales o potenciales, así como las particularidades de los productos o servicios que ofrecen. Este análisis es fundamental para evaluar la viabilidad comercial de un nuevo negocio o emprendimiento, ya que permite comprender el entorno competitivo en el que operará la empresa. Identificar a los competidores y analizar sus fortalezas,

debilidades, estrategias de marketing y propuestas de valor es esencial para desarrollar estrategias efectivas y diferenciadoras.

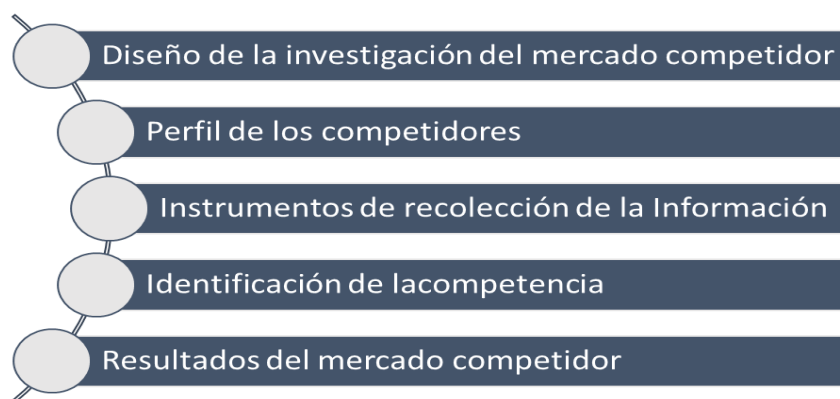
El mercado competidor para el plan de desarrollo turístico de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa se configura con una selección de distritos que comparten características turísticas similares y tienen la capacidad de atender las demandas y expectativas de los turistas. Estos distritos vecinos, debido a su proximidad geográfica y similitudes en cuanto a recursos naturales y atractivos turísticos, se posicionan como competidores directos en este contexto.

Además, es esencial considerar dentro del mercado competidor a aquellos distritos que ya han alcanzado el éxito en el turismo, ya que ofrecen productos turísticos similares o sustitutos. Estos distritos se convierten en competidores indirectos en el contexto del desarrollo turístico de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa. El objetivo principal es identificar cuáles de estos competidores tienen ventajas sobre San Pedro Masahuat y San Luis Talpa en términos de productos turísticos específicos, así como también identificar las áreas en las que San Pedro Masahuat y San Luis Talpa enfrenta desventajas competitivas.

2. Metodología de la investigación

En este estudio se llevara a cabo el análisis del mercado competidor, formado por competidores directos, indirectos y sustitutos, para los que se seleccionarán distritos con un tipo de turismo similar al de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, junto con servicios complementarios, se dará especial importancia al historial de éxito en el sector turístico al elegir el distrito objeto de estudio, se asegurará una comparación significativa entre destinos similares, permitiendo así identificar factores clave que contribuyen al éxito, se presenta el siguiente esquema metodológico

Ilustración 90: Metodología de mercado competidor



Fuente: Elaboración Propia

3. Diseño de la investigación del mercado competidor

Para dar inicio al estudio, resulta fundamental desarrollar un diseño de investigación detallada, en el que se identificaran aspectos esenciales, como el enfoque específico de la investigación que se empleará para analizar la competencia en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa. Además, se determinará las fuentes de información pertinentes que se utilizarán para obtener datos relevantes y actualizados.

Asimismo, se especificará las técnicas y herramientas que se aplicarán tanto para la recolección como para el análisis de datos.

a) Tipo de investigación

El objetivo primordial del estudio de la competencia es recopilar una amplia cantidad de información sobre los competidores con el fin de desarrollar perfiles detallados de competidores que permitan establecer estrategias competitivas efectivas, para lograr esto, se empleará una investigación exploratoria, esta fase inicial de investigación exploratoria servirá como punto de partida para recopilar información relevante sobre el turismo en otros distritos, se busca identificar y comprender las prácticas exitosas y las tendencias en el sector turístico de manera que informen y enriquezcan el análisis de competencia local.

b) Fuentes de información

Para el desarrollo de la investigación dentro del mercado competidor se hará uso de los siguientes tipos de información:

- **Fuentes primarias**

La información de primera mano se refiere a los datos directamente relacionados con el fenómeno o tema investigado, obtenidos a través de investigación de campo u otros métodos que satisfacen las necesidades inmediatas del estudio. En este contexto específico, la obtención de información de primera mano implica la realización de entrevistas, encuestas y observación directa a:

- Encargados de rutas turística
- Representantes de distritos competidores
- Organizaciones que trabajan con rutas turísticas
- Unidades de turismo del competidor.

- **Información secundaria**

Sera toda aquella información que complementa la información primaria de los distritos o la información que se obtenga de otros distritos que promueven el turismo nacional, entre dicha información se menciona:

- Plan maestro de desarrollo turístico
- Inventarios Turísticos
- Plan de competitividad
- Publicaciones de Instituciones como el Ministerio de Turismo, CORSATUR, etc.

c) Técnicas y Herramientas

Las técnicas y herramientas utilizadas para la recopilación de información del mercado competidor son las siguientes:

- **Entrevista semiestructurada**

Se realizarán entrevistas, cuando sea posible y las personas se muestren accesibles, están serán dirigidas a los encargados de los establecimientos de los lugares turísticos de interés que sean iguales o similares a los que poseen los distritos, así como a miembros de alcaldías y organización de apoyo al turismo como los centros de atención al amigo turista (CAT).

- **Observación directa**

Se realizar la observación directa de los lugares turísticos iguales o similares a los que poseen los distritos, de mayor preferencia por los turistas.

- **Check-list**

Utilizados con el propósito de identificar servicios turísticos con los que cuentan los distritos considerados competencia, de manera ordenada y sistemática.

4. Perfil de los competidores

Identificar a los competidores principales es fundamental, ya que este proceso nos permite establecer un segmento de mercado bien definido junto con el estudio del comportamiento del consumidor, esta acción resulta crucial para asegurar el éxito en la implementación del "plan de desarrollo turístico para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa pertenecientes al municipio de la paz oeste".

Es importante investigar diferentes tipos de competidores, incluyendo aquellos que operan en el mismo sector turístico, para comprender su oferta, fortalezas y estrategias, esta información ayudará a diseñar estrategias efectivas y diferenciadas que posicionen a los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa como un destino turístico atractivo y sostenible dentro del turismo nacional, entre los tipos de competidores a investigar tenemos:

a) Competidor directo

Identificar a la competencia directa es fundamental en nuestro análisis, ya que nos permite identificar y distinguir aquellos actores en el mercado que ofrecen productos o servicios con las mismas características que los que se ofertan en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, y que tengan el mismo objetivo de satisfacer las necesidades y deseos específicos de nuestro público objetivo.

Para los competidores directos, es indispensable que en ellos se pueda llevar a todos los tipos actividades o la mayor parte de los tipos de turismo que se pueden desarrollar en San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, que son el turismo de Sol y Playa, vinculado a la vasta extensión costera con la que cuentan los distritos y el turismo cultural vinculado a la riqueza cultural y religiosa de los distritos.

b) Competidor Indirecto

Los competidores indirectos son actores que participan de manera secundaria en el mercado que estamos abordando con nuestro producto o servicio, a diferencia de los competidores directos, que se centran en segmentos específicos como el turismo de playa y turismo cultural, los competidores indirectos se enfocan en áreas alternativas para atender las necesidades y deseos de nuestro público objetivo con sus propias ofertas.

Es importante destacar que estos competidores indirectos no necesariamente ofrecen las características más distintivas de los atractivos turísticos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, pero desempeñan un papel significativo en el panorama turístico nacional al complementar la oferta existente y diversificar las experiencias disponibles para los viajeros, su participación lateral en el mercado contribuye a la dinámica general de la oferta y demanda turística a nivel nacional, influenciando el panorama competitivo de manera indirecta pero importante.

c) Competidores Sustitutos

Este tipo de competidor generalmente tiene un público objetivo completamente diferente, lo que a menudo pasa desapercibido en el análisis tradicional de la competencia, sin embargo, en el dinámico entorno de la industria turística, es de suma importancia considerarlo, los turistas están constantemente buscando nuevas experiencias y propuestas innovadoras, lo que convierte a estos competidores con públicos diferentes en una oportunidad estratégica para el distrito.

Este enfoque permite explorar nuevas formas de posicionamiento en el mercado turístico al ofrecer una diversidad de productos o servicios que complementen y potencien la oferta principal, al identificar y aprovechar estas oportunidades, los distritos pueden atraer segmentos de

mercado adicionales y diversificar su base de clientes, fortaleciendo así su presencia y competitividad en la industria turística.

Entre los servicios más destacados que suelen ofrecer estos competidores con públicos diferentes se encuentran:

- Servicios de hospedaje
- Servicios de restaurantes
- Servicios de entretenimiento

5. Instrumentos de recolección de la información

Para a recolección de información se hará uso de un check list en el que se podrá identifica los atractivos o productos turísticos con los que cuentan los distritos que se tomaran en cuenta dentro del mercado competidor.

Tabla 123: Check list de competidores

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:		
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador		
Senderismo		
Caminatas y/escalada		
Cascadas		
Iglesias históricas		
Playas		
Pozas		
Cerros		
Canopy		
Otros:		

Fuente: Elaboración Propia

La entrevista semiestructurada se realizará de manera breve debido a que el tiempo con el que las personas cuentan para responder, muchas veces es limitado.

Tabla 124: Formato entrevista semiestructurada

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA	
DISTRITO	
PREGUNTAS	
¿Qué actores en pro del turismo se encuentran en el distrito?	
¿Cuál es la afluencia aproximada de turistas en temporada alta/baja?	
¿Qué puede mencionar acerca de la organización turística del distrito (aspectos positivos y negativos)?	

Fuente: Elaboración Propia

La información que se obtenga será vaciada en una ficha sobre el distrito, en la que se fusionara la información recolectada por medio de fuentes primarias y las fuentes secundarias.

6. Identificación de la competencia

Para identificar la competencia que enfrentarán los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa al implementar su plan de desarrollo sostenible, se analizará el turismo de varios distritos del país, se considerarán los diferentes tipos de turismo presentes en el país y los que pueden ofrecer los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, además de los que se encuentran como principales dentro de la encuesta de mercado consumidor.

Para identificar competidores directos, se seleccionarán distritos cuyas ofertas turísticas sean similares o comparables a las que pueden ofrecer los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, se evaluarán destinos que comparten características turísticas específicas, como ecoturismo, turismo rural, cultural, de aventura, entre otros.

Además, se prestará especial atención a los distritos exitosos en el turismo, obteniendo resultados positivos a partir de estudios de mercado consumidor, estos distritos podrían considerarse competidores indirectos o sustitutos si no comparten las mismas características turísticas, pero han logrado atraer y retener a un público similar, para todo ello se utilizará la siguiente metodología:



Fuente: Elaboración Propia

a) Priorización de los distritos competidores

Para apoyar la selección de la competencia, fue fundamental conocer las preferencias del mercado consumidor para determinar qué distritos representan una competencia para San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, se procederá a clasificar los distritos según la región a la que pertenezcan, distinguiendo entre la zona occidental, zona central y zona oriental del territorio nacional.

Tabla 125: Distritos competidores potenciales según zona.

ZONA ORIENTAL	ZONA CENTRAL	ZONA OCCIDENTAL
Alegría	San Luis la Herradura	Juayua
Conchagua	Suchitoto	Apaneca
Perquín	La Libertad	Acajutla
	Tamanique	Ataco
	San Salvador	Nahuizalco
	Chiltuipan	Coatepeque
	Panchimalco	Salcoatitán
	La Palma	

Fuente: Elaboración Propia

Los distritos serán evaluados mediante una matriz multicriterio para identificar aquellos que sean de mayor interés para el estudio, para ello se utilizarán los siguientes criterios:

Tabla 126 matriz multicriterio

CRITERIO	CODIGO	%	NOTA	
Proximidad a los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat	PDTSP	35%	Zona Central	5.0
			Zona Oriental	3.5
			Zona Occidental	1.5
Considerados distritos exitosos	CDE	25%	0-5	
Ofrece servicios similares a San Luis Talpa y San Pedro Masahuat	OSSP	45%	Cultura y Sol y Playa	5.0
			Sol y Playa	2.5
			Cultura	2.5
			Nulo	0

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se describe cada uno de los criterios:

- **Proximidad a los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat (PDTSP):** Este criterio mide la cercanía geográfica de otros distritos a San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, lo cual es crucial para evaluar la competencia basada en la accesibilidad y la influencia territorial.
- **Considerados distritos exitosos (CDE):** Este criterio se valorará el éxito relativo de los distritos, considerando factores que los posicionen como ejemplos a seguir.
- **Ofrece servicios similares a San Luis Talpa y San Pedro Masahuat (OSSP):** Este criterio evalúa si los distritos en cuestión ofrecen servicios comparables a los de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, lo cual es esencial para determinar la competencia directa en términos de oferta de servicios.

Los criterios mencionados anteriormente serán evaluados y calificados mediante la siguiente tabla en la cual se determinará a que tipo de competidor pertenecen mediante la calificación que obtengan.

Tabla 127: Análisis y priorización de competidores

DISTRITOS	PDTSP			CDE			OSSP			NOTA TOTAL
	NOTA	%	TOTAL	NOTA	%	TOTAL	NOTA	%	TOTAL	
Suchitoto	5	0.35	1.75	5	0.25	1.25	2.5	0.4	1	4.00
Juayua	1.5	0.35	0.53	5	0.25	1.25	2.5	0.4	1	2.78
Tamanique	5	0.35	1.75	3	0.25	0.75	5	0.4	2	4.50
La Libertad	5	0.35	1.75	5	0.25	1.25	5	0.4	2	5.00
Apaneca	1.5	0.35	0.53	5	0.25	1.25	2.5	0.4	1	2.78
Panchimalco	5	0.35	1.75	2	0.25	0.5	2.5	0.4	1	3.25
Acajutla	1.5	0.35	0.53	2	0.25	0.5	2.5	0.4	1	2.03
Ataco	1.5	0.35	0.53	5	0.25	1.25	2.5	0.4	1	2.78
Conchagua	3.5	0.35	1.23	3	0.25	0.75	5	0.4	2	3.98
Parquin	3.5	0.35	1.23	3	0.25	0.75	2.5	0.4	1	2.98
Nahuizalco	1.5	0.35	0.53	4	0.25	1	2.5	0.4	1	2.53
Alegría	3.5	0.35	1.23	4	0.25	1	2.5	0.4	1	3.23
San Salvador	5	0.35	1.75	4	0.25	1	2.5	0.4	1	3.75
Coatepeque	1.5	0.35	0.53	5	0.25	1.25	2.5	0.4	1	2.78
Chiltuipan	5	0.35	1.75	4	0.25	1	5	0.4	2	4.75
La Palma	1.5	0.35	0.53	5	0.25	1.25	2.5	0.4	1	2.78
San Luis La Herradura	5	0.35	1.75	4	0.25	1	5	0.4	2	4.75
Olocuilta	5	0.35	1.75	4	0.25	1	2.5	0.4	1	3.75

Fuente: Elaboración propia

De la tabla se obtuvo que los distritos seleccionados para el análisis son:

Tabla 128: Distritos sujetos análisis del mercado competidor

ZONA ORIENTAL	ZONA CENTRAL	PUEBLOS ENCANTADORES
Conchagua	San Luis la Herradura	Salcoatitán
Alegría	La Libertad	Suchitoto
	Tamanique	
	San Salvador	
	Chiltuipan	
	Panchimalco	
	Olocuilta	

Fuente: Elaboración propia

Se seleccionaron los distritos que obtuvieron las calificaciones más altas dentro de la tabla, de la zona central resultaron 8, de la zona oriental 2 y de la zona occidental no resulto ninguno.

b) Clasificación de distritos competidores

Con base en los perfiles de competidores definidos previamente y tras la priorización y selección de los distritos que serán abordados en el estudio de competencia, se procederá a clasificarlos como competidores directos, competidores indirectos y competidores sustitutos.

Competidores directos

Según el perfil elaborado para este tipo de competidor, se consideran aquellos distritos que más se ajustan al perfil definido preliminarmente. el factor principal para que un distrito sea clasificado en esta categoría es que ofrezca turismo de sol y playa.

- Tamanique
- La Libertad
- Chiltuipan
- San Luis La Herradura
- Conchagua

Competidores indirectos

Dentro de esta clasificación se colocan, aquellos distritos que, si bien no cuentan con ambos tipos de turismo que se ofertan en San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, cuentan con alguno de los dos.

- Suchitoto
- Panchimalco
- Alegría
- Olocuilta
- Salcoatitán

Competidores sustitutos

Se consideran los distritos que cuentan con servicios adicionales necesarios, como alojamiento, restaurantes y entretenimiento, para satisfacer las necesidades del turista.

- San salvador

7. Tabulación de investigación de campo y secundaria

a) Competencia directa

Tabla 129 Ficha informativa del distrito de Tamanique

DISTRITO DE TAMANIQUE			
GENERALIDADES			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División política
La Libertad	101.02 km ²	15,119 habitantes	12 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Municipio de pertenencia	Asentamiento indígena
37.5 km	229,4 /km ²	La Libertad Costa	Maya y Pipil
Afluencia turística			
<p>Se realizó una estimación de la población que visita el distrito, en la playa más representativa del distrito de Tamanique, la cual es playa el tunco, en la cual según datos obtenidos de la encargada de la ADESCO el tunco, ingresan un aproximado de 3,000 personas al día en temporada alta y 500 al día en temporada baja.</p>			
Temporada alta			
Días	afluencia	total	
<ul style="list-style-type: none"> • Semana Santa (7 días en abril) • Vacaciones de agosto (7 días) • Última semana de diciembre y primera semana de enero (14 días). 	3,000 personas/día.	84,000 personas.	
Temporada baja			
Días	afluencia	total	
365 días - 28 días (temporada alta) = 337 días.	500 personas/día.	168,500 personas.	
Afluencia total			
Afluencia anual	252,500		
Afluencia mensual	21,042		
DATOS DEL DISTRITO			

Historia
<p>El origen de la población de Tamanique se remonta a la época precolombina. Se cree que fue fundada originalmente por pueblos Pokomanes, del grupo Maya-Quichés, y que posteriormente fue conquistada por tribus Yaquis o Pipiles del grupo Nohoa o Yuco-Aztecas. Después de la conquista, Tamanique pasó a llamarse Santiago Tamanique y contaba con unos 120 habitantes que se dedicaban al cultivo del maíz. Tamanique es más antigua que la República de El Salvador, ya que sus documentos ejidales llevan el sello de la confederación centroamericana, cuando El Salvador era un estado miembro de dicha confederación.</p>
Ubicación, extensión territorial y población
<p>Tamanique está limitado de la siguiente forma: al norte, por los distritos de Jayaque y Talnique; al este, por los distritos de Comasagua y La Libertad; al sur, por el Océano Pacífico; y al oeste, por el distrito de Chiltiupán. Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 13° 39' 12" LN (extremo septentrional) y 13° 29' 27" LN (extremo meridional); 89° 22' 04" LWG (extremo oriental) y 89° 27' 18" LWG (extremo occidental). El área del distrito es de 101.02 kilómetros cuadrados, y un total de 15,119 habitantes para el año 2013 dando como resultado una densidad demográfica de 230 habitantes por kilómetros cuadrado.</p> <p>Para su administración Tamanique se encuentra dividido en 12 cantones los cuales son: Buenos Aires, El Cuervo, El Palmar, El Pinal, El Sunzal, San Alfonso, San Benito, San Emilio, San Isidro, Santa Lucía, Tarpeya, San Antonio.</p>
Actividad económica
<p>La actividad económica predominante para el distrito de Tamanique es la agropecuaria, sus mayores cultivos son cultivo de granos básicos, café, maicillo, maíz, frijol, hortalizas y frutas además existe la crianza de ganado vacuno se fomenta la apicultura y la crianza de aves de corral.</p> <p>Existen además actividades relacionadas a la pequeña industria, y el comercio. Entre estas sobresalen las industrias del procesamiento del café, la explotación del bálsamo, la elaboración de productos lácteos, la fabricación de ladrillos y tejas de barro. En el comercio local existe un merendero, tiendas, comedores, pupuserías, salones de belleza, bazares, entre otros.</p> <p>También se tiene una base económica en el turismo, donde se pueden encontrar extranjeros residiendo en las playas por temporadas y restaurantes para el público,</p>

escuelas de surf y hoteles; siendo todos estos lugares fuentes de empleo en las playas para atención de los turistas. Se encuentra gran proporción de personas sobre todo la población masculina que trabaja en el puerto de la libertad, Santa Tecla y hasta en otros departamentos

Costumbres y tradiciones

Es una localidad rica en costumbres y tradiciones que reflejan su herencia cultural. Entre las más destacadas están las fiestas patronales en honor a Santiago apóstol a finales de julio, que incluyen procesiones, misas y juegos pirotécnicos. Los bailes tradicionales como el "torito pinto" y la "danza de los historiantes" son comunes en estas celebraciones. La gastronomía local, con platos típicos como pupusas y mariscos frescos, juega un papel importante en las festividades. Además, Tamanique cuenta con artesanías de barro y madera, y mantiene un fuerte respeto por los ancestros a través de rituales y ceremonias, especialmente durante el día de los muertos. Los eventos deportivos y la música folclórica también son esenciales para la vida cultural de la comunidad, fomentando la unión y el disfrute colectivo.

Atractivos, producto y servicios turísticos que ofrece

Cuevas de Tamanique

Situadas en la zona norte del distrito, estas áreas naturales se encuentran en un entorno cálido y montañoso. El acceso es complicado, requiriendo una caminata para poder apreciar este atractivo natural.

Ilustración 92: Cuevas de Tamanique



Fuente: Elaboración Propia

Cascadas de Tamanique

Es un lugar que maravilla tanto a turistas nacionales como extranjeros con sus refrescantes aguas cristalinas, perfectas para nadar y relajarse en sus pozas.

Ilustración 93: Cascadas de Tamanique



Fuente: Elaboración Propia

Playa El Sunzal

El Sunzal, ubicado en el kilómetro 44 del departamento de La Libertad, es uno de los complejos de playas más hermosos de El Salvador. es un destino popular entre los surfistas que buscan disfrutar de sus mágicas olas, además, está contiguo a la famosa y hermosa playa El Tunco.

Ilustración 94: Playa El Sunzal



Fuente: Elaboración Propia

Playa el tunco

Es un sitio muy hermoso y frecuentado por turistas nacionales y extranjeros debido a sus famosas olas, ideales para la práctica del surf.

Ilustración 95: Playa el Tunco



Fuente: Elaboración Propia

Playa el Palmarcito

El Palmarcito es una playa perfecta para disfrutar del sol, el mar y la arena, conformada principalmente por arena volcánica, cuenta con una explanada que facilita la práctica de deportes como el fútbol, está rodeada por arrecifes rocosos que ofrecen vistas impresionantes del mar desde diferentes perspectivas, ideales para aquellos que desean contemplar el paisaje natural.

Ilustración 96: Playa el Palmarcito



Fuente: Elaboración Propia

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 130 Check list competidor Tamanique

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:	TAMANIQUE	
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador	X	
Senderismo	X	
Caminatas y/escalada	X	
Cascadas	X	
Iglesias históricas	X	
Playas	X	
Pozas	X	
Cerros	X	
Canopy		X
Otros:		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 131 Tabulación encuesta semiestructurada Tamanique

ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO	
DISTRITO	TAMANIQUE
Actores en Pro del turismo	
Locales	
<ul style="list-style-type: none"> • La Asociación de Desarrollo Comunal de Tamanique (ADESCO-Tamanique) en Playa El Tunco colabora en la estimación de la afluencia turística y en la implementación de mejoras comunitarias. • La Cámara de Turismo de La Libertad (CAT) • Comité de Desarrollo Turístico que impulsa y crea estrategias para la promoción de Playa El Tunco 	
Nacionales	
<ul style="list-style-type: none"> • La Policía de Turismo (POLITUR) brinda apoyo permanente en las áreas de playa, asegurando la seguridad y asistencia a los visitantes. • El Ministerio de Turismo (MITUR) impulsa proyectos enfocados en el desarrollo turístico, especialmente en la zona costera. 	
Datos acerca de la organización turística del distrito	
Aspectos positivos	
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de recursos naturales que pueden aprovechar para generar mayor afluencia turística (cascadas, ríos, cerros, caídas de agua, reserva natural) • Las vías de acceso que conducen al distrito se encuentran en buen estado y señalizadas. • La mayor parte de los atractivos naturales con los que cuenta Tamanique se encuentran conservados. 	
Aspectos negativos	
<ul style="list-style-type: none"> • Las rutas a las cascadas pueden ser difíciles de transitar, especialmente durante la temporada de lluvias. • A pesar de los esfuerzos, la infraestructura turística, como caminos y señalización, aún necesita mejoras. 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 132 Ficha informativa del distrito de La Libertad

DISTRITO DE LA LIBERTAD			
GENERALIDADES			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División política
La Libertad	162 km ²	35,997 habitantes	10 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Municipio de pertenencia	Asentamiento indígena
22.7 km	316 Hab /km ²	La Libertad Costa	Pipiles
Afluencia turística			
<p>Se realizó una estimación de la población que visita el distrito, en el malecón del puerto de la Libertad, en la cual según datos obtenidos en las oficinas administrativas de CORSATUR ubicadas en dicho malecón, ingresan un aproximado de 30,000 personas al día en temporada alta y 2,000 al día en temporada baja, a continuación, se muestra el cálculo estimado 0 en cada temporada.</p>			
Temporada alta			
Días	Afluencia	Total	
<ul style="list-style-type: none"> • Semana Santa (7 días en abril), • Vacaciones de agosto (7 días) • Última semana de diciembre y primera semana de enero (14 días). 	30,000 personas/día.	840,000 personas.	
Temporada baja			
Días	afluencia	total	
365 días - 28 días (temporada alta) = 337 días.	2,000 personas/día.	674,000 personas.	
Afluencia total			
Afluencia anual	1,514,000		
Afluencia mensual	126,167		

Fuente: Elaboración Propia

DATOS DEL DISTRITO

Historia

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

El 19 de julio de 1858, la localidad fue erigida como pueblo por Decreto Ejecutivo, siendo aprobado por el congreso el 11 de febrero del siguiente año. Su erección como municipio se debió a la excesiva dependencia de Huizúcar, que se localiza a una distancia considerable, y a la cual se comunicaba por caminos en mal estado.

Pasó a formar parte del departamento de La Libertad el 28 de enero de 1865, y para 1869 tenía una población de 266 habitantes. El 4 de mayo de 1867, el gobierno salvadoreño realizó el contrato para la construcción de un muelle de hierro que fue inaugurado el 7 de octubre de 1869.4 Antes de esa fecha el desembarco se hacía por lanchones asegurados con andarivel. Asimismo, la línea telegráfica entre San Salvador y el puerto fue inaugurada el 27 de abril de 1870.

En el 7 de julio de 1886, el señor don Alonso Ahuja fue tenido como Vicecónsul de España en el puerto de La Libertad por el gobierno provisional del general Francisco Menéndez.

Obtuvo el título de villa el 10 de marzo de 1874.

En 1877 el gobierno del presidente Rafael Zaldívar celebró una contrata de 7,000 pesos con el comerciante francés don Timoleón Figeac en que quedó comprometido el señor Figeac, en el plazo de un año, a colocar una cañería de hierro que desde el río de Chilama hasta la plaza y muelle del puerto suministre agua para el consumo de la población y a los buques.

A las 9 de la mañana del 8 de junio de 1894, hubo un enfrentamiento entre tropas revolucionarias y tropas que defendían al general Antonio Ezeta. El USS Bennington estaba anclado en el puerto desde mediados de mayo; de acuerdo con el cónsul de los EE. UU. Alexander Lyon Pollock, tropas del cuerpo de Marines entraron al puerto y "salvaron el pueblo de destrucción." El general Antonio Ezeta recibió asilo en el USS

Bennington. El gobierno provisional intentó que entregaran a Ezeta por medio de comunicaciones diplomáticas al gobierno estadounidense, pero al final el Bennington salió del puerto en el 25 de julio7 con Ezeta en camino a San Francisco, California.

Obtuvo el título de ciudad el 23 de agosto de 1957.

Ubicación, extensión territorial y población

El distrito de La Libertad se encuentra ubicado en el departamento de la Libertad y cuenta con una extensión de 162 km². Este distrito cuenta con una división política administrativa presidida por su alcalde y su consejo municipal y que cuenta con 10 cantones: Cangrejera El Cimarrón, El Maja, Melara, San Alfredo, San Diego, Santa Cruz, San Rafael, Tepuagua, Toluca. Juayúa posee una población de 35,997 habitantes y 59 caseríos.

Actividad económica

Las actividades pesqueras y de servicios son el fundamento del Puerto de La Libertad. La actividad agrícola complementa con sus aportes el desarrollo de la localidad.

La agricultura es de subsistencia. Los cultivos más fuertes son el maíz, el maicillo o sorgo, el arroz, los frijoles, la caña de azúcar y el chile. En el sector ganadero se destaca la cría de reses, puercos y caballos. La cría de aves también tiene relevancia.

Desde que en el 2010 se readecuaron el muelle y el malecón, el comercio, los servicios y la actividad turística se convirtieron en el motor de la economía. Se han desarrollado los renglones gastronómicos, restaurantes, clubes, hoteles. Hay muchas tiendas comerciales, panaderías y molinos.

Costumbres y tradiciones

El distrito de La Libertad, celebra diversas tradiciones arraigadas en su cultura local, entre ellas destacan las fiestas patronales en honor al Niño Jesús, celebradas con procesiones y actividades culturales durante el mes de diciembre, demás, en el Puerto de La Libertad se celebra el Día de la Pesca, una festividad importante para los pescadores locales que incluye rituales y celebraciones específicas, estas tradiciones no solo reflejan la devoción religiosa y la conexión con el mar, sino que también fortalecen la identidad cultural y comunitaria del distrito.

Atractivos, producto y servicios turísticos que ofrece

El Puerto de La Libertad

El Puerto de La Libertad es un destino turístico por excelencia con mucha historia desde la colonia, fue el primer puerto en El Salvador.

Posee un Complejo Turístico que incluye un malecón, el muelle y un parque de diversiones.

Ilustración 97: Malecón puerto de la libertad



Fuente: Redes sociales de sunset park

Playa El Majahual

El Majahual, en La Libertad, es una de las más populares del país debido a su cercanía con la capital donde muchas familias se acercan para sacar provecho de su oleaje amigable y gentil abierta a todo el público. Como una de las más visitadas por los turistas locales.

Ilustración 98: Playa el Mahahual



Fuente: Elaboración Propia

Playa La Paz (Punta Roca)

La playa, conocida por sus espectaculares olas, es el escenario de destacados campeonatos de surf tanto a nivel regional como internacional. Ubicada frente al muelle artesanal de la ciudad, esta área ofrece una variada y abundante oferta de servicios turísticos, incluyendo restaurantes y alojamientos. Además, cuenta con los servicios urbanos esenciales, tales como bancos, supermercados, centros comerciales y estaciones de servicio. Gracias a su proximidad al muelle de La Libertad, desde esta playa es posible realizar tours en lancha acompañados por pescadores artesanales locales.

Ilustración 99: Playa Punta Roca La Libertad



Fuente: Elaboración Propia

Playa San Diego

Esta playa, con más de 7 kilómetros de extensión, es ideal para practicar diversos deportes como el fútbol y el vóley. También ofrece a los visitantes la posibilidad de disfrutar de cierta privacidad si así lo desean.

Ilustración 100: Playa San Diego

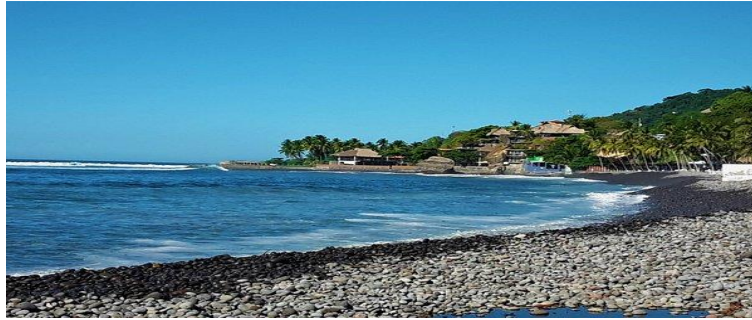


Fuente: Elaboración Propia

Playa San Blas

Situada en el kilómetro 39 y medio de la Carretera del Litoral, la playa San Blas se encuentra rodeada por un complejo residencial privado y cuenta con una zona abierta al público. En esta área, los visitantes pueden disfrutar de una variedad de restaurantes que ofrecen mariscos frescos en platos especializados a precios accesibles.

Ilustración 101: Playa San Blas



Fuente: Elaboración Propia

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 133 Check list competidor La Libertad

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:	LA LIBERTAD	
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador	X	
Senderismo	X	
Caminatas y/escalada	X	
Cascadas	X	
Iglesias históricas	X	
Playas	X	
Pozas	X	
Cerros	X	
Canopy	X	
Otros:		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 134 Tabulación encuesta semiestructurada La Libertad

ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO	
DISTRITO	LA LIBERTAD
Actores en Pro del turismo	
Locales	
<ul style="list-style-type: none"> • El centro de amigos del turista CAT ubicado en el malecón del puerto de la libertad • Alcaldía distrital 	
Nacionales	
<ul style="list-style-type: none"> • MITUR • CORSATUR • El gobierno central implementa diversas iniciativas como Surf City. • POLITUR. 	
Datos acerca de la organización turística del distrito	
Aspectos positivos	
<ul style="list-style-type: none"> • Las modernas instalaciones del malecón y puerto, junto con el ordenamiento de negocios informales, hacen de esta zona un destino atractivo. • Las vías de acceso y los servicios básicos están bien mantenidos y señalizados. • La cuenta con diversos recursos naturales y una oferta turística centrada en sus playas, todas con alta afluencia de visitantes. • La Municipalidad y el CAT colaboran eficazmente para actualizar y brindar información precisa a los turistas. 	
Aspectos negativos	
<ul style="list-style-type: none"> • Poca diversificación en la oferta turística y un desaprovechamiento de los recursos naturales. • Problemas de desinterés en el mantenimiento de la inocuidad alimentaria, especialmente en negocios informales fuera del área central del malecón. 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 135 Ficha informativa del distrito de San Luis La Herradura

DISTRITO DE SAN LUIS LA HERRADURA			
GENERALIDADES			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División política
La Paz	104,39 km ²	20 405 habitantes	11 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Municipio de partencia	Asentamiento indígena
56.9 km	309,35 Hab/km ²	La Paz Centro	Nahua y pipiles
Afluencia Turística			
<p>Se realizó una estimación de la población que visita el distrito, en la playa más representativa del distrito de San Luis La Herradura, la cual es playa Costa del sol, en la cual según datos obtenidos de la afluencia al parque recreativo costa del sol, ingresan un aproximado de 5,368 personas al mes y al año un aproximado de 64,416 personas solamente al parque recreativo.</p>			
DATOS DEL DISTRITO			
Historia			
<p>Hasta 1846 y 1847 el muelle de La Herradura era conocido como puerto de Jaltepeque, pero en 1849, por orden del entonces presidente Doroteo Vasconcelos, se le da el nombre de puerto de La Concordia, que serviría para el comercio nacional e internacional. En el año de 1853 el puerto se equipó con bodegas y elemento humano para que diera cumplimiento al comercio internacional, pero eso duró muy poco, ya que a partir de 1870 el puerto estaba en total abandono.</p> <p>Después de 1870 la convierten en salineras que posteriormente se convierte en una importante hacienda conocida como La Herradura.</p> <p>En el 3 de octubre de 1904, siendo presidente Pedro José Escalón, a solicitud de la Junta de Fomento del Departamento de La Paz, y de conformidad con el artículo 25 de su reglamento, el poder ejecutivo acuerda aprobar la creación de un expendedor de guías de sal en las salinas de La Herradura con un sueldo de 20 pesos mensuales y un inspector vigilante para que no se extraiga sal sin la guía correspondiente, cuyo sueldo era 10 pesos mensuales.</p>			

En 1904 la hacienda La Herradura pasa a hacer un cantón de Zacatecoluca, departamento de la Paz, y en 1910 fue repartida la hacienda en 29 parcelas para igual número de familias, las cuales iniciaron lo que hoy es villa de San Luis La Herradura.

En el año de 1984 el Cantón de San Luis La Herradura se convierte en el municipio N° 262, por Decreto Legislativo N° 243, del 26 de octubre de 1984, publicado en el Diario Oficial N° 205, Tomo N° 285, del 1 de noviembre de 1984, en el cual lo desligan de Zacatecoluca, lo cual lo convierte en el último municipio de El Salvador conocido hasta la fecha, ocupando el puesto N° 262 (Cantidad de municipios totales de El Salvador)

Ubicación, extensión territorial y población

San Luis La Herradura es un distrito del departamento de La Paz en El Salvador. Limita al norte con Santiago Nonualco y Zacatecoluca; al oeste con Santiago Nonualco y San Pedro Masahuat; al sur con el Océano Pacífico y al este con Zacatecoluca y Tecoluca.

Cuenta con una población de 20 405 habitantes. Este distrito se registra a una altura de 30 msnm. Posee una extensión territorial de 132,7 km² de los cuales 0.82 kms corresponde al área urbana y 131.88 Kms al área rural.

Actividad económica

El distrito de San Luis La Herradura la actividad es la pesca artesanal, y en menor escala la agricultura donde los productos de mayor cultivo son la caña de azúcar (cultivo de mayor importancia), granos básicos, frutas y hortalizas. La comercialización de estos productos la realizan en el mercado nacional. Existen además actividades provenientes del comercio formal e informal, dentro de los cuales podemos mencionar; tiendas, bazares, cafetines, comedores, ventas de canasto entre otros, estas se concentran en la zona urbana de la localidad. En el distrito se dan actividades relacionadas al turismo y la industria.

Costumbres y tradiciones

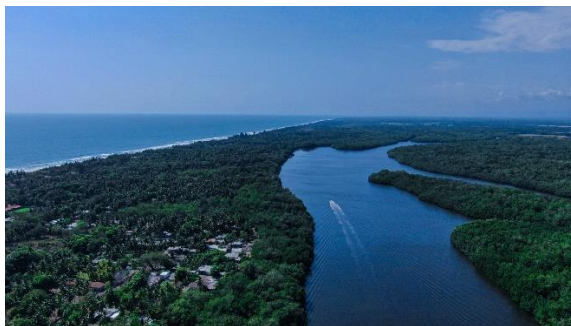
Las Fiestas Patronales se celebran del 26 de febrero al 2 de marzo en honor a San Luis de Gonzaga (realizan actividades como el montaje de números folclóricos sobre la Danza del Tigre y el Venado) y del 22 al 25 de noviembre en honor a Santa Catarina Mártir.

Atractivos, producto y servicios turísticos que ofrece

Estero de Jaltepeque

Es una extensa laguna costera que incluye manglares y diversas islas. Es vital para la pesca artesanal y el turismo ecológico, aunque enfrenta desafíos de deterioro ambiental que afectan a comunidades locales

Ilustración 102: Estero de Jaltepeque



Fuente: Elaboración Propia

Costa del Sol

Es una extensa playa que ofrece diversas actividades acuáticas y es conocida por sus complejos turísticos y hoteles. Es ideal para familias y turistas que buscan comodidad y entretenimiento

Ilustración 103: Costa del sol



Fuente: Elaboración Propia

El Aguaje

Este es otro de los atractivos turísticos del distrito ya que es un lugar que es considerado como una reserva natural ya que hay se puede encontrar mucha vegetación es un lugar muy importante para la vida silvestre flora y fauna y muy llamativo para los turistas por que pueden observar la belleza natural de la comunidad porque ay se pueden observar lindos paisajes la hermosura del lago donde los lugareños y personas cercanas al lugar practican mucho la pesca.

Ilustración 104 El Aguaje



Fuente: Elaboración Propia

Muelle de San Luis La Herradura

en el cual habitantes de la comunidad trabajan y venden mariscos y otras clases de comida, pero lo que más atrae a los turistas son los mariscos más los que son extraídos del mismo distrito ya que está ubicada a los linderos del estero Jaltepec el cual es una fuente de extracción de mariscos para los habitantes de la comunidad

Ilustración 105 Muelle de San Luis La Herradura



Playa los Blancos

esta zona es llamada también “Paraíso entre dos aguas”, por tener cercana el área de la playa y el precioso Estero de Jaltepeque. Cuenta además con numerosos ranchos recreativos de propiedad privada y complejos habitacionales.

Ilustración 106 Playa los Blancos



Fuente: Elaboración Propia

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 136 Check list competidor San Luis La Herradura

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:	SAN LUIS LA HERRADURA	
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador	X	
Senderismo	X	
Caminatas y/escalada	X	
Cascadas		X
Iglesias históricas	X	
Playas	X	
Pozas	X	
Cerros		X
Canopy		X
Otros: Cuenta con el parque recreativo costa del sol		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 137: Tabulación encuesta semiestructurada San Luis La Herradura

ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO	
DISTRITO	SAN LUIS LA HERRADURA
Actores en Pro del turismo	
Locales	
<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía distrital • Empresarios Locales • Comités de Desarrollo Turístico 	
Nacionales	
<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Turismo (MITUR): • Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) 	
Datos acerca de la organización turística del distrito	
Aspectos positivos	
<ul style="list-style-type: none"> • Playas hermosas y paisajes naturales que atraen a turistas nacionales e internacionales. • Iniciativas y programas del gobierno para mejorar la infraestructura turística y la promoción del destino. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Involucramiento activo de la comunidad local en proyectos turísticos y de conservación.
Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • A pesar de los esfuerzos, algunas áreas carecen de infraestructura adecuada para atender a un gran número de turistas. • La alta afluencia de turistas puede poner presión sobre los recursos naturales y el medio ambiente.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 138 Ficha informativa del distrito de Conchagua

DISTRITO DE CONCHAGUA			
GENERALIDADES			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División política
La Unión	200.64 km ²	37,362 habitantes	18 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Municipio de pertenencia	Asentamiento indígena
207.2 km	186.25 hab/km ²	La Unión Sur	Lenca
AFLUENCIA TURISTICA			
<p>Se realizó una estimación de la población que visita el distrito, enfocándose en los comerciantes de Conchagua, según datos obtenidos de los comerciantes locales, ingresan un aproximado de 1,000 personas al día en temporada alta y 300 al día en temporada baja, teniendo estos datos se realizaron las siguientes estimaciones:</p>			
Temporada alta			
Días	Afluencia	Total	
<ul style="list-style-type: none"> • Semana Santa (7 días en abril), • Vacaciones de agosto (7 días), última • Semana de diciembre y primera semana de enero (14 días). 	1000 personas/día.	28,000 personas.	
Temporada baja			
Días	Afluencia	Total	
365 días - 28 días (temporada alta) = 337 días.	300 personas/día.	101,100 personas.	
Afluencia total			
Afluencia anual	129,100		

	Afluencia mensual	10,758	
DATOS DEL DISTRITO			
Historia			
<p>La población original de Conchagua era Lenca; donde los Conchaguas o Conxaguas vivían en las islas del Golfo de Fonseca, específicamente donde hoy se conoce con el nombre de Conchagüita, compartiendo estas tierras con otra tribu llamada “Los Tecas”. En 1522, una expedición comandada por Andrés Niño descubrió el Golfo de Fonseca con sus islas (entre ellas Conchagüita).</p> <p>Para 1582, el marino y corsario inglés Francis Drake, dirigió la violenta invasión saqueando y asesinando a los moradores de las islas del Golfo, originando el éxodo masivo de sus habitantes hacia tierra firme, de tal manera que los Conchaguas se ubicaron en las inmediaciones del Puerto de Amapala, estableciendo el primer asentamiento formal de los Conxaguas, este lugar se le conoció con el nombre de “Embarcadero de los Conchaguas” sitio donde hoy se encuentra ubicada la ciudad de La Unión.</p> <p>Posteriormente, con el desplazamiento paulatino del Puerto de Amapala, trajo como consecuencia el florecimiento del pueblo de Conchagua, que poco tiempo después, fue eclipsado por un nuevo distrito: San Carlos de La Unión. Esta situación, unido a las desfavorables condiciones del lugar para su existencia y supervivencia (sequía de las fuentes de abastecimiento de agua potable), se vieron en la necesidad de solicitar al señor Gobernador de Armas: Don Francisco Rodríguez Berríos, permiso para la ocupación de otro paraje en la Hacienda Sirama, concediéndoseles dicho permiso por escritura pública el 4 de enero de 1712.</p>			
Ubicación, extensión territorial y población			
<p>Conchagua es un distrito de El Salvador que pertenece al departamento La Unión. Tiene una superficie de 200,64 km² y una población de 37.362 habitantes según el censo oficial de 2007, lo que lo convierte en el distrito más poblado del departamento, y el número 36 a nivel nacional.</p>			

Fuente: Elaboración Propia

Actividad económica
<p>Agricultura: El distrito produce granos básicos (maíz, frijol y arroz), así como cultivos permanentes.</p> <p>Turismo: Entre los lugares turísticos principales se encuentra el Cerro de Conchagua donde está un Área Natural Protegida, declarada por el Estado con senderos y miradores hacia el Golfo de Fonseca. Además, pueden divisarse Honduras y Nicaragua, las playas del Tamarindo, Las Tunas (cuenta con hoteles y restaurantes), Playas Negras y el Jagüey; el parque central de Conchagua con una de las iglesias más antiguas del país fundada en el año 1693.</p> <p>Actualmente se encuentra lo que es el mirador el espíritu de la montaña, que posee distintos servicios, desde la opción camping, y la estadía, así mismo hay diversidad de caminatas, y tiene el mejor amanecer de El Salvador, así mismo se logra ver las islas (Zacatillo, Conchagüita, Meanguera, Martín Pérez y la isla Ilca), que le pertenecen a El Salvador, y 4 islotes pequeños que le pertenece a Nicaragua, y de Honduras se logran apreciar: la Isla Amapala, Isla Sirena, Isla Exposición, Isla Zacate Grande, y la Isla Inglesera,</p>
Costumbres y tradiciones
<p>Se realizan dos fiestas al año, la titular y la patronal. La titular es del 16 al 20 de enero en honor a San Sebastián Mártir y la segunda que es la patronal, del 22 al 25 de julio, en honor a Santiago Apóstol.</p>
Atractivos, producto y servicios turísticos que ofrece
<p>Mirador del Pacífico</p> <p>Desde el volcán de Conchagua se pueden apreciar hermosas vistas, uno de los lugares que recomendados a visitar es El Mirador del Pacífico. El sitio cuenta con un terreno de 400 manzanas donde hay nueve miradores. Para llegar por medios propios es importante ir en un vehículo 4x4. El precio de ingreso es de \$10 los adultos y \$10 el vehículo. Los niños de 6 a 10 años pagan \$5.</p> <p>Además, también se puede solicitar transporte del lugar por \$25 por adulto y los niños \$20. El precio incluye la entrada, el transporte ida y regreso, una caminata de 2 o 4 horas,</p>

acceso al puente colgante y a las parrillas para asados, el Mirador del Pacífico se pueden realizar actividades extremas como Canopy, con 800 metros de largo y 300 de altura. El precio es de \$25 (ida y regreso), además, cuenta con una zona de paintball, bicicleta aérea, columpio y recorridos en cuatrimotos.

Ilustración 107 Mirador del pacifico



Fuente: Redes sociales del mirador del pacifico

Mirador Espíritu de la Montaña

El nombre es muy peculiar por la historia que cuenta el propietario. Según dijo, hace mucho tiempo atrás se intentó desarrollar diversos proyectos turísticos, pero había situaciones que parecían inexplicables del por qué no se podían realizar: se arruinaba la maquinaria o los trabajadores se enfermaban, y nunca se avanzó con los trabajos.

Fue entonces cuando optaron por un rito ancestral e hicieron una ceremonia espiritual. Ahí se dieron cuenta que había una diosa llamada Comizahual, conocida como el tigre que vuela, y que habitaba el lugar para protegerlo, a partir de ahí empezaron a pedirle permiso de construir y lograron convertirlo en el sitio turístico que es ahora, más de algún turista han podido vivir la presencia del espíritu en mariposas o en videos donde se ve que se representa en forma de animal.

La entrada tiene un valor de \$5. Si deseas acampar es un cobro extra de \$2., el transporte debe ser 4x4 pero también se puede solicitar el servicio de transporte, el costo es de \$10 por persona (ida y vuelta), en el sitio hay un restaurante que abre a las 11:00 a.m., los fines de semana tienen desayuno y almuerzos buffet, también hay cabañas para seis personas, las cuales tienen espacio de cocina, tres habitaciones, baño privado, un deck para acampar y una hamaca en una terraza con vistas al bosque.

Ilustración 108 Mirador Espíritu de la Montaña



Fuente: Redes sociales del espíritu de la montaña

Volcán de Conchagua

Ubicado en el distrito de Conchagua, La Unión, encontrarás este coloso del oriente del país, lugar donde disfrutar de una vista sinigual hacia Honduras, Nicaragua y el Golfo de Fonseca, viviendo una experiencia inolvidable, además, de poseer dos prominencias: El cerro Ocotal y el Banderas.

Para los amantes de la aventura, este lugar es perfecto para acampar, ver los amaneceres y atardeceres, un espectáculo único en este punto del país, paisajes llenos de color, riqueza natural y diversidad de colores, es lo que encontrarás en el Volcán de Conchagua.

Ilustración 109 Volcán de Conchagua



Fuente: Historia de Conchagua

Playa Las Tunas

Por ser de origen volcánico, su arena de color negro y formaciones rocosas que forman pequeños estanques, lo convierten en un destino atractivo en esta zona oriental del país.

Los turistas pueden darse un baño en las “ piscinas de sal” que se forman, refrescarse en las aguas y junto a las olas, observar a lo lejos las olas golpeando en las rocas o descansar en las cabañas rústicas con techos de palmeras son algunas de las cosas que se puede hacer en esta peculiar playa.

Posee un pequeño muelle donde se puede disfrutar de paseos en lancha, o comprar la pesca recién sacada del mar por los lugareños. Entre su amplia oferta de mariscos frescos ofrecidos están las ostras y una gran variedad de pescados secados al sol en mesas de bambú.

Ilustración 110 Playa Las Tunas



Fuente: Redes sociales de Conchagua

Playa El Tamarindo

Playa El Tamarindo, en el departamento de La Unión es el lugar ideal para descansar y tomar un buen baño de sol para lograr un bronceado perfecto. Esta costa se destaca por tener un oleaje muy escaso, pero transmite tanta paz que las horas pasan volando.

Si lo que se desea es hacer turismo, en El Tamarindo se puede tomar diferentes paseos en lancha para conocer los manglares y otras playas, igual de hermosas, que bordean el litoral oriente del país.

En esta playa se puede practicar buceo, natación, cabalgatas, pesca deportiva y, dependiendo de la época del año, muchos turistas son parte de la liberación de tortugas marinas.

Ilustración 111 Playa El Tamarindo



Fuente: Elaboración Propia

Playa Torola

Es una playa preferida por quienes poseen pequeños; brindándoles la seguridad de disfrutar de un baño sin sobresaltos o peligros. La playa en general es tranquila y apacible, siendo perfecta para entrar en total conexión con la naturaleza y absorber su extraordinaria energía.

Ilustración 112 Playa Torola



Fuente: Redes sociales de playa Torola

Iglesia colonial de Conchagua

Uno de los atractivos turísticos del distrito de Conchagua es su iglesia colonial, conocida como la más antigua de El Salvador. Se terminó de construir en 1693 por Wenceslao Ramírez. Para su elaboración se utilizó un material llamado calicanto, que es una mezcla

de arena, cal, piedra y claras de huevo. Consta de dos torres (campanarios) y la nave principal.

No se conoce con exactitud cuándo inició la construcción, ni cuánto duró. Se cree que pudo ser edificada en un lapso de 5 a 10 años. Sus paredes de casi un metro de grosor han hecho que resista el paso del tiempo y que puedas apreciar al día de hoy la misma fachada que fue terminada hace 331 años.

Ilustración 113 Iglesia colonial de Conchagua



Fuente: Historia de Conchagua

Pupusodromo de Conchagua

Un lugar donde se concentran las personas a degustar platillos nacionales ésta ubicado a un costado del parque central y es conocido como el Pupusodromo, cuenta con más de 10 pupuserías que ofrecen también platos típicos, refrescos naturales y otras opciones como el atol de semilla de marañón a precios bajos

Ilustración 114:Pupusodromo de Conchagua



Fuente: Elaboración Propia

Fuente de Los Leones

La pila de los leones consta con una fuente que emana desde el centro de la pila, esta tiene tres estaciones una sobre otra con tamaños variados (grande, mediana y pequeña) se apoyan en un basamento de forma circular el cual posea forma de copa y tiene una dimensión de 3 m. de altura por 1 m. aproximadamente, con 6 leones (5 leones y 1 leona) a su alrededor, con actitud de reposo, los cuales simbolizan a los hombres conchagüenses fuerte, guerrero y valiente que lucharon por traer el agua hasta el pueblo y la leona representan la labor de la mujer en el proyecto del agua, ya que ellas les proveían y caminaban horas para llevar los alimentos a los trabajadores.

Ilustración 115 Fuente de Los Leones



Fuente: Historia de Conchagua

Hotel y Restaurante El Cafetalito

Hotel y Restaurante El Cafetalito se encuentra en Conchagua, a 11 km de Volcán de Conchagua, y ofrece alojamiento con jardín, parqueo privado gratis, terraza y restaurante. El alojamiento dispone de servicio de habitaciones y wifi gratis en todo el alojamiento.

Ilustración 116 Hotel y Restaurante El Cafetalito



Fuente: Elaboración Propia

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 139 Check list competidor Conchagua

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:	CONCHAGUA	
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador	X	
Senderismo	X	
Caminatas y/escalada	X	
Cascadas		X
Iglesias históricas	X	
Playas	X	
Pozas		X
Cerros		X
Canopy		X
Otros: Cuenta con un Puposodromo		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 140 Tabulación encuesta semiestructurada Conchagua

ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL DISTRITO	
DISTRITO	CONCHAGUA
Actores en Pro del turismo	
Locales	
<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía Distrital • Comité de desarrollo Turístico (CDT) • Oficina de información al turista • Oficina de turismo 	
Nacionales	
<ul style="list-style-type: none"> • MITUR • CORSATUR 	
Datos acerca de la organización turística del distrito	
Aspectos positivos	

<ul style="list-style-type: none"> • El Volcán de Conchagua y las playas cercanas son grandes atracciones turísticas que capturan la atención de visitantes nacionales e internacionales • La participación activa de la comunidad local en proyectos de turismo sostenible y conservación ambiental. • Conchagua han logrado trabajar por un objetivo en común, desarrollo turístico para generar utilidades en especial en la zona del volcán de Conchagua. • Buena relación de empresarios con la alcaldía ya que esta brinda apoyo sólido, además de programas de mantenimiento a recursos turísticos
Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Algunas áreas pueden ser difíciles de acceder debido a la falta de infraestructura adecuada. • A pesar de contar con atractivos de renombre, la oferta turística que se encuentra es poca.

Fuente: Elaboración Propia

b) Competencia indirecta

Tabla 141 Ficha informativa del distrito de Suchitoto

DISTRITO SUCHITOTO			
GENERALIDADES			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División política
Cuscatlán	329.2 km ²	24,786 habitantes	28 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Municipio de pertencia	Asentamiento indígena
48.1 km	75.27 hab./km ²	Cuscatlán Norte	Nahuat
DATOS DEL DISTRITO			
Historia			
Suchitoto es un distrito del departamento de Cuscatlán, El Salvador. Su territorio ha sido habitado desde la época precolombina, y también fue el sitio donde se fundó la villa de San Salvador en 1528, que tuvo una breve existencia. A partir de la finalización de la guerra civil salvadoreña, la localidad ha prosperado hasta convertirse en uno de los más importantes sitios turísticos de este país debido a su arquitectura de estilo colonial muy bien preservado en toda la localidad con sus calles empedradas, lo cual ha permitido que			

se instalen hostales, restaurantes y cafés pintorescos que dan la sensación de estar en la época colonial hispánica.

Ubicación, extensión territorial y población

El distrito tiene una extensión de 329,2 km², y la cabecera una altitud de 388 m s. n. m. Su área comprende 28 cantones. Posee áreas naturales entre las que destacan: Colima (nor-poniente), el cerro Guazapa (sur-poniente), cerro Tecomatepe (sur), parte del bosque de Cinquera (oriente), y el bosque Corozal-El Platanar y embalse Cerrón Grande o Lago Suchitlán.

Actividad económica

En el área urbana la dinámica económica gira alrededor de las actividades comerciales y de servicios, incluidas las vinculadas al turismo. En el área rural prevalecen las actividades agropecuarias como principal fuente de trabajo y existe un reducido número de comunidades que le apuestan al turismo como una actividad complementaria.

Costumbres y tradiciones

Las fiestas patronales se celebran en el mes de diciembre en honor a Santa Lucía. Para esa ocasión, en Suchitoto se desarrollan diversas actividades religiosas y populares como las procesiones, presentaciones musicales, feria ganadera, quema de pólvora, elección y coronación de la reina de las fiestas, degustación de platillo típicos, bailes y ferias comerciales.

Atractivos, producto y servicios turísticos que ofrece

Casa Museo de Don Alejandro Coto

Está ubicada en la ciudad Suchitoto, Departamento de Cuscatlán, aproximadamente a 43 kilómetros de la capital. Fundada por españoles en 1525, en un villorrio de origen indígena. Su nombre en náhuatl significa "Pájaro y Flor". Conserva un rico patrimonio arquitectónico y cultural, con rasgos coloniales.

Ilustración 117 Casa Museo de Don Alejandro Coto



Fuente: Redes sociales de Suchitoto

Volcán de Guazapa

El cerro Guazapa está ubicado en las demarcaciones geográficas de los distritos de San José Guayabal y Suchitoto, en el departamento de Cuscatlán, y Guazapa en el departamento de San Salvador, El Salvador. La cima alcanza una elevación de 1.438 m s. n. m.

Hace miles de años fue un volcán activo del tipo Estratovolcán. Probablemente la erosión o una explosión fuerte, destruyera la forma cónica característica de este tipo de volcanes. Se desconoce si en un futuro pueda volver a ser un volcán activo.

Actualmente conocido como Cerro Guazapa, fue uno de los principales escenarios de la guerra civil salvadoreña. Por su variada flora y fauna es considerado un sitio de interés para la práctica del turismo ecológico.

Ilustración 118 Volcán de Guazapa



Fuente: Elaboración Propia

Hacienda la Bermuda y Ciudad Vieja

Hace más de 500 años en el distrito de Suchitoto existió una hacienda de gran importancia para la historia de El Salvador. La cual se cataloga como una antigua construcción de aproximadamente una manzana de tamaño con paredes de 1 metro de ancho ubicada en la comunidad de La Bermuda en Suchitoto. La mayoría de las personas la conocen como la hacienda La Bermuda, o como la Bermuda 1524, que según datos fue construida en el contexto de la conquista española. Según algunos historiadores Diego de Alvarado estaba en la conquista de la región y mandó a un primo a asentarse en estas tierras de la Bermuda. Lugar donde se funda la primera capital de El Salvador conocida como ciudad vieja.

Durante mucho tiempo la actividad primordial de la hacienda era la producción de añil; en las ruinas aún se pueden observar unas pilas añileras, y está rodeada de obrajes, que dan testimonio del esplendor que existió durante esos años. Luego su actividad fue la producción de café, cereales y ganado. La doctora Cañas agrega que la vida en la Bermuda era maravillosa, desde el perfume de los árboles que había, el riachuelo, los nacimientos de agua que rodean la casa, los amaneceres en la molienda, en los obrajes del añil, era un ambiente relajado que se transmitía y respiraba, una agradable belleza de sus paredes, balcones, ventanales. Todo en la hacienda era maravillosamente hermoso e impresionante, no existía persona que visitara el lugar que no quisiera quedarse en ella porque era un lugar mágico que preservaba la herencia, historia y cultura en cada rincón.

Ilustración 119 Hacienda la Bermuda y Ciudad Vieja



Fuente: Redes sociales de Suchitoto

Lago Suchitlán

El Lago Suchitlán, nombre propiciado por Alejandro Coto el cual unió la palabra -Suchi- de Suchitoto y -tlán- de Cuscatlán, es el lago más grande de El Salvador. Se formó entre los años de 1973 y 1976 con la construcción de la Central hidroeléctrica Cerrón Grande; la cual debe su nombre a la hacienda que estuvo ubicada a orillas de este, sobre el cauce del Río Lempa. Su nombre en Nahuatl significa "Lugar de flores". Aunque es un lago artificial, en su cauce se produce la mayoría de energía eléctrica del país. Posee una extensión de 135 km² y con una altitud entre los 182 y 234 metros sobre el nivel del mar que varía según la época del año. Con la construcción del embalse se formó el lago artificial se estima que fueron inundadas más de 15,000 hectáreas de tierra lo cual es ahora el cuerpo de agua más grande de El Salvador.

Gracias a su importancia natural, esta reserva artificial fue declarada como un sitio RAMSAR de El Salvador el 22 de noviembre de 2005. En este se han registrado alrededor de 144 especies arbóreas y algunas especies de plantas acuáticas sumergidas o flotantes que crecen en las orillas. También es el hábitat de 12 especies de peces, 23 especies de mamíferos, 48 especies de reptiles y 18 especies de anfibios.

Ilustración 120 Lago Suchitlán



Fuente: Redes sociales de Suchitoto

Cascada Los Tercios

Una impresionante cascada con bloques de piedra formadas verticalmente y en forma hexagonal, que le dan a esta cascada una de las mejores cascadas de El Salvador. Al destacar la forma curiosa, existen diferentes leyendas como: la pescadita de oro, y un almacén de telas que se convirtió en rocas, entre otras.

Ilustración 121 Cascada Los Tercios



Fuente: Redes sociales de Suchitoto

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 142 Check list competidor Suchitoto

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:	SUCHITOTO	
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador	X	
Senderismo	X	
Caminatas y/escalada	X	
Cascadas	X	
Iglesias históricas	X	
Playas		X
Pozas	X	
Cerros	X	
Canopy	X	
Otros: Cuenta con museos y lagos.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 143 Tabulación encuesta semiestructurada Suchitoto

ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL DISTRITO	
DISTRITO	SUCHITOTO
Actores en Pro del turismo	
Locales	
<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía distrital • Centro de Amigos del Turista (CAT) • Oficina municipal de turismo • Comité de Desarrollo Turístico (CDT) • Sector de empresarios, artesanos y grupos de mujeres. 	
Nacionales	
<ul style="list-style-type: none"> • MITUR • CORSATUR • Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador (CORDES) 	
Datos acerca de la organización turística del distrito	
Aspectos positivos	

- Suchitoto es considerado un distrito con turismo sostenible por trabajar responsablemente en armonía con los cuatro pilares fundamentales de sostenibilidad: medio ambiente, social, cultural y económico.
- En materia de Medio ambiente realizan un tratamiento de desechos sólidos separando lo orgánico de lo inorgánico. El recolector de basura cuenta con una planificación establecida por días, en este sentido brinda servicios de recolección de basura orgánica los días lunes, miércoles y viernes, mientras que los martes, jueves, sábado y domingo recoge los desechos inorgánicos.
- El distrito posee una planta procesadora, de la cual se obtiene abono orgánico. También existen dos plantas de tratamiento de vertidos para las aguas negras y grises, que luego desembocan en el lago Suchitlán. Se cuenta con una Ordenanza para la Conservación y Protección de los Bosques, con la cual buscan proteger los recursos naturales del distrito como, el Cerro de Guazapa, evitando así la tala ilegal.
- En cuanto a lo social, cuenta con un área denominada Unidad Técnica de Plan Maestro que posee dos tipos de planes: uno dirigido al área urbana y el otro al área rural; los cuales establecen que no se puede brindar un espacio en el mercado o algún lugar público a personas que no sean del distrito o que no vivan en este.
- En el área cultural, posee un Plan de Ordenamiento y Protección de Recursos Culturales que vela por el cuidado y protección de la infraestructura de interés, este Plan establece una paleta de colores para los inmuebles, el tipo de estructura que debe tener, entre otros. También se promueve el Festival Permanente de Arte y Cultura que se desarrolla en el mes de febrero, que tiene por objetivo mostrar todas las expresiones culturales, artísticas, recitales y conciertos de otros países.
- Cuenta con Infraestructura Turística (alojamiento, gastronomía, artesanías, etc.) (Alcaldía, MITUR, ONG'S, entre otros y recurso humano local) así como espacios para el desarrollo de la cultura y el arte y una diversidad de artesanías que ofrecer al turista.

Aspectos negativos

- Dentro de los puntos negativos que se deben mencionar en el distrito de Suchitoto es la poca organización y empoderamiento entre los diferentes actores locales (coordinación).

- Si bien si cuenta con algún tipo de señalización, esta no es señalización turística estratégica.
- La vinculación entre el área urbana y rural es poca y existe poca inversión gubernamental local.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 144 Ficha informativa del distrito de Olocuilta

DISTRITO OLOCUILTA			
GENERALIDADES			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División política
La Paz	89.68 km ²	29,529 habitantes	11 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Municipio de pertenencia	Asentamiento indígena
25,1 km	329.27 hab./km ²	La Paz Oeste	Nahuat y Pipil
DATOS DEL DISTRITO			
Historia			
<p>En 1550 tenía unos 1,500 habitantes. El 12 de mayo de 1586 pasó por Olocuilta el padre Fray Alonso Ponce, Comisario de la Orden de San Francisco, quien califica a esta población de “buen pueblo”. Había por aquellos pueblos dice la “Relación Breve y Verdadera” gran hambre, y para remediarla algún tanto comían los indios de unas hormigas grandes que hay en aquella tierra, las cuales vio el padre Comisario, aquella madrugada en Tetzacuango (Santo Tomás), y que andaban los indios con lumbre a caza de ellas para comerlas y venderlas en los Tiangues.</p> <p>Según el alcalde mayor de San Salvador don Manuel de Gálvez Corral, San Juan Olocuilta estaba habitada en 1740 por 315 indios tributarios (unas 1,575 personas) y 130 mulatos o ladinos, con cuyos vecinos se habían formado una compañía de soldados para la guarda y vigilancia de la costa.</p>			
Ubicación, extensión territorial y población			
<p>En el aspecto físico Olocuilta está limitado por los siguientes distritos: al norte, por Santo Tomas y Santiago Texacuangos (Departamento de San Salvador), al este por San Francisco Chinameca, Cuyultitan; y al sur por San Juan Talpa, por el Departamento de la Paz y San Luis Talpa del Departamento de la Paz y al oeste, por Panchimalco (Departamento de San Salvador).</p>			

Actividad económica

Abarca sectores industriales, comerciales, agrícolas y turísticos. La región se destaca por la promoción de actividades industriales y comerciales, representando el 8.43% del uso del suelo para comercio. La agricultura también juega un papel crucial en la economía local. Además, Olocuilta es conocida por su sector gastronómico, especialmente por la producción de pupusas, un platillo tradicional que atrae tanto a locales como a turistas. El distrito promueve eventos turísticos y culturales, como ferias, para estimular la economía local y atraer visitantes

Costumbres y tradiciones

Las fiestas patronales de Olocuilta se celebran del 19 al 25 de junio en honor a San Juan Bautista.

Atractivos, producto y servicios turísticos que ofrece

Parque central

El Parque Central de Olocuilta es el corazón de la ciudad y un punto de encuentro para locales y turistas. Este parque es un lugar vibrante y lleno de vida, con áreas verdes bien cuidadas, bancos para descansar y senderos para caminar. En el centro del parque, hay una glorieta que a menudo se utiliza para eventos comunitarios y presentaciones culturales. El parque está rodeado de importantes edificios municipales, tiendas y cafés, lo que lo convierte en un excelente lugar para pasar una tarde. Los visitantes pueden disfrutar de un ambiente relajado mientras observan la vida cotidiana de Olocuilta. Además, el parque alberga varios monumentos y estatuas que reflejan la rica historia y cultura de la ciudad.

Ilustración 122 Parque central



Fuente: Redes sociales Olocuilta

Mercado Municipal

El Mercado Municipal de Olocuilta es un lugar lleno de color y actividad, donde se puede experimentar la auténtica vida local. Aquí, los vendedores ofrecen una amplia variedad de productos frescos, desde frutas y verduras hasta carnes y pescados. Además, el mercado es famoso por sus pupusas, una delicia culinaria que es un símbolo nacional de El Salvador. Los visitantes pueden probar diferentes tipos de pupusas, hechas con diversos ingredientes como frijoles, queso y chicharrón. Además de alimentos, el mercado también vende artesanías, ropa y otros productos locales. Pasear por el mercado es una experiencia sensorial completa, con los aromas de la comida, los colores vibrantes de los productos y el bullicio de los vendedores y compradores.

Ilustración 123 Mercado Municipal



Fuente: Elaboración propia

Iglesia San Antonio de Padua

La Iglesia San Antonio de Padua es una de las principales edificaciones religiosas de Olocuilta y un importante lugar de culto para la comunidad. Este templo, con su arquitectura colonial, es un reflejo del patrimonio histórico y cultural de la ciudad. La iglesia está adornada con vitrales coloridos y detalles arquitectónicos intrincados que fascinan a los visitantes. En el interior, la atmósfera es tranquila y solemne, proporcionando un espacio para la oración y la reflexión. La iglesia es también el epicentro de varias festividades religiosas a lo largo del año, atrayendo a devotos de diferentes lugares. Las celebraciones incluyen procesiones, misas especiales y eventos comunitarios que fortalecen el sentido de identidad y unidad entre los habitantes.

Ilustración 124 Iglesia San Antonio de Padua



Fuente: Elaboración propia

El Mirador de Olocuilta

El Mirador de Olocuilta ofrece una vista panorámica impresionante de la ciudad y sus alrededores. Este punto de observación es ideal para los amantes de la naturaleza y la fotografía, ya que proporciona una perspectiva única del paisaje urbano y rural de la región. Los visitantes pueden disfrutar de un momento de tranquilidad mientras contemplan la belleza del entorno, especialmente durante el amanecer o el atardecer, cuando los colores del cielo se reflejan en el horizonte. El mirador está equipado con bancos y áreas de descanso, y es un lugar perfecto para un picnic o simplemente para relajarse. Es accesible a través de un camino bien señalizado, y la caminata hasta el mirador es una oportunidad para disfrutar del aire fresco y el paisaje natural de Olocuilta.

Ilustración 125 Entrada al distrito de Olocuilta



Fuente: Elaboración propia

Complejo Deportivo de Olocuilta

El Complejo Deportivo de Olocuilta es un espacio dedicado a la práctica de diversas actividades físicas y deportivas. Este lugar cuenta con instalaciones modernas que incluyen canchas de fútbol, baloncesto y voleibol, así como pistas para correr y áreas de ejercicios al aire libre. Es un lugar muy concurrido por jóvenes y adultos que buscan mantener un estilo de vida activo y saludable. Además de las instalaciones deportivas, el complejo ofrece programas y clases de fitness, entrenamientos personalizados y eventos deportivos locales. Es también un punto de encuentro para la comunidad, donde se realizan torneos y competencias que fomentan el espíritu deportivo y la camaradería entre los participantes.

Ilustración 126 Complejo Deportivo de Olocuilta



Fuente: Redes sociales Olocuilta

Pupusodromo el triangulo

Para los amantes de ese sabor peculiar que solo la leña y el comal dan a las comidas, este lugar es el indiciado. Ubicado sobre la calle antigua que conduce a Zacatecoluca, encontrarás este sitio con un aproximado de 10 establecimientos dedicados a hacer pupusas «a la antigua». Ya sean de maíz o de arroz, puedes apreciar cómo tus pupusas se cocinan en el comal avivado por las llamas

Ilustración 127 Pupusodromo el triangulo



Fuente: Elaboración Propia

Pupusodromo buena vista

Situado sobre la autopista a Comalapa, tramo que conduce hacia San Salvador, encontramos este otro lugar donde las pupusas, elaboradas en plancha, ofrecen la más atrevida opción de ingredientes. En pupusería «La Salvadoreña», por ejemplo, se puede disfrutar de las pupusas locas con ingredientes como: frijol, chicharrón, ayote, pollo, camarón, jalapeño, queso con loroco y espinaca. Por la cantidad de ingredientes, su tamaño casi triplica la medida de una pupusa tradicional. Así mismo, en esta pupusería se pueden encontrar algunas variedades menos convencionales como: pollo con queso, camarón con queso, mora y chipilín.

Ilustración 128 Pupusodromo buena vista



Fuente: Elaboración Propia

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 145 Check list competidor Olocuilta

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:	OLOCUILTA	
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador	X	
Senderismo	X	
Caminatas y/escalada	X	
Cascadas		X
Iglesias históricas	X	
Playas		X
Pozas		X

Cerros	X	
Canopy		X
Otros:		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 146 Tabulación encuesta semiestructurada Olocuilta

ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO	
DISTRITO	OLOCUILTA
Actores en Pro del turismo	
Locales	
<ul style="list-style-type: none"> • Empresarios Locales • Alcaldía distrital 	
Nacionales	
<ul style="list-style-type: none"> • Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) • Ministerio de Turismo (MITUR) 	
Datos acerca de la organización turística del distrito	
Aspectos positivos	
<ul style="list-style-type: none"> • La fama de las pupusas de arroz es un gran atractivo turístico que diferencia a Olocuilta de otras localidades • La fuerte identidad cultural y las festividades locales ofrecen una experiencia auténtica a los visitantes. • Olocuilta está ubicada cerca de San Salvador, facilitando el acceso de los turistas. 	
Aspectos negativos	
<ul style="list-style-type: none"> • Limitada en comparación con otros destinos turísticos, lo que puede afectar la comodidad de los visitantes. • Necesidad de mayor promoción a nivel internacional para atraer a más turistas extranjeros. 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 147 Ficha informativa del distrito de Salcoatitán

DISTRITO DE SALCOATITAN			
GENERALIDADES			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División política
Sonsonate	19.61 km ²	5,484 habitantes	2 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Municipio de pertenencia	Asentamiento indígena
81 km	432 hab./km ²	Sonsonate Norte	Pipiles
DATOS DEL DISTRITO			
Historia			
<p>Salcoatitán fue fundado por una familia de aborígenes del pueblo de Jujutla en el año 1859. En 1753, midió las tierras ejidales de dicho pueblo el agrimensor real don Juan Antonio del Bosque y Arteaga. Durante toda la colonia fue municipio de la provincia de los Izalco y fue incluido el 12 de junio de 1824 en la nómina de pueblos del distrito y departamento de Sonsonate. El nombre del distrito en el idioma náhuatl significa “la ciudad de Quetzalcóatl” (dios viento y lucero de la Aurora).</p> <p>El distrito se desglosa en tres zonas fundamentales que son: Zona Centro, Zona Sur y Zona Norte.</p> <p>Fue segregado del distrito de Sonsonate e incorporado en el distrito de Juayúa, por Decreto Legislativo de 22 de abril de 1896 Salcoatitán.</p> <p>Este posee uno de los cuarenta cerros más destacados de la Región de Sonsonate llamado Cerro de Oro, el cual se ubica en el extremo noroeste del territorio municipal. Otros elementos físicos que posee son la quebrada El Manzano, al sur, quebrada San José o El Conacaste ubicada al este, y la quebrada La Gloria que pasa al norte del centro urbano</p>			
Ubicación, extensión territorial y población			
<p>Salcoatitán es un distrito del Departamento de Sonsonate, El Salvador, se encuentra a una distancia de 81 km de San Salvador. limita al norte y este con Juayúa, al oeste con Santa Catarina Masahuat, al sur con Santa Catarina Masahuat y Nahuizalco.</p> <p>Tiene una extensión territorial de 18,61 km² y una altitud sobre el nivel del mar de 1.040 msnm.</p>			

Actividad económica

La economía se basa en el cultivo de café por su clima fresco. Las oportunidades laborales son bajas ya que solo se cuenta con la agricultura y maquilas, emigrando así las personas profesionales a la capital o a ciudades más grandes. La delincuencia en Salcoatitán es baja.

Este distrito se caracteriza por la fabricación de muebles en madera, talleres artesanales de artículo de mimbre, y plantaciones de café que forman parte del atractivo con el que cuenta el distrito. Alrededor del parque central se encuentran tiendas artesanales, galerías de arte autóctono y restaurantes en los que se ofrece comida típica por encontrarse sobre la ruta de las flores. Además, se pueden apreciar viveros y jardines que predominan en la zona.

Costumbres y tradiciones

Salcoatitán celebra sus fiestas patronales la primera semana del mes de noviembre en honor a San Miguel Arcángel, su Iglesia, aunque un lugar pequeño es la más pura expresión de la arquitectura religiosa colonial junto con sus costumbres religiosas.

Atractivos, producto y servicios turísticos que ofrece

Germinal Museo La Imprenta

Es una institución que celebra la historia y evolución de la imprenta. Este museo alberga una colección de máquinas de impresión históricas y otros artefactos relacionados con la tipografía y la producción de impresos. La imprenta es considerada uno de los inventos más importantes de la modernidad, y el museo ofrece una visión detallada de su desarrollo a través del tiempo. Además de las exposiciones permanentes, los visitantes pueden disfrutar de tours guiados que explican la importancia de la imprenta en la comunicación y la difusión del conocimiento.

Ilustración 129 Germinal Museo La Imprenta



Fuente: Elaboración Propia

Mirador siete volcanes

Es un destino turístico que ofrece vistas espectaculares de varios volcanes de la región. Este mirador permite a los visitantes observar una impresionante panorámica de siete volcanes, brindando una experiencia única para los amantes de la naturaleza y el senderismo. El acceso es relativamente fácil y se encuentra a solo 20 minutos de Apaneca, lo que lo convierte en una parada ideal para quienes recorren la Ruta de las Flores.

Ilustración 130 Mirador siete volcanes



Fuente: Mirador siete volcanes

Restaurante Portal de la montaña

El Restaurante Portal de la Montaña es un establecimiento que ofrece una experiencia gastronómica en un entorno natural y acogedor. Ubicado en la carretera a Apaneca, en el kilómetro 82 1.2, Salcoatitán, San Salvador, este restaurante se destaca por su ambiente rústico y su oferta de platillos típicos de la región.

Ilustración 131 Restaurante Portal de la montaña



Fuente: Redes sociales restaurante portal de la montaña

Iglesia Colonial San Miguel Arcángel

La Iglesia Colonial San Miguel Arcángel fue construida en 1824 se encuentra ubicada a 12 Km. Al norte de Sonsonate. Dedicada a San Miguel arcángel patrono de Salcoatitán. En la actualidad se encuentra fuera de uso por haber sido dañada en los últimos terremotos ocurridos de 2001 en nuestro país. Se está construyendo una réplica a la par de la iglesia antigua, para evitar que los feligreses corran peligro en la antigua iglesia de adobe. Esta iglesia constituye uno de los atractivos de la denominada ruta de Las Flores.

Ilustración 132 Iglesia Colonial San Miguel Arcángel



Fuente: Redes sociales del distrito.

Parque Central de Salcoatitán

Parque central de Salcoatitán, se encuentra ubicado al paso de la ruta de Las Flores. Los fines de semana colocan ventas a sus alrededores de comida y artesanías. La alcaldía promueve este tipo de actividades colocando sonido y un ambiente festivo, en donde se puede descansar y pasar un momento agradable. El parque cuenta con vegetación en su mayoría palmeras y ficus, este parque es famoso por la venta de su plato típico yuca con chicharrón.

Ilustración 133 Parque Central de Salcoatitán



Fuente: Redes sociales del distrito

Restaurante y Vivero Los Patios

El Restaurante y Vivero Los Patios es un lugar encantador que combina la experiencia de un vivero de plantas con un espacio gastronómico. Este establecimiento se especializa en la venta de plantas ornamentales y ofrece servicios de paisajismo y mantenimiento. Además, cuenta con un café donde los visitantes pueden disfrutar de una variedad de platillos y bebidas en un entorno natural y relajante.

Ilustración 134 Restaurante y Vivero Los Patios



Fuente: Redes sociales del restaurante

Finca Moros y cristianos

Es un destino turístico destacado en la Ruta de las Flores en El Salvador. Este lugar combina la belleza natural de la región con una experiencia cultural y gastronómica única. Los visitantes pueden disfrutar de la vista panorámica del mirador, degustar platos típicos, y explorar los jardines y áreas recreativas de la finca.

Ilustración 135 Finca Moros y cristianos



Fuente: Redes sociales del distrito

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 148 Check list competidor Salcoatitán

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:	SALCOATITAN	
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador	X	
Senderismo	X	
Caminatas y/escalada	X	
Cascadas	X	
Iglesias históricas	X	
Playas		X
Pozas	X	
Cerros	X	
Canopy		X
Otros: Talleres de artesanías, Museo Imprenta		

Tabla 149 Tabulación encuesta semiestructurada Salcoatitán

ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL DISTRITO	
DISTRITO	SALCOATITAN
Actores en Pro del turismo	
Locales	
<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía distrital • Empresarios Locales 	
Nacionales	
<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Turismo (MITUR): Coordina y fomenta el desarrollo turístico en Salcoatitán. 	
Datos acerca de la organización turística del distrito	
Aspectos positivos	

<ul style="list-style-type: none"> • Miradores y áreas naturales que permiten disfrutar de la belleza escénica de la región • Restaurantes y cafés que ofrecen comida típica salvadoreña, incluyendo platillos tradicionales y especialidades locales. • Eventos culturales y festivales que muestran la riqueza de las tradiciones locales
Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor necesidad de promoción a nivel internacional para atraer más visitantes. • El distrito cuenta con recursos turísticos que pueden ser explotados, pero existe falta de recursos, organización y accesibilidad para poder explotarlos.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 150 Ficha informativa del distrito de Panchimalco

DISTRITO PANCHIMALCO			
GENERALIDADES			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División política
San Salvador	89.97 km ²	41,260 habitantes	14 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Municipio de pertenencia	Asentamiento indígena
17.0 km	458.6 hab/km ²	San Salvador Sur	Pipil
DATOS DEL DISTRITO			
Historia			
<p>La población precolombina de Panchimalco fue pipil. Durante la conquista del territorio, por las fuerzas españolas, la zona fue llamada “El Fuerte” por la forma cóncava del terreno que les daba ventaja a los nativos. En 1770 la región perteneció al curato de San Jacinto y seis años después fue parte del partido de San Salvador. Entre 1824 y 1836 fue parte del departamento de San Salvador, y, desde 1824 a 1836, del Distrito Federal Centroamericano.</p>			
Ubicación, extensión territorial y población			
<p>Panchimalco es un valle pronunciado provisto de multitud de irregularidades de terreno producto de fallas geológicas, cuenta con una población de 4260 habitantes, una extensión territorial de 89.97 kilómetros cuadrados y una altura de 570 metros sobre el</p>			

nivel del mar y su ubicación geográfica está determinada al norte por San Salvador y San Marcos; al sur con La Libertad; hacia el este, con Olocuilta y Santo Tomás y al oeste con Rosario de Mora y Huizúcar.

Actividad económica

Entre las actividades económicas del distrito se encuentran el cultivo doméstico de granos básicos, hortalizas y frutas; además de crianza de ganado vacuno, caballar, porcino, y aves de corral. Existen fábricas de ladrillo y teja, estructuras metálicas, y elaboración de artesanías. Panchimalco cuenta con farmacias, pupuserías y tiendas, entre otros.

Costumbres y tradiciones

Las fiestas patronales de Panchimalco se celebran entre el 13 y 14 de septiembre en honor de la Santa Cruz de Roma. Sin embargo, el primer domingo de mayo tiene lugar la festividad más popular y colorida de la localidad llamada “Feria cultural de las flores y las palmas” o simplemente “Procesión de las palmas” en honor de la Virgen María, festividad a cargo de una

Atractivos, producto y servicios turísticos que ofrece

Iglesia Santa Cruz de Roma

La Iglesia Santa Cruz de Roma, ubicada en Panchimalco, San Salvador, es un importante vestigio colonial que representa el patrimonio cultural de El Salvador. Esta iglesia, construida en el siglo XVI, destaca por su arquitectura colonial con influencias indígenas y españolas. Su fachada es de adobe y tejas, conservando un estilo sencillo y rústico que refleja la historia y la cultura del lugar.

Ilustración 136 Iglesia Santa Cruz de Roma



Fuente: Redes sociales del distrito

Los Planes de Renderos

Los planes de Renderos es un centro urbano compartido por tres distritos salvadoreños del departamento de San Salvador: Panchimalco, San Marcos y San Salvador, la capital del país. Está ubicado a 9.5 kilómetros al sureste de la capital y supone la frontera sur del Área Metropolitana de San Salvador, a la cual pertenecen San Salvador y San Marcos. Este límite mencionado hace que la localidad sea una especie de zona residencial semiurbana o semirrural.

Ilustración 137 Los Planes de Renderos



Fuente: Redes sociales del distrito

Parque Balboa

Ubicado en el Cantón Planes de Renderos, a 12 kilómetros de San Salvador, el parque Balboa fue inaugurado en 1949 gracias a la visión del presidente de la Junta Nacional de Turismo en ese momento, Raúl Contreras. El parque lleva el nombre del navegante español Vasco Núñez de Balboa, a quien se le atribuye el descubrimiento del Océano Pacífico.

Este 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 138 Parque Balboa



Fuente: Redes sociales del distrito

Parque Nacional de La Familia

Dentro de él, no solo es posible observar hermosos paisajes naturales sino una variedad de flora y fauna salvaje. Asimismo, los visitantes podrán disfrutar de todo tipo de entretenidas actividades al aire libre.

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 139 Parque Nacional de La Familia



Fuente: Redes sociales del distrito

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 151 Check list competidor Panchimalco

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:	PANCHIMALCO	
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador	X	
Senderismo	X	
Caminatas y/escalada	X	
Cascadas		X
Iglesias históricas	X	
Playas		X
Pozas		X
Cerros	X	

Canopy		X
Otros: Además de lo mencionado, 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		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 152 Tabulación encuesta semiestructurada Panchimalco

ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO	
DISTRITO	PANCHIMALCO
Actores en Pro del turismo	
Locales	
<ul style="list-style-type: none"> • Comerciantes y artesanos locales • Alcaldía distrital 	
Nacionales	
<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Turismo (MITUR) 	
Datos acerca de la organización turística del distrito	
Aspectos positivos	
<ul style="list-style-type: none"> • Panchimalco es conocido por sus festivales y eventos culturales, lo que lo convierte en un destino atractivo para el turismo cultural • El distrito cuenta con importantes construcciones coloniales, como la Iglesia Santa Cruz de Roma. • La comunidad local está comprometida con la promoción y preservación de su patrimonio cultural. 	
Aspectos negativos	
<ul style="list-style-type: none"> • Algunas rutas turísticas pueden ser difíciles de transitar debido a la topografía y la falta de infraestructura adecuada. • A pesar de los esfuerzos de modernización, la infraestructura turística aún necesita mejoras para atraer a más visitantes. 	

Fuente: Elaboración Propia

c) **Competidores sustitutos**

Tabla 153 Ficha informativa del distrito de San Salvador

DISTRITO DE SAN SALVADOR			
GENERALIDADES			
Departamento de pertenencia	Extensión territorial	Población	División política
San Salvador	72.25 km ²	694, 788 habitantes	8 cantones
Distancia desde San Salvador	Densidad demográfica	Municipio de pertenencia	Asentamiento indígena
0 km	4,655.02 hab./km ²	San Salvador Centro	Nahuat y Pipil
DATOS DEL DISTRITO			
Historia			
<p>En 1524 Pedro de Alvarado luchó contra los pipiles de Cuscatlán para conquistar el lugar y solo logró que huyeran a los cerros cercanos, así dio la orden a su hermano para la fundación. Entonces, San Salvador fue fundada por Gonzalo de Alvarado un 1º de abril de 1525. Su nombre viene en honor del Santísimo Salvador del Mundo.</p> <p>Sus habitantes soportaron los ataques frecuentes de los nativos y esto los obligó a mudarse a otro lugar (Ciudad Vieja) en 1528. Cuando por fin la zona fue pacificada, la aldea fue decayendo. Esto motivó a levantarla de nuevo y escogieron el valle de Salcoatitán o Valle de Las Hamacas. En 1545 construyeron la plaza con su iglesia consagrada igualmente al Santísimo Salvador del Mundo. El 27 de septiembre de 1546 a la Villa se le confirió el título de Ciudad</p>			
Ubicación, extensión territorial y población			
<p>San Salvador está ubicado en la zona central del país. Su elevación se encuentra entre 600 y 1000 metros sobre el nivel del mar. Aunque la propia ciudad se encuentra a 670 m s. n. m. Limita al norte con los distritos de Nejapa, Mejicanos, Cuscatancingo, y Ciudad Delgado, al este con Soyapango y San Marcos, al sur con Panchimalco y también con San Marcos, y al oeste con Antiguo Cuscatlán y Santa Tecla, San Salvador es la ciudad más poblada del país con un estimado de 765.870 habitantes.</p>			

Actividad económica

La ciudad al ser la capital cuenta con distintos tipos de establecimientos industriales en donde se producen alimentos y bebidas, materiales de construcción, medicamentos y productos químicos, ejemplo de ello son MOLSA (Molinos de El Salvador), Industrias La Constancia, Cadejo Brewing Company, Industrias Topaz, entre otros.

Asimismo, es sede de importantes centros comerciales que, además de ofrecer productos a los visitantes, son una fuente de empleo para muchas familias salvadoreñas; entre ellos cabe mencionar el centro comercial Metrocentro, El Paseo y Centro Comercial Galerías, Plaza San Luis, Plaza presidente, Bambú Plaza, Plaza Basilea, Plaza Futura, Plaza San Benito, Plaza Centro, Millenium Plaza.

También existen prestigiosos centros de negocios como el Centro Financiero Gigante y el World Trade Center San Salvador, en donde se alojan importantes empresas y organizaciones internacionales como: Microsoft, Ericsson, BID, Mitsubishi Corporation, Intel AMCHAM, embajada de Japón, embajada del Reino Unido, Banco Agrícola, Organización de Estados Americanos (OEA), Banco Mundial, embajada de la República de Corea, Agencia de Cooperación Japonesa (JICA) y la Agencia de Cooperación Coreana (KOICA).

Por otra parte, en cuanto al servicio de alojamiento San Salvador cuenta tanto con hoteles de lujo, como de clase turista. Entre los más importantes: Hotel Real Intercontinental San Salvador, Hotel Barceló San Salvador, Sheraton presidente San Salvador, Crowne Plaza San Salvador junto con Plaza Hotel & Suites.

En cuanto a los mercados municipales, destaca el Mercado Central, el más grande de la ciudad que cuenta con diez pabellones; otros mercados son: San Jacinto, Belloso, La Tiendona, Sagrado Corazón de Jesús, Modelo, San Miguelito, Hula Hula, San Antonio, Tinetti, y Cuscatlán, este último que integra tanto el rubro comercial como la actividad cultural.

Costumbres y tradiciones

Aunque pareciera que San Salvador es una ciudad moderna que dejó atrás el pasado, no todo se ha perdido. Hay algunas actividades tradicionales que todavía se realizan en el distrito y guardan el sabor de lo tradicional y lo costumbrista.

El 5 de agosto se realiza la procesión religiosa en honor a la Transfiguración del Señor. Esta actividad termina con una bella representación de este hecho bíblico tan significativo para la religión católica. Al día siguiente, se realiza la Misa Solemne frente a la Catedral Metropolitana.

Otras actividades culturales son el desfile de carrozas que inaugura las fiestas patronales al inicio de agosto.

Atractivos, producto y servicios turísticos que ofrece

Catedral Metropolitana de San Salvador

El sitio en que hoy se sitúa la catedral, en el centro de la ciudad de San Salvador, es el lugar en donde en el siglo XIX estaba la iglesia colonial de Santo Domingo, que fue destruida por un terremoto en 1873. Frente a la catedral está ubicada la Plaza Gerardo Barrios de San Salvador, también conocida como Plaza Cívica; y en su costado occidental se levanta el Palacio Nacional. La catedral tiene una historia de tragedia y de renacimiento.

Para enero de 1878, el gobierno accedió a la solicitud presentada por la Junta Parroquial de San Salvador para que se le concediera el sitio que ocupaba el antiguo cuartel de Santo Domingo, con el objeto de aumentar la localidad en que debe edificarse la iglesia parroquial; el sitio, que pertenecía a la Municipalidad, se compró por la suma de 6,148 pesos.

En 1992, la plaza frente a la catedral fue el escenario de las celebraciones populares por la firma de los Acuerdos de Paz de Chapultepec. La iglesia fue visitada dos veces por el papa Juan Pablo II quién dijo que la catedral está “estrechamente ligada a los gozos y esperanzas del pueblo salvadoreño”. Durante sus visitas en 1983 y 1996, el Papa se arrodilló y oró ante la tumba del arzobispo Óscar Romero, asesinado en el año 1980, que está enterrado en la cripta de la Catedral. Fue finalmente terminada y consagrada, el 19 de marzo de 1999 por monseñor Fernando Sáenz La calle.

Desde ese entonces, la fachada ostentaba un mosaico con motivos artesanales del artista Fernando Llorca llamada La armonía de mi pueblo, que combinaba lo ancestral y precolombino con la iconografía cristiana, el cual comenzó a ser retirado en diciembre

del año 2011 por decisión de la jerarquía católica y en medio de cierta controversia, ya que la Secretaría de Cultura del país tenía en proceso de declararlo como bien cultural.

Ilustración 140 Catedral Metropolitana de San Salvador



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Casa de las Academias

A principios del siglo XX, la familia Dueñas Palomo residía en la finca Guadalupe, ubicada al noroeste de San Salvador en aquellos años. Los terremotos del año 1917 les obligaron trasladarse a ese lugar debido a que su vivienda, localizada en el centro de la ciudad, había quedado prácticamente destruida. Posterior al trágico suceso, la familia organizó el matrimonio de la señorita Eugenia Palomo; por lo que su padre, Miguel Palomo, decidió obsequiarle una residencia como regalo de bodas, la cual estaría ubicada cerca de la Villa Dueñas.

El edificio se construyó entre los años 1919 y 1920, y los materiales —en su mayor parte madera, hierro y vidrio— fueron importados desde Francia con la tendencia del modernismo. La obra estuvo a cargo del arquitecto salvadoreño Daniel Cristóbal Domínguez Párraga, graduado del Colegio Militar de Chapultepec, en México, quien también diseñaría otros edificios de renombre como el Club Internacional, la Villa Fermina, los edificios centrales de los bancos Agrícola Comercial y Salvadoreño o el Country Club, que alberga a la Casa Presidencial.

Entre los años 1959 y 1960, la casa funcionó como la ubicación temporal de Publicidad Rumbo. Posteriormente fue desocupada y permaneció deshabitada entre 1960 y 1973. Pero desde este último año, hasta 1986, albergó al Departamento de Formación Profesional del Ministerio de Trabajo. En 1992 el Ministerio de Hacienda la adquirió para cubrir deudas fiscales de los propietarios originales, pero en los años siguientes quedó a merced de los saqueadores.

Sin embargo, en el 2001, año que fue sometida a reparaciones por parte del Consejo Nacional para la Cultura y el Arte y estuvo a cargo del arquitecto Salvador Choussy Rusconi. El presidente Francisco Flores estipuló que la mansión sirviera de sede para la Academia Salvadoreña de la Lengua y la Academia Salvadoreña de la Historia, por lo que desde entonces se conoce como la «Casa de las Academias». La remodelada Casa Dueñas fue inaugurada el miércoles 2 de junio de 2004 por la entonces vicepresidenta de la República, Lic. Ana Vilma Albáñez de Escobar Thompson. Ambas entidades iniciaron sus funciones el 2004.

Ilustración 141 Casa de las Academias



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Palacio Nacional de El Salvador

El Palacio Nacional de El Salvador está localizado en el centro histórico de la ciudad capital de El Salvador. Se trata de un edificio de dos pisos, de un estilo predominantemente neoclásico, aunque cuenta con algunas decoraciones renacentistas y, en menor medida, góticas. Sus portones y otras decoraciones en bronce y hierro son de estilo art nouveau. Por todo ello, no sería descabellado decir que su arquitectura es de carácter ecléctico.

Ilustración 142 Palacio Nacional de El Salvador



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Plaza Gerardo Barrios

La plaza es un punto de referencia de la capital salvadoreña pues está rodeado de edificios emblemáticos como el Palacio Nacional y la Catedral Metropolitana. Alberga distintas actividades de interés público y religioso, ya que es el sitio principal de celebración de las Fiestas patronales de San Salvador (5 y 6 de agosto), pues allí termina la procesión dedicada al Divino Salvador del Mundo (llamada «La Bajada»); también es celebrada una misa principal y es destino de desfiles.

Ilustración 143 Plaza Gerardo Barrios



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Teatro Nacional de San Salvador

El Teatro Nacional de San Salvador está ubicado en el centro histórico de la ciudad capital de El Salvador. Fue construido por el arquitecto francés Daniel Beylard e inaugurado el 1 de marzo de 1917. Es de estilo renacentista francés con toques modernos. Su Great Hall es uno de los más bellos y elegantes de América Central. Es uno de los centros más importantes para las artes escénicas en este país.

Ilustración 144 Teatro Nacional de San Salvador



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Plaza Libertad

La plaza Libertad se encuentra ubicada en el centro histórico de la ciudad de San Salvador, El Salvador. Fue desde este lugar donde inició la expansión de la urbe a mediados del siglo XVI.

Ilustración 145 Plaza Libertad



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Plaza Francisco Morazán

La plaza Francisco Morazán está ubicada en el centro histórico de la ciudad de San Salvador, El Salvador. En el lugar destaca el monumento al héroe centroamericano Francisco Morazán, que contiene altorrelieves de batallas protagonizadas por el caudillo, y figuras que representan a las cinco naciones que formaron la República Federal de Centro América. Es considerado el monumento más antiguo de esta ciudad. Al costado sur de la plaza, se encuentra el Teatro Nacional de San Salvador.

Ilustración 146 Plaza Francisco Morazán



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Iglesia El Rosario

La Iglesia del Rosario es un edificio católico localizado al costado oriente de la Plaza Libertad, en el centro histórico de la ciudad capital de San Salvador, El Salvador. Posee

un diseño arquitectónico moderno que rompió con los habituales cánones de construcción religiosa en la ciudad, es decir el tipo cruz latina y griega. En comparación a otros templos, la iglesia no tiene pilares que obstaculicen la visibilidad de los fieles hacia el altar y las vistosas imágenes religiosas que destacan en su interior. Además, este templo es reconocido como una de las edificaciones icónicas del Centro Histórico de San Salvador, no solo por los acontecimientos relevantes, sino por su singular diseño arquitectónico que representa una importante manifestación artística y es un patrimonio protegido por la convención de La Haya.

Ilustración 147 Iglesia El Rosario



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Iglesia El Calvario

La Iglesia El Calvario contiene vestigios de grandeza arquitectónica y ornamental desde sus cimientos, desde que el 10 de agosto de 1660, fray Payo Rivera, obispo de Guatemala y Verapaz, dio la autorización para la construcción del templo. El propósito fue atender las festividades de cuaresma y Semana Santa.

Ilustración 148 Iglesia El Calvario



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Parque Cuscatlán

El Parque Cuscatlán está localizado en la ciudad de San Salvador, El Salvador. El área comprende sitios de interés como el Museo Tin Marín, la Sala Nacional de Exposiciones "Salarrue" y el Monumento a la Memoria y la Verdad. Además de ser sitio de esparcimiento familiar, en el lugar se desarrollan diferentes exposiciones y conciertos musicales, especialmente durante las fiestas patronales de la capital, asimismo es sede del Grupo Scout 51 "Huellas de Cuscatlán. Fue inaugurado en el 1° de marzo de 1939.

Ilustración 149 Parque Cuscatlán



Fuente: Redes sociales del centro histórico de San Salvador

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 154 Check list competidor San Salvador

CHECK LIST- COMPETIDORES		
DISTRITO:	SAN SALVADOR	
Atractivo o producto turístico	Si	No
Mirador	X	
Senderismo		X
Caminatas y/escalada		X
Cascadas		X
Iglesias históricas	X	
Playas		X
Pozas		X
Cerros		X
Canopy		X
Otros: Cuenta con diversidad de centros comerciales.		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 155 Tabulación encuesta semiestructurada San Salvador

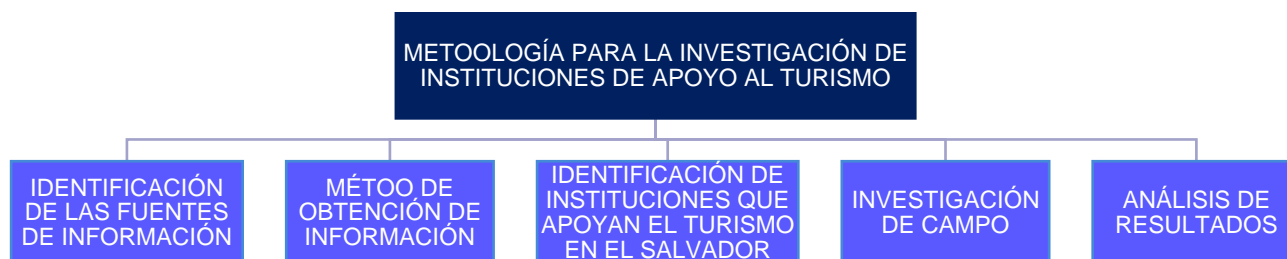
ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO	
DISTRITO	SAN SALVADOR
Actores en Pro del turismo	
Locales	
<ul style="list-style-type: none"> Alcaldía distrital 	
Nacionales	
<ul style="list-style-type: none"> MITUR CORSATUR 	
Datos acerca de la organización turística del distrito	
Aspectos positivos	
<ul style="list-style-type: none"> La reciente construcción de nuevas infraestructuras en el centro histórico de San Salvador a promovido que este sea visitado por una gran cantidad de turistas. Dentro del distrito han aparecido nuevos comercios y la oferta turística se encuentra en crecimiento. 	
Aspectos negativos	
<ul style="list-style-type: none"> El desarrollo en el turismo se encuentra enfocado solo en el centro histórico, dejando fuera a el resto del distrito. Se cuentan con muchas restricciones para que los emprendedores puedan acceder a apertura un negocio en la zona de más afluencia de turistas que es el centro histórico. 	

Fuente: Elaboración Propia

D. INSTITUCIONES DE APOYO Y SOPORTE AL TURISMO

Metodología de la investigación

Ilustración 150: Metodología de investigación de Instituciones de apoyo



Fuente: Elaboración Propia

1. **Identificación de las fuentes de información:** Se determinarán las fuentes de información necesarias para la realización de la investigación de las instituciones que brindan apoyo al sector turismo. Dicha información se obtendrá de fuentes primarias y secundarias.
2. **Método de obtención de información:** Se definirán las técnicas e instrumentos que se utilizarán para la obtención de datos provenientes de fuentes primarias las cuales servirán para la recopilación de información.
3. **Identificación de instituciones que apoyan el sector turismo:** Se determinarán información de los servicios que ofrecen las instituciones que brindan apoyo técnico, instituciones que brindan apoyo financiero e instituciones que brindan apoyo técnico y financiero, tanto de instituciones públicas como privadas a nivel nacional.
4. **Investigación de campo:** Se realizará la investigación necesaria para poder obtener la información acerca del tipo de apoyo que brinda cada una de las instituciones.
5. **Análisis de resultados:** Se procederá a analizar la información obtenida producto de la investigación de fuentes primarias y secundarias.

1. Fuentes de información

Se emplearon tanto fuentes de información primaria como secundaria para llevar a cabo el análisis del mercado proveedor y las entidades que respaldan el sector turístico.

Información Primaria:

La información primaria se obtendrá a través de investigación de campo en cual se implementarán instrumentos de recolección de datos, la fuente de información primaria para la investigación de instituciones que brindan apoyo al sector turismo serán:

- Entrevistas realizadas a los encargados de estas instituciones. El propósito de estas entrevistas es conocer los servicios que ofrecen y cómo benefician el desarrollo turístico de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.

Información Secundarias:

La búsqueda se hará principalmente vía internet (páginas web oficiales, etc.), aprovechando el desarrollo de la tecnología.

2. Método de obtención de información

Para obtener información primaria acerca de las instituciones que respaldan el sector turístico, se utilizará la técnica de entrevistas.

Se hará uso de la entrevista semi estructurada:

La entrevista semiestructurada: Este tipo de entrevista se encarga de recolecta datos de los entrevistados a través de un conjunto de preguntas abiertas. Para saturar los datos, es decir, para recolectar información suficiente para entender el área de interés.

Para realizar entrevistas semiestructuradas, el entrevistador dispone de un guion que recoge los temas que debe tratar a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden en el que se abordan los diversos temas y el modo de formular las preguntas se dejan a la libre decisión y valoración del entrevistador.

Ilustración 151: Persona siendo entrevistada



Fuente: Google

3. Instituciones que apoyan el turismo en El Salvador

En el mercado de servicios de apoyo y asistencia, se destacan las instituciones u organizaciones que están dispuestas a ofrecer la ayuda necesaria para impulsar el desarrollo turístico. Algunas de estas incluyen:

Instituciones que brindan capacitaciones turísticas

El propósito de las capacitaciones en turismo es equipar a las personas que laboran en la industria turística, tanto de manera directa como indirecta, con el conocimiento y las habilidades necesarias para ofrecer un servicio de calidad a los turistas. Estas capacitaciones tienen múltiples objetivos, entre los cuales se incluyen

Ilustración 152: Representación de compartir conocimiento



Fuente: Google

- **Mejorar la calidad del servicio:** equipar a los trabajadores con las habilidades necesarias para brindar un servicio de alta calidad a los visitantes. Esto no solo mejora la experiencia del turista, sino que también fomenta la fidelización y las recomendaciones positivas.
- **Conocimiento del destino:** Capacitar a los profesionales para que conozcan en profundidad el destino turístico en el que trabajan, incluyendo su historia, cultura, atracciones, eventos, servicios disponibles, normativas y regulaciones, entre otros aspectos relevantes.
- **Seguridad y atención al cliente:** Enseñar técnicas de seguridad y manejo de emergencias, así como habilidades de atención al cliente, comunicación efectiva y resolución de problemas para garantizar que los turistas se sientan seguros y bien atendidos durante su visita.
- **Promoción y marketing:** Capacitar en técnicas de promoción, marketing y ventas para que los profesionales del turismo puedan promover eficazmente los destinos y atraer a más visitantes.
- **Desarrollo profesional:** Brindar oportunidades de desarrollo profesional y personal para los trabajadores del sector turístico, lo que puede incluir la adquisición de nuevas habilidades, certificaciones y la posibilidad de ascender en sus carreras.

Instituciones que brindan servicio de seguridad turística

Ilustración 153: Agente de seguridad

Las instituciones que brindan servicios de seguridad turística tienen varias funciones importantes en el ámbito del turismo:

- **Protección del turista:** Una de las funciones principales de estas instituciones es garantizar la seguridad y protección de los turistas durante su estadía en un destino turístico. Esto puede incluir la prevención y el manejo de situaciones de emergencia, como robos, accidentes o desastres naturales.
- **Asistencia y orientación:** Estas instituciones ofrecen asistencia y orientación a los turistas, proporcionándoles información sobre el destino, recomendaciones de seguridad, direcciones y ayuda en caso de extravío o emergencia.
- **Prevención del delito:** Trabajan en conjunto con las autoridades locales para prevenir el delito en áreas turísticas, implementando medidas de seguridad como patrullaje, vigilancia y control de accesos para proteger a los visitantes.
- **Colaboración con otros actores:** Estas instituciones suelen colaborar con otras entidades relacionadas con el turismo, como hoteles, agencias de viajes y empresas de transporte, para mejorar la seguridad y la experiencia del turista.
- **Promoción de la seguridad:** Además de brindar servicios de seguridad en el destino, estas instituciones también tienen la tarea de promover la seguridad turística a nivel nacional e internacional, lo que puede incluir campañas de concienciación, capacitación y colaboración con otros países en materia de seguridad turística.



Fuente: Google

Instituciones que brindan soporte económico

Las instituciones que brindan soporte económico en el ámbito del turismo desempeñan varias funciones importantes:

Ilustración 154: Representación de soporte económico

- **Financiamiento de proyectos:** Estas instituciones proporcionan fondos y recursos financieros para el desarrollo de proyectos turísticos, como la construcción de



Fuente: Google

infraestructuras turísticas, la promoción de destinos, la organización de eventos y la mejora de servicios turísticos.

- **Estímulo del crecimiento económico:** Al invertir en proyectos turísticos, estas instituciones contribuyen al crecimiento económico de una región o país, generando empleo, aumentando los ingresos fiscales y promoviendo la actividad económica en sectores relacionados, como la hostelería, el transporte y el comercio.
- **Fomento del emprendimiento:** Apoyan el desarrollo de emprendimientos turísticos proporcionando financiamiento, asesoramiento y capacitación a empresarios y emprendedores del sector turístico, lo que ayuda a diversificar la oferta turística y a promover la innovación en la industria.
- **Promoción de la competitividad:** Al proporcionar financiamiento y apoyo a proyectos turísticos, estas instituciones contribuyen a mejorar la competitividad de un destino turístico en el mercado global, atrayendo más visitantes, inversiones y oportunidades de negocio.
- **Conservación del patrimonio cultural y natural:** Muchas veces, estas instituciones también tienen como objetivo la conservación y protección del patrimonio cultural y natural de un destino turístico, financiando proyectos de conservación, restauración y gestión sostenible de recursos naturales y culturales. conservación del patrimonio.

Instituciones que brindan soporte de calidad

Las instituciones que brindan soporte de calidad en el ámbito del turismo desempeñan diversas funciones fundamentales:

Ilustración 155: símbolo de calidad

- **Establecimiento de estándares y normativas:** Estas instituciones suelen definir estándares de calidad y normativas que regulan la prestación de servicios turísticos, garantizando que se cumplan ciertos niveles de calidad y seguridad para los turistas.
- **Certificación y acreditación:** Proporcionan programas de certificación y acreditación para empresas y profesionales del sector turístico, lo que ayuda a identificar aquellos que cumplen con los estándares de calidad establecidos y acreditan su profesionalismo y compromiso con la excelencia en el servicio.



Fuente: Google

- **Capacitación y formación:** Ofrecen programas de capacitación y formación destinados a mejorar las habilidades y conocimientos de los trabajadores del sector turístico, lo que contribuye a elevar la calidad del servicio ofrecido a los turistas.
- **Promoción de buenas prácticas:** Fomentan la adopción de buenas prácticas en la prestación de servicios turísticos, promoviendo la sostenibilidad, la responsabilidad social y el respeto por la cultura local y el medio ambiente.
- **Evaluación y retroalimentación:** Realizan evaluaciones periódicas de la calidad de los servicios turísticos y recopilan la retroalimentación de los turistas para identificar áreas de mejora y oportunidades para elevar los estándares de calidad en el sector.

4. Investigación de Campo

a) Instituciones que brinda capacitaciones turísticas

Se presentan los servicios que ofrecen instituciones que brindan capacitaciones turísticas

CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO CORSATUR

La Corporación Salvadoreña de Turismo, que puede abreviarse CORSATUR; fue creada el 25 de julio de 1996, por Decreto Legislativo número 719, publicado en el Diario Oficial número 156, del tomo 332, del 23 de agosto de 1996. Es una institución autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio, con plenas facultades para ejercer derechos y contraer obligaciones; realizando su gestión administrativa con absoluta independencia, ateniéndose a las decisiones de la máxima autoridad que es su Junta Directiva, que deberá tomarlas de acuerdo con las Leyes de la República y será responsable de su gestión en forma total. El director presidente de CORSATUR será el titular de la secretaría de estado en materia de turismo; a quien la Ley de le confiere la presentación judicial y extrajudicial de la Corporación.

Ilustración 156: LOGO de CORSATUR



Fuente: CORSATUR

A continuación, se mostrará una ficha técnica con los datos relevantes de la institución:

Tabla 156: Ficha de técnica de CORSATUR

DATOS GENERALES	
Ubicación	Edificio Century Tower, Nivel 10 y 11 #243 Col. San Benito San Salvador CP, 1101
Teléfono	2241-3200

SERVICIOS

- Asesoría Turística
- Biblioteca Virtual
- Bolsa de empleo
- Carnet de Guías Turístico
- Complejo Turístico del Puerto de La Libertad
- Empresas Turísticas
- Formulario RNT
- Formularios del Registro Nacional de Turismo
- Parque Nacional El Boquerón
- Registro Nacional de Turismo

PROGRAMAS

Programa de asistencia técnica a nivel nacional	<p>Como parte del componente social (recurso humano) de la Estrategia de Surf City, se está implementando el Programa de Asistencia Técnica y Fortalecimiento de Capacidades de Actores Turísticos en el Territorio, el cual busca promover y divulgar el turismo interno y recuperar la confianza a nivel nacional e internacional de El Salvador como un destino seguro.</p> <p>Para ello, se brinda asistencia técnica presencial o virtual, y se gestionan capacitaciones en materia de turismo a los miembros de los Comités de Desarrollo Turísticos, asociaciones, empresarios turísticos y actores del sector que lo requieran.</p>
Programa de fortalecimiento al Recurso Humano de la MIPYMES y actores clave de la industria turística	<p>Este programa tiene el objetivo de fortalecer la calidad de los servicios turísticos de los destinos del país, a través de la implementación del Programa de Fortalecimiento al Recurso Humano, el cual permite la formación turística del recurso humano de las empresas del sector y de los actores claves del destino, brindando insumos prácticos, que propicien el mejoramiento y aseguramiento de la calidad de los servicios, y satisfacción de los diferentes clientes y turistas.</p>

<p>Programa de guías Turísticos de Sitio</p>	<p>Programa implementado con el Ministerio de Cultura con el fin de capacitar a actores claves de la industria turística, a través del Programa de Guías Turísticos de Sitio “El Mozote” y “Ruta de Paz”, para que con ello fortalezcan sus habilidades y herramientas de atención de usuarios, así como a la cadena de valor de la industria turística del destino turístico.</p>
<p>Programa Nacional de fortalecimiento a guías de turismo y agentes de la POLITUR en el idioma inglés</p>	<p>El Programa Nacional de Fortalecimiento a Guías de Turismo y Agentes de la POLITUR en el Idioma Inglés es una iniciativa que se encuentra dentro del área de gestión de la Formación de los Actores Clave de la Industria Turística.</p> <p>Su objetivo es capacitar a actores claves de la Cadena de Valor de la Industria Turística, a través del idioma inglés, para que con ello fortalezcan sus habilidades y herramientas de atención de usuarios de los destinos turísticos en el marco de la nueva normalidad. Siendo su público meta los Guías de Turismo carnetizados por CORSATUR y Agentes de la POLITUR</p>
<p>Programa Nacional de prevención, seguridad acuática y atención de emergencias acuáticas</p>	<p>El Programa Nacional de Prevención, Seguridad Acuática y Atención de Emergencias Acuáticas se enmarca en el área de gestión de la formación de los Actores Clave de la Industria Turística y su objetivo es prevenir incidentes y brindar seguridad acuáticos para los pobladores de la zona costera y turistas que visitan el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (CTPLL) y playas aledañas, a través de la implementación del Curso de Primeros Auxilios y Salvamento Especializado “SURF BEACH LIFEGUARD”, con Certificación Internacional ILS.</p>
<p>Programa Nacional Turismo con bioseguridad y calidad</p>	<p>Como parte fundamental y columna vertebral de la reactivación y reconstrucción de la Cadena de Valor de la Industria Turística del país, se inició, en coordinación con el MITUR, OSN, CORSATUR, ISTU, Ministerio de Cultura,</p>

	<p>Ministerio de Trabajo y Previsión Social, Ministerio de Salud y Gremiales de los diferentes sectores de la Industria Turística, la importante e innovadora acción de preparar a las empresas turísticas para operar de forma segura para su personal, los visitantes y la población en general en las condiciones de la nueva normalidad; resultando al efecto el Programa Nacional “Turismo con Bioseguridad y Calidad”.</p> <p>Este Programa busca fortalecer la conceptualización, diseño, planificación y bioseguridad de los negocios turísticos a nivel nacional.</p>
--	--

Fuente: Elaboración Propia

CONAMYPE (COMISIÓN NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA)

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa nace en mayo de 1996 como parte de un Decreto Ejecutivo, donde se dispone a depender de la Vicepresidencia de la República.

Posteriormente en el año de 1999, se realizan

reformas a este decreto, para pasar a ser una entidad adscrita al Ministerio de Economía, por ser considerado el segmento MYPE dinamizador de la economía nacional.

En 1999 mediante reforma de decreto ejecutivo CONAMYPE fue trasladada como una dependencia del MINEC, estableciéndose como presidente al titular de dicha secretaría del estado, y cuyo su financiamiento para su funcionamiento ha estado sujeto a lo que el MINEC le destine.

El 25 de abril de 2014, por medio del Decreto Legislativo N°667, por el cual se aprobó la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la MYPE, en la cual se le otorgó a la CONAMYPE una serie de funciones y atribuciones tendientes a fortalecer y desarrollar a las MYPE.

En 2017, la Ley MYPE fue reformada según Decreto Legislativo N°838, en el cual se crea la figura jurídica de la autónoma CONAMYPE, con personería jurídica y patrimonio propio, con autonomía administrativa y técnica.

Ilustración 157: LOGO de CONAMYPE



Fuente: CONAMYPE

A continuación, se mostrará una ficha técnica con los datos relevantes de la institución:

Tabla 157: Ficha Técnica de CONAMYPE

DATOS GENERALES	
Ubicación	Alameda Manuel Enrique Araujo, edificio CONAMYPE, Centro Comercial Plaza Suiza.
Teléfono	2592-9000
SERVICIOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento • Aceleración de negocios • Cultura emprendedora • Gestión administrativa • Educación financiera • Desarrollo artesanal • Herramientas TIC • Normas y reglamentos • Formas de financiamiento • Mejora en la producción • Etc. 	
PROGRAMAS	
Clúster de Estilo	<p>Este clúster es una plataforma diseñada por la CONAMYPE desde el año 2019, desde entonces se fomentan relaciones productivas y comerciales entre las empresas que participan, a fin de desarrollar productos de demanda internacional que reflejen el espíritu y sentir de los salvadoreños.</p> <p>En El Salvador, el Clúster de Estilo se define como la ventana del diseño, creatividad y funcionalidad a través del talento del emprendedor salvadoreño y las cualidades que envuelven la cultura del país; siendo todas esas texturas, colores, destinos, formas, y gente.</p>
Centro de Innovación	Es una iniciativa por parte de la institución para promover la tecnología y la innovación en diferentes productos de

	<p>las MYPE que tengan impacto en el mercado nacional e internacional.</p> <p>Con ello, se pretende adquirir una línea de impresión 3D, que incluya el modelado y diseño de productos para diferentes usos tales como empaque, decoración, insumos médicos entre otros.</p> <p>Dichos productos podrán ser comercializados en las diferentes ferias que la institución pondrá a disposición.</p>
<p>Boutiques de las MYPE en consulados y representaciones diplomáticas de El Salvador</p>	<p>Desde 2019, se ha impulsado la promoción, la búsqueda de oportunidades comerciales y contactos de negocio de los productos de las MYPE salvadoreña en el exterior, bajo el concepto de Casas Comercializadoras, es así como se realiza la importación, venta y distribución de los bienes en el país en el que se establece este tipo de acuerdos.</p> <p>En la actualidad, hay 24 Casas Comercializadoras y se sigue gestionando más a través de la Unidad de Exportaciones de CONAMYPE.</p>

Fuente: Elaboración Propia

b) Instituciones que brindan seguridad turística

Se presentan los servicios que ofrecen instituciones que brindan seguridad turística:

POLITUR

La División Policía de Turismo, es una unidad especializada en seguridad turística y se ha convertido en un referente para la Región de Centro América.

En 1997, se crea la Unidad Turística a propuesta de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), posteriormente en 1998 se le une la Sección Montada bajo la División PPI y los jefes de Policía de Centroamérica y Panamá se consolidan la seguridad turística a nivel de la región.

Ilustración 158: LOGO de POLITUR



Fuente: POLITUR

En el 2000, se crea la División Policía Montada con su Departamento Turístico, en el 2002 se conforma como División Policía de Turismo de la Policía Nacional Civil de El Salvador, por

Decreto Legislativo y a finales del 2006 se fortalece POLITUR, con el convenio firmado PNC-MITUR el cual se encuentra vigente hasta la fecha.

A continuación, se mostrará una ficha técnica con los datos relevantes de la institución:

Tabla 158:Ficha Técnica POLITUR

DATOS GENERALES	
Ubicación	Edificio Century Tower, Nivel 10 y 11 #243 Col. San Benito San Salvador CP, 1101
Teléfono	2511-8300
Programas	Se suma como un actor clave en un sistema de seguridad turística y que buscar asistir, orientar y garantizar la seguridad a los turistas y busca proteger aquellos sitios de interés turístico, identificados por el hacedor de la política de turismo (MITUR), desarrolla todo ese esquema de seguridad y se enfoca en los lugares de mayor afluencia de turistas o productos turísticos.
¿Cómo capacitan a sus elementos en materia turística?	En base a la demanda de productos turísticos se capacitan en brindar seguridad y orientación a los turistas nacionales o extranjeros, rescate acuático, subacuático, rescate de montaña, altura todas en función de la demanda de productos turísticos, como guías turísticos nacionales, locales. En historia, en cultura turística, en atención al turista.
¿Cómo la POLITUR integra su trabajo con las demás instituciones que velan por desarrollo del turismo en el país?	Es un actor clave para brindar seguridad turística que capacita a sus elementos como guías y brindarles seguridad para que el turista pueda hacer turismo de manera segura y sin dañar el patrimonio cultural y turístico.
Entre sus atribuciones son el brindar seguridad a los turistas, ¿Qué requisitos son necesarios presentar para poder recibir el servicio?	Ente público por lo tanto puede solicitarlo cualquiera solo que debe poseer una demanda alta de turistas para que la POLITUR brinde seguridad y sea reconocido por el MITUR.

Fuente: Elaboración Propia

c) **Instituciones que brindan soporte económico**

Se presentan los servicios que ofrecen instituciones que brindan soporte económico:

BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR BANDESAL

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; debido a ese compromiso se define el Plan Estratégico Institucional 2023-2025, que tiene como propósito fortalecer y continuar desarrollando los pilares fundamentales que permitan un desempeño institucional eficiente, sostenible, transparente e innovador, y así ser referentes y uno de los principales aliados para el desarrollo del país. Parte fundamental de la estrategia es la definición de las líneas estratégicas institucionales

Ilustración 159: LOGO de BANDESAL



A continuación, se mostrará una ficha técnica con los datos relevantes de la institución:

Tabla 159:Ficha técnica BANDESAL

DATOS GENERALES	
Ubicación	51 av. Sur y, Alameda Franklin Delano Roosevelt, San Salvador
Teléfono	2592-1000
SERVICIOS	
	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos de Escrituración • Activos Extraordinarios • Subasta de Activos Extraordinarios
PROGRAMAS	
Centro de entrenamiento y desarrollo empresarial	El Centro de Entrenamiento y Desarrollo Empresarial, considera dentro de su portafolio de servicios, apoyar el desarrollo de las empresas en sus diferentes tamaños, alineando sus acciones estratégicas al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
Programa Banca Mujer	El programa Banca Mujer se ejecuta siguiendo una estrategia de implementación que contempla la

	<p>territorialización progresiva y la realización de alianzas estratégicas con instituciones financieras públicas y privadas, e instituciones gubernamentales.</p> <p>Sus principales características diferenciadoras son las siguientes: 1) crédito directo desde US\$ 500, que propicia la bancarización y la inclusión financiera; 2) tasa de interés competitiva a la usuaria final; 3) diversidad en el destino del crédito que incluye capital de trabajo; 4) plazos de hasta 15 años, acordes a los destinos del crédito; 5) amplia cobertura de garantía de hasta el 70% del monto otorgado en la modalidad segundo piso, y 6) capacitación y asistencia técnica a través del Centro de Formación Bandedal, a todas las usuarias del programa.</p>
<p>Productividad BID</p>	<p>El objetivo de esta línea de crédito es financiar la ejecución de proyectos viables y rentables que favorezcan el crecimiento y desarrollo productivo de las MIPYMES salvadoreñas.</p> <p>Asimismo, apoyamos las inversiones que contribuyan con la adaptación y mitigación del cambio climático.</p> <p>Este crédito puede usar se para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital de trabajo • Adquisición de terrenos o inmuebles productivos asociados a proyectos de inversión. • Adquisición de maquinaria, equipo, gastos de internación e instalación u otros activos. • Adquisición o desarrollo de construcciones, instalaciones e infraestructura física. <p>Monto del Crédito:</p> <p>Hasta el 100% del monto otorgado por las instituciones intermediarias, que podrá ser hasta por un monto de \$ 500,000.00.</p>

	<p>Sujeto a crédito:</p> <p>Personas naturales o jurídicas de todos los sectores de la economía, que sean micro, pequeñas o medianas empresas (MIPYME) de acuerdo con la clasificación de tamaño de empresa establecida en la NPB-17 del BCR, con categoría de riesgos A, B y C1.</p>
--	--

Fuente: Elaboración Propia

d) **Otras instituciones**

CASATUR

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.

Ilustración 160: LOGO de CASATUR



La gremial tiene como objetivo principal promover el desarrollo de la industria turística de El Salvador y representar los intereses de este sector, posicionar la actividad turística como elemento fundamental del desarrollo económico y social por sus efectos directos e indirectos en la actividad económica, generación de empleo, captación de divisas y mejoramiento en la calidad de vida de las personas.

Tabla 160:Ficha técnica CASATUR

DATOS GENERALES	
Ubicación	Suites Las Palmas, Nivel 7, Boulevard del Hipódromo., San Salvador, El Salvador
Teléfono	2556 6081
SERVICIOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a análisis del entorno de los negocios y oportunidades de inversión. • Asesoría y acompañamiento en gestiones técnicas ante instituciones Gubernamentales y Legislativas. • Concertación de citas de negocio. • Accesos gratuitos al año a desayunos o after office paga organizados por CASATUR. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Reserva de cupos en actividades y capacitaciones organizados por CASATUR. • Publicación gratuita de noticias de la empresa en redes sociales, boletín electrónico y otros canales de comunicación de la Cámara. 	
BENEFICIOS	
Representatividad sectorial	<ul style="list-style-type: none"> • Representar al sector ante las instituciones del Estado, Organismos Internacionales y ONG 's. • Defender y promover los intereses del sector. • Realizar acciones de incidencia en políticas públicas que afecten la industria del turismo.
Asesoría y orientación empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Legal • Tributaria • Marketing
Capacitaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Descuentos especiales para socios en capacitaciones, talleres y diplomados. • Gestiones de apoyo económico para formación inicial y continua con INSAFORP
Boletín informativo	<ul style="list-style-type: none"> • Noticias relevantes del sector turismo a nivel nacional e internacional. • Información sobre el quehacer de la Cámara • Información sobre nuevas leyes o proyecto de reforma, reglamentos o normativa técnica que afectan al sector.
Generación de negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Ruedas de negocios entre miembros de la Cámara. • Networking con socios estratégicos del sector turismo. • Acceso a ser proveedores en nuestra Marketplace elsalvadorpass.com • Descuentos o invitaciones sin costo a eventos de interés del sector.

Fuente: Elaboración Propia

MINISTERIO DE TURISMO

La función de MITUR es ser 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.

Ilustración 161: LOGO de Ministerio de Turismo



Fuente: MITUR

Tabla 161: Ficha técnica MITUR

DATOS GENERALES	
Ubicación	Edificio Century Tower 11º Nivel, Boulevard Sergio Vieira De Mello #243, Colonia San Benito, San Salvador, El Salvador.
Teléfono	2241-3200
SERVICIOS	
	<ul style="list-style-type: none"> • Registro Nacional de Turismo (RNT) • Banco de Proveedores • Declaratorias de Zona, Centro y Región de Interés Turístico Nacional
PROGRAMAS	
Surf City	<p>Surf City es la apuesta del Gobierno de El Salvador para convertir a El Salvador en un destino de clase mundial, donde todos quieran invertir, visitar y vivir; tiene una visión integral para convertir los espacios públicos en destinos con infraestructura turística de calidad.</p> <p>El programa Surf City es integral, incluye proyectos para la mejora de los servicios básicos en los destinos, capacitación del recurso humano, construcción de infraestructura turística de primer nivel, proyectos de conectividad vial, modernización y mejoras en las vías de comunicación.</p>
Programa de Apoyo a la Recuperación y	Este proyecto forma parte de la apuesta del Gobierno para dinamizar el turismo, sobre todo el Circuito 2 de Surf City,

Expansión del sector turismo en la zona oriental	que el presidente Nayib Bukele lanzó el 11 de agosto de 2022, en Punta Mango, Jucuarán, con la construcción de 13.6 kilómetros de carretera entre Usulután y San Miguel, conectando la zona costera, beneficiando también a los habitantes de los otros dos departamentos, Morazán y La Unión. Esto es apenas el inicio del fortalecimiento y generación de mejores oportunidades a los habitantes y desarrollo turístico de la zona, se beneficiará a 960 mil personas.
---	--

Fuente: Elaboración Propia

ORGANISMO SALVADOREÑO DE NORMALIZACIÓN (OSN)

Ante la creciente oferta de servicios turísticos, la certificación de calidad turística es un reconocimiento que permite a los establecimientos demostrar su compromiso con los clientes, ya que asegura el cumplimiento de requisitos de calidad en los servicios ofertados en el mercado, apoyando la decisión de compra de los turistas.

Ilustración 162: LOGO del OSN



Fuente: OSN

Así mismo, la certificación promueve la mejora continua de la gestión de los prestadores de servicios turísticos mediante la aplicación de buenas prácticas, lo que brinda mayor confianza a un mercado cada vez más exigente y en constante crecimiento.

La Certificación de Calidad para los servicios turísticos en El Salvador, es único en su tipo a nivel nacional y busca aumentar la satisfacción de los y las visitantes a nuestro país, asegurándoles un servicio de calidad, óptimo y transparente, acorde a sus expectativas, aumentando el flujo de visitantes al servicio certificado.

La Certificación de Calidad Turística, especifica el cumplimiento con los requisitos que fijan los estándares nacionales de calidad y esto sirve como estrategia de diferenciación y competitividad respecto de los demás servicios turísticos. Además, el beneficio que otorga a los prestadores de servicios turísticos es el orden y organización que genera dentro de la empresa, además de reducir costos y entregar un servicio de calidad que atrae un mayor flujo de turistas. Un servicio certificado se asegura de cumplir con las expectativas de los, que, por medio de la boca a boca, promueve el servicio turístico con otras personas.

Etapas de la certificación de calidad turística:

- Etapa 1

En esta etapa se establece comunicación con el cliente que desea certificarse (Hotel, Restaurante y Operadores de Turismo), a través de contacto telefónico o vía electrónica. Si el cliente desea certificarse, debe enviar la información solicitada por el OSN en el formulario correspondiente, el cual puede ser entregado de manera electrónica o ser presentado por los interesados a las oficinas del OSN

- Etapa 2

En esta etapa se coordina la fecha de la auditoria tanto documental como en las instalaciones del solicitante y evaluar la conformidad de este.

Al final de la auditoría, el equipo auditor entrega el informe correspondiente al OSN; en dado caso existan no conformidades por parte del cliente, este deberá enviar un plan de acción para el cierre de estas.

- Etapa 3

En esta etapa, el OSN convoca al Comité Técnico de Certificación para que evalúe el caso y dé un dictamen sobre el otorgamiento o no de la certificación del solicitante.

- Etapa 4

La Comisión Directiva del OSN ratifica el dictamen técnico emitido en la etapa anterior, procediéndose a informar al solicitante sobre el otorgamiento de la certificación.

- Etapa 5

A partir del otorgamiento de la certificación, el OSN realizará cada año auditorías de Vigilancia, la cual será notificado al cliente con un mes de anticipación.

Tabla 162: Tipos de certificaciones de la OSN

CERTIFICACIONES	
Hoteles	Las instalaciones y servicios brindados a los turistas, juega un papel importante en la calidad de un alojamiento. Para certificar Hoteles, el OSN evalúa el cumplimiento de los requisitos establecidos en la NTS 03.44.01:12 Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y

	<p>medianos hoteles. Hostales y apartahoteles y el sistema de gestión de calidad. Si la verificación de las instalaciones y servicio cumplen con dichas especificaciones, el OSN emite un certificado con una vigencia de 3 años. Durante este tiempo, el OSN mantiene una vigilancia anual sobre la institución a efecto de asegurar que las condiciones, a través de las cuales se emitió el certificado, se sigue cumpliendo.</p>
<p>Restaurantes</p>	<p>Tanto las instalaciones, como el servicio brindado por un restaurante en el servicio de alimentación y bebidas, son fundamentales para su imagen.</p> <p>En este sentido el proceso de certificación de Restaurantes se realizará en cumplimiento con los requisitos establecidos en la Norma Técnica Salvadoreña NTS 03.56.01:12 Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio y el sistema de gestión de calidad. Si la verificación de las instalaciones y servicio cumplen con dichas especificaciones, el OSN emite un certificado con una vigencia de 3 años. Durante este tiempo, el OSN mantiene una vigilancia anual sobre la institución a efecto de asegurar que las condiciones, a través de las cuales se emitió el certificado, se sigue cumpliendo.</p>
<p>Operadores de turismo</p>	<p>Tanto las instalaciones, como el servicio brindado por un restaurante u hotel, los operadores de turismo, juegan un papel muy importante en la toma de decisión sobre un destino en particular.</p> <p>En este sentido el proceso de certificación de Operadores de Turismo se realizará en cumplimiento con los requisitos establecidos en la Norma Técnica Salvadoreña NTS 03.54.01:12 Operadores de turismo. Especificaciones para la prestación del servicio y el sistema de gestión de calidad. Si la verificación de las instalaciones y servicio cumplen con dichas especificaciones, el OSN emite un certificado con una vigencia de 3 años. Durante este tiempo, el OSN mantiene una vigilancia anual sobre la institución a efecto de asegurar que las condiciones, a través de las cuales se emitió el certificado, se sigue cumpliendo.</p>

Fuente: Elaboración Propia

INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)

El Directorio Cívico Militar de El Salvador, que había derrocado al entonces Presidente General José María Lemus, consideró indispensable que la Junta Nacional de Turismo contará con autonomía y personería jurídica, que garantice su estabilidad y

Ilustración 163: LOGO del ISTU



Fuente: ISTU

eficiencia en su labor, decreta sanciona y promulga la Ley de Creación del INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO, conocida en Siglas como: ISTU, el 13 de diciembre de 1961, adscrita al Ministerio de Economía, dicha ley constaba de 50 artículos (Diario Oficial 22 de Diciembre de 1961).

En el año de 1963 se establece el Reglamento para la clasificación de Hoteles por categorías de 1 a 5 estrellas, siendo el ISTU encargado de determinar dichas categorías.

Durante la administración de coronel Julio Adalberto Rivera, la Asamblea Legislativa mediante el decreto N.º 367 creó la Ley de Fomento de la Industria Turística, cuyo objetivo es el fomento de la industria turística como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y otros similares que tengan finalidad de un servicio turístico. Al mismo tiempo se crea el SISTEMA NACIONAL DE TURISMO, integrado por todas las empresas que sean calificadas como miembros de este por el Instituto Salvadoreño de Turismo.

La Junta Nacional de Turismo fue integrada por el Sr. Raúl Contreras de 1949 a 1959, a quien se le debe gran parte de la realización de varias obras turísticas; fue el iniciador de los Turicentros, conocidos en la actualidad como Parques Recreativos.

En el año 1996 el ISTU se sujeta una estrategia descentralizada de Turismo a iniciativa del Gobierno Central para lograr ser más competitivos a nivel mundial, con la creación de la CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO.

Bajo la administración del presidente, Don Elías Antonio Saca de El Salvador, es creado el MINISTERIO DE TURISMO, conocido en Siglas como: MITUR, por medio del Decreto Ejecutivo Número 1 de la fecha, el 24 de mayo de 2004, dicha institución será rectora en materia de turismo, la cual le corresponderá determinar y velar por el cumplimiento de la Política y el Plan Nacional de Turismo.

El 2 de octubre del 2008, se reforma la Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo, teniendo a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar u excursionismo, en lo que se refiere a la

atracción de visitantes hacia dichos Centros. La reforma de la Ley del ISTU, también tiene como principal propósito el fomento del desarrollo industrial y cultural del país, a través del turismo, fortaleciendo la Recreación Familiar, lo cual estipula la salud mental y física de los salvadoreños, satisfaciendo de manera integral las necesidades recreativas de la población y sobre todo promoviendo la unión familiar, ya que es la base fundamental en la sociedad.

Tabla 163:Ficha técnica del ISTU

DATOS GENERALES	
Ubicación	Col. Escalón, entre 5ta calle poniente y 73 av. Norte, San Salvador, El Salvador.
Teléfono	2121-6700
SERVICIOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Ley Especial de Protección y Bienestar Animal • Compra de entradas en Market SV 	
PROGRAMAS	
Parque de Aventura Surf City Walter Thilo Deininger	este sitio natural es un modelo para realizar trabajos de investigación en diversas ramas de la ecología y ciencia ambiental; y si deseas involucrarte con la naturaleza, te da la opción de realizar recorridos dirigidos por Guías Especializados, iniciando por el sendero “Mirador al Pacifico” con una vista panorámica al Océano Pacífico, donde encontrará una espectacular “Cueva del Encanto”, que esconde una leyenda de los lugareños. Así mismo se deleitará con los senderos “La ruta de la Mariposa”, “Camino a la Aventura”, con paisajes exuberantes y vegetación caducifolia y el sendero Madre Cacao exclusivo para la actividad de Bici montaña y Trail Runners.
Convenio con Market SV	La plataforma de Market SV es una tienda digital, creada con el objetivo primordial de facilitar la comercialización de productos y servicios entre proveedores y consumidores, que se convierte en una alternativa sencilla para que las personas realicen compras sin la necesidad de salir de sus hogares.

Parque de Diversiones SUNSET PARK	<p>Este hermoso Parque se encuentra en el sector sur de la zona central del país, en el departamento de La Libertad como parte de la franja costera marina Surf City. Si se desea combinar un paseo a la orilla de la playa, disfrutar de un agradable ambiente y panorama, Sunset Park ubicado en el puerto de la libertad es la mejor opción.</p>
--	---

Fuente: Elaboración Propia

Instituciones que forman profesionales en turismo

Universidad Don Bosco

Licenciatura en Idiomas con Especialidad en Turismo

El objetivo de esta carrera es formar profesionales emprendedores, con dominio del inglés y francés, capaces de diseñar, comercializar y conducir recorridos con turistas nacionales y extranjeros, así como desarrollar competencias para gestionar empresas turísticas y emprender ideas de negocio.

Ilustración 164: LOGO de UDB



Fuente: Redes sociales UDB

Además, que, el Licenciado en Idiomas con especialidad en Turismo es un gestor y asesor de turismo que domina la lengua inglesa y francesa, además del español, y está capacitado para facilitar intercambios culturales entre personas y organismos en áreas relacionadas al turismo local e internacional. Domina los ámbitos de la comunicación efectiva en diversas situaciones culturales, académicas y profesionales; así como los ámbitos de asesoría y gestión en el turismo. Su formación en el área de los idiomas garantiza el manejo eficiente de las lenguas desde consideraciones estratégicas, gramaticales y socioculturales. Su formación en el área de turismo le permite diseñar y emprender proyectos y servicios turísticos innovadores con criterios de rentabilidad y sostenibilidad, posicionando el turismo de su país de forma competitiva en el mercado local e internacional.

Se espera que el Licenciado en Idiomas con especialidad en Turismo sea un agente de cambio de su entorno social a través del razonamiento crítico e innovador en los ámbitos relativos a su profesión, que promuevan una imagen positiva de su país, respetando su medio ambiente, la

diversidad de culturas, pensamiento, religión y género; actuando en acuerdo con el marco legal vigente y fundamentado en los valores y principios de la educación salesiana.

- **Duración en años y ciclos:** 5 años (10 ciclos)
- **Número de Asignaturas:** 36 materias
- **Número de unidades valorativas:** 177 UV
- **Impartida en:** Campus Soyapango y Campus Antiguo Cuscatlán

El graduado de esta carrera podrá desempeñarse en las siguientes áreas:

- Trabajar con entidades gubernamentales.
- Trabajar con asociaciones y empresas del sector turístico para desempeñarse como agente de viajes.
- Guía turístico e interlocutor cultural.
- Organizador de proyectos y eventos turísticos.
- Gestor de proyectos de emprendimiento turístico.

Universidad Francisco Gavidia

Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas

Dado a que el turismo a nivel mundial representa un importante motor de la economía, el caso de El Salvador no es la excepción, debido a que la actividad turística tiene un comportamiento creciente y multiplicador en la actividad económica nacional e internacional, en el desarrollo local y conservación de los recursos naturales.

El graduado de esta carrera tendrá las siguientes competencias:

- Gerente o ejecutivo de empresas de servicios turísticos.
- Director de una gremial o institución de turismo.
- Consultor o asesor de planeación y gestión empresarial turística.
- Consultor de viajes.
- Gerente de proyectos de destinos de desarrollo turístico.

Ilustración 165: LOGO de UFG



Fuente: Redes sociales UFG

Licenciatura en Gestión Estratégica de Hoteles y Restaurantes

La carrera ha sido diseñada para satisfacer la demanda de gerentes que puedan enfrentar los retos del sector gastronómico como la planificación estratégica de recursos, la búsqueda e innovación de nuevo proyectos empresariales, la gestión en el servicio al cliente, el manejo adecuado de las operaciones de trabajo propias del sector de la hostelería.

El graduado de esta carrera tendrá las siguientes competencias:

- Gerente de empresas hoteleras y gastronómicas.
- Gerente de alimentos y bebidas en empresas hoteleras.
- Gerente de establecimiento gastronómico.
- Director de una industria relacionada con el sector del turismo.

Técnico en Guía Turístico

El guía es un actor fundamental en la experiencia del turista, ya que por medio de su trabajo el visitante recibe la interpretación del patrimonio y animación adecuada según los intereses y motivación del turista.

Al finalizar este técnico, el graduado tendrá la capacidad de dedicarse a ser:

- Guía en operadoras de turismo.
- Guía en empresas hoteleras o resorts.
- Guía en agencias de viajes.
- Guía en empresas de renta de vehículos.
- Guía en complejos turísticos.
- Guía en gremiales turísticas.

Técnico en Administración de Restaurantes

El Técnico tendrá un amplio campo de trabajo con muy buenas perspectivas de crecimiento profesional y económico, puede ejercer sus funciones en la diversidad de empresas restauranteras, debido a que provee de una formación en la administración de empresas de servicios de alimentos y bebidas.

Al finalizar este técnico, el graduado tendrá la capacidad de dedicarse a ser:

- Supervisor de áreas.
- Administrador de establecimiento.
- Asistente de Gerente o Administrador del establecimiento.

Universidad Dr. José Matías Delgado.

Licenciatura en turismo.

Formación de líderes y emprendedores para el turismo sostenible, realizando un acercamiento directo entre el estudiante el sector a través de la investigación, la proyección social y la práctica.

El objetivo de la carrera es formar líderes integrales con capacidad de contribuir al éxito de las empresas y organizaciones del sector turismo, con espíritu emprendedor, valores éticos, iniciativa y creatividad que contribuyan al desarrollo de las economías nacionales e internacionales.

Además, este programa tiene una duración de 5 años (10 ciclos) y se imparte en modalidad presencial, la carrera está compuesta por 47 asignaturas, acumulando un total de 160 unidades valorativas, los estudiantes deben poseer un título de bachiller para ser admitidos en el programa

El plan de estudios de la Licenciatura en Turismo abarca una formación integral en diversas áreas, incluyendo gestión de recursos turísticos, marketing turístico, desarrollo sostenible, y administración de empresas turísticas.

El graduado de esta carrera podrá desempeñarse en las siguientes áreas:

- Emprendedores o gerentes de empresas en el área de alojamiento, alimentación, transporte, operación turística o recreación y prestación de servicios turísticos.
- Funcionarios públicos del sector y/o organismos internacionales.
- Consultor, investigador y/o capacitador de empresas turísticas.

Universidad Tecnológica de El Salvador

Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas

Está diseñada para formar profesionales capaces de gestionar y dirigir empresas relacionadas con el turismo, como hoteles, agencias de viaje, aerolíneas y otros servicios de hospitalidad. Los estudiantes adquieren conocimientos sólidos en administración, contabilidad, marketing, y

Ilustración 166: LOGO de UMD



UNIVERSIDAD DR. JOSÉ
MATÍAS DELGADO

Fuente: Redes sociales UMD

Ilustración 167: LOGO de UTEC



Fuente: Redes sociales UTEC

gestión de servicios turísticos, además de desarrollar habilidades en planificación y gestión estratégica de proyectos turísticos.

esta carrera incluye el estudio de diversas áreas del proceso administrativo, como el procesamiento de información contable y el manejo de recursos humanos, aplicados específicamente a las empresas turísticas.

El graduado de esta carrera podrá desempeñarse en las siguientes áreas:

- Gestores y administradores de empresas y actividades turísticas tales como: hoteles, agencias de viaje, aerolíneas, bares, restaurantes, protocolo y organización de eventos, guianza turística, desarrollo de turismo alternativo, social y cultural.
- Profesionistas de apoyo, asistente o directivo en los departamentos de operación, dirección y control de los negocios turísticos a escala nacional e internacional.
- Planificador y ejecutor de proyectos de tipo turístico.
- Asesor empresarial en el área de empresas de tipo turístico.
- Gerente de áreas turísticas para instituciones públicas y privadas dedicadas a tal actividad.

Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas con Énfasis en inglés

Está diseñado para formar profesionales capaces de aplicar el proceso administrativo en diversas áreas de la empresa turística, incluyendo la planificación, organización, dirección y control, además, el plan de estudios incluye la formación en habilidades contables, permitiendo a los estudiantes manejar de manera efectiva activos, pasivos y capital.

Un aspecto distintivo del programa es el énfasis en el dominio del inglés, preparando a los estudiantes para comunicarse eficazmente en un contexto internacional, lo que mejora sus oportunidades laborales en mercados globales.

El graduado de esta carrera podrá desempeñarse en las siguientes áreas:

- Gestores y administradores de empresas y actividades turísticas tales como: hoteles, agencias de viajes, aerolíneas, bares, restaurantes, protocolo y organización de eventos, guías turísticos, desarrollo de turismo alternativo, social y cultural.
- Profesionistas de apoyo y asistente o directivo en los departamentos de operación, dirección y control de los negocios turísticos a escala nacional e internacional.
- Planificador y ejecutor de proyectos de tipo turístico.
- Asesor empresarial en el área de empresas de tipo turístico.

- Gerente de áreas turísticas para instituciones públicas y privadas dedicadas a tal actividad.
- Coordinador de promoción y difusión del turismo en instituciones públicas y privadas.

Técnico en Administración Turística

Está diseñado para formar profesionales capacitados en la gestión de actividades turísticas, combinando fundamentos teóricos con herramientas tecnológicas, los estudiantes aprenderán a manejar de manera eficaz los diversos componentes de la industria turística, incluyendo la planificación, organización, dirección y control de empresas turísticas.

El graduado de esta carrera podrá desempeñarse en las siguientes áreas:

- Administrador de restaurantes y empresas similares.
- Coordinador de clubes de servicio.
- Coordinador de agencias de viaje.
- Coordinador de eventos.
- Asistente en aspectos gastronómicos de tipo nacional e internacional.
- Auxiliar de servicios de comida.
- Coordinador de restaurante.

ITCA-FEPADE.

Ilustración 168: LOGO de ITCA-FEPADE

Técnico en hostelería y turismo



Está diseñado para formar profesionales en la gestión y operación de negocios turísticos y de hostelería.

Fuente: Redes sociales ITCA

Principales competencias:

- Desarrollar productos turísticos con alto nivel de creatividad, organización y responsabilidad social.
- Planificar, organizar y supervisar eventos como ferias, congresos y convenciones, conociendo cada uno de los pasos para el desarrollo de estas.
- Administrar un hotel conociendo la función y operatividad de cada uno de los departamentos claves de esta industria y a la vez teniendo un alto nivel de planificación y elaboración de presupuestos.

- Manejar grupos nacionales y extranjeros, siendo conocedor de los recursos turísticos nacionales, desenvolviéndose con gran elocuencia para ser un guía, y a la vez con un gran espíritu de servicio.

El graduado de esta carrera podrá desempeñarse en las siguientes áreas:

- Promotor de Actividades Turísticas, diseño, organización, ejecución y evaluación de actividades promocionales relacionadas con el turismo nacional y regional.
- Diseñador y Planificador de Proyectos Turísticos para empresas nacionales e internacionales promoverá y diseñará viajes, circuitos, recorridos en zonas con alto valor cultural y natural.
- Técnico en Administración Hotelera a nivel nacional e internacional.

E. MERCADO DISTRIBUIDOR

La distribución de un servicio turístico consiste en hacer que el servicio esté disponible para el consumidor en el lugar y momento que lo necesita. En el caso del turismo, generalmente es el consumidor quien se desplaza hacia el producto turístico.

Los canales de distribución juegan un papel crucial en este proceso. Un canal de distribución puede ser una estructura operativa, un sistema de relaciones o diversas combinaciones de organizaciones a través de las cuales un productor de bienes o servicios turísticos vende o confirma viajes a los compradores². Estos canales pueden ser directos (como call centers, sitios web, redes sociales) o indirectos, a través de uno o más intermediarios como agencias de viajes y operadoras turísticas.

1. Metodología de mercado distribuidor

A continuación, se presenta la metodología que se utilizara en el desarrollo de la investigación sobre el mercado distribuidor:

Ilustración 169: Metodología del mercado distribuidor



Fuente: Elaboración Propia

2. Fuentes de información

Para llevar a cabo el estudio del mercado distribuidor y su análisis subsiguiente, se emplearán dos tipos de fuentes de información: primarias y secundarias. A continuación, se detallan cada una de ellas:

- **Información primaria:**

suministran información concreta y directa sobre el tema de investigación. De esta manera, se adquiere una visión de la situación actual y las posibles estrategias a implementar para su resolución. En este estudio, se explorarán las siguientes fuentes primarias:

- Entrevista a tour operadores.

- **Información secundaria**

Se utilizará información previamente elaborada y publicada, la cual será obtenida de la siguiente manera:

- Páginas web de tour operadores y/o agencias de viajes.
- Broshures o catálogos de información turística.
- Información recolectada en promocionales.
- Fan page de destinos turísticos.

3. Definiciones del mercado

a) Distribución en sector turismo

La distribución en turismo pretende incrementar la accesibilidad del mercado potencial a la información relativa a los servicios, la función de distribución para una empresa turística es establecer vínculos pertinentes entre el suministrador de satisfactores turísticos y el demandante de estos, y favorecer la compraventa final.

Entendiendo la distribución física de los productos como acercar el producto al consumidor, en el área de turismo hace referencia al acercamiento y entrega de documentaciones (bonos, billetes) que justifiquen que se ha adquirido un producto turístico.

Para algunos negocios como los restaurantes, cafeterías, y agencias de viaje, la localización o punto de venta es lo más importante, en vez de hablar de distribución se habla de localización.

Para otros negocios la localización no es suficiente y es necesario tener una red de ventas que actúe lejos del lugar de producción debido a la distancia entre consumidor y prestatario, al deseo de captar nuevos clientes, a la necesidad de generar ventas anticipadas, es decir, reservas.

b) Canales de distribución

Los canales de distribución son rutas o medios por los que los productos o servicios se llevan desde el productor hasta el consumidor final. Estos canales pueden variar en su complejidad y estructura dependiendo del tipo de producto, las características del mercado y las preferencias del consumidor.

Hoy en día, existen múltiples vías de distribución. Los medios más frecuentes para la distribución de bienes de consumo, comerciales y de servicios son los siguientes:

- **Canal Propio o Directo:** En este caso, la empresa se hace cargo de la distribución de sus productos.
- **Canal Externo o Ajeno:** Cuando la distribución es realizada por una empresa contratada por la productora.
- **Canal Corto:** El producto viaja de la empresa productora al punto de venta (detallista o minorista).
- **Canal Largo:** El producto sale del depósito del fabricante y llega a los almacenes del mayorista. Luego este los distribuye al minorista o cliente final
- **Canal Doble:** Este tipo de distribución contempla no solo a los mayoristas y minoristas, sino a los agentes distribuidores o de venta exclusiva que participan de la comercialización de productos y servicios.

c) Características de los canales de distribución

La selección de los canales de distribución en una empresa es fundamental para su éxito. La elección adecuada de estos canales es primordial para llegar a los mercados objetivo y cumplir con los objetivos económicos de la empresa.

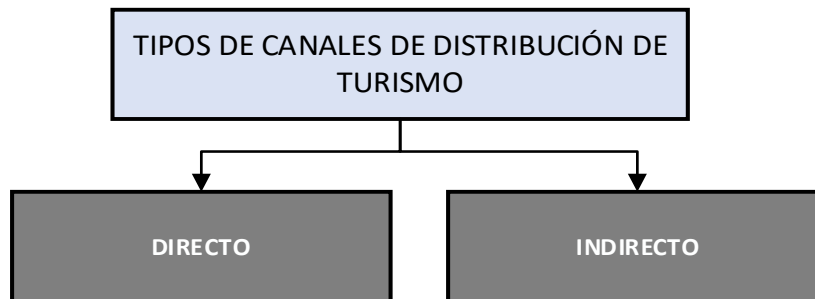
Estos canales deben poseer ciertas características clave, como una imagen sólida y positiva, una amplia cobertura geográfica, capacidad de colaboración efectiva, flexibilidad para adaptarse a las necesidades del mercado, y una comunicación eficaz. Estas cualidades permitirán satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes de manera efectiva.

Características de los canales de distribución: Los canales de distribución se definen por dos dimensiones:

- **Intensidad de Distribución:** Esta dimensión describe el número y tipo de intermediarios utilizados para distribuir los productos o servicios.
Puede clasificarse en:
 - Distribución exclusiva: Utilización selectiva de intermediarios para distribuir productos en áreas específicas, manteniendo un control estricto sobre la distribución.
 - Distribución selectiva: Uso limitado de intermediarios que se seleccionan cuidadosamente según criterios específicos para distribuir productos en áreas designadas.
 - Distribución intensiva: Involucra la máxima cantidad de intermediarios para asegurar una amplia cobertura geográfica y máxima disponibilidad de productos en el mercado.
- **Longitud del Canal:** Esta dimensión se refiere al número de niveles de intermediarios involucrados en el proceso de distribución, desde el fabricante hasta el consumidor final.

d) **Tipos de canales de distribución de turismo**

Ilustración 170: Tipos de canales de distribución de turismo



Fuente: Elaboración Propia

- **Canal Directo:** Este canal se enfoca en atraer directamente a los visitantes mediante estrategias de publicidad, sitios web, redes sociales, referencias de clientes, entre otros, en este caso, la negociación se lleva a cabo de manera directa con el cliente.
- **Canal Indirecto:** Este canal utiliza los canales de distribución del turismo, como agentes de viajes minoristas, mayoristas y operadores de turismo receptivo, para llegar a los visitantes.

4. Identificación de los distribuidores

a) Canal directo

- **Canal directo o b2c (business to consumer)**

En este canal, la interacción y la transacción ocurren directamente entre la empresa y el cliente, sin la intermediación de terceros como minoristas o mayoristas.

Algunos de los canales directos son:

- Sitios web
- Agencias
- Redes sociales
- Referencias de clientes

- **Canal Directo o B2B (Business to Business):**

Este canal implica la venta directa de productos o servicios turísticos entre empresas del sector turístico. En este caso, las transacciones comerciales se realizan directamente entre proveedores de servicios turísticos, como hoteles, líneas aéreas, operadores turísticos, agencias receptoras, y otros actores de la industria. Los canales B2B en turismo suelen involucrar acuerdos comerciales directos entre empresas para ofrecer servicios turísticos a otras empresas o intermediarios en la cadena de distribución turística.

- **Agencias mayoristas o tour operadores**

Son responsables de organizar y combinar los diversos componentes que conforman los paquetes turísticos para los consumidores, su labor implica la creación y distribución de productos turísticos para un destino específico, los cuales suelen incluir transporte, alojamiento y actividades guiadas, estos productos son comercializados bajo la marca del tour operador

Los canales de distribución utilizados por los Mayoristas/Tour Operadores son los siguientes:

- Venta a través de canales propios y a través de agencias de viajes minoristas.
- Venta a través de agencias de viajes minoristas.
- Venta a través de canales propio.

Se ofrecen otros servicios y productos adicionales como:

- **Agencias minoristas**

Estos intermediarios actúan entre los mayoristas y el consumidor final, facilitando la adquisición de productos turísticos en sus establecimientos, los minoristas pueden ofrecer una variedad de productos turísticos, tanto los confeccionados por los mayoristas como aquellos solicitados por clientes de manera individual, a diferencia de los mayoristas, los minoristas no pueden distribuir sus productos a otras agencias, algunos de los productos o servicios que suelen comercializar incluyen:

- Paquetes provenientes de tour operadores, donde el producto viene altamente definido, aunque cada vez hay más flexibilidad en aspectos como el tipo de alojamiento o extensiones del viaje.
- Productos básicos requeridos en respuesta a una demanda específica y explícita de un cliente, como transporte, alojamiento y otros servicios esenciales.
- Productos que complementan la experiencia turística, como seguros de viaje, entradas a espectáculos, visitas guiadas y excursiones, alquiler de autos y servicios de cambio de moneda extranjera.

- **Agencias mayoristas/ minoristas**

Estas agencias surgen como resultado del crecimiento de agencias minoristas o debido al deseo de expansión de agencias mayoristas que ven beneficios en acercarse directamente al consumidor final al convertirse en minoristas.

Para seleccionar un canal de distribución adecuado, es importante considerar ciertos aspectos clave, entre los cuales se destacan:

- Cobertura geográfica: Evaluar la capacidad del canal para llegar a la audiencia objetivo en las ubicaciones relevantes.
- Costos y eficiencia: Analizar los costos asociados con el canal y su eficiencia en la distribución de productos y servicios.
- Control sobre la marca y la experiencia del cliente: Evaluar la capacidad de mantener el control sobre la marca y la calidad de la experiencia del cliente a lo largo del canal de distribución.
- Flexibilidad y adaptabilidad: Considerar la capacidad del canal para ajustarse a cambios en las demandas del mercado y en las preferencias de los clientes.
- Relaciones y colaboración: Evaluar las relaciones establecidas con intermediarios y la capacidad de colaborar efectivamente para alcanzar los objetivos de distribución.

b) Canal indirecto

En esta situación, se emplea un Tour Operador o una Agencia Minorista como intermediario para promover el servicio turístico ofrecido.

La empresa ofrece sus servicios a través del tour operador, y al cliente comprar el servicio del tour operador, la empresa proveedora otorga una comisión basada en criterios establecidos previamente sobre el precio de venta del paquete adquirido por el cliente.

5. Método de obtención de datos

Para recopilar datos del Mercado Distribuidor, se emplearán técnicas como el uso de listas de verificación y encuestas. Las encuestas se dirigirán específicamente a los operadores turísticos y se llevarán a cabo de manera personalizada, visitando cada una de las oficinas de estos operadores. De la misma manera, se aplicará al Check list.

El cuestionario y la lista de comprobación serán los instrumentos utilizados en este proceso. Estos se diseñarán utilizando una herramienta específica e incluirán tanto preguntas abiertas como de selección cerrada.

El objetivo de las preguntas realizadas en la encuesta es el siguiente:

- Identificar los principales destinos turísticos que los operadores de tours visitan.
- Conocer los paquetes turísticos que ofrecen.
- Descubrir las características de los destinos turísticos que visitan.
- Entender los requisitos que debe cumplir un destino turístico para ser incluido en sus tours.
- Determinar qué operadores de tours han realizado viajes a los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

El diseño de la guía de cuestionario y del Check list se encuentra estructurada de la siguiente manera:

Tabla 164 Ficha de entrevista a tours operadoras

DATOS GENERALES				
Entrevistadores				
Entrevistado		Cargo		
Tour operador				
Dirección				
Teléfono		e-mail		
PREGUNTAS				
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?				
¿Qué tipo de servicios ofrecen?				
	Transporte	<input type="checkbox"/>		
	Tour guiado	<input type="checkbox"/>		
	Alimentación	<input type="checkbox"/>		
	Hospedaje	<input type="checkbox"/>		
	otros _____			
¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?				
	Transporte		<input type="checkbox"/>	
	Tour guiado		<input type="checkbox"/>	
	Alimentación		<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje		<input type="checkbox"/>	
	Servicios de agencia de viajes internacional		<input type="checkbox"/>	
	otros _____			
¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?				
	Ruta de las flores	<input type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input type="checkbox"/>
	Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
	Ruta de los volcanes	<input type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input type="checkbox"/>
	Ruta Sol y Playa	<input type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
	Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?			
Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?			
¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?			
Camioneta	<input type="checkbox"/>		
Microbuses	<input type="checkbox"/>		
Minibuses	<input type="checkbox"/>		
Autobuses	<input type="checkbox"/>		
otros _____			
¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?			
¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?			
Accesibilidad	<input type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 165 Check list para Tours operadoras

CHECKLIST			
N	INFORMACIÓN REQUERIDA	SI	NO
1	Empresa formal constituida legalmente		
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.		
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos		
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos		
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (página web, redes sociales, Email)		
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.		
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		
8	Forma parte MITUR O CORSATUR		
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos		

Fuente: Elaboración Propia

6. Investigación de campo

Tabla 166 Entrevista a Tour Operadora El Salvador Xpedition

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez		
	Cristian Enoc Flores Rodríguez		
	Wilson Eleazar Reyes Serrano		
Entrevistado	Joselyn Gonzales	Cargo	Agente de Viajes
Tour operador	El salvador xpedition		
Dirección	Novo Hotel & Suite, 61 Avenida Norte 61, San Salvador		
Teléfono	(503) 2224 4510	e-mail	xpeditionsv@gmail.com
PREGUNTAS			
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?			
Aproximadamente tiene 20 años ofreciendo sus servicios			
¿Qué tipo de servicios ofrecen?			
	Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Alimentación	<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje	<input type="checkbox"/>	
	Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	otros _____		
¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?			
	Transporte	<input type="checkbox"/>	
	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Alimentación	<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje	<input type="checkbox"/>	
	Paquetes de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	otros _____		

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?			
Ruta de las flores	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Sur City	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>
¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?			
Sus viajes cubren tanto destinos nacionales dentro de El Salvador como destinos internacionales en Centroamérica (Guatemala, Honduras y Nicaragua)			
Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?			
Sol y playa y Montaña (Volcán Santa Ana, Izalco y cerro el águila)			
¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?			
Camioneta			<input type="checkbox"/>
Microbuses			<input checked="" type="checkbox"/>
Minibuses			<input type="checkbox"/>
Autobuses			<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____			
¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?			
Los precios rotan entre los \$25 a \$160 aproximadamente			
¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?			
Accesibilidad	<input type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input checked="" type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input checked="" type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 167 Check list El salvador xpedition

CHECK LIST			
N	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos		X
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos		X
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 168 Entrevista a Tour Operadora Inter Tours

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez		
	Cristian Enoc Flores Rodríguez		
	Wilson Eleazar Reyes Serrano		
Entrevistado	Jesús Ventura	Cargo	Agente de Viajes
Tour operador	Inter Tours		
Dirección	Paseo Escalón, San Salvador, El Salvador		
Teléfono	(503) 25083426	e-mail	info@intertours.com.sv
PREGUNTAS			
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?			
tiene más de 20 años en el mercado			
¿Qué tipo de servicios ofrecen?			
	Transporte	<input type="checkbox"/>	
	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Alimentación	<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje	<input type="checkbox"/>	
	Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	otros _____		
¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?			

Transporte	<input type="checkbox"/>
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Hospedaje	<input type="checkbox"/>
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?

Ruta de las flores	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Surf City	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?

Destinos fuera del país y nacionales

Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?

Entre los atractivos más solicitados están el sitio arqueológico Joya de Cerén, las playas del Pacífico, y las ciudades coloniales como Santa Ana.

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

Camioneta	<input checked="" type="checkbox"/>
Microbuses	<input type="checkbox"/>
Minibuses	<input checked="" type="checkbox"/>
Autobuses	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?

Precio promedio entre \$50 y \$100 por persona.

¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?

Accesibilidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input checked="" type="checkbox"/>
Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input checked="" type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 169 Check list Inter Tours

CHECK LIST			
N	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos	X	
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos	X	
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 170 Entrevista a Tour Operadora Atekoli Tourism

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez		
	Cristian Enoc Flores Rodríguez		
	Wilson Eleazar Reyes Serrano		
Entrevistado	Carlos Lazo	Cargo	Agente de Viajes
Tour operador	Atekoli Tourism		
Dirección	7ª Calle Pte. Bis, Pasaje 9, Casa #9, Block 200, Colonia Escalón, San Salvador, San Salvador.		
Teléfono	503) 76660510	e-mail	atekoli@origomesogroup.com
PREGUNTAS			
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?			
La empresa ha estado brindando servicios turísticos desde 2020			
¿Qué tipo de servicios ofrecen?			
	Transporte	<input type="checkbox"/>	
	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Alimentación	<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Paquete de turismos	<input checked="" type="checkbox"/>	
	otros _____		
¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?			
	Transporte	<input type="checkbox"/>	
	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Alimentación	<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje	<input type="checkbox"/>	
	Paquete de turismos	<input type="checkbox"/>	
	otros _____		

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?

Ruta de las flores	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Surf City	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?

Los viajes organizados por Atekoli Tourism abarcan tanto destinos nacionales en El Salvador como internacionales en la región

Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?

Los atractivos turísticos más solicitados incluyen las playas y parques naturales, así como visitas a sitios históricos y culturales importantes

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

Camioneta	<input checked="" type="checkbox"/>
Microbuses	<input type="checkbox"/>
Minibuses	<input type="checkbox"/>
Autobuses	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?

El precio promedio varía según el destino y los servicios incluidos, generalmente entre \$30 a \$ 100

¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?

Accesibilidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input checked="" type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 171 Check list Atekoli Tourism

CHECK LIST			
N	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos		X
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos		X
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 172 Entrevista a Tour Operadora Morazán tour

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez		
	Cristian Enoc Flores Rodríguez		
	Wilson Eleazar Reyes Serrano		
Entrevistado	María Auxiliadora	Cargo	Propietaria de Morazán tours
Tour operador	Morazán Tour		
Dirección	Primera Avenida sur y 4a calle poniente #2 Barrio la Soledad, San Francisco Gotera, Departamento de Morazán, El Salvador, C. A		

Teléfono	(503) 7922 5465	e-mail	morazantours@hotmail.com
-----------------	-----------------	---------------	--------------------------

PREGUNTAS

¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?

Morazán Tour brinda sus servicios desde 2012

¿Qué tipo de servicios ofrecen?

Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Hospedaje	<input checked="" type="checkbox"/>
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?

Transporte	<input type="checkbox"/>
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Hospedaje	<input type="checkbox"/>
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?

Ruta de las flores	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Surf City	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?

Morazán Tours organiza viajes tanto a nivel nacional como internacional, incluyendo destinos en Sudamérica y Norteamérica

Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?

Los atractivos turísticos más solicitados son la Ruta de la Paz y las excursiones de aventura a sitios naturales de El Salvador

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

Camioneta	<input checked="" type="checkbox"/>		
Microbuses	<input type="checkbox"/>		
Minibuses	<input type="checkbox"/>		
Autobuses	<input checked="" type="checkbox"/>		
otros _____			
¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?			
El precio promedio de nuestros tours varía según la duración y el destino, pero generalmente oscila entre \$30 y \$150 por persona.			
¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?			
Accesibilidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input checked="" type="checkbox"/>
Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input checked="" type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 173 Check list Morazán Tour

CHECK LIST			
N	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos		X
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos		X
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 174 Entrevista a Tour Operadora Julios tours

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez		
	Cristian Enoc Flores Rodríguez		
	Wilson Eleazar Reyes Serrano		
Entrevistado	Julio Diaz	Cargo	Propietario de Julio 's tours
Tour operador	Julio 's Tours		
Dirección	No cuenta con oficina en físico, se promociona a través de redes sociales.		
Teléfono	(503) 7349 7974	e-mail	juliodennis@yahoo.com
PREGUNTAS			
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?			
Tiene 15 años ofreciendo los servicios.			
¿Qué tipo de servicios ofrecen?			
	Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Alimentación	<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje	<input type="checkbox"/>	
	Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	otros _____		
¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?			
	Transporte	<input type="checkbox"/>	
	Tour guiado	<input type="checkbox"/>	
	Alimentación	<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje	<input type="checkbox"/>	
	Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	otros _____		

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?

Ruta de las flores	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Surf City	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?

Ofrece viajes tanto a nivel nacional como internacional, con un enfoque principal en destinos dentro de El Salvador

Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?

Los atractivos turísticos más solicitados incluyen el volcán Santa Ana, el lago Coatepeque, y el parque El Boquerón

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

Camioneta	<input type="checkbox"/>
Microbuses	<input type="checkbox"/>
Minibuses	<input checked="" type="checkbox"/>
Autobuses	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?

El precio promedio de nuestros servicios oscila entre \$15 y \$50 por persona.

¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?

Accesibilidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input checked="" type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 175 Check list Julio 's Tours

CHECK LIST			
N°	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos	X	
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos	X	
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 176 Entrevista a Tour Operadora EC Tours El Salvador

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez		
	Cristian Enoc Flores Rodríguez		
	Wilson Eleazar Reyes Serrano		
Entrevistado	Edwin E. Carrillo	Cargo	Agente de Viajes
Tour operador	EC tours El Salvador		
Dirección	11 calle Pte. & 77 Avenida Norte, San Salvador		
Teléfono	(503) 7842 4708	e-mail	ectours@hotmail.com
PREGUNTAS			
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?			

Tiene más de 20 años con los servicios turísticos

¿Qué tipo de servicios ofrecen?

Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Hospedaje	<input type="checkbox"/>
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?

Transporte	<input type="checkbox"/>
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Hospedaje	<input type="checkbox"/>
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?

Ruta de las flores	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Surf City	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?

Ofrecen sus servicios a nivel nacional e internación a los demás países de Centroamérica

Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?

Los atractivos más solicitados son la ruta de las flores, volcán de Santa Ana, sitios arqueológicos, Suchitoto y lago de Ilopango.

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

Camioneta	<input checked="" type="checkbox"/>
Microbuses	<input type="checkbox"/>
Minibuses	<input type="checkbox"/>
Autobuses	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?

El promedio de los precios es desde los \$40 hasta los \$135 por persona.

¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?

Accesibilidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input checked="" type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input checked="" type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 177 Check list EC tours El Salvador

CHECK LIST			
N	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos		X
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos		X
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 178 Entrevista a Tour AVITOURS El Salvador

DATOS GENERALES															
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez														
	Cristian Enoc Flores Rodríguez														
	Wilson Eleazar Reyes Serrano														
Entrevistado	Marisa de Hernández	Cargo	Agente de Viajes												
Tour operador	AVITOURS El Salvador														
Dirección	Av. Masferrer #139, Col. Escalón San Salvador, El Salvador, San Salvador, El Salvador														
Teléfono	(503) 2510 7619	e-mail													
PREGUNTAS															
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?															
Cuentan con 26 años de experiencia.															
¿Qué tipo de servicios ofrecen?															
<table border="1"> <tr> <td>Transporte</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Tour guiado</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Alimentación</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Hospedaje</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Paquete de turismo</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>otros _____</td> <td></td> </tr> </table>				Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	Alimentación	<input type="checkbox"/>	Hospedaje	<input checked="" type="checkbox"/>	Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	otros _____	
Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>														
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>														
Alimentación	<input type="checkbox"/>														
Hospedaje	<input checked="" type="checkbox"/>														
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>														
otros _____															
¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?															
<table border="1"> <tr> <td>Transporte</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Tour guiado</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Alimentación</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Hospedaje</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Paquete de turismo</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>otros _____</td> <td></td> </tr> </table>				Transporte	<input type="checkbox"/>	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	Alimentación	<input type="checkbox"/>	Hospedaje	<input type="checkbox"/>	Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	otros _____	
Transporte	<input type="checkbox"/>														
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>														
Alimentación	<input type="checkbox"/>														
Hospedaje	<input type="checkbox"/>														
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>														
otros _____															

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?

Ruta de las flores	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Surf City	<input type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?

Los viajes de AVITOURS El Salvador cubren destinos turísticos tanto a nivel nacional como internacional, adaptándose a las necesidades y preferencias de los clientes.

Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?

Los destinos turísticos más populares abarcan viajes a Guatemala, los sitios dentro de la Ruta Arqueológica en El Salvador, y Surf City.

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

Camioneta	<input checked="" type="checkbox"/>
Microbuses	<input checked="" type="checkbox"/>
Minibuses	<input checked="" type="checkbox"/>
Autobuses	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?

Los precios varían según el destino a visitar, pero rondan desde los \$40 y \$175

¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?

Accesibilidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input checked="" type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input checked="" type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input checked="" type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 179 Check list AVITOURS El Salvador

CHECK LIST			
No	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos		X
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos	X	
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 180 Entrevista a Tour Operadora Cadisi Tours

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez		
	Cristian Enoc Flores Rodríguez		
	Wilson Eleazar Reyes Serrano		
Entrevistado	José Antonio Méndez	Cargo	Agente de Viajes
Tour operador	Cadisi Tours		
Dirección	Av. Mississippi 29, San Salvador		
Teléfono	(503) 2243-3584	e-mail	info@cadisitours.com
PREGUNTAS			
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?			

Cadisi tiene ya 17 en el mercado.

¿Qué tipo de servicios ofrecen?

Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Hospedaje	<input type="checkbox"/>
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?

Transporte	<input type="checkbox"/>
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Hospedaje	<input type="checkbox"/>
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?

Ruta de las flores	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Surf City	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input checked="" type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?

Cadisi Tours organiza excursiones dentro de El Salvador, incluyendo diversos tipos de destinos turístico

Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?

Los sitios más solicitados son el museo de arte, Surf City, y la ruta de los volcanes.

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

Camioneta
Microbuses



Minibuses	<input checked="" type="checkbox"/>		
Autobuses	<input type="checkbox"/>		
otros _____			
¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?			
Los precios de los servicios están entre los \$25 y \$100 por persona.			
¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?			
Accesibilidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input checked="" type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 181 Check list Cadisi Tours

CHECK LIST			
N°	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos		X
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos		X
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 182 Entrevista a Tour Operadora Tours503


DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez		
	Cristian Enoc Flores Rodríguez		
	Wilson Eleazar Reyes Serrano		
Entrevistado	Alex Molina	Cargo	Propietario
Tour operador	Tour503		
Dirección	Final 13 Ave. Nte., Pasaje 1, #56, Colonia Laico, San Salvador, San Salvador.		
Teléfono	(503) 77476485	e-mail	alex@tour503.com
PREGUNTAS			
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?			
Tour503 tiene 4 años ya ofreciendo sus servicios.			
¿Qué tipo de servicios ofrecen?			
	Transporte	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Alimentación	<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje	<input type="checkbox"/>	
	Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	otros _____		
¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?			
	Transporte	<input type="checkbox"/>	
	Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Alimentación	<input type="checkbox"/>	
	Hospedaje	<input type="checkbox"/>	
	Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>	
	otros _____		

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?			
Ruta de las flores	<input type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Surf City	<input type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>
¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?			
Su servicios son dentro del país ofreciendo una variedad de destinos turísticos.			
Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?			
Dentro de los destinos más solicitados son Puenting en puente las cañas, Estero de Jaltepeque.			
¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?			
Camioneta	<input type="checkbox"/>		
Microbuses	<input checked="" type="checkbox"/>		
Minibuses	<input checked="" type="checkbox"/>		
Autobuses	<input type="checkbox"/>		
otros _____			
¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?			
Los precios promedios son desde los \$40 y \$100			
¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?			
Accesibilidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input checked="" type="checkbox"/>	Limpieza	<input checked="" type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input checked="" type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Tabla 183 Check list Tour503

CHECK LIST			
No	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos		X
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos		X
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Tabla 184 Entrevista a Tour Operadora Explore El Salvador

DATOS GENERALES			
Entrevistadores	Mauricio Alejandro Parada Méndez		
	Cristian Enoc Flores Rodríguez		
	Wilson Eleazar Reyes Serrano		
Entrevistado	Alfredo Avalos	Cargo	Propietario
Tour operador	Explore El Salvador		
Dirección	Ave. Hueytepec, Condominio San Fernando 10, Urbanización Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, La Libertad.		
Teléfono	(503) 2508 8554	e-mail	alfredo@exploresalvador.com
PREGUNTAS			
¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?			

Explore El Salvador cuenta con 18 años de experiencia

¿Qué tipo de servicios ofrecen?

Transporte	<input type="checkbox"/>
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Hospedaje	<input type="checkbox"/>
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?

Transporte	<input type="checkbox"/>
Tour guiado	<input checked="" type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Hospedaje	<input type="checkbox"/>
Paquete de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
otros _____	

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?

Ruta de las flores	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Arqueológica	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta Fresca	<input type="checkbox"/>	Surf City	<input checked="" type="checkbox"/>
Ruta de los volcanes	<input type="checkbox"/>	Ruta de la paz	<input type="checkbox"/>
Ruta Sol y Playa	<input checked="" type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta del café	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>

¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?

La oferta se centra en brindar una diversidad de destinos turísticos que se encuentran dentro del territorio nacional.

Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?

Los lugares más solicitados son la Caminata al cráter del volcán san salvador, cascadas de Tamanique, El tunco o el zonte.

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

Camioneta	<input checked="" type="checkbox"/>
Microbuses	<input checked="" type="checkbox"/>
Minibuses	<input type="checkbox"/>
Autobuses	<input type="checkbox"/>

otros _____

¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?

Los precios van desde los \$15 a los \$75 por persona.

¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?

Accesibilidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Servicios básicos	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	Limpieza	<input type="checkbox"/>
Oferta turística diversa	<input checked="" type="checkbox"/>	Alta demanda turística	<input checked="" type="checkbox"/>
Que sean Atractivos	<input checked="" type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 185 Check list Explore El Salvador

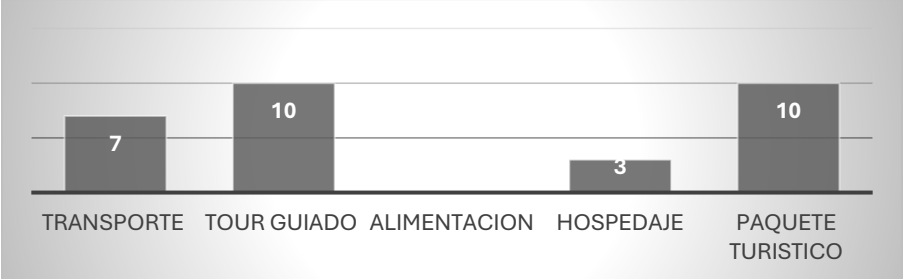
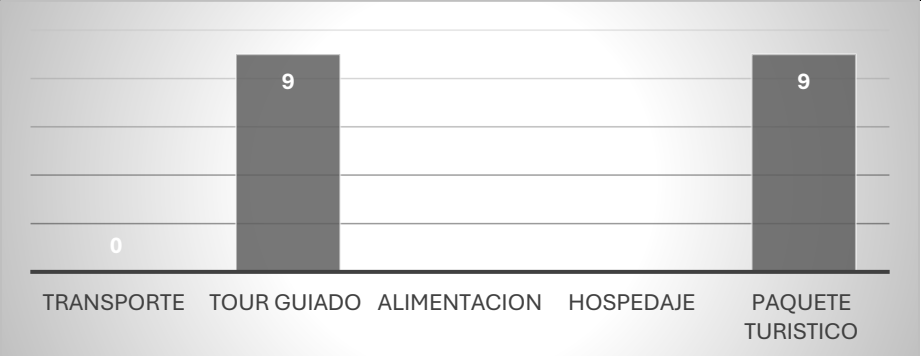
CHECK LIST			
N°	Información Requerida	Si	No
1	Empresa formal constituida legalmente	X	
2	Comercializa productos turísticos de destinos culturales y de destinos culturales.	X	
3	Ofrece el distrito de San Pedro Masahuat como uno de sus destinos turísticos		X
4	Ofrece el distrito de San Luis Talpa como uno de sus destinos turísticos		X
5	La contratación de servicios es directa con la agencia o medios virtuales (pág. web, redes sociales, Email)	X	
6	Reciben pagos en efectivo, electrónicos, tarjetas de crédito.	X	
7	Ofrecen garantías y seguros por los servicios		X
8	Forma parte MITUR O CORSATUR	X	
9	Se publicita por redes sociales, página web y medios impresos	X	

Fuente: Elaboración Propia

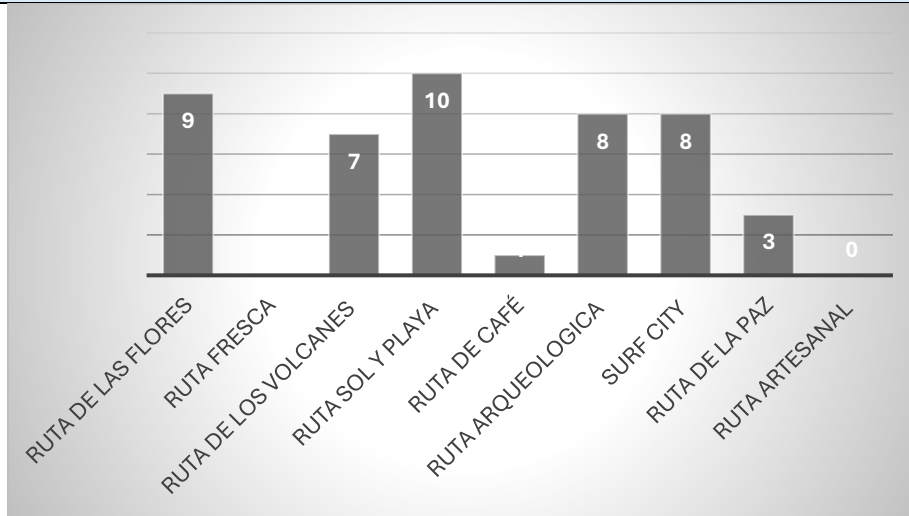
7. Registro y tabulación de información

Seguidamente, se expone el análisis de cada pregunta contenida en los instrumentos que se emplearon en la entrevista realizada a los operadores turísticos.

Tabla 186 Registro y tabulación de información tours operadores

¿Cuántos años tiene la empresa de brindar sus servicios turísticos?												
<p>Análisis: La mayoría de los tours operadoras tienen una experiencia considerable, lo que implica una estabilidad y un conocimiento profundo del sector turístico. Sin embargo, también hay tours operadoras más nuevas que pueden ofrecer enfoques frescos y adaptarse rápidamente a las tendencias actuales del mercado.</p>												
¿Qué tipo de servicios ofrecen?												
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Número de Operadoras</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TRANSPORTE</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>TOUR GUIADO</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>ALIMENTACION</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>HOSPEDAJE</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>PAQUETE TURISTICO</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table>	Servicio	Número de Operadoras	TRANSPORTE	7	TOUR GUIADO	10	ALIMENTACION	0	HOSPEDAJE	3	PAQUETE TURISTICO	10
Servicio	Número de Operadoras											
TRANSPORTE	7											
TOUR GUIADO	10											
ALIMENTACION	0											
HOSPEDAJE	3											
PAQUETE TURISTICO	10											
<p>Análisis: la oferta se enfoca principalmente en proporcionar servicios integrales que faciliten la experiencia turística (tours guiados y paquetes turísticos) y en asegurar la movilidad (transporte). Sin embargo, la ausencia de servicios de alimentación y la oferta limitada de hospedaje representan áreas de oportunidad para mejorar la competitividad y la satisfacción del cliente en el mercado turístico.</p>												
¿De esos servicios turísticos que promueven, cuáles son los que tienen mayor demanda?												
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Servicio</th> <th>Número de Operadoras</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TRANSPORTE</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>TOUR GUIADO</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>ALIMENTACION</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>HOSPEDAJE</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>PAQUETE TURISTICO</td> <td>9</td> </tr> </tbody> </table>	Servicio	Número de Operadoras	TRANSPORTE	0	TOUR GUIADO	9	ALIMENTACION	0	HOSPEDAJE	0	PAQUETE TURISTICO	9
Servicio	Número de Operadoras											
TRANSPORTE	0											
TOUR GUIADO	9											
ALIMENTACION	0											
HOSPEDAJE	0											
PAQUETE TURISTICO	9											
<p>Análisis: los servicios de tours guiados y paquetes turísticos son los más demandados, mientras que transporte, alimentación y hospedaje no muestran demanda significativa.</p>												

¿Cuáles son las rutas turísticas que actualmente ofrece a los turistas?



Análisis: Las rutas "Ruta de las Flores" y "Ruta Sol y Playa" son las más demandadas, mientras que la "Ruta de los Volcanes", "Ruta Arqueológica" y "Surf City" también muestran interés significativo, las rutas "Ruta Fresca" y "Ruta Artesanal" no tienen demanda registrada.

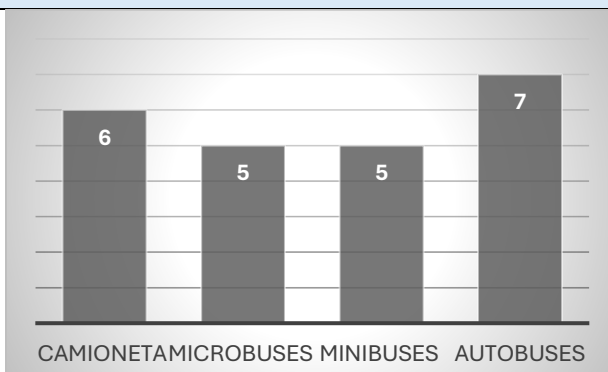
¿Cuál es el alcance que tienen sus viajes a destinos turísticos?

La mayoría de las empresas de servicios turísticos tienen un alcance que cubre tanto destinos nacionales como internacionales, especialmente en la región de Centroamérica. Sin embargo, hay una minoría significativa que se enfoca únicamente en destinos nacionales

Con respecto a su oferta actual ¿qué atractivos turísticos son los más solicitados?

Análisis: Los atractivos turísticos más solicitados por los turistas incluyen una mezcla de playas, volcanes, sitios arqueológicos, y parques naturales, la diversidad de intereses de los turistas abarca tanto experiencias naturales y de aventura como culturales e históricas, con destinos emblemáticos como el Volcán Santa Ana, el lago Coatepeque, y Surf City liderando las preferencias.

¿Qué medio de transporte utiliza para realizar los tours?

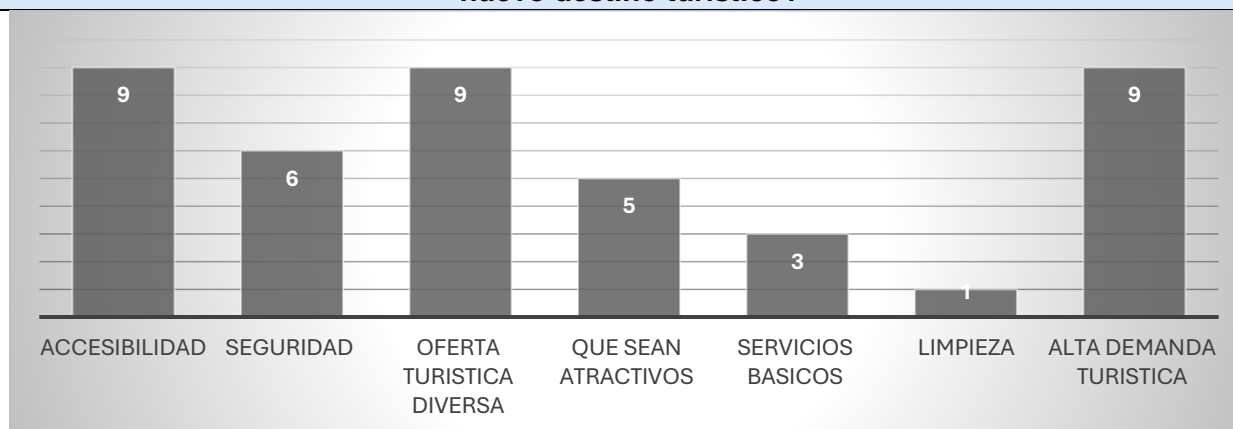


Análisis: los autobuses son el medio de transporte más utilizado para realizar los tours, seguidos por las camionetas, microbuses, y minibuses con una frecuencia similar. Los autobuses son preferidos principalmente por su capacidad para transportar grandes grupos de personas

¿Cuál es el precio promedio de los tours que realizan?

Análisis: El precio promedio de los tours que realiza os tours operadores generalmente oscila entre \$30 y \$100 por persona. Sin embargo, existen tours más económicos desde \$15 y algunos más costosos que pueden llegar hasta \$175, dependiendo del destino, la duración y los servicios incluidos.

¿Cuál es el mínimo de requisito y acuerdos que su empresa requiere para poder ofertar un nuevo destino turístico?



Análisis: Para ofertar un nuevo destino turístico, la empresa prioriza la accesibilidad, la diversidad en la oferta turística y una alta demanda turística, la seguridad y los atractivos del destino también son consideraciones clave, mientras que los servicios básicos y la limpieza, aunque importantes, son considerados en menor medida.

Fuente: Elaboración Propia

8. Calificación de distribuidores

Con base en los datos recopilados durante las entrevistas, se procede a realizar una evaluación de los tours operadoras participantes.

Para la selección de los tours operadores, se emplea un método cualitativo por puntos que sigue estos pasos:

- Establecer los criterios o factores que serán evaluados y asignarles un peso para indicar su importancia relativa.
- Asignar una escala de calificación a cada factor.
- Evaluar cada tour operador según la escala previamente establecida y multiplicar por el peso asignado.
- Sumar la puntuación obtenida en cada factor para cada tour operador.
- Finalmente, seleccionar al tour operador con la mayor puntuación acumulada.

Tabla 187 Criterios de evaluación tour operadoras

Criterio	Simbología	Descripción	Porcentaje
Publicidad	PB	La empresa debe tener presencia en redes sociales o contar con un sitio web activo.	20%
Garantías y Seguros	GS	La empresa debe garantizar la protección y seguridad de los turistas ante cualquier eventualidad.	15%
Formalidad	FR	La empresa debe estar legalmente registrada y constituida formalmente.	10%
Rutas Ofertadas	RO	Debe ofrecer rutas turísticas variadas que combinen incluyan cultura y sol y playa.	20%
Experiencia	EX	La empresa debe tener un mínimo de 3 años de experiencia en el sector turístico.	25%
Formas de Pago	FP	Debe ofrecer múltiples opciones de pago para los clientes.	10%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 188 Asignación de la escala de calificación

Criterio: Publicidad	Calificación
Se promociona a través de redes sociales, página web y otros medios	3
Se promociona mediante redes sociales y página web	2
Se promociona utilizando redes sociales o una página web	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 189: Criterio de garantías y seguros

Criterio: Garantías y seguros	Calificación
La empresa proporciona garantía y seguros	3
La empresa proporciona solo seguro	2
La empresa no incluye ni garantía y seguros	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 190: Criterio de Formalidad

Criterio de Formalidad	Calificación
Empresa constituida legalmente	3
Empresa en proceso de constitución legal	2
Empresa no constituida legalmente	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 191: Criterio de rutas ofertadas

Criterio: rutas ofertadas	Calificación
La tour operadora ofrece rutas de sol y playa y rutas culturales	3
La tour operadora ofrece solamente rutas de sol y playa o rutas culturales	2
La tour operadora no ofrece rutas de sol y playa y rutas culturales	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 192: Criterio de experiencia

Criterio: Experiencia	Calificación
La tour operadora tiene más de cinco años de experiencia	3
La tour operadora tiene cinco años de experiencia	2
La tour operadora tiene menos de cinco años de experiencia	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 193: Criterio de formas de pago

Criterio: formas de pago	Calificación
La tour operadora acepta más de dos formas de pago	3
La tour operadora acepta dos formas de pago	2
La tour operadora acepta una forma de pago	1

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla siguiente, cada criterio es evaluado y multiplicado por el porcentaje asignado a cada uno. De esta forma, se determina los tours operadoras con la calificación más alta.

Tabla 194 Puntuación total de cada distribuidor

Criterio	Porcentaje	El salvador xpedition		Inter Tours		Atekoli Tourism		Morazán Tour		Julio 's Tours	
		cal	total	cal	total	cal	total	cal	total	cal	total
PB	20%	2	0.4	2	0.4	2	0.4	2	0.4	1	0.2
GS	15%	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2
FR	10%	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	2	0.2
RO	20%	3	0.6	3	0.6	3	0.6	3	0.6	3	0.6
EX	25%	3	0.8	3	0.8	1	0.3	3	0.8	3	0.8
FP	10%	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
TOTAL			2.50		2.50		2.00		2.50		2.20

Fuente: Elaboración Propia

Criterio	Porcentaje	Ec tours el salvador		AVITOURS El Salvador		Cadisi Tours		Tour503		Explore El Salvador	
		cal	total	cal	total	cal	total	cal	total	cal	total
PB	20%	2	0.4	2	0.4	2	0.4	2	0.4	2	0.4
GS	15%	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2	1	0.2
FR	10%	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
RO	20%	3	0.6	3	0.6	3	0.6	2	0.4	3	0.6
EX	25%	3	0.8	3	0.8	3	0.8	1	0.3	3	0.8
FP	10%	2	0.2	2	0.2	3	0.3	2	0.2	2	0.2
TOTAL			2.40		2.40		2.50		1.70		2.40

Fuente: Elaboración Propia

Con base en lo anterior, es evidente que los distribuidores que han obtenido las mayores puntuaciones son:

- El Salvador Xpedition,
- Inter Tours,
- Morazán Tour
- Cadisi Tours.

Por consiguiente, estas empresas se seleccionan y se recomiendan como las opciones más adecuadas para la distribución de productos turísticos en San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

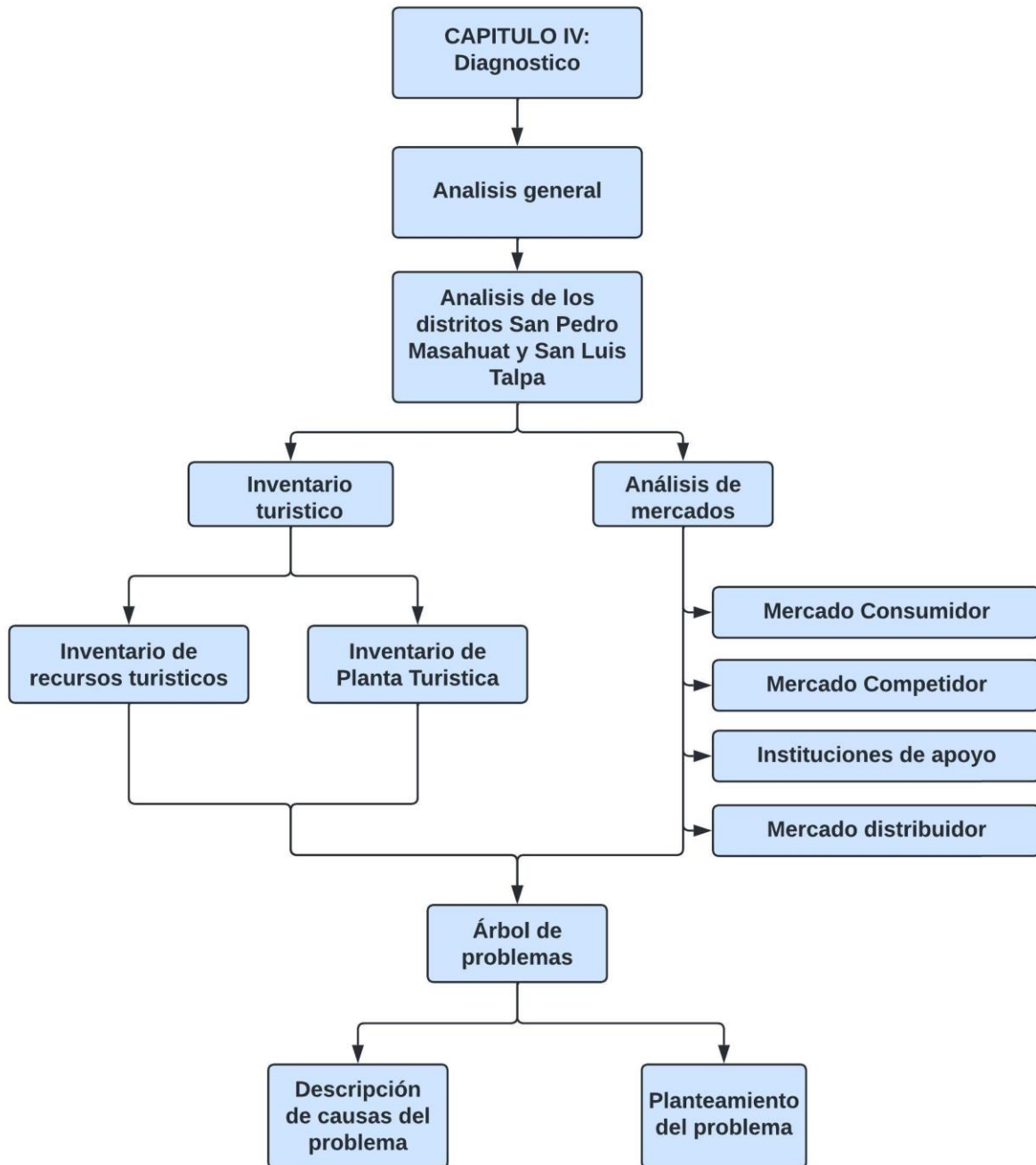
Esta decisión se fundamenta en sus destacadas calificaciones, que reflejan su capacidad y eficiencia en el manejo de la logística turística, asegurando así un servicio de alta calidad para los visitantes de estas localidades.

CAPITULO IV

DIAGNOSTICO

A. ESQUEMA DEL CAPITULO

Ilustración 171: Esquema de contenido del capítulo IV



Fuente: Elaboración Propia

B. ANALISIS DEL TURISMO EN LOS DISTRITOS

En el análisis de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, se tomará en cuenta los principales indicadores de desarrollo de cada distrito, la situación actual que cada uno tiene en materia del turismo y otros aspectos importantes que aporten al análisis.

1. Materia turística

- San Luis Talpa y San Pedro Masahuat en conjunto cuentan con 5 playas, lo que les permite incursionar en el auge del turismo de sol y playa que tiene el país.
- La gruta del cristo negro es uno de los principales atractivos con los que cuenta San Pedro Masahuat en su casco urbano, ya que atrae muchos feligreses, que tienen devoción al cristo negro.
- El cerro el tacuacín, representa uno de los recursos turísticos, que podría atraer una gran cantidad de turistas, si se explotara completamente.
- Bocana el pimental, al ser apoyada y explotada de mejor manera podría convertirse en uno de los atractivos más destacados de la zona costera de San Luis Talpa.
- El caso urbano de San Luis Talpa se encuentra lleno de pintorescos murales, que hacen muy agradable el ingreso al distrito.
- Playa San Marcelino, es una de las más conocidas de San Pedro Masahuat, debido a su cercanía a la costa del sol.
- Playa La Zunganera, se encuentran siendo mejorada con infraestructura, por parte de la alcaldía, muestra de ello es el malecón turístico que ha sido construido en está.

2. Datos e indicadores importantes sobre el desarrollo de los distritos.

Tabla 195: Datos e indicadores importantes sobre el desarrollo de los distritos.

Dato/ Característica	San Luis Talpa	San Pedro Masahuat	Fuente
Extensión Territorial	65.96 km ²	131.39Km ²	Censo Poblacional 2007
Población	21,675	25,446	Censo Poblacional 2007
Total, de alumnos en el distrito	5,893	5,405	Ministerio de Educación (MINED) 2023
Total, de docentes en el distrito	222	214	Ministerio de Educación (MINED) 2023
Índice de desarrollo humano	0.690	0.669	Almanaque 262
Índice de alfabetización	0.797	0.703	Almanaque 262
Esperanza de vida	68.4 años	67.2 años	Almanaque 262
Hogares con acceso a agua potable	63.9%	41.1%	Almanaque 262

Hogares con acceso a saneamiento por alcantarillado	20.6%	14.5%	Almanaque 262
Hogares con acceso a recolección	21.2%	11%	Almanaque 262

Fuente: Elaboración Propia

3. Análisis de la situación turística actual

A partir de la información obtenida sobre la situación interna de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, que abarca aspectos clave para su desarrollo turístico, como su ubicación geográfica, historia, recursos naturales, contexto económico, nivel educativo, población y organización de los actores locales, se ha realizado un análisis FODA. Este análisis destaca específicamente las fortalezas y debilidades de los distritos.

Tabla 196: Análisis FODA de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con cinco playas con gran potencial para ser aprovechadas turísticamente. • Las fiestas patronales de San Pedro Masahuat atraen una gran cantidad de turistas al territorio. • Playa El Pimental está incluida en una de las etapas del proyecto Surf City. • Playa San Marcelino está junto a la muy conocida Playa Costa del Sol. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen comités de desarrollo turístico en los distritos. • Los distritos son poco conocidos entre los turistas, por lo que se tiene baja afluencia de turistas hacia los atractivos turísticos de los distritos. • Los recursos naturales están mayoritariamente descuidados. • El servicio de agua potable no es constante en los distritos. • Los recursos turísticos que no forman parte de la zona costera no tienen condiciones adecuadas para recibir visitantes. • No hay un registro del flujo turístico en los distritos que permita utilizarlo como base para estrategias y proyecciones. • La infraestructura turística en los distritos es escasa. • Los distritos están en la cartera de muy pocas operadoras turísticas.

	<ul style="list-style-type: none"> • La alcaldía municipal carece de planes y programas para el desarrollo turístico de ambos distritos. • La municipalidad no cuenta con un departamento definido para atender temas referentes al turismo. • No existe organización entre los emprendedores de los distritos. • Insuficiente promoción y marketing del destino los distritos en mercados nacionales e internacionales.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión del resto de sus playas en la estrategia de Surf City. • El turismo de sol y playa es el más promocionado por el Gobierno de El Salvador. • Existen instituciones financieras que apoyan proyectos turísticos, especialmente a los emprendedores. • El aeropuerto internacional se encuentra en uno de los distritos, lo que facilita el acceso de turistas internacionales. • Organización de eventos y festivales locales para atraer a turistas durante todo el año. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los distritos no están preparados para recibir un alto flujo turístico en aspectos como estacionamientos, alojamiento, servicios básicos, etc. • La competencia de otros destinos turísticos más desarrollados puede desviar a los turistas potenciales.

Fuente: Elaboración Propia

4. Organización turística en los distritos

Dentro de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat se tiene lo siguiente:

- No se cuenta con una unidad de turismo que vele por el desarrollo turístico de los distritos.
- Solo existe 1 comité de desarrollo turístico y se ubica en Playa San Marcelino, en el resto del territorio no se cuenta con comités de desarrollo turístico.

5. Estimación de la afluencia turística en el distrito de San Pedro Masahuat

En el distrito de San Pedro Masahuat no se manejan estadísticas por parte de las instituciones de la afluencia turística que se tienen hacia los recursos turísticos, lo que no permite conocer rápidamente y de manera exacta la afluencia turística que se tiene en el distrito.

Con el propósito de tener datos sobre la afluencia hacia el distrito, se realizó un sondeo que permitiera conocer un poco la afluencia turística hacia los recursos turísticos del distrito, en el caso de San Pedro Masahuat, la búsqueda de información se realizó en Playa San Marcelino, puesto que es uno de los recursos más desarrollados del distrito, según información proporcionada por la ADESCO de San Marcelino, en temporada alta reciben aproximadamente 2,000 personas al día, mientras que en temporada baja la afluencia ronda entre 100 a 75 personas por día. Tomando como base estos datos, se realizará un cálculo de la afluencia turística al distrito, diferenciando entre temporada alta y temporada baja.

Tabla 197: Afluencia estimada de turistas a Playa San Marcelino en San Pedro Masahuat en Temporada Alta

Temporada alta		
Días	afluencia	total
<ul style="list-style-type: none"> • Semana Santa (7 días en abril), • Vacaciones de agosto (7 días), • Última semana de diciembre y primera semana de enero (14 días). 	2,000 personas/día.	56,000 personas.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 198: Afluencia estimada de turistas a Playa San Marcelino en San Pedro Masahuat en Temporada Baja

Temporada alta		
Días	Afluencia	Total
365 días - 28 días (temporada alta) = 337 días.	Promedio 88 personas/día.	29,656 personas.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 199: Afluencia estimada de turistas a Playa San Marcelino en San Pedro Masahuat

Afluencia total	
Afluencia anual	85,656
Afluencia mensual	7,138

Fuente: Elaboración Propia

La afluencia turística mensual en san Marcelino es aproximada de 7,138 personas al mes y anualmente de 85,656 personas.

6. Estimación de la afluencia turística en el distrito de San Luis Talpa

En el distrito de San Luis Talpa no se manejan estadísticas por parte de las instituciones de la afluencia turística que se tienen hacia los recursos turísticos, lo que no permite conocer rápidamente y de manera exacta la afluencia turística que se tiene en el distrito.

Con el propósito de obtener información sobre la afluencia turística que se tienen en los recursos turísticos más desarrollados de San Luis talpa, se desarrolló un sondeo en el que se consultó a comerciantes del Malecón de playa la Zunganera sobre la afluencia turística que se tiene en este, y ellos manifiestan que en temporada alta reciben aproximadamente entre 1,500 a 2,000 personas a la semana, mientras que en temporada baja de 100 a 300 personas a la semana en temporada baja.

Este sondeo también se realizó en la Bocana El Pimental y los comerciantes manifiestan que en temporada alta reciben aproximadamente 3,000 visitantes por día, especialmente en fin e inicio de año, mientras que en temporada baja reciben entre 200 a 300 personas los fines de semana, puesto que en los días de semana la afluencia es mínima o a veces nula.

Tomando como base estos datos, se realizará un cálculo de la afluencia turística al distrito, diferenciando entre temporada alta y temporada baja.

Tabla 200: Afluencia turística estimada a malecón de playa la Zunganera y Bocana El Pimental San Luis Talpa en temporada alta

TEMPORADA ALTA		
Días	Afluencia	Total
<ul style="list-style-type: none"> Semana Santa (7 días en abril) Vacaciones de agosto (7 días) Ultima semana de diciembre y primera semana de enero (14 días). 	22,500 a 23,000 personas/semana.	90,000 a 92,000 personas.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 201: Afluencia turística estimada a malecón de playa la Zunganera y Bocana El Pimental San Luis Talpa en temporada baja.

TEMPORADA BAJA		
Días	Afluencia	Total
48 semanas de temporada baja	500 a 900 personas/semana.	24,000 a 43,200 personas.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 202.: Afluencia turística estimada mensual y anual al malecón de playa la Zunganera y Bocana El Pimental

AFLUENCIA TOTAL	
Afluencia anual	114,000 a 135,200
Afluencia mensual	9500 a 11,267

Fuente: Elaboración Propia

La afluencia turística mensual combinada en San Luis Talpa, considerando el Malecón de Playa La Zunganera y Bocana El Pimental, es aproximada de 9500 a 11,267 personas al mes y anualmente de 114,000 y 135,200 personas.

C. ANALISIS DEL INVENTARIO TURISTICO

Los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, los cuales han sido clasificados y jerarquizados, según la metodología propuesta por la OEA-CICATUR para realizar el inventario turístico, para ello se realizaron los siguientes pasos:

- En primer lugar, se clasificaron los recursos turísticos según su categoría, tipo y subtipo correspondiente.
- Como segundo paso, se llevó a cabo una priorización cuantitativa de los recursos turísticos. Para ello, se definieron criterios que permitieron evaluar la representatividad y el potencial de cada uno de los recursos turísticos en los distintos distritos.
- El tercer paso consistió en completar una ficha de inventario para cada recurso turístico, en esta ficha se presenta de manera ordenada la información más relevante de cada uno de ellos.
- En el cuarto paso se evaluó cada recurso turístico para determinar su grado de jerarquía, para este propósito, se diseñó una ficha de evaluación que incluye una serie de criterios característicos de los recursos turísticos.

A continuación, se presenta, el inventario turístico que obtenido.

Tabla 203: Resultado del inventario turístico

Recurso	Categoría	Jerarquía	Priorización
Ausoles	Sitios naturales	III	Recurso sin diferenciación
Mirador natural Buena Vista	Sitios naturales	I	Recurso sin diferenciación
Playa Las Hojas	Sitios naturales	IV	Recursos estratégicos
Playa San Marcelino	Sitios naturales	IV	Recursos estratégicos
Cerro El Tacuazín	Sitios naturales	III	Recursos que impulsar en el mediano plazo
Rio Sepaquiapa	Sitios naturales	II	Recurso sin diferenciación
Playa Amatecampo	Sitios naturales	IV	Recursos estratégicos
Playa La Zunganera	Sitios naturales	IV	Recursos estratégicos
Las Bocanitas	Sitios naturales	III	Recursos que impulsar en el mediano plazo
Playa Pimental	Sitios naturales	IV	Recursos estratégicos
Parroquia San Luis Rey de Francia	Folklore	III	Recursos estratégicos
Parroquia San Pedro Apóstol	Folklore	IV	Recursos estratégicos

La gruta del cristo negro	Folklore	III	Recursos estratégicos
Casa de Jesús	Folklore	III	Recursos estratégicos
Parque Municipal de San Luis Talpa	Museos y manifestaciones culturales	III	Recurso de salida
Plaza El Carmen	Museos y manifestaciones culturales	III	Recursos estratégicos
Museo Municipal	Museos y manifestaciones culturales	III	Recursos estratégicos
Parque Rigoberto Rodezno	Museos y manifestaciones culturales	III	Recursos estratégicos
Plaza El Hermano Lejano	Museos y manifestaciones culturales	III	Recurso de salida
Fiestas Patronales de San Luis Talpa	Acontecimientos programados	IV	Recursos estratégicos
Fiestas Titulares y Patronales de San Pedro Masahuat	Acontecimientos programados	IV	Recursos estratégicos
Festival del Sambo y Camarón	Acontecimientos Programados	III	Recursos que impulsar en el mediano plazo
Festival del loroco y el plátano	Acontecimientos Programados	III	Recursos que impulsar en el mediano plazo
Bocana El Pimental	Sitios Naturales	III	Recurso de salida
Noches de playa en San Marcelino	Acontecimientos Programados	IV	Recurso estratégico
Festival de la piscucha	Acontecimientos Programados	III	Recursos que impulsar en el mediano plazo
Bocana del rio Jiboa	Sitios Naturales	II	Recursos sin diferenciación

Fuente: Elaboración Propia

Gran parte de los recursos que pertenecen a la jerarquía IV corresponden a playas o festividades que se realizan en la playa, por otra parte, se encuentran algunos festivales que deben ser impulsados en el mediano plazo para que estos logren atraer una mayor cantidad de visitantes hacia los distritos, para el desarrollo del plan, se consideraran únicamente recursos que pertenezcan a la jerarquía III y IV.

Planta turística

A continuación, se presenta la planta turística de los distritos;

Tabla 204: Resumen de planta turística de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat

CATEGORIA	NOMBRE DEL ATRACTIVO
Alojamiento	Hotel Estero y Mar
	Pato Canales Hotel & Resort
	Hotel y restaurante Pimental Beach
	Argueta-Hotel
	Quality Hotel Real Aeropuerto
	Rancho Costanova2
	Princess One
	Rancho Brisas del Mar
	Las Hojas Resort & Beach Club
	Hojas Eco Villas
	Hotel Pacifico Azul
	Hotel Amaré Mar
Alimentación	The Corner Restaurant
	Restaurante Yesenia
	Restaurante Kenny Mar
	La Cabaña del Padrino
	Restaurante JU-RU
Otros Servicios	Centro recreativo Masahat
Esparcimiento	Estadio Ing. José Alvarenga

Fuente: Elaboración Propia

La planta turística del distrito es limitada, tomando en cuenta la extensión territorial de los distritos, y su vasta extensión costera, en los distritos se encuentran el Hotel Quality y Argueta hotel, que se encuentran dirigidos a las personas que arriban al país provenientes del aeropuerto Internacional, mientras que en las costas se cuenta con una oferta limitada, en ambos distritos, puesto que en el caso de las playas de San Luis Talpa, solo se cuenta con 5 establecimientos aptos para brindar alojamiento y alimentación a los visitantes, y en el caso de San Pedro Masahuat, en Playa San Marcelino se cuenta con 2 restaurantes y 1 hotel, mientras que en playa las hojas se cuenta con 2 hoteles, y en la carretera que conduce hacia playa las hojas se puede encontrar algunos restaurantes que ofrecen servicio de alimentación y cuentan con piscinas para la diversión de los visitantes. el casco urbano, el acceso a alimentación en restaurantes es escaso, en San Pedro Masahuat, encuentra el restaurante JURU y el centro recreativo Masath y en el caso de San Luis Talpa, solo se encuentran establecimientos de comida rápida y The Corner Restaurant.

D. ANALISIS DE MERCADOS

1. Análisis de mercado consumidor

a) Turista Nacional

Conocer el perfil del turista es fundamental porque proporciona elementos clave para planificar y desarrollar productos y servicios especializados que satisfagan las necesidades de los visitantes, además, comprender la experiencia de viaje permite diseñar mejoras que enriquezcan la vivencia en el destino.

La información obtenida de este estudio será útil para formular estrategias de comercialización, desarrollar productos que se adapten a los hábitos de viaje, y tener conocimiento de los índices de satisfacción del cliente, lo cual aportará datos valiosos para mejorar la calidad de los servicios y la percepción de los turistas

Tomando en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta y el estudio de la competencia, se determinaron los gustos y preferencias de los turistas al momento de visitar un sitio turístico, estos se presentan a continuación.

Tabla 205: Análisis del segmento turista nacional

ITEM	RESPUESTA
Tipo de turismo que prefiere	Turismo de sol y playa y turismo cultural.
Actividades que prefiere	Visitar playas, visitar pueblos
Con quien realiza turismo	Con familia
Elementos importantes al momento de realizar turismo	Los principales elementos, son el clima del lugar, las actividades que se ofrecen en el lugar y la seguridad en la zona
Medios por los que se informa sobre destinos turísticos	El principal medio por el cual se informan son las redes sociales.
Gasto promedio en sus salidas	Más del 73% gasta más de \$40 dólares
Razones por las que no ha visitado San Pedro Masahuat	Las razones principales son que no ha escuchado de él y que carece promoción que lo haga atractivo.
Razones por las que no ha visitado San Luis Talpa	Las razones principales son que no ha escuchado de él y que carece promoción que lo haga atractivo.
Que le gustaría se ofertara en un destino turístico de sol y playa	Alojamiento y restaurantes, es lo que esperan encontrar.
Que le gustaría se ofertara en un destino turístico cultural	Variedad gastronómica y recorridos guiados es lo principal.

Fuente: Elaboración Propia

Se tomo el mercado de turista nacional, de manera completa, y se logró determinar que el grupo familiar es el principal, grupo de personas con el que las personas realizan turismo, por lo que se orientaran propuestas dirigidas a satisfacer a este tipo de turista, es decir el segmento familia.

b) Turista Extranjero

En caso a futuro se desee generar productos enfocados al público extranjero, hay que tener en cuenta los gustos y preferencias del consumidor extranjero.

Tabla 206: Análisis de características del turista extranjero

CONCEPTO	RESULTADO
Segmento	Turista extranjero que visita el país
Características	Personas entre 20 y 69 años
Destinos preferidos	Los destinos preferidos son las playas, las montañas y pueblos (ISTU)
Elementos importantes al elegir un lugar turístico	Seguridad, precios accesibles y atractivos del lugar.
Medios por el cual se entera de lugares turísticos	Redes sociales, páginas web.
Información general.	<ul style="list-style-type: none"> • Viaja por visitar a familiares y amigos y también por vacaciones, recreo y ocio (SITCA) • La estadía promedio en el país es de 8.5 noches (CORSATUR)

Fuente: Elaboración Propia

2. Análisis de mercado competidor

Al analizar la competencia turística del distrito de San Luis y San Pedro Masahuat en relación con el plan de desarrollo turístico, se identificaron los distritos mejor posicionados en términos de turismo, estos distritos se clasificaron en Directos, Indirectos y Sustitutos, según los servicios turísticos que ofrecen, además, se determinaron los principales aspectos positivos y negativos de cada uno, incluyendo sus fortalezas y debilidades.

Las fortalezas incluyeron la riqueza natural y cultural, la infraestructura turística ya establecida, y la promoción activa de eventos y actividades que atraen a turistas tanto locales como internacionales. Sin embargo, también se identificaron debilidades como la falta de inversión en nuevas infraestructuras, problemas de mantenimiento de las áreas turísticas, y la insuficiente capacitación del personal en el sector servicios.

Los principales competidores identificados para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa son los siguientes.

Tabla 207: Principales competidores de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa

Distrito	Características
San Luis la Herradura	Destacado por sus playas y actividades acuáticas.
Suchitoto	Reconocido por su rica historia y cultura.
La Libertad	Famoso por su puerto y surf.
Tamanique	Atractivo por sus cascadas, playas y rutas de ecoturismo.
San Salvador	La capital, con una amplia oferta cultural y de entretenimiento.
Chiltiupán	Apreciado por sus playas y por vistas panorámicas
Panchimalco	Culturalmente rico con tradiciones indígenas.
Conchagua	Ubicado en las faldas del volcán Conchagua, ideal para el ecoturismo.
Alegría	Conocido por su laguna y ambiente relajante.

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se presentará un resumen de las fortalezas y debilidades principales identificadas en relación con el turismo de cada uno de los distritos que forman parte de la competencia turística de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, mencionada anteriormente:

Tabla 208: Fortalezas y debilidades de los distritos competidores de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat

Distritos	Debilidades	Fortalezas
San Luis la Herradura	<ul style="list-style-type: none"> No tiene la misma promoción turística que otros destinos más conocidos. La oferta turística está centrada principalmente en las playas, faltando diversificación en actividades culturales y de aventura. La infraestructura existente requerir mantenimiento y actualización. 	<ul style="list-style-type: none"> Cuenta con hermosas playas en la costa del Pacífico. Tiene una rica biodiversidad y oportunidades para el ecoturismo, incluyendo observación de aves y exploración de manglares Tiene. Una variedad de opciones de alojamiento, desde resorts de lujo hasta hospedajes más modestos.

<p>Suchitoto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Poca publicidad y promoción. • Falta de vinculación entre área rural y urbana. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo turístico con responsabilidad ambiental, social, cultural y económico. • Brinda oportunidad y apoyo a emprendedores aun foráneos del distrito. • Buena infraestructura turística y desarrollo de la cultura
<p>La Libertad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Algunas áreas aún necesitan mejoras significativas en términos de mantenimiento y acondicionamiento de sus instalaciones turísticas • Poco interés en el tema de inocuidad por parte de los negocios informales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con un centro de atención al turista (CAT) • Sus hermosas playas, ideales para el surf y otras actividades acuáticas • Adecuado mantenimiento y señalización de las vías de acceso • Instalaciones modernas y bien organizadas para el comercio turístico
<p>Tamanique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Poco apoyo a pequeños y medianos emprendedores en financiamientos. • Desaprovechamiento las características turísticas de la zona no costera del distrito. • Desaprovechamiento de los cultivos de la zona para crear afluencia turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Buen mantenimiento y señalización de vías de acceso • Diversidad de recursos naturales para potenciar el turismo. • Sus atractivos naturales se encuentran conservados.

<p style="text-align: center;">San Salvador</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tráfico intenso y la congestión en las principales vías de la ciudad pueden dificultar la movilidad de los turistas • Algunas áreas de la ciudad carecen de infraestructura adecuada para el turismo, como señalización turística, mantenimiento de espacios públicos y accesibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dispone de una amplia variedad de servicios turísticos como hoteles, restaurantes, centros comerciales y transporte público • Cuenta con una rica historia y patrimonio cultural, incluyendo edificios históricos, museos y monumentos • Una amplia gama de opciones de entretenimiento y compras, incluyendo modernos centros comerciales, cines, y zonas de entretenimiento nocturno.
<p style="text-align: center;">Chiltuipan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las condiciones de los accesos a los recursos, ya que se necesitan vehículos de doble tracción. • Poco conocimiento de las diferentes playas del distrito. • Poca infraestructura turística del distrito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica muy estratégica • Limitar con distritos reconocidos turísticamente • Poseer zona costera y montañosa con vocación turística • Tiene una alta riqueza histórica y cultural, que data de la colonización española • Existencia de uno de los primeros asentamientos indígenas del país.

<p>Panchimalco</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de desarrollo completo de infraestructuras turísticas modernas como hoteles y restaurantes • Aunque cercano a la capital, el acceso a Panchimalco puede verse afectado por infraestructuras viales menos desarrolladas 	<ul style="list-style-type: none"> • Rica herencia cultural con festividades tradicionales como la Fiesta de los Cristo y artesanías únicas como las máscaras talladas en madera • Conservación de la arquitectura colonial, destacando la Iglesia de San Juan Bautista del siglo XVI, que atrae a visitantes interesados en la historia y la cultura local • Celebración activa de eventos culturales y religiosos.
<p>Conchagua</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La oferta de hoteles y hospedajes es limitada • Falta de promoción y marketing turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona de volcán de Conchagua desarrollada turísticamente. • Relación cercana y de apoyo entre Alcaldía y empresarios del distrito. • Rica herencia cultural, con tradiciones y festividades • Está cerca de la costa, ofreciendo acceso a playas atractivas y actividades acuáticas.

Alegría	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de promoción efectiva a nivel nacional e internacional. • Carreteras y accesos que requieren mejoras para facilitar la llegada de visitantes. • Limitada oferta de hoteles, restaurantes y otros servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un clima templado que es ideal para el turismo durante todo el año, favoreciendo actividades al aire libre. • Celebraciones y festivales que reflejan la cultura local • Edificios y calles con un valor histórico significativo • La cercanía a volcanes proporciona rutas de senderismo y vistas panorámicas.
----------------	--	--

Fuente: Elaboración Propia

3. Análisis de instituciones de apoyo

El mercado proveedor o instituciones de apoyo con respecto al área de turismo hace referencia a todos aquellos proveedores de bienes y servicios, así como a las organizaciones que ofrecen apoyo y facilitan el funcionamiento y desarrollo de la industria turística. Estas entidades desempeñan roles fundamentales para asegurar que los destinos turísticos operen de manera eficiente, atractiva y sostenible.

Las instituciones de apoyo en turismo juegan un papel crucial al proporcionar capacitación, investigación, promoción y asistencia técnica, contribuyendo así al crecimiento económico, cultural y social de las comunidades vinculadas al turismo.

Por lo tanto, el objetivo principal del mercado Proveedor o Instituciones de Apoyo Turístico es facilitar y fortalecer el desarrollo sostenible y competitivo de la industria turística mediante la provisión de servicios, productos, apoyo logístico, promoción, capacitación y prácticas responsables y eficientes.

En el presente trabajo este mercado se desglosa en 4 partes siendo estas las siguientes:

- Instituciones que brindan capacitaciones turísticas.
- Instituciones que brindan servicio de seguridad turística.
- Instituciones que brindan soporte económico.
- Instituciones que brindan soporte de calidad.

A continuación, se hará una breve descripción de como estas instituciones ayudan al área de turismo en el país y sobre todo como pueden ayudar en el estudio en sí, correspondiente a los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

Instituciones que brindan capacitaciones turísticas: El objetivo principal de estas instituciones es preparar a individuos o empresas con las competencias necesarias para contribuir al desarrollo sostenible y competitivo del sector turístico, beneficiando de esta manera tanto a los profesionales como a las comunidades receptoras de turismo.

En este caso las instituciones principales que brindan capacitaciones con referente al área de turismo son las siguientes:

- Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).
- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE).

Además, en este apartado también se toman en cuenta las instituciones que se encargan de formar profesionales en el área de turismo, a continuación, se mencionaran algunas de ellas:

- Universidad Don Bosco.
- Universidad Francisco Gavidia.
- Universidad Dr. José Matías Delgado.
- Universidad Tecnológica de El Salvador.
- ITCA-FEPADE.

Instituciones que brindan seguridad turística: Estas instituciones tiene como objetivo primordial proteger a los visitantes y fortalecer la reputación y competitividad de los destinos turísticos mediante la implementación de medidas efectivas de seguridad y la promoción de una cultura de prevención y respuesta adecuada ante cualquier eventualidad, en El Salvador actualmente solo existe la POLITUR que es la encargada de la seguridad turística del país cabe recalcar que no es todo los sitios turísticos se encuentra la POLITUR, pero siempre se cuenta con el apoyo de la Policía Nacional Civil (PNC).

Instituciones que brinda soporte económico: Estas instituciones son las encargadas de brindan soporte económico además de proporcionar asistencia financiera, subsidios, préstamos u otros tipos de recursos económicos a empresas, emprendedores y proyectos turísticos, con el propósito de fomentar el crecimiento, la innovación, la sostenibilidad y la diversificación del sector turístico, en nuestro país podemos hacer mención del Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL) quien se encarga de ayudar en el desarrollo económico y social del país, brindando

apoyo financiero y técnico a los sectores productivos para impulsar su crecimiento y competitividad, a través de una oferta oportuna, inclusiva y sostenible.

Instituciones que brindan soporte de calidad: Estas instituciones se encargan de asegurarse que los servicios, productos y experiencias ofrecidos por los proveedores turísticos cumplan con altos estándares de excelencia y satisfacción del cliente, estas instituciones trabajan para establecer y promover normativas, certificaciones, capacitaciones y programas de mejora continua que ayuden a los negocios turísticos a alcanzar niveles superiores de calidad en sus operaciones y servicios.

Además, que estas instituciones también cuentan con un papel importante en el desarrollo sostenible del turismo, ya que ayudan, promoviendo prácticas responsables que respeten el medio ambiente, la cultura local y los diferentes sitios turísticos, al incentivar la adopción de estándares de calidad, estas instituciones contribuyen a la competitividad del sector turístico a nivel global, asegurando que los destinos sean atractivos y rentables a largo plazo.

En El Salvador la institución encargada de velar por las normativas de calidad es el Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN) la cual tiene como fin promover y coordinar la elaboración, adopción y aplicación de normas técnicas en el país, para mejorar la calidad, seguridad y competitividad de productos y servicios, esto también aplica al área de turismo.

4. Análisis de mercado distribuidor

La distribución turística puede hacerse de dos maneras principales: directa e indirecta.

En la distribución directa el principal medio de comercialización de productos turísticos es el internet, este tipo de distribución permite a las empresas turísticas llegar directamente al cliente final. Además, la distribución directa a través de Internet permite a las empresas recopilar datos valiosos sobre las preferencias de los clientes, lo que puede utilizarse para mejorar la oferta de productos y estrategias de marketing.

Por otro lado, en la distribución indirecta, los productos turísticos son comercializados a través de empresas intermediarias, como pueden ser agencias de viajes y tours operadores, estas empresas actúan como representantes de los proveedores de servicios turísticos, con lo que proporcionan a los clientes toda la información necesaria sobre las opciones disponibles. En este tipo de distribución las empresas intermediarias desempeñan un papel en la compra de productos turísticos, ya que ofrecen asesoramiento, paquetes personalizados y servicios adicionales al cliente.

Es importante señalar que los operadores turísticos pueden incluirse en ambos canales de distribución, esto depende de cómo ofrezcan sus servicios en algunos casos, estos operadores pueden vender sus paquetes y servicios directamente al cliente final a través de sus propias plataformas en línea y en otros casos, los operadores turísticos colaboran con agencias de viajes y otros intermediarios para distribuir sus productos.

Al realizar el estudio del mercado de distribución de servicios turísticos a nivel nacional mediante un sondeo aplicado a diversas empresas de tour operadoras, complementado con una investigación secundaria, este enfoque permitió identificar varios hallazgos que proporcionan una visión clara del estado actual del mercado distribuidor.

A continuación, se detallan estos hallazgos:

- Los operadores turísticos nacionales ofrecen dos categorías de paquetes turísticos: uno personalizado según las preferencias y presupuesto del cliente, y otro que consiste en paquetes predefinidos diseñados por la misma empresa operadora, la segunda opción es la más extendida y proporciona itinerarios completos que incluyen servicios como alojamiento, transporte y actividades planificadas
- Las empresas dedicadas a la distribución de servicios turísticos a lo largo del país fomentan actividades de turismo cultural, ecoturismo, gastronómico y de aventura.
- Las principales rutas turísticas preferidas por las empresas tour operadoras en el mercado nacional incluyen la Ruta de las Flores, la Ruta Sol y Playa, la ruta arqueológica, así como la Ruta de los Volcanes.
- Las empresas tour operadoras ofrecen paquetes turísticos que abarcan una amplia gama de tipos de turistas, con el turista nacional como su cliente principal, pero también atienden a turistas extranjeros.
- La mayoría de las empresas tour operadoras tienen paquetes turísticos predefinidos disponibles para ofrecer, tanto a nivel nacional como internacional.
- Los tours operadores nacionales priorizan ciertas características clave al seleccionar los destinos turísticos que incluyen en sus ofertas. Siendo estas las siguientes: accesibilidad, oferta turística diversa, seguridad y alta demanda turística.

Además, se elaboró una evaluación de los tours operadores entrevistados para determinar las empresas que se tomarían en cuenta para distribuir los diferentes productos turísticos que ofrecen los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat. siendo los criterios los siguientes:

Tabla 209: Criterios de mercado distribuidor

Criterio	Simbología	Descripción	Porcentaje
Publicidad	PB	La empresa debe tener presencia en redes sociales o contar con un sitio web activo.	20%
Garantías y Seguros	GS	La empresa debe garantizar la protección y seguridad de los turistas ante cualquier eventualidad.	15%
Formalidad	FR	La empresa debe estar legalmente registrada y constituida formalmente.	10%
Rutas Ofertadas	RO	Debe ofrecer rutas turísticas variadas que combinen incluyan cultura y sol y playa.	20%
Experiencia	EX	La empresa debe tener un mínimo de 3 años de experiencia en el sector turístico.	25%
Formas de Pago	FP	Debe ofrecer múltiples opciones de pago para los clientes.	10%

Fuente: Elaboración Propia

Después de realizar la evaluación los tours operadoras con mayor puntuación son las siguientes:

- El Salvador Xpedition,
- Inter Tours, Morazán Tour
- Cadisi Tours.

Por consiguiente, estas empresas se seleccionan y se recomiendan como las opciones más adecuadas para la distribución de productos turísticos en San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

E. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. Principales hallazgos en diagnóstico.

a) Turismo en los distritos

Dentro de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, solo existe un comité de desarrollo turístico y es únicamente de la Playa San Marcelino, en el resto del territorio de los distritos, no se tiene comités de desarrollo turístico.

Dentro de la municipalidad, no se cuenta con un amplio interés por formar personal en temas turísticos.

En los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, no se cuenta con unidad de turismo, que se encargue del manejo del turismo,

El acceso al agua dentro de los distritos es irregular puesto que según el Almanaque 262 solo el 41.1% de los hogares de San Pedro Masahuat tienen acceso a este, y el 63.9% tiene acceso en el caso de San Luis Talpa.

Dentro de los distritos no se cuenta con registro del flujo turístico en los distritos, por lo que no se puede llevar un control exacto de la afluencia turística.

Las estimaciones de la afluencia turística a los distritos arrojan que Playa San Marcelino recibe un aproximado de 85,656 turistas al año y La Bocana El Pimental y Playa la Zunganera reciben un estimado de 114,000 a 135,200 turistas al año.

b) Inventario turístico

Dentro del distrito se tienen 27 recursos turísticos, de los cuales 15 son recursos estratégicos, pero estos no se están desarrollando de manera adecuada ya que en estos se tiene carencia de infraestructura turística adecuada.

En cuanto a planta turística los distritos cuentan con 12 opciones de alojamiento, 5 de alternativas de alimentación, 1 centro recreativo y 1 espacio de esparcimiento, dicha planta turística se vuelve escasa, considerando la extensión territorial que tiene los distritos.

c) Mercados turísticos

El turismo preferido por las personas es el de Sol y Playa, seguido de cerca por el turismo de cultura, siendo la familia las personas con las que más realizan turismo.

El principal medio por el cual se informan los turistas sobre los destinos turísticos, son las redes sociales, siendo los elementos más importantes para elegir un destino el clima del lugar, las actividades que se ofertan y la seguridad de la zona.

Dentro del mercado competidor se encontraron 9 competidores directos para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, los cuales son: San Luis La Herradura, Suchitoto, La Libertad, Tamanique, San Salvador, Chiltuipan, San Salvador, Chiltuipan, Panchimalco, Conchagua, Alegría.

Dentro de las instituciones que brindan apoyo, se tienen divididas en 4 tipos de servicios en los que brindan apoyo, los cuales son:

- **Capacitación turística:** CORSATUR, CONAMYPE, ITCA-FEPADE, Universidad Don Bosco, Universidad Francisco Gavidía, Universidad José Matías delgado, Universidad tecnología de El Salvador.
- **Seguridad turística:** POLITUR
- **Soporte económico:** BANDESAL,
- **Soporte de calidad:** OSN

2. Matriz de Involucrados

Tabla 210 Matriz de involucrados del plan

ACTORES	INTERES	RECURSO	POSICIÓN	ESTRATEGIAS
Alcaldía Municipal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Generar desarrollo turístico local sostenible. ▪ Preservación de la cultura. ▪ Creación de empleos para pobladores ▪ Aumento del reconocimiento turístico de los distritos. ▪ Incremento de los ingresos de los distritos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de realizar gestiones. ▪ Infraestructura pública. ▪ Espacios y áreas recreativas. 	A favor	<p>Elaborar programas en los que se involucren a emprendedores locales y externos del distrito</p> <p>Generar programas de desarrollo turístico que incluyan los atractivos turísticos de ambos distritos.</p>
Población de de San Pedro Masahuat, y San Luis Talpa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oportunidades laborales ▪ Mejora en la calidad de vida. ▪ Oportunidades de inversión. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mano de obra ▪ Conocimientos sobre su cultura. 	A favor	Realizar jornadas de difusión de los beneficios que traería el desarrollo del turismo sostenible en los distritos.
Comercios locales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incremento de clientes y ventas. ▪ Crecimiento de sus negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Productos y servicios locales. ▪ Capital de trabajo 	A favor	Facilitar la concepción de permisos para la ampliación de comercios ya existente y la apertura de nuevos.
Turistas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencias auténticas y seguras. ▪ Actividades para divertirse sanamente. ▪ Diversidad de oferta turística. ▪ Accesibilidad a los atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poder adquisitivo. ▪ Capacidad de promocionar los distritos recomendándolo a otros turistas. 	A favor	<p>Crear campañas informativas que den a conocer la oferta turística de los distritos.</p> <p>Generar indicadores que permitan medir la satisfacción del turista con respecto los atractivos turísticos de los distritos.</p>

Competencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Captar turistas. ▪ Mantener su afluencia turística. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oferta turística diversificada. ▪ Apoyo de instituciones. ▪ Infraestructura. ▪ Comités de turismo. 	En contra	<p>Establecer alianzas estratégicas con destinos turísticos cercanos o complementarios para crear paquetes turísticos integrados que beneficien a ambas partes.</p> <p>Realizar una observación constante de los distritos competidores turísticos, para estar siempre a la vanguardia de las novedades.</p>
Agencias turísticas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumentar sus ofertas de destinos. ▪ Generar mayores ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Posicionamiento dentro del mercado. 	A favor	<p>Instaurar vías de dialogo fluidas que permitan brindar a las agencias, información actualizada de los destinos turísticos más destacados dentro de los distritos.</p>
Ministerio de Turismo (MITUR)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo y promoción del turismo. ▪ Impulsar el desarrollo económico y social. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recurso financiero. ▪ Alianzas con otros ministerios. ▪ Promoción y publicidad. ▪ Experiencia en el tema. 	A favor	<p>Trabajar en conjunto, brindando información acerca del acontecer que se tenga durante el desarrollo del plan de desarrollo turístico dentro de los distritos.</p>
Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atraer turismo a El Salvador. ▪ Atraer inversión nacional y extranjera. ▪ Promover los destinos atractivos del país. ▪ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recurso financiero ▪ Promoción y publicidad ▪ Alianzas regionales ▪ Recurso legal 	A favor	<p>Trabajar de la mano para fortalecer las capacidades de los actores locales, en materia del turismo sostenible.</p>

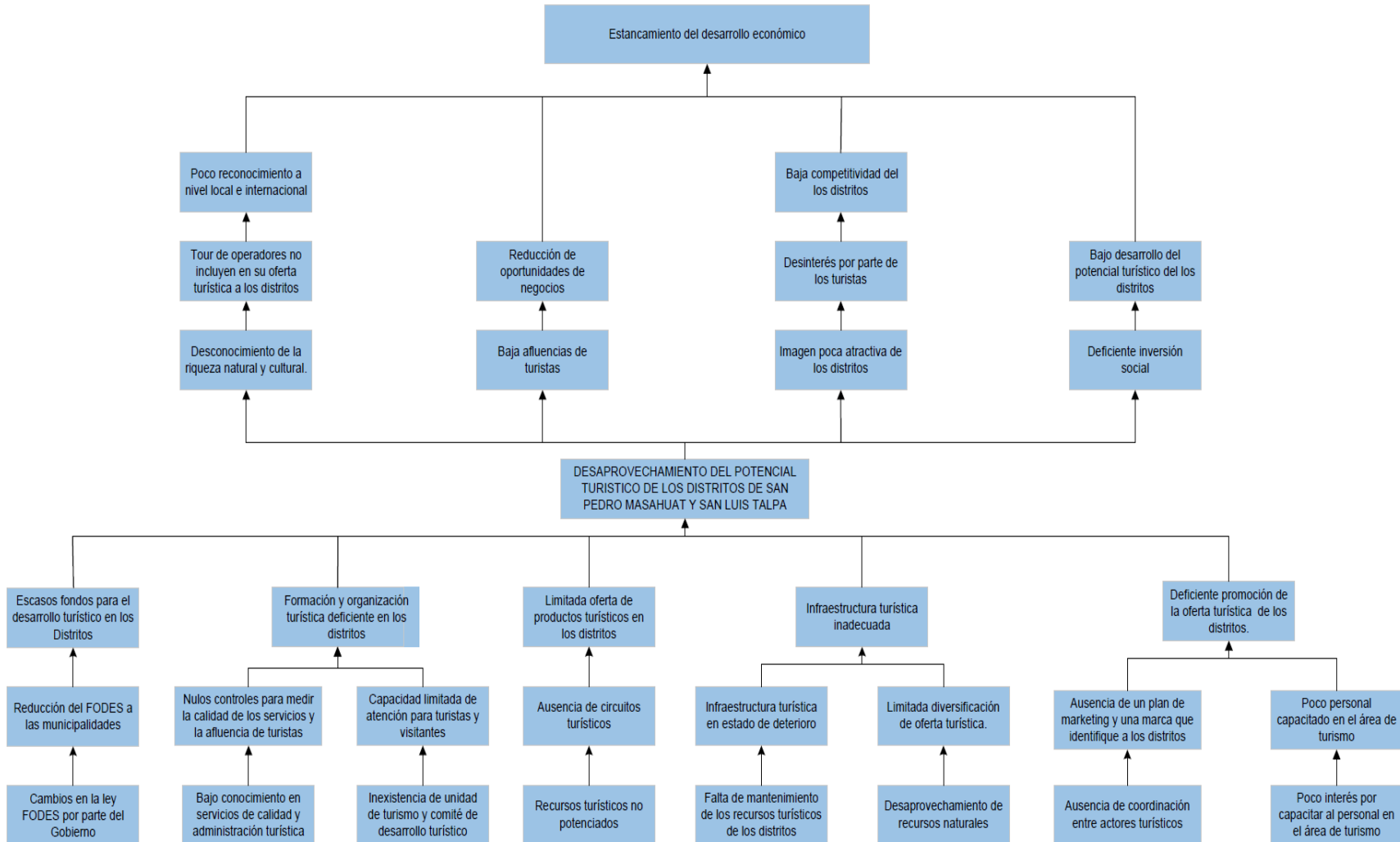
Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promover el crecimiento del sano esparcimiento dentro del país. ▪ Manejar la red de parques recreativos públicos de El Salvador. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Infraestructura turística. ▪ Recursos monetarios. ▪ Estadísticas sobre el rubro. 	<p style="text-align: center;">A favor</p>	<p>Informar sobre las acciones que se realizaran para el desarrollo turístico de los distritos, a fin de contar con el apoyo publicitario para los distritos y que estos sean contemplados en las estadísticas.</p>
Ministerio de medio ambiente y recursos naturales. (MARN)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conservación y protección del medio ambiente y recursos naturales ▪ Promover el turismo sostenible que beneficie tanto a la economía como al ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permisos Legales ▪ Conocimientos acerca de los impactos en la naturaleza 	<p style="text-align: center;">A favor</p>	<p>Brindar información acerca de los posibles impactos negativos en el medio ambiente que generara la explotación turística de los recursos naturales de los distritos y las acciones que se tomaran para su mitigación.</p>
Potenciales Inversionistas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Retorno financiero ▪ Desarrollo local ▪ Condiciones adecuadas para invertir. ▪ Recibir apoyo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capital financiero ▪ Experiencia en inversiones. 	<p style="text-align: center;">A favor</p>	<p>Generar incentivos que promuevan la inversión dentro del distrito, brindando facilidades legales y de financiamiento para el inversionista</p>
Universidad de El Salvador	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribuir con el desarrollo del territorio salvadoreño 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recurso humano capacitado. ▪ Conocimientos técnicos sobre diferentes ramas. 	<p style="text-align: center;">A favor</p>	<p>Recolectar información primaria para el desarrollo del plan turístico que se pretende realizar.</p>
Policía de Turismo (POLITUR)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brindar servicios de seguridad a los turistas nacionales y extranjeros. ▪ Velar por la seguridad de los destinos turísticos de los distritos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Personal capacitado en rescates y atención de emergencias. ▪ Equipo de seguridad. ▪ Equipos acuáticos y aéreos. 	<p style="text-align: center;">A favor</p>	<p>Estrechar lazos de cooperación con la institución para garantizar su apoyo en todo momento.</p>

CONMYPE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitar a los Emprendedores. ▪ Brindar asistencia por medio de sus programas dedicados a los jóvenes del país. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Personal especializado en capacitar emprendedores. ▪ Personal especializado para impartir capacitaciones en aspectos de turismo 	A favor	Crear programas para incentivar a los pobladores de los distritos a ser emprendedores, para ello se necesitará apoyo con programas de capacitación.
BANDESAL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brindar financiamiento directo a emprendedores de la micro y pequeña empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad financiera. ▪ Asesores especializados en finanzas. ▪ Programas de capacitación. 	A favor	Incentivar la creación de nuevos negocios y productos turísticos, mediante la búsqueda de financiamiento para los emprendedores.
CASATUR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordinar las actividades en el ámbito turístico del país. ▪ Estimular el desarrollo de los servicios turísticos del país. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mapa turístico ▪ Rutas turísticas 	A favor	Informar de las acciones a realizar, para que los distritos puedan ser incluidos dentro de sus mapas y rutas.
OSN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Normalizar la calidad turística en los establecimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento técnico en calidad turística. 	A favor	Motivar a los establecimientos nuevos y existentes a certificarse para ofrecer servicios de calidad al turista.

Fuente: Elaboración Propia

3. Árbol de problemas

Ilustración 172::Árbol de problemas



Fuente: Elaboración Propia

4. Análisis del árbol de problemas

a) Causas Principales

Escasos fondos para el desarrollo turístico del distrito

Con los recientes cambios dentro de los cambios que se han tenido en las políticas del manejo de fondo hacia las municipalidades, se tiene que el FODES ya no es percibido en su totalidad por las municipalidades, puesto que estas solo reciben el 25% y el 75% restante es manejando por la DOM, por lo cual las alcaldías no cuentan total libertad de fondos, para poder atender las necesidades de apoyo al turismo que se tiene dentro de los distritos.

Formación y organización turística deficiente

Dentro de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, no existe una unidad de turismo por lo que se observa una falta de conocimiento adecuado en la administración de los recursos turísticos, además no se cuentan con comités de desarrollo turístico para los distritos, solamente en playa San Marcelino.

Por lo que no se cuentan con iniciativas que permitan a los emprendedores y propietarios de negocios capacitarse en temas referentes a la atención al cliente y la calidad de los servicios, por lo que dentro de los distritos se observó mediante las visitas a los distintos atractivos turísticos, que no se cuenta con los conocimientos necesarios para poder atender a los turistas de la mejor manera y se llega a percibir un trato áspero hacia el turista, por lo que los distritos no logran destacar por la calidad de atención que ofrecen a los turistas que los visitan.

En los atractivos turísticos de los distritos se tiene una ausencia de controles sobre la afluencia de turistas, por lo cual no se cuentan con estadísticas sobre la afluencia turística hacia los mismos, por otra parte debido a la falta de capacitación en calidad de servicio y atención al cliente, no se cuenta con mecanismos para evaluar la experiencia de los visitantes durante su visita, todo esto contribuye a generar una mala atención al cliente.

Limitada oferta de productos turísticos en los distritos

Los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa cuentan con una gran riqueza de recursos y atractivos turísticos, al poseer un total de 27 de estos, los cuales en su mayoría no están siendo aprovechados y potencializados de la mejor manera, ejemplo de esto es el cerro el tacuazín y la gruta del cristo negro, ya que según lo encontrado en el inventario turístico de los distritos, estos poseen potencial para atraer a gran cantidad de personas, pero se encuentran siendo poco o nada aprovechados, lo que genera que dentro de los distritos se tenga una oferta limitada de

productos turísticos, puesto que no se cuenta con circuitos turísticos, que involucren a los atractivos y recursos turísticos en conjunto y permitan hacer de los distritos algo más atractivo para los turistas y mejorar la afluencia de turistas que se tiene hacia el distrito, puesto que según una estimación realizada acerca de la afluencia a Playa San Marcelino que es uno de los atractivos más desarrollados del distrito, es de 85,656 personas al año, cifra que permite tener un panorama acerca de la afluencia que tiene los atractivos del distrito, ya que si uno de los atractivos más desarrollados es visitado por menos de 90,000 personas al año, los atractivos no desarrollados y potencializados, recibirán cifras de visitantes considerablemente menores, situación que podría mejorar con la existencia de circuitos turísticos ya que en conjunto atraerían una mayor cantidad de turistas hacia los distritos, además, los 3 festivales que existen dentro de los distritos que son: Festival de la piscucha, festival del zambo y el camarón, festival del plátano y loroco, ya no se llevan a cabo por falta de apoyo por parte de la comuna.

Infraestructura Turística Inadecuada

Dentro de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, tiene un inventario turístico de 27 recursos turísticos y una planta turística compuesta por 19 atractivos, distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 211: Resumen planta turística

Planta turística							
Alojamiento	12	Alimentación	5	Esparcimiento	1	Otros servicios	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 212: Resumen inventario turístico

Inventario turístico							
Sitios Naturales	12	Folklore	4	Museos y manifestaciones culturales	5	Acontecimientos programados	6

Fuente: Elaboración propia

Se observa que en su mayoría el inventario está compuesto por sitios naturales, entre las que destacan sus 5 playas, las cuales no son explotadas en su totalidad ya que, si bien se cuenta con vías de acceso adecuadas, la señalización y la infraestructura turística presente en ellas no es la mejor, puesto que se encuentra descuidada, además al arribar a ellas, la oferta turística es limitada, ya que existen poca oferta de alimentación y de alojamiento ya que solo existen 2 restaurantes en playa San Marcelino y 2 hoteles, en el caso de playa el pimental se encuentran 2 hoteles y restaurantes, en la playa las hojas se encuentran 2 Resorts en playa la zunganera se cuenta con 1 pequeño hotel y 1 malecón en el que se encuentran algunos chalets que ofrecen

comida y en playa amatecampo, solo se encuentra 1 hotel, tomando en cuenta que en un destino de sol y playa los turistas según la encuesta del mercado consumidor la mayor parte los encuestados manifiesta que en un destino de sol y playa buscan encontrar variedad de alojamiento y restaurantes, y en las playas de los distritos no se cuenta con la infraestructura adecuada para recibir una gran cantidad de turistas.

Por otra parte, existen otros recursos como la gruta del cristo negro, la Bocana el pimental, Bocana del rio Jiboa, cerro el tacuazín, mirador natural buena vista y ausoles, en los que no se cuenta con ninguno de los servicios básicos es decir agua, energía y servicios sanitarios, siendo uno de los más necesarios el agua, pero debido a que el servicio de agua potable dentro de los distritos es irregular, en el caso de San Pedro Masahuat, solo el 41.1% de los hogares tienen acceso al agua potable, y en San Luis Talpa solo el 63.9% de los hogares cuentan con acceso al agua potable, lo que hace que se tenga mayor dificultad para colocarlo dentro de los recursos anteriormente mencionados,

Deficiente Promoción De La Oferta Turística De Los Distritos:

Como parte de la investigación realizada en los distritos, se tuvo contacto con personal de ambas alcaldías distritales, los cuales manifestaron que, debido a la reciente unificación de los distritos en un solo distrito, aun se tiene ausencia de coordinación entre los actores turísticos de los distritos, por otra parte se encontró que dentro de los distritos, no se cuenta con una unidad de turismo que se encargue de coordinar y generar planes que permitan aprovechar los recursos turísticos que los distritos poseen, esto contribuye a la ausencia de estrategias efectivas para dar a conocer lo que los distritos tienen por ofrecer, esto se refleja en la actual carencia de un plan de marketing dedicado a promover las atracciones turísticas en los distritos, por otra parte dentro de la alcaldía en la actualidad no se tiene mucho interés en crear la unidad de turismo que permita contar personal capacitado en el área de turismo, lo que lleva a que en los distritos se encuentre poco personal capacitado en el área de turismo, por lo que no se tienen los conocimientos adecuados y los medios para darle la promoción adecuada a la oferta turística que poseen los distritos, lo que se traduce en un desconocimiento de la oferta del distrito, esto se puede ver reflejado en la encuesta del mercado consumidor puesto que el 75% de los encuestados no ha visitado San Pedro Masahuat y el 53% no ha visitado San Luis Talpa, y la principal causa por la que no lo han visitado es porque no ha escuchado de los distritos, y por ende no conoce su riqueza natural y cultural, puesto que el 59% de las personas encuestadas lo manifestó.

b) Efectos principales

Desconocimiento de la Riqueza natural y cultural: La falta de conocimiento sobre la riqueza natural y cultural de los distritos resulta en que las operadoras turísticas, no lo incluyan en sus ofertas para los visitantes locales y extranjeros, esto se ve reflejado ya que en de las 10 tour operadoras tomadas en cuenta en el mercado distribuidor, solo 3 toman en cuenta a San Pedro Masahuat y solo 2 a San Luis Talpa, lo que a su vez, limita el reconocimiento de los distritos a nivel local e internacional, lo que a largo plazo impacta negativamente en su desarrollo económico y lo estanca, puesto que los distritos no son conocidos a nivel nacional, ya que, según los datos recopilados en la encuesta de mercado consumidor, el 59% de las personas que no han visitado los distritos es porque no ha escuchado de los distritos, y por ende no conoce su riqueza natural y cultural.

Baja afluencia de turistas: La baja afluencia de visitantes a los distritos se ve reflejada al hacer una comparativa entre los datos de afluencia turística en los distritos en estudio versus sus principales competidores, por ejemplo, el malecón del puerto de la Libertad, el cual es visitado por aproximadamente 1,514,000 personas al año, mientras que el malecón de playa La Zunganera en conjunto con Bocana El Pimental son visitados por aproximadamente 135,200 personas al año aproximadamente, por otra parte la playa el tunco del distrito de Tamanique es visitada por aproximadamente 252,500 personas al año, mientras que en Playa San Marcelino es visitada por aproximadamente 85,656 personas al año, al realizar esta comparativa se puede evidenciar la baja afluencia de turistas que se tiene hacia los distritos, ya que se han considerado para la comparativa de los recursos más destacables de cada distrito tanto de San Luis Talpa como de San Pedro Masahuat , esta baja afluencia genera que las oportunidades de negocio en los distritos se vean reducidas en el sector turístico, puesto que no se cuenta con un mercado de turistas, amplio y constante al cual ofrecer productos o servicios.

Imagen poco atractiva de los distritos: La falta de promoción de los destinos turísticos de los distritos hace que los distritos se vuelvan poco conocidos y no sean atractivos para los turistas, ya que estos no tienen conocimiento de la riqueza cultural y las hermosas playas que los distritos tiene para ofrecer, como resultado, los turistas pierden interés en visitar los distritos, lo que reduce la competitividad de los distritos en comparación con sus distritos aledaños.

Deficiente inversión Social: Al hablar con personal de la alcaldía de los distritos, expresaron que con la nueva distribución del FODES, se vuelve limitada la cantidad de dicho presupuesto que dedican a desarrollo turístico y que por su parte el ingreso de impuestos que tienen hacia la alcaldía en concepto de impuestos, son bajos, ya que dentro del distrito existen pocos

establecimientos turísticos que aporten fuentes de ingreso a la alcaldía, lo que limita los esfuerzos que esta puede realizar en concepto del desarrollo turístico de la región, más sin embargo siempre tratan de mantenerse un poco a la vanguardia, pero se vuelve importante aumentar el desarrollo turístico de los distritos, para poder generar fuentes de empleo para los pobladores y estos puedan percibir mayores ingresos económicos, para sustentar a su familias.

5. Enunciado del problema

Los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa poseen un enorme potencial turístico, dado que poseen un amplio corredor de playas, atractivos rurales, además, cuenta con una rica diversidad gastronómica, cultural y religiosa, si este potencial se promociona adecuadamente, los distritos podrían convertirse en parte de las principales opciones para turistas locales y extranjeros, sin embargo, este desarrollo aún no se ha materializado debido a la falta de una oferta turística definida. Uno de los desafíos es que enfrentan los distritos es la infraestructura turística, que en muchos casos no está preparada para recibir a turistas, además, la promoción de la oferta turística de cada distrito es insuficiente, lo que impide que se reconozca la riqueza turística y cultural, esto ha llevado a los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa tengan un bajo reconocimiento a nivel nacional en el ámbito turístico y una baja afluencia de turistas.

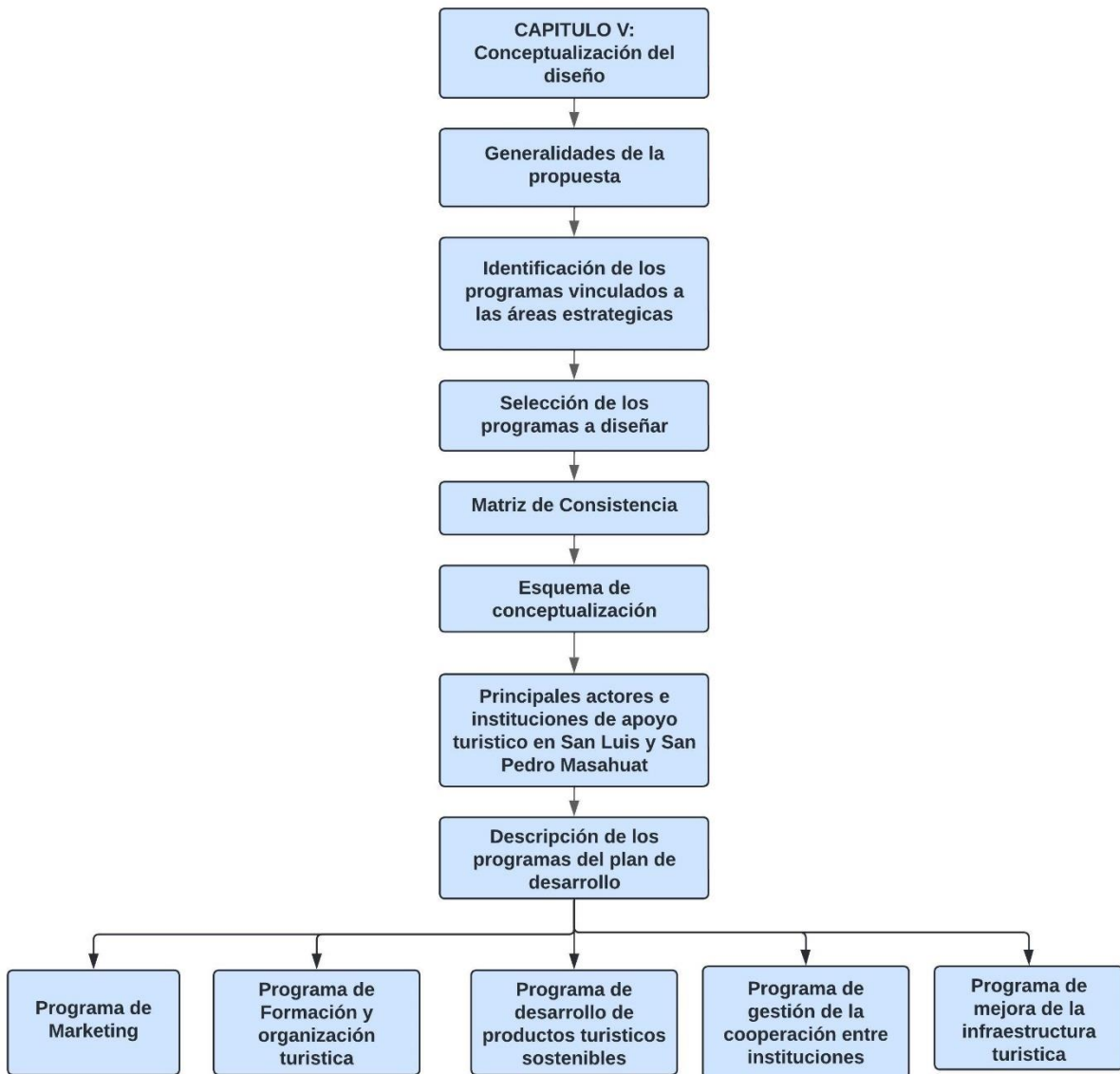
Después de analizar las causas planteadas, se ha identificado que el problema central que afecta a los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa es el **Desaprovechamiento del potencial turístico.**, este potencial no ha sido promocionado de manera adecuada ante los turistas, lo que hace que los recursos naturales de los distritos no resulten lo suficientemente atractivos para atraer y retener un flujo significativo de visitantes, esto se debe a la falta de infraestructura adecuada, señalización y accesibilidad a los atractivos, así como a la insuficiencia de servicios básicos que un distrito necesita para desarrollarse turísticamente. Para abordar esta problemática, es necesario crear un plan de desarrollo turístico sostenible que incluya una serie de programas destinados a dirigir a los distritos hacia un desarrollo sostenible y a mejorar sus condiciones socioeconómicas, este plan debe enfocarse en mejorar la infraestructura turística, la promoción adecuada de los atractivos naturales y culturales, así como en garantizar la accesibilidad y los servicios básicos para los visitantes, de esta manera, los distritos en cuestión podrán aprovechar plenamente su potencial turístico y convertirse en destinos atractivos y sostenibles para turistas locales y extranjeros.

CAPITULO V

CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

A. ESQUEMA DEL CAPITULO

Ilustración 173: Esquema del capítulo V



Fuente: Elaboración Propia

B. GENERALIDADES DE LA PROPUESTA

En el diagnóstico realizado se ha logrado identificar sistemáticamente las principales problemáticas que enfrentan los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat en el ámbito del turismo, dentro del diagnóstico no solo ha permitido detectar los desafíos, sino también reconocer los recursos turísticos más destacados de ambos distritos.

En San Luis Talpa, se han identificado atractivos como las playas El Pimental, playa La Zunganera y Playa Amatecampo, por otro lado, en San Pedro Masahuat, se destacan diversos sitios naturales y culturales que contribuyen al potencial turístico del distrito, entre los que destacan la gruta del cristo negro, playa las hojas y playa San Marcelino.

Se tomará como referencia el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible para Centroamérica, el cual establece que un buen plan debe contemplar seis áreas estratégicas fundamentales para orientar la ejecución de los diferentes programas que se propondrán dentro del plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat y de esta manera asegurar que estos tengan un enfoque integral y sostenible en el desarrollo turístico.

Tabla 213 Área estratégicas enfocadas para el Plan de Desarrollo Turístico

Área Estratégica	Descripción
Mercadeo y comunicaciones	Desarrollo de estrategias de marketing eficaces, utilizando canales de comunicación adecuados para posicionar y promocionar los destinos turísticos de manera efectiva.
Seguridad turística	Garantizar la seguridad de los turistas durante su estancia, proporcionando un valor añadido a su experiencia y fomentando un entorno seguro y acogedor.
Facilitación turística	Proveer las condiciones necesarias para que los turistas se desplacen cómodamente entre los diferentes atractivos del destino, mejorando su accesibilidad y movilidad.
Calidad y competitividad	Área crucial para ofrecer productos y servicios de alta calidad con elementos diferenciadores claros respecto a los competidores, mejorando la experiencia y satisfacción del turista.
Fortalecimiento institucional	Capacitar y fortalecer a las instituciones encargadas del turismo para asegurar la implementación adecuada de los planes y el desarrollo sostenible del sector turístico.

Planificación, investigación y desarrollo sectorial	Enfocada en la formulación de políticas y estrategias que aseguren el desarrollo sostenible de la oferta turística, mediante una planificación integral y una investigación continua.
--	---

Fuente: Elaboración Propia

Estas áreas estratégicas permitirán la formulación y ejecución de programas que impulsen el desarrollo económico y turístico sostenible de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, beneficiando a sus habitantes y preservando sus recursos naturales y culturales.

C. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS VINCULADOS A LAS ÁREAS ESTRATEGICAS

Tabla 214: Área de estrategia de mercadeo y comunicaciones

Área de estrategia: Mercadeo y comunicaciones	
Objetivo del área	Desarrollar estrategias de mercado efectivas utilizando los canales de comunicación adecuados para posicionar y promover destinos turísticos de los distritos.
Programas	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de comunicaciones y promoción • Marketing
Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Turismo (MITUR) • Alcaldía de La Paz Oeste. • Tour operadores • Empresas especializadas en marketing • Comercios locales • Potenciales Inversionistas • Medios de comunicación

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 215: Área estratégica de seguridad turística

Área de estrategia: Seguridad turística	
Objetivo del área	Garantizar la seguridad del turista durante su estancia, añadiendo valor a su experiencia.
Programas	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad turística
Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Policía de Turismo (POLITUR) • PNC • Ministerio de justicia y seguridad pública. • Población de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 216: Área de estrategia de facilitación turística

Área de estrategia: Facilitación turística	
Objetivo del área	Proveer las condiciones necesarias para que los turistas puedan desplazarse cómodamente por los diferentes atractivos del lugar.
Programas	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de vías de acceso • Mejora de infraestructura turística.
Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía La Paz Oeste. • Ministerio de Turismo (MITUR) • Ministerio de obras públicas (DOM) • Dirección de obras municipales (DOM) • Tour operadores • Comercios locales

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 217: Área de estrategia de calidad y competitividad

Área de estrategia: Calidad y competitividad	
Objetivo del área	Mejorar la calidad de productos y servicios turísticos ofertados, asegurando un factor diferencial frente a los competidores.
Programas	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo y asistencia técnica y financiera a las MIPYMES turísticas. • Formación y organización turística. • Desarrollo de un sistema de calidad turística.
Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Comercios locales • Ministerio de Turismo (MITUR) • Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) • Universidades • Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN)

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 218: Área de estrategia de fortalecimiento institucional.

Área de estrategia: Fortalecimiento institucional	
Objetivo del área	Capacitar a las instituciones en áreas turísticas para asegurar el desarrollo adecuado de los planes turísticos.
Programas	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la comunicación entre instituciones. • Gestión de la cooperación.
Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Turismo (MITUR) • Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) • CONMYPE • BANDESAL • Alcaldía Municipal

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 219: Área de estrategia de planificación, investigación y desarrollo sectorial.

Área de estrategia: Planificación, investigación y desarrollo sectorial	
Objetivo del área	Promover el desarrollo del turismo mediante estrategias que promuevan el desarrollo sostenible de la oferta turística.
Programas	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de productos turísticos. • Desarrollo de instrumentos estandarizados para la planificación turística
Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía Municipal • Ministerio de Turismo (MITUR) • Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), • Universidades. • Población de los distritos.

Fuente: Elaboración Propia

D. SELECCIÓN DE LOS PROGRAMAS A DISEÑAR

Para lograr el objetivo del plan de desarrollo turístico, es esencial seleccionar programas que cumplan con una serie de criterios basados en los resultados del diagnóstico y reflejados en el árbol de problemas, estos programas deben incorporar al menos un área estratégica fundamental para garantizar el éxito del plan de desarrollo turístico.

A continuación, se presentan la serie de problemáticas que deberían resolver los programas en base al árbol de problemas son las siguientes:

- Escasos fondos para el desarrollo turístico de los distritos
- Formación y organización turística deficiente
- Limitada oferta turística de productos turísticos en los distritos.
- Infraestructura turística Inadecuada
- Deficiente promoción de la oferta turística de los distritos

El proceso de selección de los programas a desarrollar se realizará mediante una matriz, en la cual se enlistarán los programas de las áreas estratégicas y se marcarán las diferentes problemáticas a las cuales se les da solución por medio de los respectivos programas, a las problemáticas listadas se les asignarán un valor en función de la importancia que representa el poder darle solución en el mediano plazo a las problemáticas.

Tabla 220: Criterios y puntaje para evaluar programas

Criterio	Calificación
Alta	10
Mediana	5
Baja	1

Fuente: Elaboración Propia

Se asignará valor a cada problemática marcada a la que se le da solución con el programa a desarrollar, luego se sumaran los respectivos valores y se seleccionaran aquellos programas que tengan una suma igual o superior a 25.

Tabla 221: Evaluación de los programas

Problemas/Problemas	Gestión inadecuada de los recursos y potencial turístico.	Infraestructura turística inadecuada	Oferta turística indefinida en los distritos	Deficiente promoción de la oferta turística	Escasos fondos para el desarrollo turístico de los distritos
Programa de estrategias de comunicaciones y promoción	X		X	X	
Programa de Marketing			X	X	
Programa de seguridad turística	X	X			
Programa de mejora de la infraestructura turística	X	X			
Programa de formación y organización turística.	X		X	X	
Programa de apoyo y asistencia técnica y financiera a las MIPYMES turísticas.	X	X			X
Programa de desarrollo de un sistema de calidad turística.	X	X	X		
Programa de capacitación para emprendedores en calidad turística.	X		X	X	

Programa de gestión de la comunicación entre instituciones.		X			X
Programa de gestión de la cooperación entre instituciones.	X	X		X	X
Programa de desarrollo de productos turísticos.	X	X	X	X	
Programa de desarrollo de instrumentos estandarizados para la planificación turística	X				

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 222: Puntuación de la evaluación de programas

Problemas/Problemas	Gestión inadecuada de los recursos y potencial turístico.	Infraestructura turística inadecuada	Oferta turística indefinida en los distritos	Deficiente promoción de la oferta turística	Escasos fondos para el desarrollo turístico de los distritos	TOTAL
Programa de estrategias de comunicaciones y promoción	5		10	10		25
Programa de Marketing	10		10	10		30
Programa de seguridad turística	10	10				20
Programa de mejora de la infraestructura turística.	10	10	10			30
Programa de formación y organización turística.	10		10	10		30
Programa de apoyo y asistencia técnica y financiera a las MIPYMES turísticas.	5	5			10	20
Programa de desarrollo de un sistema de calidad turística.	10	5	10			25
Programa de capacitación para	10		5	10		25

emprendedores en calidad turística.						
Programa de gestión de la comunicación entre instituciones.		5		5	10	20
Programa de gestión de la cooperación entre instituciones.	5	5		10	10	30
Programa de desarrollo de productos turísticos.	10	5	10	10		35
Programa de desarrollo de instrumentos estandarizados para la planificación turística	10		10			20

Fuente: Elaboración Propia

E. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 223: Matriz de consistencia

Área problema	Descripción del área problema	Componente de Solución	Descripción del componente de solución
Gestión inadecuada de los recursos y potencial turístico	En los distritos se cuentan con bajos conocimientos en servicio de calidad y experiencia mínima en la administración turística, por lo que se tiene una gestión inadecuada de los recursos y el potencial turístico de los distritos.	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de capacitación para emprendedores en calidad turística. • Programa de desarrollo de un sistema de calidad turística • Programa de formación y organización turística 	Estos programas se enfocarán en brindar conocimientos sobre turismo, calidad turística, que permitan mejorar la manera en que se gestionan y brindan servicios a los clientes,
Infraestructura turística inadecuada	Dentro de los distritos se tiene gran parte de los recursos turísticos no reciben mantenimiento y se encuentran deteriorados, por lo que son desaprovechados y tienen una limitada diversificación de su oferta turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de seguridad turística • Programa de mejora de la infraestructura turística. 	Estos programas se enfocan en la mejora de la infraestructura y la manera en que son percibidos por los turistas que los visitan.
Oferta turística indefinida en los distritos	Dentro de los distritos no se cuenta con una oferta definida, ya que no se tiene planeación estratégica y coordinación entre actores que permita generar una marca que defina la oferta turística de los distritos.	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de desarrollo de productos turísticos. • Programa de desarrollo de instrumentos estandarizados para la planificación turística. 	Programas enfocados en el desarrollo y posicionamiento de productos turísticos que satisfagan de necesidades de actores y mercado consumidor

<p>Deficiente promoción de la oferta turística</p>	<p>Los distritos no cuentan con plan de marketing, lo que hace que los distritos no sean conocidos, por los turistas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de estrategias de comunicaciones y promoción. • Programa de marketing. 	<p>Programas enfocados en dar a conocer los atractivos que poseen los distritos y mejorar la imagen de los distritos.</p>
<p>Escasos fondos para el desarrollo turístico de los distritos</p>	<p>Los fondos que se tienen destinados al turismo son pocos, ya que se tuvieron cambios en la ley de FODES.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de gestión de la cooperación entre instituciones. • Programa de gestión de la comunicación entre instituciones. • Programa de apoyo y asistencia técnica y financiera a las MIPYMES turísticas 	<p>Programas orientados a mejorar la comunicación entre instituciones para poder gestionar de mejor manera acciones que beneficien a los distritos.</p>

Fuente: Elaboración Propia

1. Importancia de los programas

El proceso de determinar la importancia de cada uno de los programas, se utilizó la ponderación obtenida en la sección de programas a desarrollar, en la cual se listan los programas de las áreas estratégicas de un buen Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible, donde se obtienen los porcentajes de importancia en función de la puntuación de cada programa, que da una solución a las problemáticas determinadas a través del árbol de problemas

Tabla 224: Importancia de los programas

Programa	Puntuación	Importancia
Programa de desarrollo de productos turísticos.	35	22.6%
Programa de Marketing	30	19.4%
Programa de mejora de la infraestructura turística.	30	19.4%
Programa de formación y organización turística	30	19.4%
Programa de gestión de la cooperación entre instituciones.	30	19.4%
Total	155	100%

Fuente: Elaboración Propia

2. Importancia de los proyectos

Para la obtención de la importancia de los diferentes proyectos del plan de desarrollo se definirá de manera cualitativa, tomando en cuenta los resultados producidos en función del tiempo al ser ejecutados, estos serán planteados en el corto, mediano y largo plazo.

Tabla 225: Importancia y plazo de realización de los proyectos.

Programa	Proyecto	Resultados		
		Corto plazo	Mediano Plazo	Largo plazo
Programa de Marketing	Promoción de los distritos San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.	X		
	Gestión de alianzas comerciales			X
	Organización y participación de ferias y eventos.			X
	Creación de marca distrito.		X	

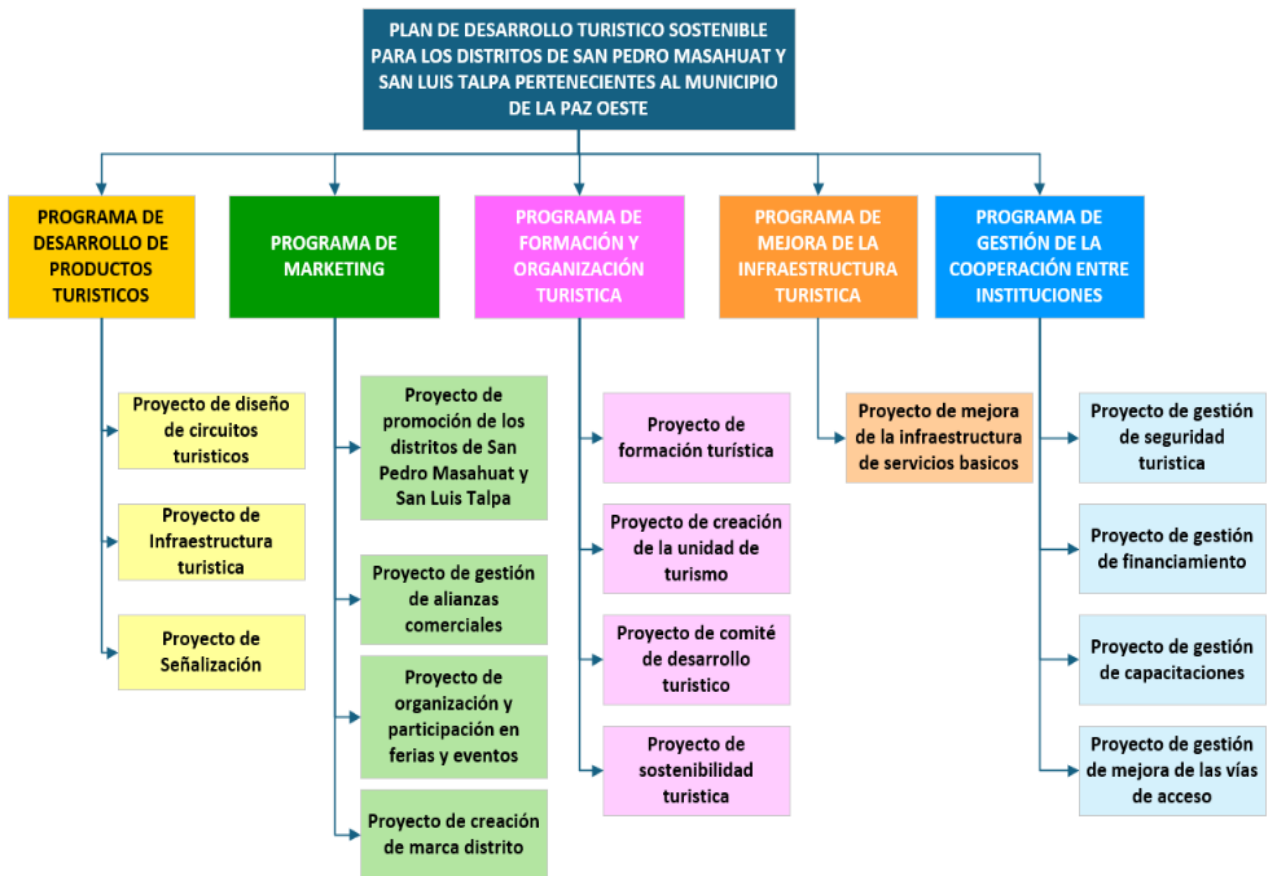
Programa de formación y organización turística.	Formación para emprendedores		X	
	Creación de comité de desarrollo turístico	X		
	Creación de la unidad de turismo	X		
Programa de desarrollo de productos turísticos sostenibles.	Diseño de circuitos turísticos	X		
	Señalización turística	X		
	Infraestructura turística	X		
	Educación al turista	X		
Programa de gestión de la cooperación entre instituciones	Seguridad turística		X	
	Capacitación de guías turísticos	X		
	Financiamiento	X		
Programa de mejora de la infraestructura turística.	Mejora de la infraestructura de Servicios básicos.	X		
	Mejora de las vías de acceso		X	
	Conservación de los recursos turísticos.		X	
	Desarrollo de Infraestructura de recreación y entretenimiento.		X	

Fuente: Elaboración Propia

Según la tabla anterior, se sugiere dar prioridad a los programas que generen resultados a corto plazo tras su implementación, seguidos por los de mediano plazo y, finalmente, los de largo plazo. Esto será beneficioso en caso de no contar con los recursos económicos necesarios o debido a circunstancias externas que afecten la implementación.

F. ESQUEMATIZACIÓN DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL DISEÑO

Ilustración 174: Desglose del Plan de Desarrollo turístico sostenible

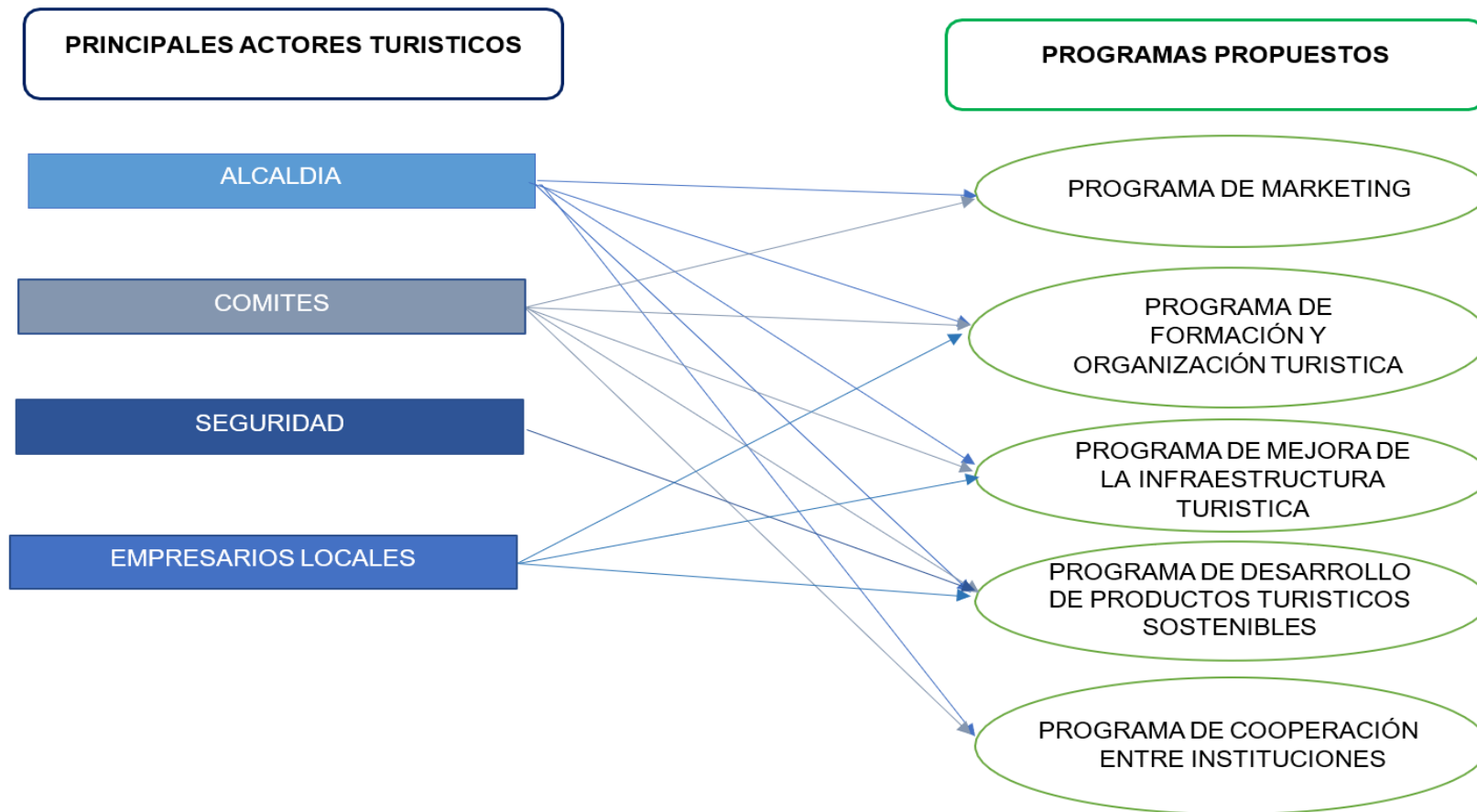


Fuente: Elaboración Propia

G. PRINCIPALES ACTORES E INSTITUCIONES DE APOYO TURÍSTICO EN SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

1. Esquema de relación entre los principales (actuales) actores turísticos

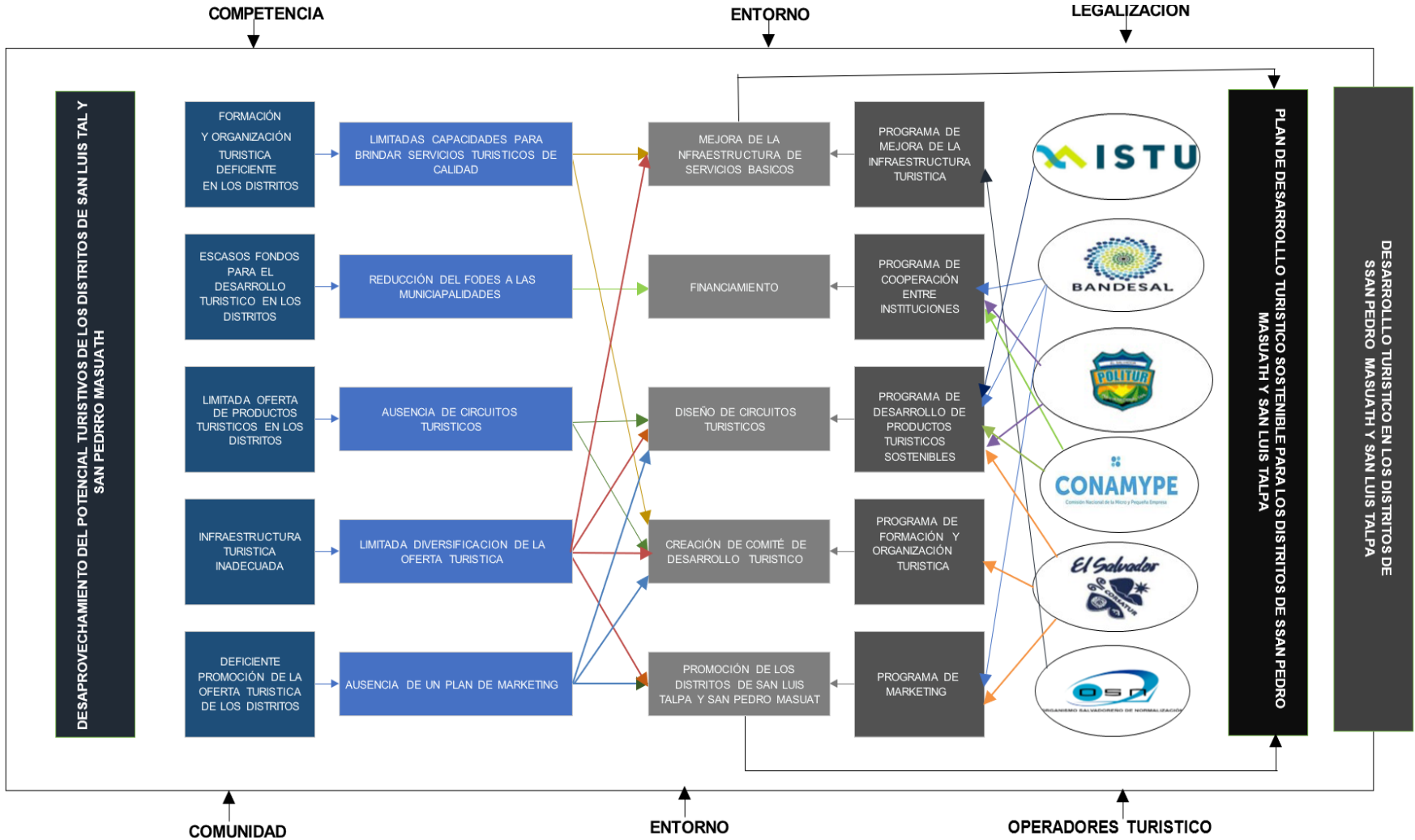
Ilustración 175: Esquema de relaciones entre los principales actores.



Fuente: Elaboración Propia

2. Esquema de relaciones entre instituciones de apoyo

Ilustración 176: Esquema de relaciones entre instituciones de apoyo.



Fuente: Elaboración Propia

H. DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO

1. PROGRAMA DE MARKETING

Objetivo: Crear estrategia de publicidad y promoción que ayuden a aumentar la afluencia turística en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat

Descripción: El programa de marketing pretende dar a conocer los diferentes atractivos que los distritos tienen para ofrecer, de manera que la afluencia turística hacia estos se vea aumentada, esto se espera realizar mediante el desarrollo de una marca identitaria que permita dar a conocer de mejor manera los distritos, además de la gestión de alianzas comerciales con diversas entidades que permitan catapultar a los distritos de la mejor manera.

Posibles proyectos:

- Promoción de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat
- Gestión de alianzas comerciales.
- Organización y participación de ferias y eventos.
- Creación de marca distrito.

2. PROGRAMA DE FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA

Objetivo: Mejorar el nivel de organización turística que se tiene dentro de los distritos y la calidad de servicio que se brinda a los turistas, mediante la creación de una estructura de organización turística, que permita el fortalecimiento de los actores de los distritos para el desarrollo turístico de estos.

Descripción: Dentro de este programa se pretende crear el comité de desarrollo turístico y la unidad de turismo para poder tener una mayor organización en cuanto a coordinar, planear y promover la actividad turística y el fomento del desarrollo de los distritos.

Además, se formará a los emprendedores en temas como:

- Atención y servicio al cliente
- Calidad y buenas prácticas de turismo sostenible
- Uso de energías limpias
- Administración turística.

Posibles proyectos:

- Formación para emprendedores

- Creación de comité de desarrollo turístico.
- Creación de la unidad de turismo.
- Sostenibilidad turística

3. PROGRAMAS DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Objetivo: Elaborar productos turísticos que respondan de manera efectiva a las tendencias del mercado consumidor y a las preferencias cambiantes de los turistas, con el fin de que se logre la diversificación de la oferta turística de los distritos y se logre un aumento en la afluencia de turistas que tienen.

Descripción: Como parte del programa se desarrollarán circuitos turísticos que permitan potenciar los atractivos turísticos con los que cuentan los distritos, agrupándolos y ofertándolos de mejor manera a los turistas, todo ello cuidando la preservación de los recursos turísticos, mediante la promoción de educación al turista que los visita, además se pretende realizar algunas infraestructuras y colocar señalización turística que permitan hacer de la visita del turista una experiencia más agradable.

Posibles proyectos:

- Infraestructura turística.
- Señalización turística.
- Diseño de circuitos turísticos.
- Educación al turista

4. PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA COOPERACIÓN ENTRE INSTITUCIONES

Objetivo: Establecer mecanismos de colaboración y coordinación entre instituciones de carácter público y privado, para la obtención de cooperación de estas con recurso financiero, capacitación y apoyo en seguridad.

Descripción: En este programa se establecerán posibles proyectos de cooperación económica que se podrían utilizar para mejorar la infraestructura turística de los distritos, y la seguridad de los turistas que visitan los distritos.

Posibles proyectos:

- Seguridad turística.
- Capacitación de guía turístico.
- Gestión de fuentes de financiamiento.

5. PROGRAMA DE MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA

Objetivo: Mejorar las condiciones en las que se encuentra la infraestructura turística de los distritos, desde los servicios básicos, vías de acceso, hasta la generación de nueva infraestructura.

Descripción: Dentro del programa de mejora de la infraestructura turística se contempla la mejora del acceso a servicios básicos en los diferentes recursos turísticos del distrito, puesto que en algunos no se cuenta con estos servicios, además se planteará estrategias para mejorar la infraestructura de recreación existente en el distrito y la creación de nueva para mejorar y hacer más sostenible la oferta turística del distrito turísticos.

Posibles Proyectos:

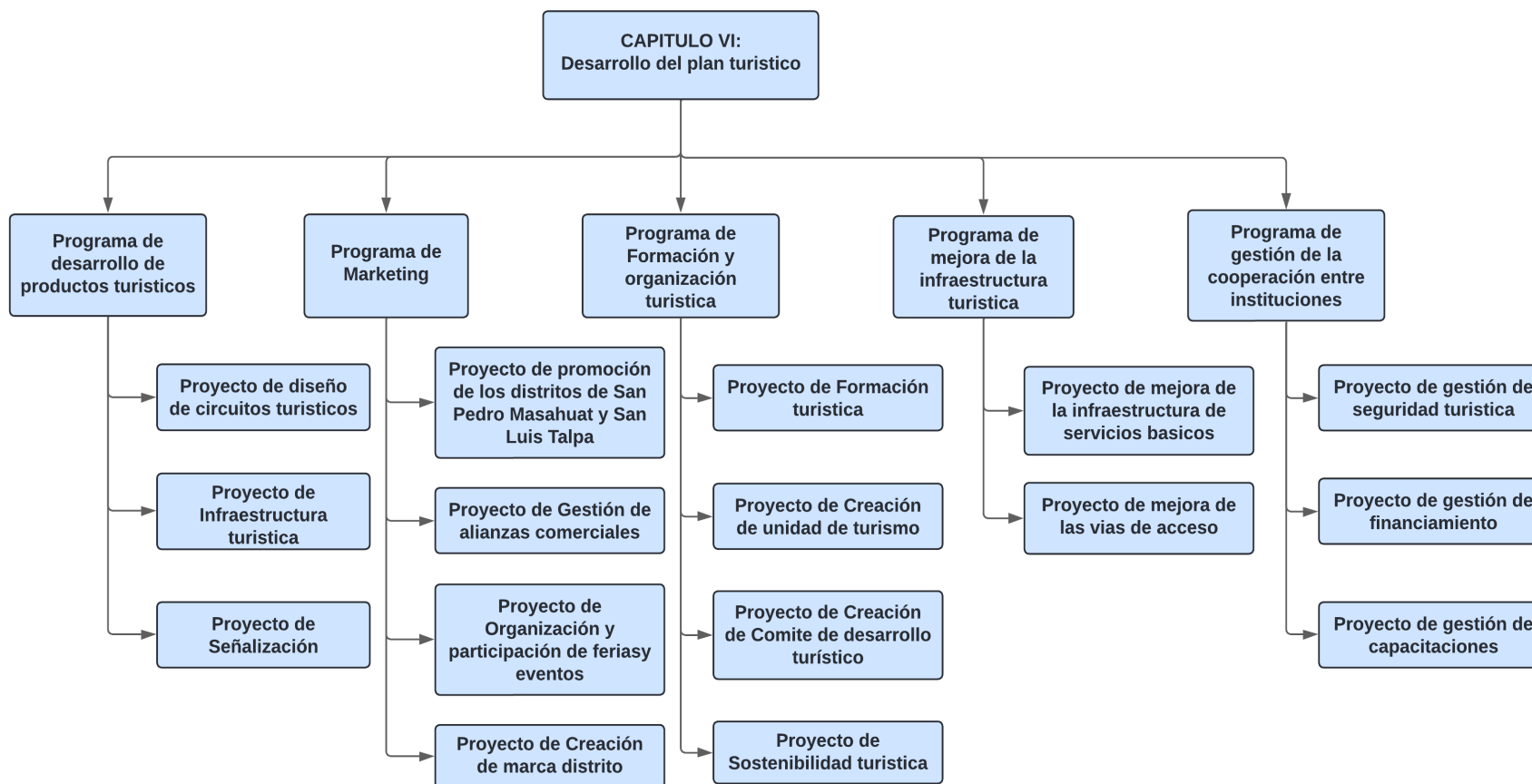
- Mejora de la infraestructura de servicios básicos
- Mejora de las vías de acceso

CAPITULO VI

DESARROLLO DEL PLAN TURISTICO

A. ESQUEMA DEL CAPITULO

Ilustración 177: Esquema de contenido del capítulo VI



Fuente: Elaboración Propia

B. PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS

Para el desarrollo del presente programa de desarrollo de productos turísticos, se seguirá la siguiente metodología:

Ilustración 178: Esquema de desarrollo del programa de desarrollo de productos turísticos



Fuente: Elaboración Propia

Introducción del programa

El desarrollo de productos turísticos es fundamental, ya que es a partir de este proceso que se pueden unir las diversas iniciativas turísticas naturales y culturales de los distritos, permitiendo ampliar su oferta al mercado consumidor. Al integrar estos productos turísticos en los circuitos, se beneficiaría a los habitantes mediante la generación de empleo, el impulso para la creación de pequeñas empresas, la atracción de inversión, la creación de nuevas actividades turísticas, entre otros aspectos.

Dentro de este programa se desarrollarán circuitos, rutas y paquetes turísticos con los diferentes recursos y atractivos que ofrecen los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, también se realizará el diseño de infraestructura que se necesita en algunos de los recursos para que estos puedan atender plenamente a los turistas, además se propondrá la señalización turística que se debe colocar en los recursos turísticos del distrito.

Objetivos del programa

Objetivo General

- Diseñar una propuesta de producto turísticos, infraestructura y señalización turística, que respondan a los intereses del mercado consumidor y permita a los distritos potencializarse turísticamente.

Objetivo Especifico

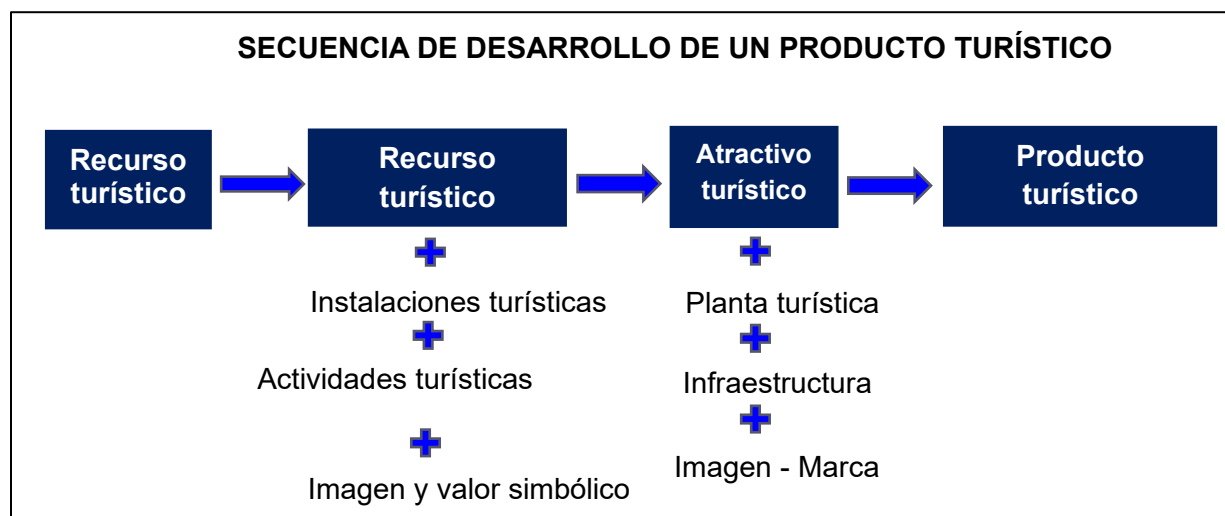
- Determinar los recursos y atractivos turísticos que se verán involucrados en los circuitos, ruta y paquete turístico.
- Determinar el proceso de servicio y los requerimientos necesarios para cada uno de los circuitos, ruta y paquete turístico.
- Diseñar la infraestructura turística necesaria para que los turistas puedan ser atendidos plenamente.
- Diseñar los medios de señalización que permitan al turista guiarse fácilmente hacia el recurso turístico que deseen visitar dentro de los distritos.

Definiciones

Producto Turístico: De acuerdo con Mincetur, un producto turístico “es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística”.

El desarrollo del producto turístico es de suma importancia para el posicionamiento e identidad de los diferentes destinos turísticos con los que se cuenta en un territorio. Es a través de ellos que se puede atraer nuevos clientes, incluso de mercados lejanos, consolidar el turismo de un país, región, ciudad o una población, apoyar a las empresas hoteleras y de transporte, a continuación, se presenta la secuencia de desarrollo que sigue un producto turístico:

Ilustración 179: Secuencia de desarrollo de un producto turístico



Fuente: Elaboración Propia

- **De recurso a atractivo:** El recurso turístico por sí mismo no garantiza actividad turística. Si se le incorpora instalaciones, equipamiento y servicios de calidad que agregan valor, el recurso turístico se convierte en un atractivo turístico.
- **De atractivo a producto:** Esto sucede cuando el atractivo turístico, en conjunto con la planta turística y la infraestructura, se unen para conformar un producto turístico.

Los productos y destinos turísticos tienen un ciclo de vida que puede ser corto o largo dependiendo de las condiciones que se encuentren, lo cual exige mantener un proceso constante de renovación e innovación del desarrollo de los productos turísticos para evitar su declive.

Características del producto turístico

Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización. Las cuatro principales son:

- **Intangibilidad:** esto quiere decir que no se puede tocar, ver, oír y oler antes de la compra. Difícilmente todos los productos ofertados llegan a satisfacer al turista y a convertirse en destinos turísticos.
- **Heterogeneidad:** la calidad depende de quién, cuando, donde y como se proporcione.
- **Inseparabilidad:** no se pueden separar de sus proveedores. La oferta de un producto turístico puede estar desintegrada (operación independiente de los distintos prestadores de servicios entorno a un atractivo), o bien puede estar integrada.
- **Caducidad:** no se pueden almacenar o guardar para utilizarlos después. La evolución en los gustos y preferencias de los turistas determina el ciclo de vida de los productos y las necesidades de innovación.

Componentes del producto turístico

Según SERNATUR, un producto turístico se compone de los siguientes elementos:

- **Atractivo turístico:** Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. Estos pueden ser atractivos naturales o culturales.
- **Servicios turísticos:** Son todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, etc.
- **Infraestructura:** Es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable, se puede clasificar en Red de transportes, Terminales terrestres, Redes de servicios básicos y Redes de comunicaciones
- **Comunidad local:** El producto turístico debe incluir a los residentes, ya que son ellos los que ponen la diferencia principal entre un lugar y otro. En definitiva, es el sello que hace que un lugar sea agradable y único para visitar.
- **Percepción – Imagen – Emoción:** Independiente de las características que posea un destino concreto, no todos los turistas que lo visitan van a percibirlo de igual forma, ya que cada uno construirá su propia imagen del destino y esto lo va a conectar con una emoción que finalmente se transforma en sensaciones.

Cada uno por sí solo no constituye un producto turístico, solo su combinación permite la creación de éste.

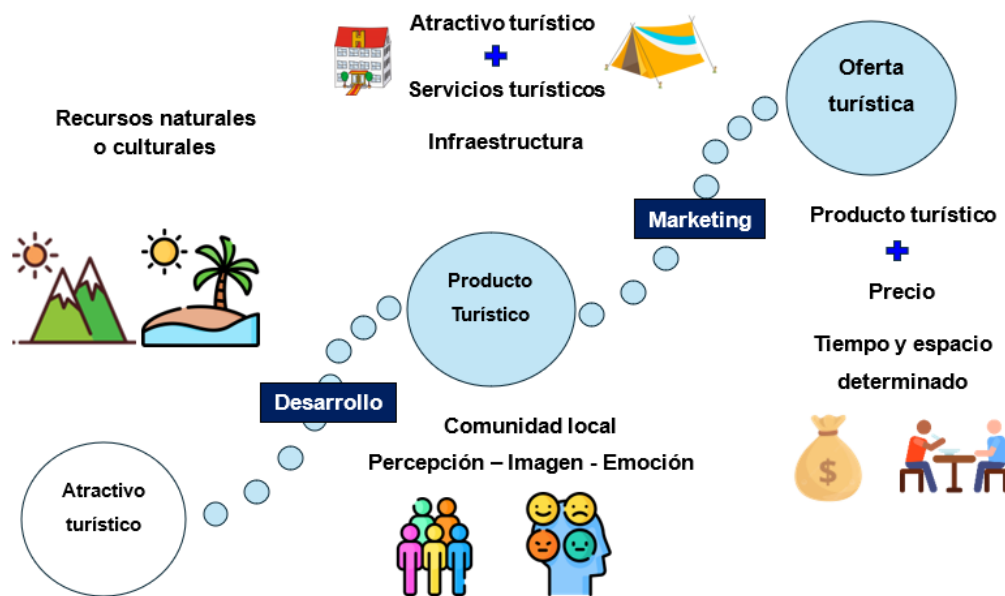
Ilustración 180 componente del producto turístico



Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se muestra el proceso en el que los bienes y servicios adquieren valor turístico y se adecuan al mercado, transformándose en elementos de consumo.

Ilustración 181 proceso en el que los bienes y servicios adquieren valor turístico



Fuente: Elaboración Propia

Circuito turístico: Los circuitos turísticos son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta.

También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio.

Paquete turístico: es el conjunto de facilidades, servicios y actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos.

Capacidad de carga: Según la OMT es la capacidad de carga representa el máximo número de visitantes que puede recibir un lugar geográfico o entidad física sin que provoque una alteración inaceptable de los entornos físico y social ni una reducción inaceptable de la calidad de la experiencia de los visitantes.

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 determinar la capacidad de carga se requieren 3 niveles, los cuales se relacionan de la siguiente manera:

$$CCF \geq CCR \geq CCE$$

A continuación, se describe como se calcula cada uno de los niveles

- **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 utiliza la siguiente formula:

$$CCF = \frac{S}{Sp} * NV$$

Donde:

- S= Superficie disponible
- Sp= Superficie utilizada por persona (1m²)
- 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)**

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. Para el cálculo se utiliza la siguiente formula:

$$CCR = CCF(FCsoc * FCacc)$$

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC Ero * FC Prep * FC Ane$$

Donde:

- FCsoc= Factor social

El factor social está determinado por el flujo de visitantes, grupos máximos de personas y distancia entre grupos y considera aspectos referentes a la calidad de la visitación, para ello se hace necesario el manejo de los visitantes en grupos, esto con el fin de asegurar la satisfacción de estos.

$$FCsoc = 1 - \frac{Magnitud\ limitante}{Distancia\ total\ del\ sendero}$$

$$Magnitud\ limitante = MTS - P$$

$$P = NG * \text{Número de personas por grupo}$$

$$NG = \frac{L}{D}$$

Donde:

L= Longitud del sendero en metros lineales

D= Distancia requerida por grupo

P= Número de personas que pueden estar simultáneamente en el sendero

MTS= Distancia total del sendero

- FC Ero= Factor de erodabilidad

La erodabilidad del suelo es un índice que indica la vulnerabilidad o susceptibilidad a la erosión y que depende de las propiedades intrínsecas de cada suelo. Cuanto mayor sea la erodabilidad mayor es el porcentaje de erosión.

Las zonas que tienen un grado de erodabilidad medio o alto son las únicas consideradas significativas al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto de erodabilidad presenta un riesgo de erosión mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1, para el grado medio de erodabilidad, y de 1,5 para el alto.

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(Mea * 1.5) + (Mem * 1)}{Mt}$$

Donde:

Mea= Metros del sendero con erodabilidad alta

Mem= Metros del sendero con erodabilidad media

Mt= Metros totales de sendero

Tabla 226 Ponderación de criterio de grado de erodabilidad

Grado de erodabilidad	
Grado de erodabilidad	Porcentaje de erodabilidad
Ninguna	Menor al 10%
Media	10% al 20%
Alta	Mayor al 20%

Fuente: Elaboración Propia

- FC Acc= Factor de accesibilidad

Determina el grado de dificultad que tienen los visitantes al desplazarse por el lugar debido a la pendiente. Para el cálculo del grado de dificultad se tuvieron en cuenta las siguientes categorías.

Tabla 227 Ponderación de criterio de accesibilidad

Grado de accesibilidad	
Grado de dificultad	Grado de dificultad pendiente
Ninguna	Menor al 10%
Media	10% al 20%
Alta	Mayor al 20%

Fuente: Elaboración Propia

Para el grado de dificultad medio es de 1, y para el grado de dificultad alto es de 1.5.

$$FC\ Acc = \frac{(Ma*1.5)+(Mm*1)}{Mt}$$

Donde:

Ma= Metros del sendero con dificultad alta

Mm= Metros del sendero con dificultad media

Mt= Metros totales del sendero.

Los factores por considerar para el estudio de la capacidad de carga son: factor social, factor de erodabilidad y el factor de accesibilidad, no se tomará en cuenta el factor de precipitación y el de anegamiento, puesto que, para obtener estos datos de cada lugar, se debería realizar un estudio técnico dirigido por un experto, la información utilizada mostrará valores aproximados. La ecuación queda de la siguiente manera:

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC\ Ero$$

- **Cálculo de 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. Para el cálculo se utiliza la siguiente formula:

$$CCE = CCR * CM$$

Donde:

- CM= Capacidad de manejo optima
- CCR= Capacidad de carga real

Para el cálculo de la capacidad de manejo, se consideran las variables: personal, infraestructura y equipamientos, resultando en la siguiente fórmula para el cálculo de la capacidad de manejo:

$$CM = \frac{Infraestructura + Equipamiento + Personal}{3} * 100$$

1. Proyecto 1: Diseño de circuitos turísticos

a) Tipo de turismo de turismo al que se va a apostar.

Dentro del plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, se le apostara principalmente al

- **Turismo de Sol y Playa:** Este será el principal tipo de turismo al que se le apostara, según información obtenida del inventario turístico, los distritos poseen 5 playas que pueden ser aprovechadas y potenciadas en materia turística, añadido a esto el estudio de mercado consumidor realizado se observó que el turismo de sol y playa es el preferido por los turistas para realizar.
- **Turismo cultural:** Este tipo de turismo será complementario al turismo de sol y playa, puesto que en los distritos ofrecen una gran riqueza de recursos y atractivos turísticos culturales, como lo son la gruta del cristo negro, museo municipal de San Pedro Masahuat, parroquias y parques, por lo que para aprovechar estos recursos de le apostara tambien a este tipo de turismo, que según el estudio de mercado realizado posee tambien un gran grado de aceptación, puesto que se encuentra en segundo lugar en las preferencias de los turistas.
- **Turismo de aventura:** Este será retomado, aunque en menor manera, puesto que dentro de los distritos existen recursos en los que se puede poner en práctica este tipo de turismo, un ejemplo de esto es el cerro el tacuazín, además den el estudio de mercado consumidor, este tipo de turismo, se posiciono como el tercer tipo de turismo preferido por los turistas.

Selección de recursos a utilizar dentro de los circuitos.

Para poder formar parte de los circuitos turísticos, cada uno de los recursos debe cumplir las siguientes condiciones:

- Formar parte de la jerarquía III y IV
- Encontrarse dentro de los recursos estratégicos y los recursos a impulsar en el mediano plazo.

Para la realización de circuitos turísticos se tomará en cuenta un abanico de recursos turísticos pertenecientes a la Jerarquía III y IV del inventario turístico puesto que no se cuenta con recursos turísticos que encajen dentro de la categoría V, estos recursos son:

Tabla 228 Recursos turísticos pertenecientes a la Jerarquía III y IV

NIVEL	RECURSO	
Jerarquía III	Ausoles	Plaza El Carmen
	La Gruta del Cristo Negro	Parque Municipal de San Luis Talpa
	Cerro el Tacuazín	Plaza el hermano Lejano
	Casa de Jesús	Festival del Sambo y Camarón
	Las Bocanitas	Festival del Loroco y el Plátano
	Parroquia San Luis Rey de Francia	Festival de la piscucha
	Parque Rigoberto Rodezno	Bocana el Pimental.
Jerarquía IV	Parroquia San Pedro Apóstol	Playa La Zunganera
	Playa Las Hojas	Playa El Pimental
	Playa San Marcelino	Fiestas Patronales San Luis Talpa
	Museo Municipal	Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat
	Playa Amatecampo	Noches de playa en San Marcelino

Fuente: Elaboración Propia

Además de encontrarse dentro de las jerarquías mencionadas anteriormente, los recursos deben formar parte de los recursos estratégicos y de los recursos que impulsar en el mediano plazo, los cuales se presentan a continuación:

Tabla 229 priorización de atractivos turísticos

II Recursos que impulsar en el mediano plazo	I Recursos estratégicos
<ul style="list-style-type: none"> • Cerro El Tacuazín • Las bocanitas • Festival del Sambo • Festival del Loroco y el plátano • Festival de la piscucha 	<ul style="list-style-type: none"> • La Gruta del Cristo Negro • Playa Las Hojas • Parroquia San Pedro Apóstol • Museo Municipal • Playa San Marcelino • Playa La Zunganera • Playa Amatecampo • Playa El Pimental • Parroquia San Luis Rey de Francia • Casa de Jesús • Fiestas patronales San Luis Talpa • Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat • Parque Rigoberto Rodezno • Noches de playa San Marcelino

III Recursos sin diferenciación	IV Recursos de salida
<ul style="list-style-type: none"> • Ausoles • Mirador Natural Buena Vista • Río Sepaquiapa • Bocana del río Jiboa 	<ul style="list-style-type: none"> • Parque Municipal San Luis Talpa • Plaza El Hermano Lejano • Bocana El Pimental

Fuente: Elaboración Propia

Al aplicar los filtros de jerarquía y tipo de recurso los recursos turísticos que podrán ser incluidos dentro de un circuito turístico son los siguientes:

Tabla 230 Recursos turísticos seleccionados para circuitos

Recurso turístico	
La Gruta del Cristo Negro	Playa La Zunganera
Cerro el Tacuazín	Playa El Pimental
Casa de Jesús	Fiestas Patronales San Luis Talpa
Las Bocanitas	Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat
Parroquia San Luis Rey de Francia	Noches de playa en San Marcelino
Parque Rigoberto Rodezno	Parroquia San Pedro Apóstol
Plaza El Carmen	Playa Las Hojas
Festival del Sambo y Camarón	Playa San Marcelino
Festival del Loroco y el Plátano	Museo Municipal
Festival de la piscucha	Playa Amatecampo

Fuente: Elaboración Propia

(1) Circuito 1: circuito para amantes de la cultura

En este circuito se destaca la historia cultural del territorio de San Pedro Masahuat y sus tradiciones religiosas, visitando lugares que permiten conocer más a fondo las mismas.

Metodología para la creación del circuito



Ilustración 182: Metodología para creación del circuito

Fuente: Elaboración Propia

Definición de Criterios

Para poder determinar los recursos turísticos que formaran parte del circuito turísticos, se hará uso de los siguientes criterios:

- Tipo de turismo
- Ubicación
- Valor añadido

A continuación, se describe cada uno de ellos de los criterios:

Tabla 231 Ponderación de criterio tipo de turismo para la selección de atractivos

FICHA DE CRITERIO: TIPO DE TURISMO	
Nombre del criterio	Tipo de turismo
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio permite retomar los resultados obtenidos dentro del estudio de mercado consumidor, en el que se obtuvo que los tipos de turismo preferidos por las personas es el turismo de Sol y Playa y el Turismo Cultural.	
CODIGO	PONDERACIÓN
TT	4.5
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
El recurso presenta características favorables para el turismo de cultura.	10
El recurso presenta características favorables para el turismo de sol y playa	10
El recurso no presenta características favorables para los tipos de turismo en estudio que son turismo de sol y playa y turismo de cultura.	5

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 232: Ponderación de criterio ubicación para la selección de atractivos

FICHA DE CRITERIO: UBICACIÓN	
Nombre del criterio	Ubicación
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio hace referencia a que el recurso debe estar ubicado en puntos estratégicos para que el recorrido del circuito no sea agotador en el desplazamiento de un punto a otro, por dicha razón, se seleccionaran puntos cercanos para evitar dicho problema.	
CODIGO	PONDERACIÓN
UBI	4
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
El recurso se encuentra cercano.	10
El recurso se encuentra a una distancia intermedia.	5
El recurso se encuentra lejos de los demás recursos.	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 233: Ponderación de criterio valor añadido para la selección de atractivos

FICHA DE CRITERIO: VALOR AÑADIDO	
Nombre del criterio	Valor añadido
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio hace referencia al valor extra que puede aportar un destino seleccionado y complementar a los recursos generando una experiencia gratificante al turista, permitiéndole oportunidades educativas o de enriquecimiento cultural.	
CODIGO	PONDERACIÓN
VA	1.5
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
Ofrece un alto valor añadido a los turistas.	10
Ofrece un valor añadido considerable a los turistas.	5
No ofrece valor añadido significativo a los turistas	1

Fuente: Elaboración Propia

Tomando como base los criterios definidos se procede a evaluar los recursos turísticos:

Tabla 234 Evaluación de recurso turístico

Recurso turístico	TT	UBI	VA	Puntuación Total
La Gruta del Cristo Negro	10	10	10	10
Museo Municipal	10	10	10	10
Parque Rigoberto Rodezno	10	10	5	9.25
Parroquia San Pedro Apóstol	10	10	5	9.25
Playa La Zunganera	8	10	10	9.1
Parroquia San Luis Rey de Francia	10	5	10	8
Plaza El Carmen	10	5	10	8
Casa de Jesús	10	5	10	8
Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat	10	5	5	7.25
Cerro el Tacuazín	10	5	5	7.25
Festival del Loroco y el Plátano	10	5	5	7.25
Festival de la piscucha	10	5	5	7.25
Fiestas Patronales San Luis Talpa	10	5	5	7.25
Playa Las Hojas	8	5	10	7.1
Playa San Marcelino	8	5	10	7.1
Playa Amatecampo	8	5	10	7.1
Playa El Pimental	8	5	10	7.1
Noches de playa en San Marcelino	8	5	10	7.1
Las Bocanitas	8	5	5	6.35
Festival del Sambo y Camarón	8	5	5	6.35

Fuente: Elaboración Propia

Para conformar el circuito¹ de “Amantes de la historia”, se tomarán en cuenta únicamente los recursos que obtuvieron una puntuación mayor a 8 en la evaluación, de tal manera que el circuito quedará conformado por:

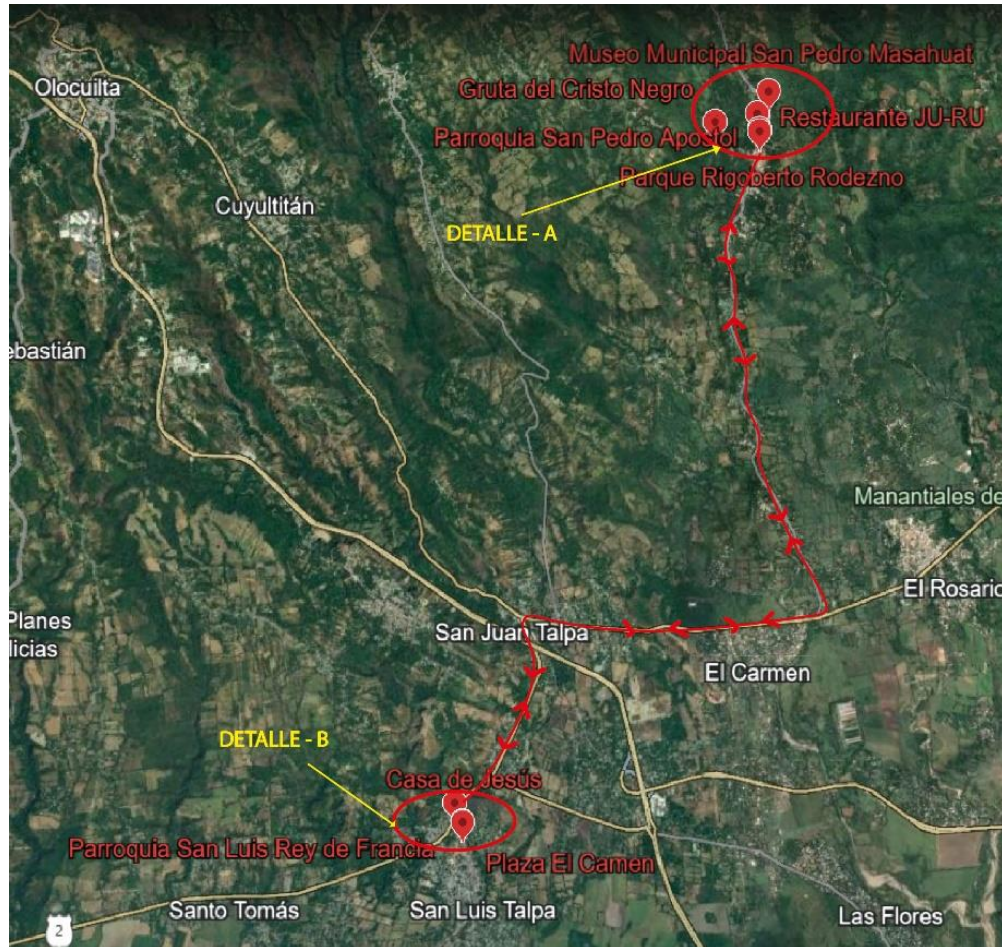
- La Gruta del Cristo Negro
- Museo Municipal
- Parque Rigoberto Rodezno
- Parroquia San Pedro Apóstol
- Playa La Zunganera
- Parroquia San Luis Rey de Francia
- Plaza El Carmen
- Casa de Jesús

Dentro de la Planta de atractivos turísticos se incluirá, al Restaurante Juru, este ha sido seleccionado tomando en cuenta su cercanía con los recursos que se tomara en cuenta para poder brindar el servicio de alimentación.

Mapa del circuito número 1 “amantes de la cultura”

El en siguiente mapa se observa el recorrido general del circuito, en los detalles A y B se muestra la manera en que estos se llevan a cabo dentro de cada distrito.

Ilustración 183 Recorrido del circuito "Amantes de la Cultura"



Fuente: Elaboración Propia

En los detalles A y B se utiliza la siguiente numeración para identificar los destinos turísticos por visitar.

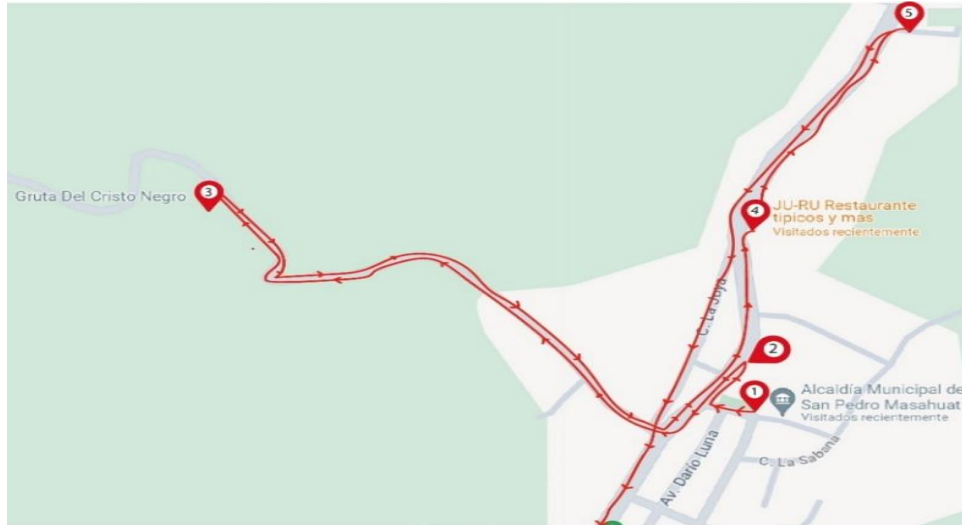
Tabla 235 lista de destinos turísticos por visitar.

LUGARES POR VISITAR			
1	Parque Rigoberto Rodezno	5	Museo Municipal
2	Parroquia San Pedro Apóstol	6	Plaza El Carmen
3	Gruta del Cristo Negro	7	Casa de Jesús
4	Restaurante JURU	8	Parroquia San Luis Rey de Francia

Fuente: Elaboración Propia

Detalle A: En dicho detalle se muestra de cerca como se llevará a cabo el recorrido del circuito dentro del distrito de San Pedro Masahuat.

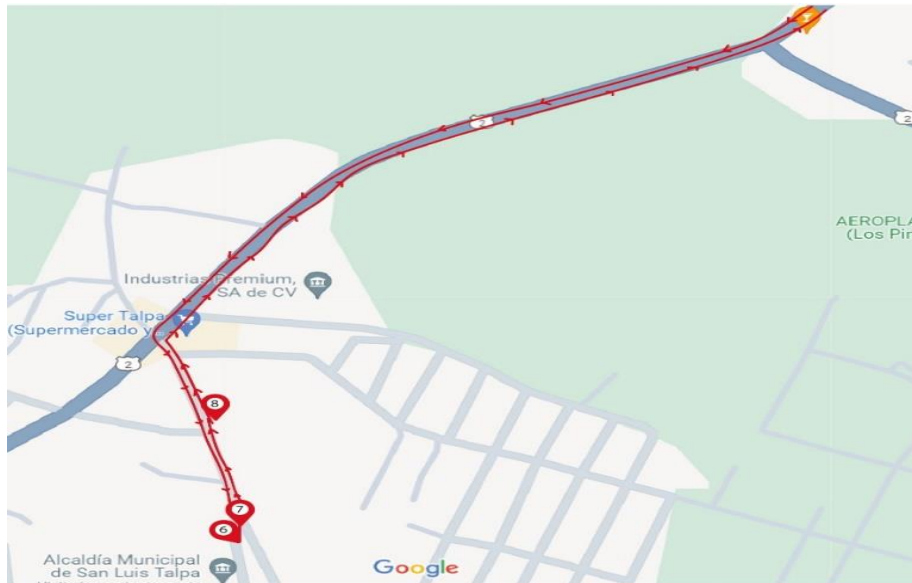
Ilustración 184 recorrido del circuito dentro del distrito de San Pedro Masahuat.



Fuente: Elaboración Propia

Detalle B: En dicho detalle se muestra de cerca como se llevará a cabo el recorrido del circuito dentro del distrito de San Luis Talpa.




Ilustración 185 recorrido del circuito dentro del distrito de San Luis Talpa.







Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones de los lugares a visitar.

Tabla 236 Especificaciones del circuito “Amantes de la cultura”

FICHA TECNICA DE CIRCUITO “AMANTES DE LA CULTURA”		
Ente responsable	CDT del distrito de San Pedro Masahuat	
Descripción		
Circuito destinado a personas que deseen conocer acerca del origen de las tradiciones de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, además de empaparse un poco más sobre las tradiciones religiosas que se llevan a cabo dentro de los distritos, mediante el conocer sus principales lugares de culto.		
No	Lugares por visitar	
1	Parque de Rigoberto Rodezno	<p><i>Ilustración 186:Parque Rigoberto Rodezno</i></p>  <p><i>Fuente: Alcaldía municipal de La Paz Oeste</i></p>
2	Parroquia San Pedro Apóstol	<p><i>Ilustración 187:Parroquia San Pedro Apóstol</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
3	Gruta del Cristo Negro	<p><i>Ilustración 188:Gruta del cristo negro</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>

<p>4</p>	<p>Restaurante JU-RU</p>	<p><i>Ilustración 189:Restaurante JU-RU</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
<p>5</p>	<p>Museo Municipal de San Pedro Masahuat</p>	<p><i>Ilustración 190:Museo municipal San Pedro Masahuat</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
<p>6</p>	<p>Plaza El Carmen</p>	<p><i>Ilustración 191:Plaza El Carmen</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
<p>7</p>	<p>Casa de Jesús</p>	<p><i>Ilustración 192:Casa de Jesús</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>

8	<p align="center">Parroquia San Luis Rey de Francia</p>	<p align="center"><i>Ilustración 193:Parroquia San Luis Rey de Francia</i></p>  <p align="center"><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
---	--	---

Características

- El tour puede ser realizado por todo publico, pero se enfoca a personas de entre 20 a 50 años que deseen conocer más sobre la cultura y tradiciones religiosas.
- El tour tiene una duración de 1 día
- La reservación de cupo se realiza con el 50% del valor del tour.
- El punto de reunión para dar inicio y para finalizar será en el Parque Rigoberto Rodezno.
- El tour sera acompañado por un guia turistico.
- El transporte hacia San Luis Talpa se brindara en microbuses con aire acondicionado.
- Se contara con botiquin de primeros auxilios para atender cualquier emergencia.
- El descenso a la gruta del cristo negro sera acompañado de Politur.

Proceso

El recorrido dara inicio a las 9:30 am en el Parque Rigoberto Rodezno, en el que se brindaran las indicaciones generales de el tour y se dará a conocer las actividades a realizar, luego se dara paso a un breve espacio de preguntas y respuestas.

Seguidamente se dara inicio visitando la Parroquia San Pedro Apostol, la cual podra ser observada por dentro y por fuera, mientras el guía narra la historia de está, seguido a ello se realizara el descenso a la gruta del cristo negro, en la que se podra observar como está se encuentra en ladera del rio Sepaquiapa y se conocerá la historia de como este llego hasta ahí, los turistas tendran espacio para poder tomar fotografias, rendir culto y disfrutar del agradable clima que se genera en la gruta, luego se realizara el ascenso y se procedera a disfrutar de el almuerzo en el restaurante JU-RU, el cual ofrece una variedad de platillos para que el turista pueda disfrutar, luego del almuerzo se visitara el museo municipal de San Pedro Masahuat, en el que se podra conocer acerca de la historia de San Pedro Masahuat , este museo sera el punto de partida, en el que se abordara un microbus, para trasladarse hacia la plaza el carmen en San Luis Talpa, en está se tendra venta de artesanias elaboradas por pobladores, y se podra adquirir souvenirs, luego se ingresara a la Casa de Jesus para poder tener un momento de oración, seguidamente se visitara la Parroquia San Luis Rey de Francia, la cual se podra conocer por dentro y por fuera, la parroquia será el punto de partida para abordar nuevamente el microbus que trasladara a los excursionistas nuevamente hacia el parque Rigoberto Rodezno, en el que se tendra un pequeño festival gastronomico sobre postres tipicos de San Pedro Masahuat, y de está manera se finalizara el circuito.

Proceso de prestación de servicios turísticos

El proceso de descripción de la manera en que se prestara los servicios se realizara en 3 segmentos.

1. Descripción del proceso previo a la prestación de servicios
2. Descripción del proceso del recorrido turístico
3. Descripción del proceso del producto turístico

A continuación, se realizará la descripción de cada uno de los procesos.

Descripción del proceso previo a la prestación de servicios

Tabla 237 Logística para brindar el servicio

No	Actividad	Descripción	Duración
1	Recepción de solicitud de reserva	El excursionista puede solicitar una reserva para el recorrido por medio de redes sociales, teléfono, o correo electrónico, éstas serán recibidas previamente.	3 minutos
2	Verificación de cupo en el recorrido	Ante la solicitud de reserva, se verificará la existencia de cupo en el recorrido, en la fecha que el turista lo solicita.	3 minutos
3	Retroalimentación sobre el cupo.	En caso de existir cupo, se procede a informar al solicitante la existencia de cupo, y en caso contrario se procede a enviarle las fechas para las que si existe cupo.	5 minutos
4	Ampliación de información sobre el recorrido.	Al informar la existencia de cupo, se amplía la información del recorrido, entre ellas las indicaciones y parte del itinerario de este.	3 minutos
5	Compartir formulario de inscripción	Se comparte con el solicitante, el formulario en el que deberá colocar sus datos personales para realizar la reservación.	2 minutos
	Recepción de formulario.	Se recibirá el formulario y se verificará los datos, en caso falte alguno, se le solicitará al excursionista, para completar su formulario.	5 minutos
6	Solicitar el anticipo	Una vez recibido y verificado el formulario, se procede a solicitar el anticipo del 50% del valor del recorrido al excursionista, el cual debe realizar el depósito en una cuenta bancaria.	3 minutos
7	Verificar recepción de anticipo.	Se verificará la realización del anticipo en la cuenta bancaria.	5 minutos

8	Realizar reservación	Al ser verificado el anticipo, se procede a realizar la reservación del cupo de la persona.	3 minutos
	Confirmación de reserva	Una vez realizada la reservación, se le informa al solicitante, que el proceso ha sido un éxito y se le recuerda la fecha y hora para la que realizó la reservación.	3 minutos
9	Coordinar transporte	Al tener la reservación realizada, se procede a contactar al transportista para informarle sobre la fecha y el número de personas a trasladar.	15 minutos
10	Contactar guía turístico	Se le informa al guía turístico, sobre la fecha del recorrido y la cantidad de personas a atender.	10 minutos
11	Coordinar acompañamiento turístico	Se contacta con la policía del municipio para coordinar el acompañamiento del grupo turístico durante el recorrido.	10 minutos
12	Coordinar con actores involucrados.	Se coordina con los emprendedores locales, para la realización del pequeño festiva gastronómico en el parque Rigoberto Rodezno y la venta de souvenirs y artesanías en la Plaza el Carmen, además se informa al restaurante sobre la cantidad de personas que serán parte del recorrido, para asegurar una excelente atención en el mismo, además se informara a los párrocos de cada parroquia para asegurarse que la parroquia este abierta el día del recorrido.	45 minutos
TOTAL		120 minutos = 2 horas	

Fuente: Elaboración Propia

Descripción del proceso de los circuitos turísticos

A continuación, se describirá cada una de las actividades a realizar durante la prestación del servicio en el circuito “Amantes de la cultura”

Tabla 238 Actividades para la prestación del servicio del circuito Amantes de la cultura

No	Actividad	Descripción	Duración
1	Bienvenida	Se recibirá a los excursionistas en el parque Rigoberto Rodezno, agradeciendo su preferencia.	5 minutos
2	Chequeo de asistencia	Se pasará asistencia a las personas asistentes, para verificar que todas las personas que realizaron reservación se encuentren presentes, al momento de dar inicio al circuito, en caso el alguien no se encuentre presente se le llamará por teléfono para confirmar su asistencia y realizarle una breve espera.	15 minutos
3	Completar el pago	Se pedirá a los excursionistas el 50% del valor del circuito, previo a dar inicio al mismo, tal como les fue informado al momento de realizar la reservación.	5 minutos
4	Indicaciones	Se brindará a los excursionistas las indicaciones pertinentes sobre la manera en que se realizara el circuito, y las precauciones que se deben tener.	3 minutos
5	Entrega de promocionales	Se les entregara a los asistentes, promocionales con información de la riqueza cultural de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, además de información sobre los otros paquetes turísticos que se tiene por ofrecer en los distritos.	3 minutos
6	Historia del parque Rigoberto Rodezno	El guía turístico les brindara una reseña histórica sobre el parque y en general sobre el distrito de San Pedro Masahuat.	5 minutos
7	Trasladarse hacia Parroquia San Pedro Apóstol	Se llevará a los excursionistas hacia la parroquia, para lo cual no se requiere un medio de transporte ya que está se encuentra frente al parque.	3 minutos
8	Visita a la Parroquia San Pedro Apóstol	Se brindará una pequeña reseña histórica, sobre la parroquia y los turistas podrán observar todos sus detalles desde adentro y afuera de la parroquia.	20 minutos
9	Trasladarse hacia la gruta del cristo Negro	Al salir de la parroquia, se guiará a los excursionistas en una caminata hacia la gruta del cristo negro.	15 minutos

10	Visita a la gruta del cristo Negro	Al llegar a la gruta del cristo negro, se les brindara a los excursionistas una reseña histórica acerca de la gruta y estos podrán disfrutar del ambiente que se vive en la gruta al encontrarse en la ladera del rio Sepaquiapa.	40 minutos
11	Trasladarse al Restaurante JU RU.	Se guiará a los excursionistas, hacia el restaurante JU-RU.	20 minutos
12	Visita al Restaurante JURU	Se visitará el restaurante JURU en el que los excursionistas podrán disfrutar del almuerzo, y descansar.	60 minutos
13	Trasladarse hacia el museo municipal de San Pedro Masahuat	Se guiará a los excursionistas hacia el museo municipal de San Pedro Masahuat.	5 minutos
14	Visita al Museo municipal de San Pedro Masahuat	Se dará una reseña historia a los excursionistas sobre el museo y estos podrán disfrutar y admirar de las piezas históricas que se encuentran en este.	40 minutos
15	Abordaje del transporte	Al salir del museo, se realizará el abordaje al transporte que los conducirá hacia San Luis Talpa, al terminar de subir al transporte, se pasará lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.	5 minutos
16	Trasladarse hacia Plaza el Carmen en San Luis Talpa	Se llevará a los excursionistas hacia la plaza el Carmen, ubicada en el distrito de San Luis Talpa.	25 minutos
17	Visita a Plaza el Carmen	Se visitará Plaza el Carmen, en la cual los excursionistas podrán adquirir souvenirs elaborados por los pobladores del distrito de San Luis Talpa, además se les brindara una reseña histórica sobre la plaza.	25 minutos
18	Trasladarse hacia La Casa de Jesús	La casa de Jesús se encuentra a un costado de la plaza el Carmen, por lo que el traslado será a pie.	1 minuto
19	Visita a la Casa de Jesús	Los excursionistas podrán tener un momento de oración dentro de la casa de Jesús ya que está es un ambiente propicio para ello, se les brindara una breve reseña histórica del lugar y luego se les dará espacio para que puedan orar si lo desean.	15 minutos
20	Trasladarse hacia Parroquia San Luis Rey de Francia	Se guiará a los excursionistas hacia la parroquia San Luis Rey de Francia, la cual se encuentra ubicada cerca de la casa de Jesús por lo que el traslado se realizará a pie.	5 minutos

21	Visita a la Parroquia San Luis Rey de Francia	Los excursionistas podrán apreciar la parroquia por dentro y por fuera, además recibirán una reseña histórica de la parroquia.	20 minutos
22	Abordaje del transporte	Al salir de la parroquia, se realizará el abordaje al transporte que los conducirá hacia el parque Rigoberto Rodezno, al terminar de subir al transporte, se pasará lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.	5 minutos
23	Trasladarse hacia parque Rigoberto Rodezno en San Pedro Masahuat.	Se transportará a los excursionistas hacia el parque Rigoberto Rodezno, en San Pedro Masahuat.	25 minutos
24	Pequeño festival Gastronómico	Al llegar al parque, se les invitara a los excursionistas que asistieron al circuito, a adquirir platillos típicos de San Pedro Masahuat, elaborados por pobladores los cuales se darán cita comercializarles productos.	23 minutos
25	Despedida y agradecimiento	Se agradecerá a los excursionistas por realizar el recorrido y se les invitará a realiza a realizar nuevos recorridos dentro de los distritos, luego se procederá a despedirse de ellos.	5 minutos
TOTAL		393 minutos = 6.6horas	

Fuente: Elaboración Propia

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Parque Rigoberto Rodezno

Tabla 239 Actividades para la prestación del servicio en Parque Rigoberto Rodezno

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Bienvenida	Se recibirá a los excursionistas en el parque Rigoberto Rodezno, agradeciendo su preferencia.	5 minutos	9:30 am
2	Chequeo de asistencia	Se pasará asistencia a las personas asistentes, para verificar que todas las personas que realizaron reservación se encuentren presentes, al momento de dar inicio al circuito, en caso el alguien no se encuentre presente se le llamará por teléfono para confirmar su asistencia y realizarle una breve espera.	15 minutos	9:35 am
3	Completar el pago	Se pedirá a los excursionistas el 50% del valor del circuito, previo a dar inicio al mismo, tal como les fue informado al momento de realizar la reservación.	5 minutos	9:50 am
4	Indicaciones	Se brindará a los excursionistas las indicaciones pertinentes sobre la manera en que se realizara el circuito, y las precauciones que se deben tener.	3 minutos	9:55 am
5	Entrega de promocionales	Se les entregara a los asistentes, promocionales con información de la riqueza cultural de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, además de información sobre los otros paquetes turísticos que se tiene por ofrecer en los distritos.	3 minutos	9:58 am
6	Historia del parque Rigoberto Rodezno	El guía turístico les brindara una reseña histórica sobre el parque y en general sobre el distrito de San Pedro Masahuat.	5 minutos	10:01 am
7	Trasladarse hacia Parroquia San Pedro Apóstol	Se llevará a los excursionistas hacia la parroquia, para lo cual no se requiere un medio de transporte ya que está se encuentra frente al parque.	3 minutos	10:06 am
TOTAL			39 min	

Fuente: Elaboración Propia

Parroquia San Pedro Apóstol

Tabla 240 Actividades para la prestación del servicio en Parroquia San Pedro Apóstol

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Brindar reseña histórica de la Parroquia	El guía turístico explicara la historia de la parroquia San Pedro Apóstol.	5 min	10:09 am
2	Recorrido libre por la parroquia.	Los excursionistas podrán explorar, observar y tomarse fotografías en la parroquia tanto por dentro como por fuera.	14 min	10:14 am
3	Convocar a los excursionistas a partir.	El guía turístico hará un llamado a los excursionistas para que se reúnan y poder trasladarse al siguiente atractivo.	1 min	10:28 am
4	Trasladarse hacia la gruta del cristo Negro	Al salir de la parroquia, se guiará a los excursionistas en una caminata hacia la gruta del cristo negro.	15 min	10:29 am
TOTAL			35 min	

Fuente: Elaboración Propia

Gruta del Cristo Negro

Tabla 241 Actividades para la prestación del servicio en la Gruta del Cristo Negro

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Brindar reseña histórica sobre la gruta del Cristo Negro.	El guía turístico explicara la historia de la gruta del cristo negro, su origen y la manera en la que se lleva a cabo la celebración en dicho lugar.	10 min	10:44 am
2	Recorrido libre por la Gruta.	Los turistas podrán explorar, observar y tomarse fotografías en la gruta del cristo negro.	25 min	10:54 am
3	Convocar a los excursionistas a partir.	El guía turístico hará un llamado a los turistas para que se reúnan y poder trasladarse al siguiente atractivo.	5 min	11:19 am
4	Trasladarse hacia el restaurante JURU.	Al salir de la parroquia, se guiará a los turistas en una caminata hacia la gruta del cristo negro.	20 min	11:24 am
TOTAL			60 min	

Fuente: Elaboración Propia

Restaurante JURU

Tabla 242 Actividades para la prestación del servicio en Restaurante JURU

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Brindar indicaciones al Excursionista	Se dará indicaciones al excursionista del proceso que se seguirá para pedir el almuerzo y el tiempo de permanencia en el lugar.	2 minutos	11:44 am
2	Acomodación de los excursionistas	El guía turístico ayudara a acomodar a los excursionistas en las instalaciones del restaurante.	3 minutos	11:47 am
3	Ordenar y degustar los alimentos.	El excursionista podrá degustar el platillo de su elección en el menú, dicho platillo deberá cancelarlo al momento de ordenarlo.	48 minutos	11:50 am
4	Recolección de desechos	El guía turístico auxiliara a recoger los desechos en caso sea necesario.	2 minutos	12:38 pm
5	Convocar a los excursionistas a partir.	Se convocará a los excursionistas a marcharse hacia el siguiente atractivo.	2 minutos	12:40 pm
6	Chequeo del grupo	Se realizará una revisión rápida de los asistentes, para asegurarse que nadie se quede fuera del recorrido.	3 minutos	12:42 pm
7	Trasladarse hacia el museo municipal de San Pedro Masahuat	Se guiará a los excursionistas hacia el museo municipal de San Pedro Masahuat.	5 minutos	12:45 pm
TOTAL			65 min	

Fuente: Elaboración Propia

Museo Municipal de San Pedro Masahuat

Tabla 243 Actividades para la prestación del servicio en Museo Municipal de San Pedro Masahuat

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Bienvenida e indicaciones	Al llegar al museo se dará indicaciones sobre el tiempo de permanencia en el lugar y dinámica a seguir.	5 min	12:50 pm
2	Recorrido guiado por el museo	Durante el recorrido se brindará historia e información sobre los artículos del museo a los excursionistas.	20 min	12:55 pm
3	Tiempo para fotografías	Al finalizar el recorrido guiado, se dará espacio a los excursionistas para que puedan tomarse fotografías.	12 min	1:15 pm

4	Convocar a los excursionistas a partir.	Se convocará a los excursionistas a marcharse hacia el siguiente atractivo.	3 min	1:27 pm
5	Abordaje del transporte	Al salir del museo, se realizará el abordaje al transporte que los conducirá hacia San Luis Talpa, al terminar de subir al transporte, se pasará lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.	5 minutos	1:30 pm
6	Trasladarse hacia Plaza el Carmen en San Luis Talpa	Se llevará a los excursionistas hacia la plaza el Carmen, ubicada en el distrito de San Luis Talpa.	25 minutos	1:35 pm
TOTAL			70 min	

Fuente: Elaboración Propia

Plaza el Carmen

Tabla 244 Actividades para la prestación del servicio en Plaza el Carmena

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Bienvenida a la plaza el Carmen	Se dará la bienvenida a los excursionistas y se les explicara la dinámica a seguir, invitándolos a poder adquirir artesanías que estarán a la venta en la plaza.	2 minutos	2:00 pm
2	Reseña histórica de la plaza	El guía turístico brindara una breve reseña histórica de la plaza y así como un poco del distrito de San Luis Talpa.	5 minutos	2:02 pm
3	Brindar tiempo para disfrutar la plaza y adquirir artesanías	Se brindará tiempo para que los excursionistas puedan apreciar la plaza y adquirir las artesanías que tendrán a la venta los lugareños.	16 minutos	2:07 pm
4	Convocar a los excursionistas a partir.	Se convocará a los excursionistas a partir hacia la casa de Jesús.	2 minutos	2:23 pm
5	Trasladarse a la casa de Jesús.	Se guiará a los turistas hacia la Casa de Jesús, la cual se encuentra muy cercana a la plaza.	1 minuto	2:25 pm
TOTAL			26 min	

Fuente: Elaboración Propia

Casa de Jesús

Tabla 245 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Casa de Jesús

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Brindar indicaciones	Se brindará indicaciones sobre la dinámica y el tiempo que se permanecerá en el lugar.	1 minuto	2:26 pm
2	Reseña histórica de la casa de Jesús.	El guía turístico brindara una reseña histórica acerca de la casa de Jesús y su origen	5 minutos	2:27 pm
3	Brindar tiempo para oración	Se brindará tiempo para las personas que tengan un momento de oración si lo desean, y para las que no lo desean pueden esperar afuera de la casa de Jesús en la plaza en Carmen.	6 minutos	2:32 pm
4	Convocar a los excursionistas a partir.	Se indicará a los excursionistas que se encuentran dentro y fuera de la Casa de Jesús que es momento de partir hacia la parroquia San Luis Rey de Francia.	3 minutos	2:38 pm
5	Trasladarse hacia Parroquia San Luis Rey de Francia	Se guiará a los excursionistas hacia la parroquia San Luis Rey de Francia, la cual se encuentra ubicada cerca de la casa de Jesús por lo que el traslado se realizará a pie.	5 minutos	2:41 pm
TOTAL			20 min	

Fuente: Elaboración Propia

Parroquia San Luis Rey de Francia

Tabla 246 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Parroquia San Luis Rey de Francia

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Brindar reseña histórica de la Parroquia	El guía turístico explicara la historia de la parroquia San Luis Rey de Francia.	5 min	2:46 pm
2	Recorrido libre por la parroquia.	Los excursionistas podrán explorar, observar y tomarse fotografías en la parroquia tanto por dentro como por fuera.	14 min	2:51 pm
3	Convocar a los excursionistas a partir.	El guía turístico hará un llamado a los excursionistas para que se reúnan y poder trasladarse al siguiente atractivo.	1 min	3:05 pm
4	Abordaje del transporte	Al salir de la parroquia, se realizará el abordaje al transporte que los conducirá hacia el parque Rigoberto Rodezno, al terminar de subir al transporte, se pasará	5 minutos	3:06 pm

		lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.		
5	Trasladarse hacia parque Rigoberto Rodezno.	Se transportará a los excursionistas hacia el parque Rigoberto Rodezno, en San Pedro Masahuat.	25 minutos	3:11 pm
TOTAL			50 min	

Fuente: Elaboración Propia

Parque Rigoberto Rodezno

Tabla 247 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Parque Rigoberto Rodezno

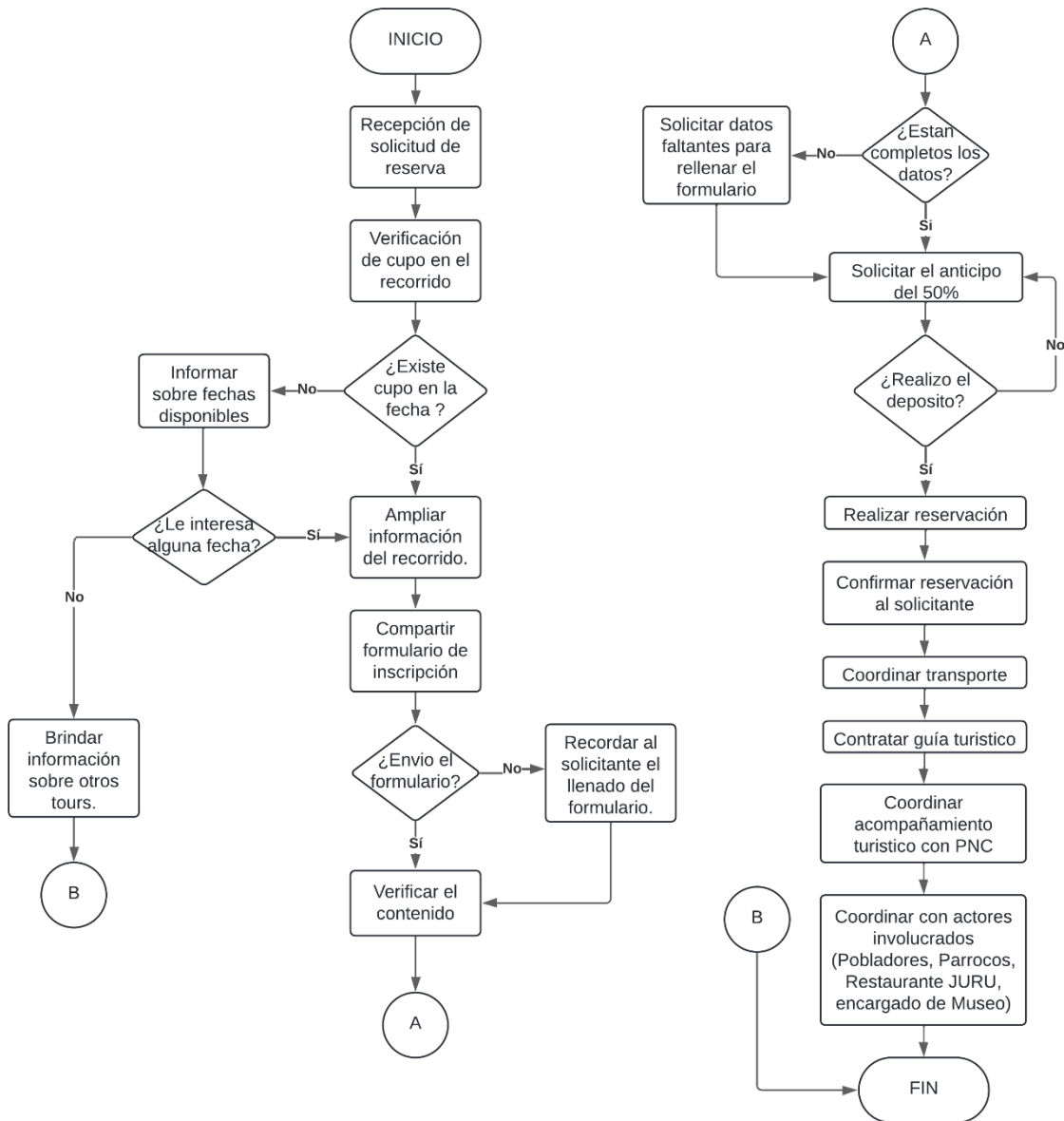
No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Invitar a participar en el festival gastronómico.	se les invitara a los excursionistas que asistieron al circuito, a adquirir platillos típicos de San Pedro Masahuat, elaborados por pobladores los cuales se darán cita comercializarles productos.	3 minutos	3:36 pm
2	Pequeño festival Gastronómico	Los excursionistas podrán adquirir platillos típicos del distrito.	20 minutos	3:39 pm
3	Despedida y agradecimiento	Se agradecerá a los excursionistas por realizar el recorrido y se les invitará a realiza a realizar nuevos recorridos dentro de los distritos, luego se procederá a despedirse de ellos.	5 minutos	3:59 pm
TOTAL			28 min	

Fuente: Elaboración Propia

DIAGRAMA DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Diagrama de actividades previas al circuito

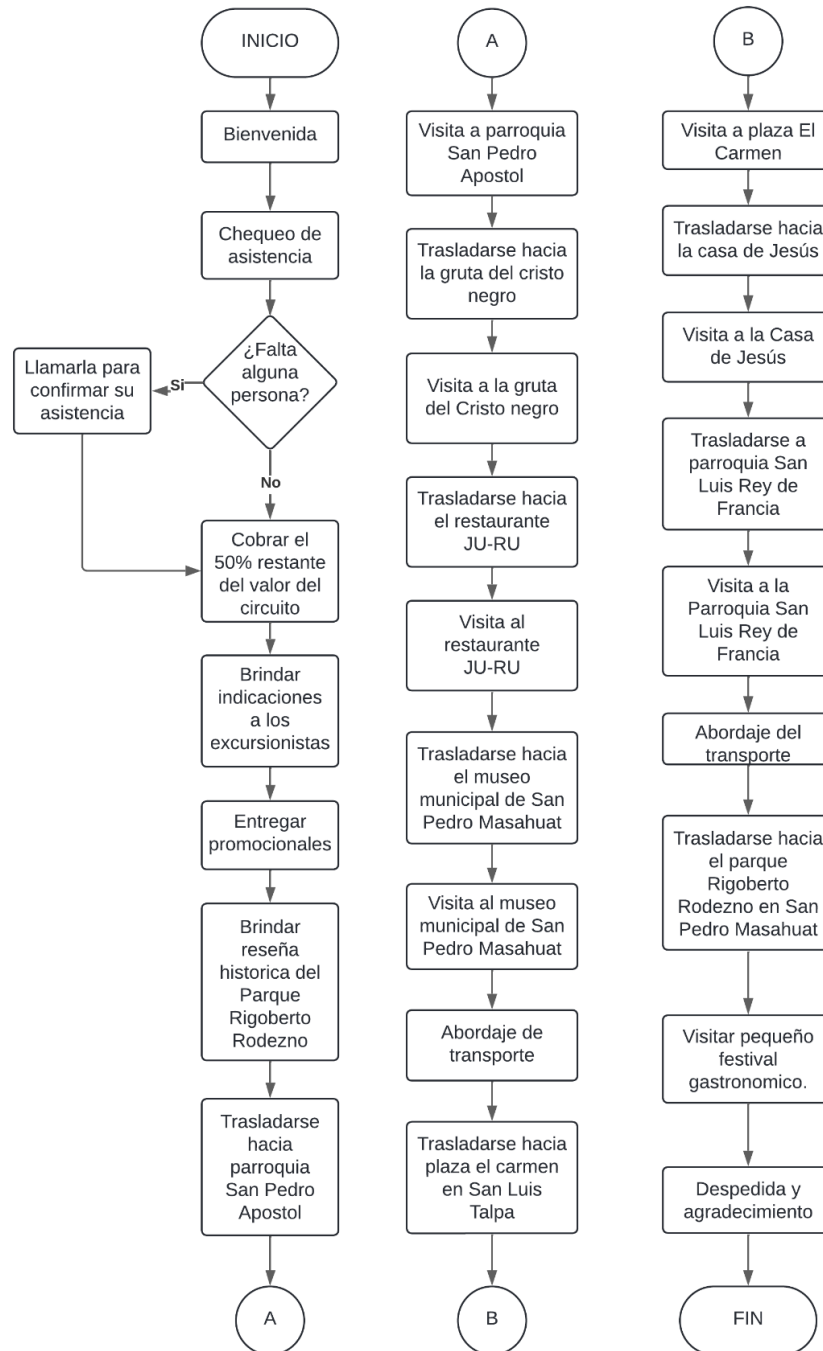
Ilustración 194: Actividades previas a la prestación de servicio para circuito "Amantes de la cultura"



Fuente: Elaboración Propia

Diagrama de proceso del Circuito 1 “Amantes de la cultura”

Ilustración 195: Diagrama de prestación de servicio para circuito “Amantes de la cultura”

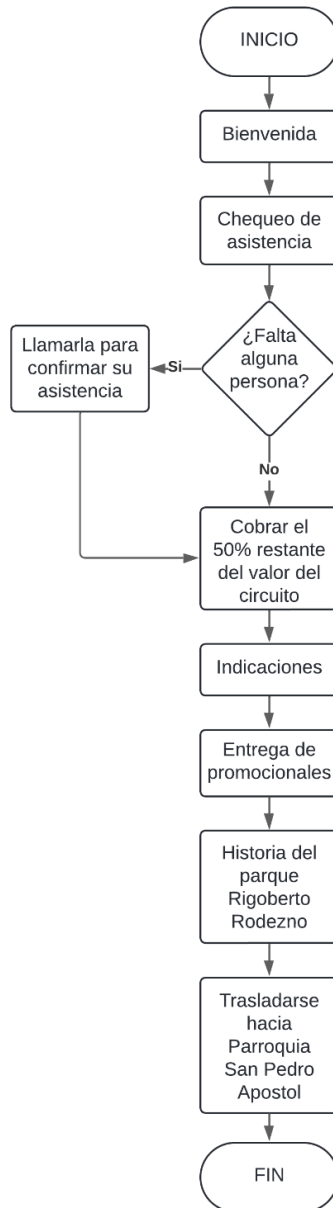


Fuente: Elaboración Propia

Diagrama de proceso de los productos turísticos

- **Visita al parque Rigoberto Rodezno**

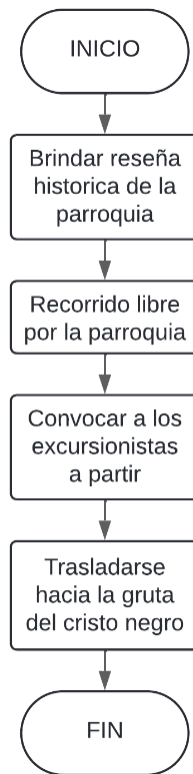
Ilustración 196: Diagrama de prestación de servicio en Parque Rigoberto Rodezno



Fuente: Elaboración Propia

- **Visita a la parroquia San Pedro apóstol**

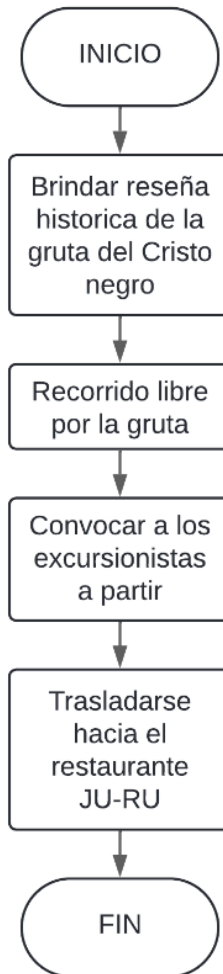
Ilustración 197: Diagrama de prestación de servicio en Parroquia San Pedro Apóstol



Fuente: Elaboración Propia

- **Visita a la gruta del Cristo negro**

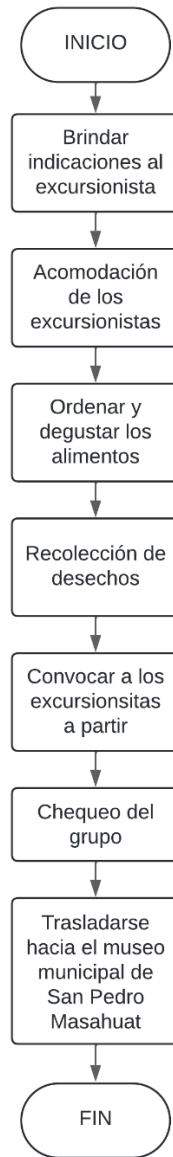
Ilustración 198: Diagrama de prestación de servicio en la Gruta del Cristo Negro



Fuente: Elaboración Propia

- **Visita al restaurante JU-RU**

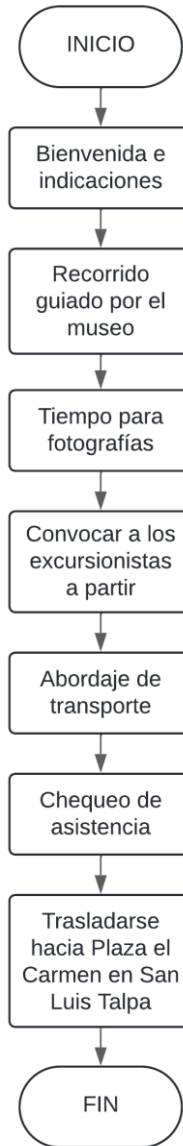
Ilustración 199: Diagrama de Prestación de servicio en restaurante JURU



Fuente: Elaboración Propia

- **Visita al museo municipal de San Pedro Masahuat**

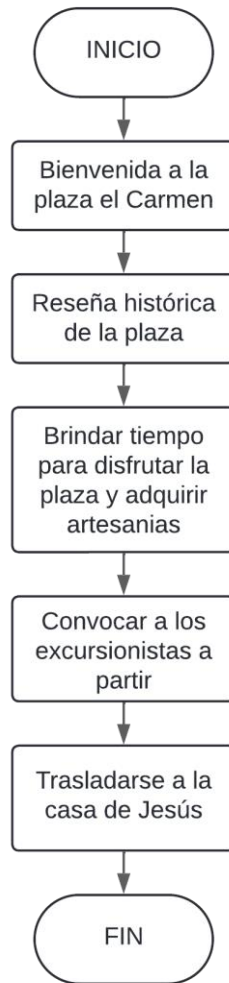
Ilustración 200: Diagrama de prestación de servicio en Museo municipal de San Pedro Masahuat



Fuente: Elaboración Propia

- **Visita a Plaza El Carmen**

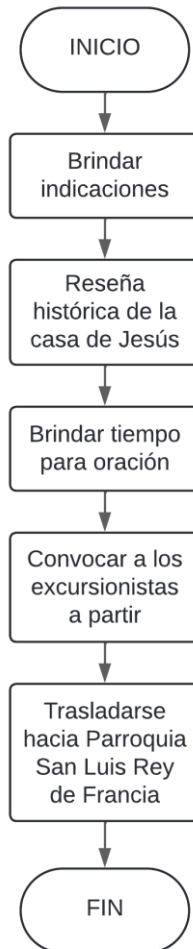
Ilustración 201: Diagrama de Prestación de servicio en Plaza el Carmen



Fuente: Elaboración Propia

- **Visita a la casa de Jesús**

Ilustración 202: Diagrama de Prestación de servicio en la Casa de Jesús



Fuente: Elaboración Propia

- **Visita a la parroquia San Luis del Francia**

Ilustración 203: Diagrama de prestación de servicio en Parroquia San Luis Rey de Francia



Fuente: Elaboración Propia

- **Despedida en parque Rigoberto Rodezno**

Ilustración 204: Diagrama de Prestación de servicio en la despedida en parque Rigoberto Rodezno



Fuente: Elaboración Propia

ITINERARIO DE RECORRIDOS

Tabla 248 Itinerario de recorrido

HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
9:30am-10:06am	Parque Rigoberto Rodezno	Se dará la bienvenida a los excursionistas, en caso alguno de estos no se encuentre presente a la hora, se le llamará para confirmar su asistencia, luego cuando el grupo este completo, se cobrará el 50% restante del costo del recorrido a todos los excursionistas, seguido de esto se les entregara promocionales sobre el turismo en los distritos, luego se les brindara una reseña histórica sobre el parque, seguidamente se guiará a los excursionistas hacia la parroquia San Pedro Apóstol.
10:09am -10:28am	Parroquia San Pedro Apóstol	Se dará una reseña histórica de la parroquia, luego se brindará tiempo para que puedan recorrer la iglesia libremente y tomar fotografías, luego se les guiara hacia la gruta del Cristo Negro.
10:44am-11:24am	Gruta del Cristo Negro	Se dará una reseña historia sobre el origen de la gruta del cristo negro, luego se brindará tiempo para que los excursionistas puedan disfrutar del paisaje y tomarse fotografías, seguidamente se les guiara hacia el restaurante JU-RU.
11:44am-12:45pm	Restaurante JU-RU	Disfrutaran del almuerzo, luego se guiará a los excursionistas hacia el Museo Municipal de San Pedro Masahuat.
12:50pm-1:35pm	Museo Municipal San Pedro Masahuat	Se dará un recorrido guiado por el museo, seguidamente se dará tiempo para la toma de fotografías, al salir de museo se abordará el transporte que llevará a los excursionistas hacia la plaza El Carmen.

2:00pm-2:25pm	Plaza El Carmen	Se dará una bienvenida a la plaza, luego se les dará una reseña histórica de la plaza y se les inviará a disfrutar de la venta de artesanías que se tendrá en la plaza el Carmen, seguidamente se guiará a los excursionistas hacia la Casa de Jesús.
2:26pm-2:41pm	Casa de Jesús	Dentro de la casa de Jesús se brindará una reseña histórica de la misma, seguidamente se brindará un espacio de oración, luego se guiará a los excursionistas hacia la parroquia San Luis Rey de Francia.
2:46pm-3:11pm	Parroquia San Luis Rey de Francia	Se brindará una reseña histórica de la parroquia, seguido a ello se dará tiempo para que los excursionistas aprecien la parroquia y se tomen fotografías, luego se abordará el transporte que llevará a los excursionistas de vuelta al parque Rigoberto Rodezno.
3:36pm-3:59pm	Parque Rigoberto Rodezno	Se invitará a los excursionistas a disfrutar de la venta de comida típica del distrito que, realizada por pobladores del distrito, luego se dará las gracias por asistir al circuito, y se el guía realizará su despedida.

Fuente: Elaboración Propia

(2) Circuito 2: Playa Y Montaña

El circuito de playa y montaña permite a los visitantes disfrutar de vistas impresionantes desde la montaña y de un delicioso baño en la playa, todo en un solo día.

Metodología para la creación del circuito

Ilustración 205: Esquema de Metodología para la creación del circuito de playa y montaña



Fuente: Elaboración Propia

Definición de Criterios

Para poder determinar los recursos turísticos que formaran parte del circuito turísticos, se hará uso de los siguientes criterios:

- Tipo de turismo
- Ubicación
- Valor añadido

Además, se procurará no repetir los recursos turísticos en los distintos circuitos, para poder ofertar un mayor abanico de opciones.

A continuación, se describe cada uno de ellos, en términos de su ponderación y manera de calificación:

Tabla 249 Ponderación de criterio tipo de turismo para selección de atractivos

FICHA DE CRITERIO: TIPO DE TURISMO	
Nombre del criterio	Tipo de turismo
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio permite retomar los resultados obtenidos dentro del estudio de mercado consumidor, en el que se obtuvo que los tipos de turismo preferidos por las personas es el turismo de Sol y Playa y el Turismo Cultural.	
CODIGO	PONDERACIÓN
TT	4.5
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
El recurso presenta características favorables para turismo sol y playa.	10
El recurso presenta características favorables para el turismo de cultura.	10
El recurso no presenta características favorables para los tipos de turismo en estudio que son turismo de sol y playa y turismo de cultura.	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 250: Ponderación de criterio ubicación para selección de atractivos

FICHA DE CRITERIO: UBICACIÓN	
Nombre del criterio	Ubicación
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio hace referencia a que el recurso debe estar ubicado en puntos estratégicos para que el recorrido del circuito no sea agotador en el desplazamiento de un punto a otro, por dicha razón, se seleccionaran puntos cercanos para evitar dicho problema.	
CODIGO	PONDERACIÓN
UBI	3
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
El recurso se encuentra cercano.	10
El recurso se encuentra a una distancia intermedia.	5
El recurso se encuentra lejos de los demás recursos.	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 251: Ponderación de criterio valor añadido para selección de atractivos

FICHA DE CRITERIO: VALOR AÑADIDO	
Nombre del criterio	Valor añadido
DESCRIPCIÓN DEL CRITERIO	
Este criterio hace referencia al valor extra que puede aportar un destino seleccionado y complementar a los recursos generando una experiencia gratificante al turista, permitiéndole oportunidades educativas o de enriquecimiento cultural.	
CODIGO	PONDERACIÓN
VA	2.5
ESCALA DE CALIFICACIÓN	
Descripción	Calificación
Ofrece un alto valor añadido a los turistas.	10
Ofrece un valor añadido considerable a los turistas.	5
No ofrece valor añadido significativo a los turistas	1

Fuente: Elaboración Propia

Tomando como base los criterios enlistados, se procede a realizar la evaluación de los recursos turísticos para poder agrupar a los pertenecientes al circuito “Playa y Montaña” y se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 252 Evaluación de recursos turísticos

Recurso turístico	TT	UBI	VA	Puntuación Total
Playa La Zunganera	10	10	10	10
Plaza El Carmen	10	10	10	10
Cerro el Tacuazín	10	5	10	8.5
Playa Amatecampo	10	10	1	7.75
Playa El Pimental	10	10	1	7.75
Playa Las Hojas	10	10	1	7.75
Playa San Marcelino	10	10	1	7.75
Noches de playa en San Marcelino	10	10	1	7.75
Las Bocanitas	10	10	1	7.75
Festival del Loroco y el Plátano	10	10	1	7.75
Festival de la piscucha	10	10	1	7.75
Fiestas Patronales San Luis Talpa	10	10	1	7.75
Festival del Sambo y Camarón	10	10	1	7.75
Fiestas Titulares y Patronales San Pedro Masahuat	10	10	1	7.75

Fuente: Elaboración Propia

Para conformar el circuito 2 de “Playa y Montaña”, se tomarán en cuenta únicamente los recursos que obtuvieron una puntuación mayor a 8 en la evaluación, de tal manera que el circuito quedará conformado por:

- Playa La Zunganera
- Plaza El Carmen
- Cerro El Tacuazín

Dentro de la Planta de atractivos turísticos se incluirá:

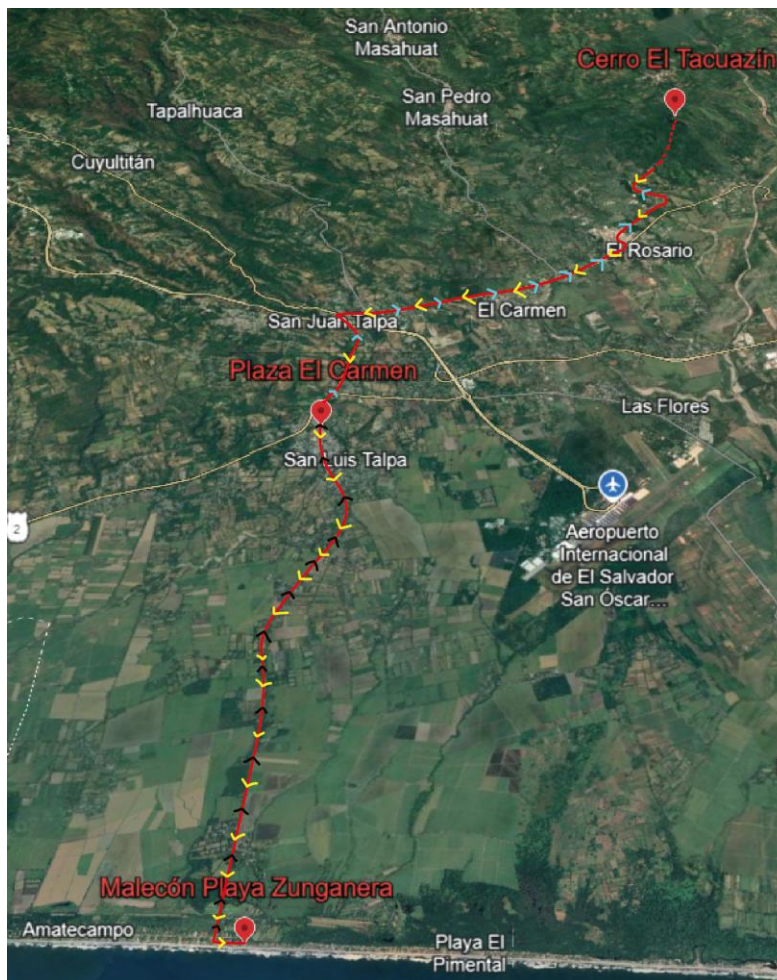
- Malecón de Playa Zunganera

Este ha sido seleccionado tomando en cuenta su cercanía con los recursos que se tomara en cuenta para poder brindar el servicio de alimentación

MAPA DEL CIRCUITO “PLAYA Y MONTAÑA”

A continuación, se presenta el mapa de recorrido que tendrá el circuito de playa y montaña.

Ilustración 206 recorrido del circuito de playa y montaña



Fuente: Elaboración Propia




Tabla 253 señalización en el circuito de playa y montaña

Símbolo	Significado
	Carretera por la que se viajara
	Tramo que se debe caminar
	Ruta de camino desde plaza el Carmen hacia Cerro Tacuazín
	Ruta de camino desde Cerro el Tacuazín hacia Plaza la Zunganera
	Ruta de retorno desde Malecón Playa Zunganera hacia Plaza el Carmen

Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones de los lugares a visitar

Tabla 254 Especificaciones del circuito Playa y Montaña

FICHA TÉCNICA DE RUTA “PLAYA Y MONTAÑA”		
Ente responsable	CDT del distrito de San Pedro Masahuat	
Descripción		
Ruta dedicada a los amantes de la aventura y de disfrutar de actividades al aire libre y al mismo tiempo enriquecerse con la historia de los sitios a los que visitan, está ruta da inicio escalando el Cerro El Tacuazín y finaliza refrescándose en la Playa.		
No	Lugares por visitar	
1	Plaza El Carmen	<p><i>Ilustración 207: Plaza el Carmen</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>
2	Cerro El Tacuacín	<p><i>Ilustración 208: Cerro El tacuazín</i></p>  <p><i>Fuente: Viajeros de San Pedro Masahuat</i></p>
3	Malecón Playa Zunganera	<p><i>Ilustración 209: Malecón playa Zunganera</i></p>  <p><i>Fuente: Elaboración Propia</i></p>

Fuente: Elaboración Propia

Características

- Tour dirigido a personas de entre 18 a 50 años debido a la caminata que se debe realizar.
- El tour tiene una duración de 1 día
- La reservación de cupo se realiza con el 50% del valor.
- El punto de reunión para dar inicio y para finalizar será en Plaza el Carmen en San Luis Talpa.
- El tour sera acompañado por un guía turistico.
- El transporte durante el recorrido se brindara en microbuses con aire acondicionado.
- Se contara con botiquin de primeros auxilios para atender cualquier emergencia.
- El ascenso al cerro el Tacuazín sera acompañado de Politur.

Proceso

El recorrido dara inicio a las 8:00 de la mañana en la Plaza el carmen en San Luis Talpa, está sera el punto de partida para iniciar el viaje hacia el Cerro El Tacuazín, una vez se llegue a las faldas del cerro el Tacuazin se emprendera el ascenso hacia la cima de este, al llegar a la cima se brindara una reseña historica del cerro y su relación con el Indio Anastacio Aquino, luego se brindara tiempo para que los asistes disfruten de las vistas y el clima, luego se dara inicio al descenso, una vez en la base del cerro, se aborara nuevamente el transporte para dirigirse hacia el malecón de la playa la Zunganera y poder disfrutar del almuerzo y bañarse en el mar.

Fuente: Elaboración Propia

PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El proceso de descripción de la manera en que se prestara los servicios se realizara en 3 segmentos.

1. Descripción del proceso previo a la prestación de servicios
2. Descripción del proceso del recorrido turistico
3. Descripción del proceso del producto turistico

A continuación, se realizará la descripción de cada uno de los procesos.

Descripción del proceso previo a la prestación de servicios.

Tabla 255 Actividades previas para la prestación del servicio del circuito Playa y Montaña

No	Actividad	Descripción	Duración
1	Recepción de solicitud de reserva	El excursionista puede solicitar una reserva para el recorrido por medio de redes sociales, teléfono, o correo electrónico, éstas serán recibidas previamente.	3 minutos
2	Verificación de cupo en el recorrido	Ante la solicitud de reserva, se verificará la existencia de cupo en el recorrido, en la fecha que el turista lo solicita.	3 minutos
3	Retroalimentación sobre el cupo.	En caso de existir cupo, se procede a informar al solicitante la existencia de cupo, y en caso contrario se procede a enviarle las fechas para las que si existe cupo.	5 minutos
4	Ampliación de información sobre el recorrido.	Al informar la existencia de cupo, se amplía la información del recorrido, entre ellas las indicaciones y parte del itinerario de este.	3 minutos
5	Compartir formulario de inscripción	Se comparte con el solicitante, el formulario en el que deberá colocar sus datos personales para realizar la reservación.	2 minutos
	Recepción de formulario.	Se recibirá el formulario y se verificará los datos, en caso falte alguno, se le solicitará al excursionista, para completar su formulario.	5 minutos
6	Solicitar el anticipo	Una vez recibido y verificado el formulario, se procede a solicitar el anticipo del 50% del valor del recorrido al excursionista, el cual debe realizar el depósito en una cuenta bancaria.	3 minutos
7	Verificar recepción de anticipo.	Se verificará la realización del anticipo en la cuenta bancaria.	5 minutos
8	Realizar reservación	Al ser verificado el anticipo, se procede a realizar la reservación del cupo de la persona.	3 minutos
	Confirmación de reserva	Una vez realizada la reservación, se le informa al solicitante, que el proceso ha sido un éxito y se le recuerda la fecha y hora para la que realizo la reservación.	3 minutos
9	Coordinar transporte	Al tener la reservación realizada, se procede a contactar al transportista para informarle sobre la fecha y el número de personas a trasladar.	15 minutos
10	Contactar guía turístico	Se le informa al guía turístico, sobre la fecha del recorrido y la cantidad de personas a atender.	10 minutos

11	Coordinar acompañamiento turístico	Se contacta con la policía del municipio para coordinar el acompañamiento del grupo turístico durante el recorrido.	10 minutos
12	Coordinar con actores involucrados.	Se coordina con cada uno de los actores involucrados, si se incluyen restaurantes o alojamientos, estos son informados de la fecha y cantidad de personas para asegurar la calidad en el trato.	45 minutos
TOTAL		120 minutos = 2 horas	

Fuente: Elaboración Propia

Descripción del proceso de los circuitos turísticos

A continuación, se describirá cada una de las actividades a realizar durante la prestación del servicio en el circuito “Playa y Montaña”

Tabla 256 actividades a realizar durante la prestación del servicio en el circuito Playa y Montaña

No	Actividad	Descripción	Duración
1	Bienvenida	Se recibirá a los excursionistas en la plaza el Carmen, agradeciendo su preferencia.	5 minutos
2	Chequeo de asistencia	Se pasará asistencia a los excursionistas, para verificar que todas las personas que realizaron reservación se encuentren presentes, al momento de dar inicio al circuito, en caso el alguien no se encuentre presente se le llamará por teléfono para confirmar su asistencia y realizarle una breve espera.	10 minutos
3	Completar el pago	Se pedirá a los excursionistas el 50% del valor del circuito, previo a dar inicio al mismo, tal como les fue informado al momento de realizar la reservación.	5 minutos
4	Indicaciones	Se brindará a los excursionistas las indicaciones pertinentes sobre la manera en que se realizara el circuito, y las precauciones que se deben tener.	3 minutos
5	Historia de Plaza El Carmen	El guía turístico les brindara una reseña histórica sobre la Plaza El Carmen y en general sobre el distrito de San Luis Talpa	5 minutos
6	Entrega de promocionales	Se les entregara a los asistentes, promocionales con información de la riqueza cultural de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, además de información sobre los otros paquetes turísticos que se tiene por ofrecer en los distritos.	3 minutos
7	Abordaje del transporte	Al salir de la plaza el Carmen, se realizará el abordaje al transporte que los conducirá a los	5 minutos

		excursionistas hacia el cerro El Tacuazín, al terminar de subir al transporte, se pasará lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.	
8	Trasladarse hacia el Cerro El Tacuazín	Se trasladará a los excursionistas hacia el cerro el Tacuazín.	25 minutos
9	Visita al cerro el Tacuazín	Se brindará indicaciones de como iniciar el ascenso, y se ascenderá hacia el cerro, en el trayecto se les compartirá una reseña histórica acerca de la historia del cerro, luego se dará tiempo para fotografías y luego iniciará el descenso.	264 minutos
10	Abordaje del transporte	Al salir descender del cerro El Tacuazín, se realizará el abordaje al transporte que los conducirá a los excursionistas hacia el Malecón de Playa La Zunganera, al terminar de subir al transporte, se pasará lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.	5 minutos
11	Trasladarse hacia Malecón Playa Zunganera	Se trasladará a los excursionistas hacia el Malecón de Playa La Zunganera.	35 minutos
12	Visita a Malecón Playa La Zunganera	En el Malecón de Playa La Zunganera, los excursionistas podrán disfrutar de su almuerzo y tiempo para refrescarse en la Playa.	219 minutos
13	Abordaje del transporte	Al salir del Malecón de Playa La Zunganera, se realizará el abordaje al transporte que los conducirá a los excursionistas hacia Plaza el Carmen, al terminar de subir al transporte, se pasará lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.	5 minutos
14	Trasladarse hacia Plaza El Carmen	Se trasladará a los excursionistas hacia la Plaza El Carmen.	10 minutos
15	Agradecimiento y Despedida.	Al llegar a la Plaza El Carmen el guía agradecerá a los asistentes, y se despedirá de ellos.	5 minutos
TOTAL		604 minutos = 10.1 horas	

Fuente: Elaboración Propia

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Plaza El Carmen

Tabla 257 actividades a realizar durante la prestación del servicio en plaza el Carmen

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Bienvenida	Se recibirá a los excursionistas en la Plaza El Carmen, agradeciendo su preferencia.	5 minutos	6:00 am
2	Chequeo de asistencia	Se pasará asistencia a las personas asistentes, para verificar que todas las personas que realizaron reservación se encuentren presentes, al momento de dar inicio al circuito, en caso el alguien no se encuentre presente se le llamará por teléfono para confirmar su asistencia y realizarle una breve espera.	10 minutos	6:05 am
3	Completar el pago	Se pedirá a los excursionistas el 50% del valor del circuito, previo a dar inicio al mismo, tal como les fue informado al momento de realizar la reservación.	5 minutos	6:15 am
4	Indicaciones	Se brindará a los excursionistas las indicaciones pertinentes sobre la manera en que se realizara el circuito, y las precauciones que se deben tener.	3 minutos	6:18 am
5	Entrega de promocionales	Se les entregara a los asistentes, promocionales con información de la riqueza cultural de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, además de información sobre los otros paquetes turísticos que se tiene por ofrecer en los distritos.	3 minutos	6:21 am
6	Historia de Plaza El Carmen	El guía turístico les brindara una reseña histórica sobre la Plaza El Carmen y en general sobre el distrito de San Luis Talpa	5 minutos	6:26 am
7	Abordaje del transporte	Al salir de Plaza El Carmen, se realizará el abordaje al transporte que los conducirá hacia el Cerro el Tacuazín, al terminar de subir al transporte, se pasará lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.	5 minutos	6:31 am
	Trasladarse hacia Cerro el Tacuazín	Se transportará a los excursionistas hacia el Cerro el Tacuazín.	25 minutos	6:36 am
TOTAL			61 min	

Fuente: Elaboración Propia

Cerro El Tacuazín

Tabla 258 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Cerro el Tacuazín

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Indicaciones	Se brindará Indicaciones a los excursionistas de la manera en que se llevara a cabo el ascenso y el descenso al cerro y sobre las precauciones que deben tener.	5 minutos	7:01 am
2	Tiempo para ir al baño	Se dará tiempo para que las personas que deseen ir al baño lo hagan.	10 minutos	7:06 am
3	Ascenso al cerro	Se guiará a los excursionistas durante el ascenso, y mientras este se irán dando datos breves datos históricos sobre el cerro.	105 minutos	7:16 am
4	Reseña histórica del Cerro Tacuazín	Al llegar a la cima del cerro, se dará la reseña histórica completa del cerro.	10 minutos	9:01 am
5	Tiempo de descanso y fotografías.	Se dará un espacio de tiempo para que los excursionistas puedan descansar y tomarse fotografías en los distintos paisajes que se aprecian desde la cima del cerro.	15 minutos	9:11 am
6	Convocar a los excursionistas para descender.	Se convocará a los excursionistas a prepararse para el descenso del cerro.	2 minutos	9:26 am
7	Descenso del cerro	Se guiará a los excursionistas durante el descenso del cerro.	105 minutos	9:28 am
8	Tiempo para ir al baño	Se dará tiempo para que las personas que deseen ir al baño lo hagan.	10 minutos	11:13 am
9	Convocar a los excursionistas para partir	Se convocará a los excursionistas a partir hacia el siguiente destino.	2 minutos	11:23 am
10	Abordaje del transporte	Al salir del museo, se realizará el abordaje al transporte que los conducirá hacia el Cerro El Tacuazín al terminar de subir al transporte, se pasará lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.	5 minutos	11:25 am
11	Trasladarse hacia Malecón de Playa La Zunganera	Se trasladará a los excursionistas hacia el Malecón de Playa la Zunganera.	35 minutos	11:30 am
TOTAL			304 min	

Fuente: Elaboración Propia

Malecón Playa Zunganera

Tabla 259 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Malecón Playa Zunganera

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Indicaciones	Se brindará indicaciones acerca del tiempo de estadía y las precauciones que se deben tener.	5 minutos	12:05 pm
2	Breve reseña histórica	El guía turístico brindara una breve reseña turística sobre Playa la Zunganera y el Malecón.	5 minutos	12:10 pm
3	Ordenar alimentos	Los encargados de los negocios ubicados en el malecón ofertaran su menú a los excursionistas y estos podrán degustar del platillo que ellos prefieran, el cual deberán de pagar al momento de ordenar.	15 minutos	12:15 pm
4	Almuerzo	Los excursionistas tendrán tiempo para poder degustar sus alimentos.	60 minutos	12:30 pm
5	Tiempo de Playa	Los excursionistas podrán disfrutar de tiempo para bañarse en la playa y disfrutar del mar.	120 minutos	1:30 pm
6	Convocatoria para prepararse para partir	Se realizará la convocatoria a los excursionistas a prepararse para partir.	2 minutos	3:30 pm
7	Tiempo de preparación.	Se brindará tiempo a los excursionistas para cambiarse y prepararse para partir.	10 minutos	3:32 pm
8	Convocatoria a partir.	Se convocará a los excursionistas a partir hacia el punto final del circuito	2 minutos	3:42 pm
9	Abordaje de transporte	Se realizará el abordaje al transporte que los conducirá de vuelta hacia Plaza El Carmen al terminar de subir al transporte, se pasará lista rápidamente, para asegurarse que nadie se encuentre ausente.	5 minutos	3:44 pm
10	Trasladarse hacia Plaza El Carmen	Se trasladará a los excursionistas hacia la Plaza El Carmen.	10 minutos	3:49 pm
TOTAL			234 min	

Fuente: Elaboración Propia

Plaza El Carmen

Tabla 260 actividades a realizar durante la prestación del servicio en Plaza el Carmen

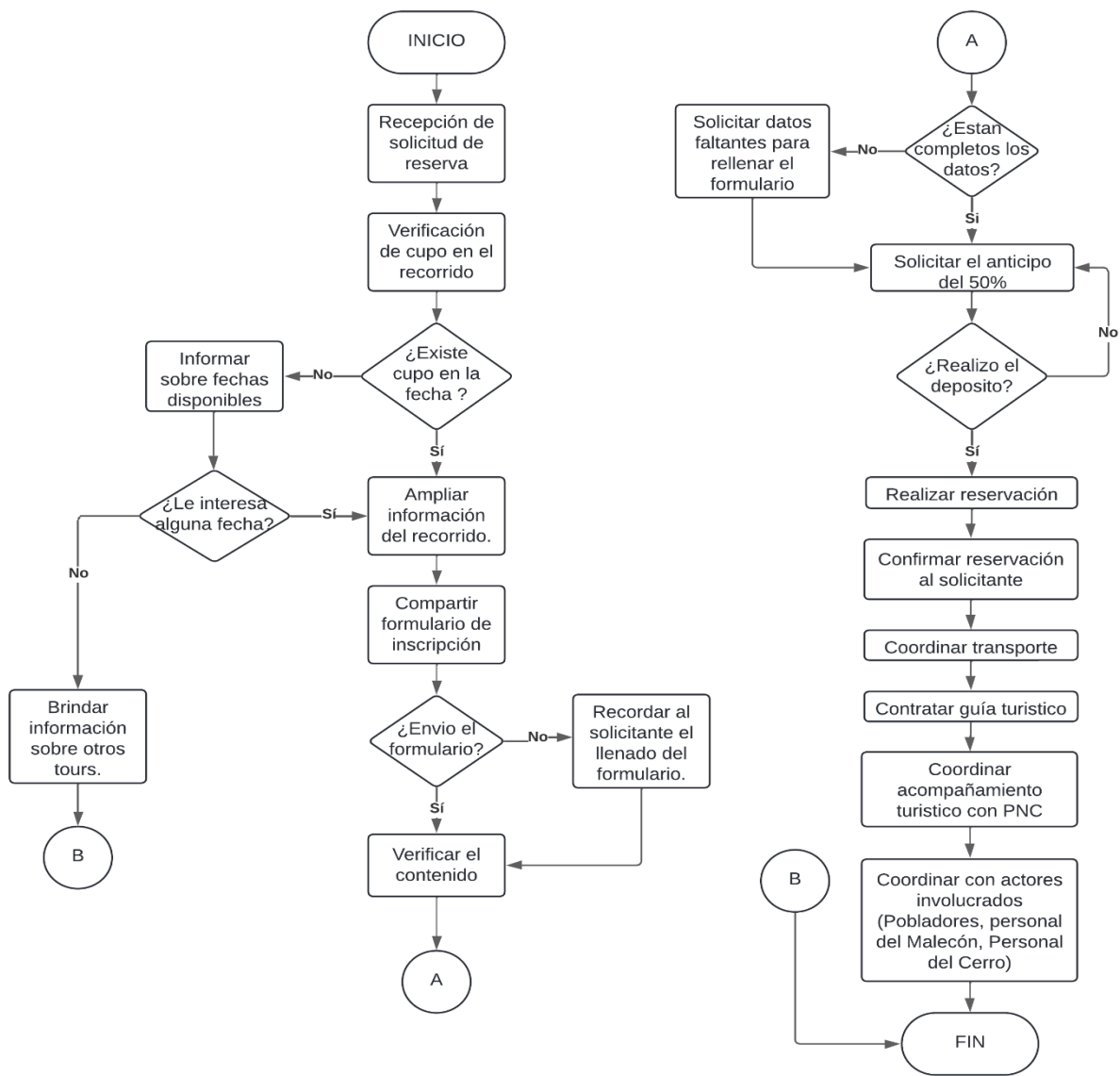
No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Agradecimiento y Despedida.	El guía agradecerá a los asistentes, y se despedirá de ellos.	5 minutos	3:59 pm
TOTAL			5 min	

Fuente: Elaboración Propia

DIAGRAMA DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Diagrama de actividades previas al circuito

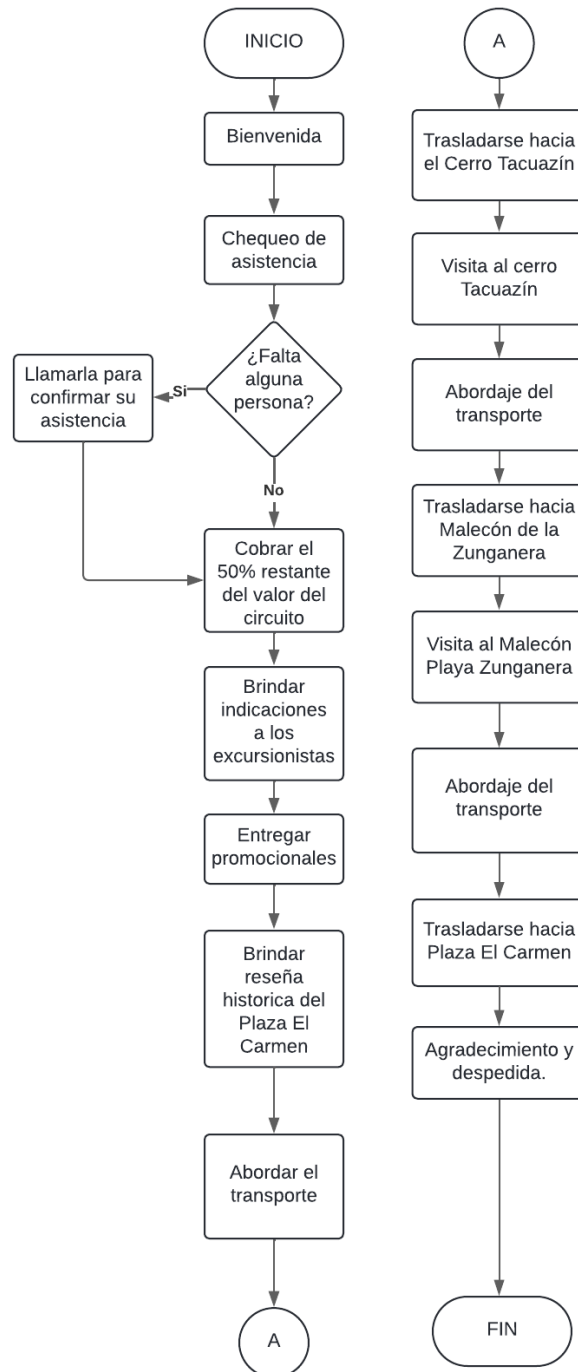
Ilustración 210: Diagrama de Actividades previas a la prestación de servicio para circuito "Playa y Montaña"



Fuente: Elaboración Propia

Diagrama de proceso del Circuito 2 “Playa y Montaña”

Ilustración 211: Diagrama de Prestación de servicio para circuito “Playa y Montaña”

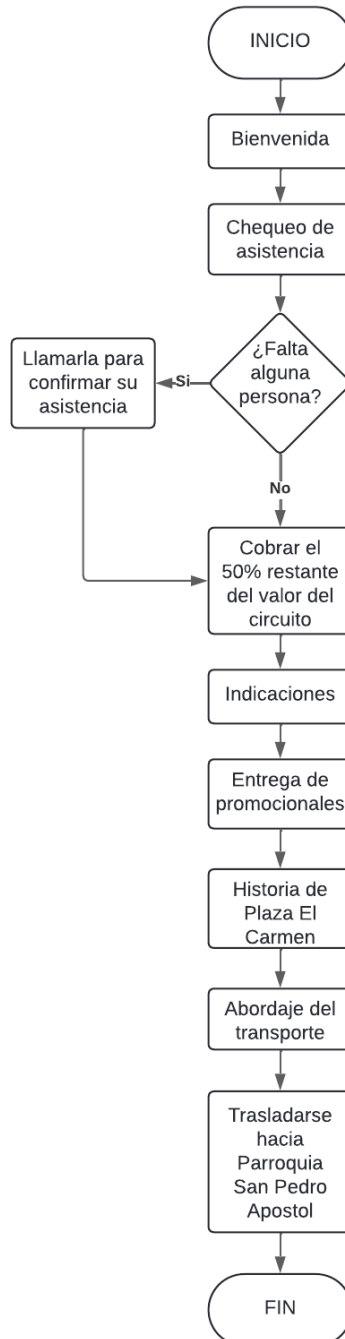


Fuente: Elaboración Propia

Diagrama de proceso de los productos turísticos

Plaza El Carmen

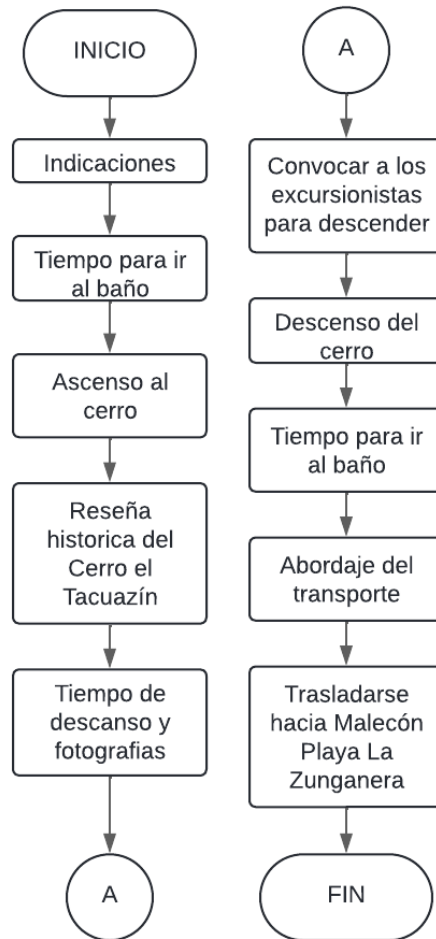
Ilustración 212: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en Plaza el Carmen



Fuente: Elaboración Propia

Cerro El Tacuazín

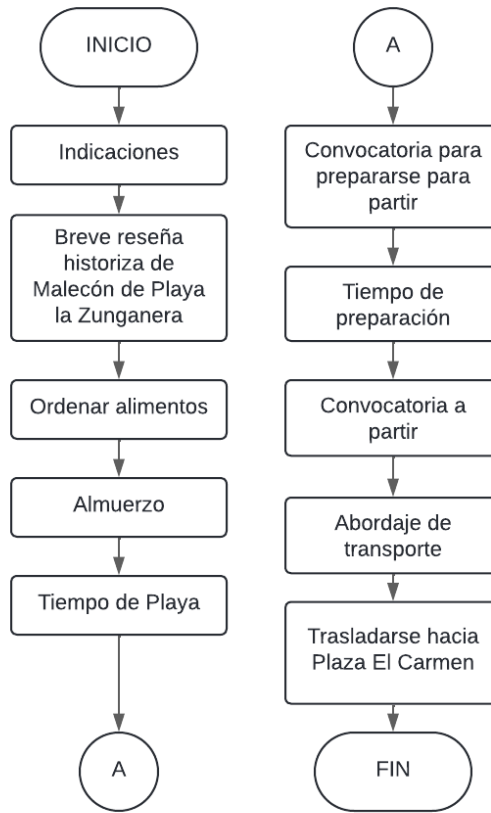
Ilustración 213: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en Cerro el Tacuazín



Fuente: Elaboración Propia

Malecón Playa Zunganera

Ilustración 214: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en malecón playa la Zunganera



Fuente: Elaboración Propia

Plaza El Carmen

Ilustración 215: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en Plaza el Carmen



Fuente: Elaboración Propia

Listado de indicaciones que debe dar el guía previo a iniciar el ascenso al cerro el tacuazín

Al dar inicio al ascenso al cerro el tacuazín se les deberá dar a conocer el siguiente reglamento a los asistentes.:

Seguridad Personal

- Informar al guía sobre condiciones médicas preexistentes.
- Usar calzado adecuado y ropa cómoda.
- Llevar agua potable, protector solar y repelente.

Comportamiento Durante la Caminata

- Mantenerse dentro del sendero marcado.
- Seguir las indicaciones del guía en todo momento.
- Respetar el medio ambiente (no arrojar basura ni dañar flora o fauna).
- Evitar acciones que pongan en riesgo a otros participantes.

Pautas del Grupo

- Permanecer con el grupo en todo momento.
- Informar al guía en caso de cansancio o dificultad.
- Los menores de 12 años deben estar acompañados por un adulto.

Uso de Equipos y Materiales

- No manipular equipos de rescate o señalización sin autorización.
- Devolver en buen estado el equipo prestado (bastones, linternas, etc.).

Condiciones Climáticas y Emergencias

- El guía puede cancelar o modificar la ruta por condiciones climáticas adversas.
- Seguir instrucciones del guía en caso de emergencia.
- Memorizar el punto de reunión en caso de separación.

Prohibiciones

- Prohibido consumir alcohol, drogas u otras sustancias durante la caminata.
- No usar drones u otros dispositivos sin permiso.
- No realizar actividades fuera del itinerario planificado.

(3) Noche tropical en san Marcelino

Metodología

Ilustración 216: Esquema de Metodología para la creación del circuito Noche Tropical en San Marcelino



Fuente: Elaboración Propia

Definición actividades preferidas por los consumidores.





Para poder seleccionar el tipo de actividades a realizar dentro del paquete turístico, se tomará en cuenta los resultados del estudio de mercado realizado, en el cual se refleja que las principales actividades que las personas esperan encontrar al realizar turismo de sol y playa son:




- Vida nocturna
- Deportes acuáticos
- Restaurantes
- Alojamiento

Una vez definidos los tipos de actividad que prefieren las personas, se procederá a definir las actividades que conformaran el paquete turístico.

Definición de actividades a realizar dentro del noche tropical en san Marcelino

Tabla 261 Especificaciones en noche tropical en san Marcelino

FICHA TECNICA DE NOCHE TROPICAL EN “SAN MARCELINO TROPICAL”		
Entre responsable	CDT de San Marcelino	
Descripción		
Paquete turístico dirigido aquellas personas que desean disfrutar de una velada magistral, en la que puedan disfrutar con su familia y amigos al ritmo de la música y la compañía de la playa.		
No	Actividades por realizar	
1	Caminata a Bocana del Rio Jiboa	<p><i>Ilustración 217:Personas caminando en la playa</i></p>  <p><i>Fuente: Imagen extraída de Google</i></p>
2	Paseo en lancha	<p><i>Ilustración 218:Paseo en lancha</i></p>  <p><i>Fuente: Imagen extraída de Google</i></p>
4	Festival Gastronómico	<p><i>Ilustración 219:Festival gastronómico en la playa</i></p>  <p><i>Fuente: Imagen extraída de Google</i></p>
5	Fogata	<p><i>Ilustración 220:Fogata en la playa</i></p>  <p><i>Fuente: Imagen extraída de Google</i></p>

6	Karaoke	<p><i>Ilustración 221:Karaoke en la playa</i></p>  <p><i>Fuente: Imagen extraída de Google</i></p>
7	Baile	<p><i>Ilustración 222:Baile en la playa</i></p>  <p><i>Fuente: Imagen extraída de Google</i></p>
8	Fuegos Artificiales	<p><i>Ilustración 223:Fuegos artificiales</i></p>  <p><i>Fuente: Imagen extraída de Google</i></p>

Características

- Paquete dirigido a personas mayores de 18 años.
- La reservación de cupo se realiza con el 50% del valor.
- El punto de reunión será la entrada de la Playa San Marcelino.
- El paquete sera acompañado por un guia turistico, e incluye una bebida de cortesía.
- Se contara con botiquin de primeros auxilios para atender cualquier emergencia.
- Se contara con acompañamiento de politur.
- Si el turista desea quedarse a dormir se le brindara opciones donde lo puede realizar.

Proceso

Las actividades darán inicio a las 4:00 pm, momento en que se recibira a los asistentes, luego se les brindaran indicaciones y promocionales, luego se llevara a cabo la caminata guiada hacia la bocana del rio jiboa, al regresar se brindara el paseo en lancha para contemplar el atardecer, luego podran adquirir su cena en uno de los restaurantes o en el festival gastronomico, para luego disfrutar del karaoke, fogata y baile, finalizando a las 12:00 am con quema de polvora.

Fuente: Elaboración Propia

PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El proceso de descripción de la manera en que se prestara los servicios se realizara en 3 segmentos.

1. Descripción del proceso previo a la prestación de servicios
2. Descripción del proceso del paquete turístico
3. Descripción del proceso del producto turístico

A continuación, se realizará la descripción de cada uno de los procesos.

Descripción del proceso previo a la prestación de servicios

Tabla 262 Actividades previas para la prestación del servicio del paquete turístico Playa y montaña

No	Actividad	Descripción	Duración
1	Recepción de solicitud de reserva	El excursionista puede solicitar una reserva para el recorrido por medio de redes sociales, teléfono, o correo electrónico, éstas serán recibidas previamente.	3 minutos
2	Verificación de cupo en el paquete	Ante la solicitud de reserva, se verificará la existencia de cupo en el paquete, en la fecha que el turista lo solicita.	3 minutos
3	Retroalimentación sobre el cupo.	En caso de existir cupo, se procede a informar al solicitante la existencia de cupo, y en caso contrario se procede a enviarle las fechas para las que si existe cupo.	5 minutos
4	Ampliación de información sobre el paquete	Al informar la existencia de cupo, se amplía la información del paquete, entre ellas las indicaciones y parte del itinerario de este.	3 minutos
5	Compartir formulario de inscripción	Se comparte con el solicitante, el formulario en el que deberá colocar sus datos personales para realizar la reservación.	2 minutos
	Recepción de formulario.	Se recibirá el formulario y se verificará los datos, en caso falte alguno, se le solicitará al excursionista, para completar su formulario.	5 minutos
6	Solicitar el anticipo	Una vez recibido y verificado el formulario, se procede a solicitar el anticipo del 50% del valor del recorrido al excursionista, el cual debe realizar el depósito en una cuenta bancaria.	3 minutos
7	Verificar recepción de anticipo.	Se verificará la realización del anticipo en la cuenta bancaria.	5 minutos

Fuente: Elaboración Propia

8	Realizar reservación	Al ser verificado el anticipo, se procede a realizar la reservación del cupo de la persona.	3 minutos
	Confirmación de reserva	Una vez realizada la reservación, se le informa al solicitante, que el proceso ha sido un éxito y se le recuerda la fecha y hora para la que realizó la reservación.	3 minutos
10	Contactar guía turístico	Se le informa al guía turístico, sobre la fecha del recorrido y la cantidad de personas a atender.	10 minutos
11	Coordinar acompañamiento turístico	Se contacta con la policía del municipio para coordinar el acompañamiento del grupo turístico durante el recorrido.	10 minutos
12	Coordinar con actores involucrados.	Se coordina con cada uno de los actores involucrados, si se incluyen restaurantes o alojamientos, estos son informados de la fecha y cantidad de personas para asegurar la calidad en el trato.	45 minutos
TOTAL		120 minutos = 2 horas	

Fuente: Elaboración Propia

Descripción del proceso del paquete turístico

Tabla 263 actividades a realizar durante la prestación del servicio en el paquete turístico

No	Actividad	Descripción	Duración
1	Recepción	Se les dará una cordial bienvenida a los visitantes y se les ofrecerá una bebida de cortesía, además Se dará a conocer el itinerario que se tiene y los detalles sobre las actividades a realizar.	33 minutos
2	Caminata a Bocana del rio Jiboa	Se realizará una caminata guiada hacia la bocana del río Jiboa para poder observar las aves transitorias que visitan el lugar, y disfrutar de las vistas hacia el mar.	40 minutos
3	Paseo en lancha	Antes del atardecer se realizará un paseo en lancha en el que se adentrará a los visitantes a vivir el atardecer dentro del mar en el que se puede apreciar de mejor manera como el sol se esconde en el horizonte.	80 minutos
4	Cena	Luego del paseo en lancha se realizará un festival gastronómico en el que los emprendedores de la zona podrán ofrecer sus platillos y los visitantes podrán elegir entre las diferentes opciones de cena que se ofertarán.	70 minutos
6	Karaoke y Fogata	Mientras se realiza la fogata se abrirá un espacio de Karaoke para que aquellos amantes del canto puedan disfrutar cantando sus canciones favoritas, a la luz de la fogata y con vistas al mar.	60 minutos

Fuente: Elaboración Propia

7	Baile	Seguido del karaoke dará Inicio al baile en el que se tendrá música a cargo de DJ, en la que los visitantes podrán disfrutar y bailar a la orilla del mar.	100 minutos
8	Fuegos Artificiales	Para cerrar, se realizará una pequeña quema de pólvora, para que los visitantes puedan deleitarse con las luces de colores provenientes de los fuegos artificiales.	15 minutos
9	Agradecimiento y Despedida	Se agradecerá la asistencia al evento y se les brindará una amable despedida.	10 minutos
TOTAL		408 minutos=6.8 horas	

Fuente: Elaboración Propia

Descripción del proceso del producto turístico

Recepción

Tabla 264 actividades a realizar durante la prestación del servicio en el paquete turístico

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Bienvenida	Se recibirá a los excursionistas en la entrada de Playa San Marcelino, agradeciendo su preferencia.	5 minutos	4:00 pm
2	Entrega de bebida de bienvenida	A cada excursionista se le brindara una bebida de cortesía, según su elección (agua, soda)	5 minutos	4:05 pm
3	Chequeo de asistencia	Se pasará asistencia a los excursionistas, para verificar que todas las personas que realizaron reservación se encuentren presentes, al momento de dar inicio con las actividades, en caso el alguien no se encuentre presente se le llamará por teléfono para confirmar su asistencia y realizarle una breve espera.	10 minutos	4:10 pm
4	Completar el pago	Se pedirá a los excursionistas el 50% del valor del circuito, previo a dar inicio al mismo, tal como les fue informado al momento de realizar la reservación.	5 minutos	4:20 pm
5	Indicaciones	Se brindará a los excursionistas las indicaciones pertinentes sobre la manera en que se realizara el circuito, y las precauciones que se deben tener.	3 minutos	4:25 pm
6	Colocar pulsera distintiva	A cada excursionista se le colocara una pulsera distintiva que ayudara a identificar que forma parte del paquete turístico.	5 minutos	4:28 pm
TOTAL			33 min	

Fuente: Elaboración Propia

Caminata a bocana del Rio Jiboa

Tabla 265 actividades a realizar durante la prestación del servicio en la bocana del Rio Jiboa

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Convocatoria a partir	Se convocará a los excursionistas a partir e iniciar las actividades, dirigiéndose hacia la bocana del Rio Jiboa	5 min	4:33 pm
2	Guiar a los turistas hacia la bocana	El guía turístico, guiara a los turistas hacia la bocana del rio Jiboa.	15 min	4:38 pm
3	Reseña histórica de la bocana	Al llegar a la bocana el guía turístico, brindara una breve reseña histórica acerca de la misma.	5 min	4:53 pm
4	Retorno a entrada de la playa	El guía llevara de vuelta a los turistas hacia la entrada de la playa	15 min	4:58 pm
TOTAL			40 min	

Fuente: Elaboración Propia

Paseo en lancha para ver el atardecer

Tabla 266 actividades a realizar durante la prestación del servicio en paseo en lancha

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Convocatoria a paseo en lancha	Se convocará turistas a abordar la lancha que los llevará a ver el atardecer.	5 min	5:13 pm
2	Reparto y colocación de chalecos salvavidas.	Se brindará chalecos salvavidas a cada uno de los asistentes, y se les indicará como colocárselos correctamente.	10 min	5:18 pm
3	Abordaje a la lancha	Uno a uno los turistas abordaran la lancha y tomaran un asiento.	5 min	5:28 pm
4	Indicaciones	Se dará indicaciones a los turistas acerca de lo que no deben realizar al momento de que la lancha ingrese al mar.	5 min	5:33 pm
5	Ingreso en lancha al mar	La lancha ingresara hacia Mar, para acercar a los turistas al atardecer.	10 min	5:38 pm
6	Contemplación del atardecer	Se les brindara tiempo a los turistas para que puedan disfrutar del atardecer y tomar fotografías.	25 min	5:48 pm
7	Retorno a tierra	La lancha retornara a tierra, luego que el atardecer finalice.	10 min	6:13 pm
8	Descenso de la lancha.	Se ayudará a los turistas a descender de la lancha.	5 min	6:23 pm
9	Recolección de chalecos salvavidas.	Se recolectará los chalecos salvavidas entregados a los turistas.	5 min	6:28 pm
TOTAL			80 min	

Fuente: Elaboración Propia

Cena

Tabla 267 actividades a realizar durante la prestación del servicio en la cena

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Indicaciones a los asistentes.	Se les indicara a los asistentes, que pueden pasar a adquirir su cena, para ello podrán elegir entre los diferentes platillos que serán ofertados por los pobladores del lugar.	5 min	6:33 pm
	Elección de comida	Los asistentes pasaran por cada una de las ventas de comida que se instalaran y podrán adquirir el platillo que sea de su agrado.	10 min	6: 38 pm
2	Colocación en mesas	Se ayudará a los asistentes a ubicarse en las mesas, para que disfruten sus alimentos.	5 min	6:48 pm
3	Tiempo para comer	Se brindará espacio a los asistentes para degustar de sus alimentos.	45 min	6:53 pm
4	Recolección de basura.	Se pasará por las mesas de los asistentes, recogiendo la basura generada por los platos donde comieron para colocarlos en la basura.	5 min	7:38pm
TOTAL			70 min	

Fuente: Elaboración Propia

Fogata en la playa-

Tabla 268 actividades a realizar durante la prestación del servicio en la fogata en la playa

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Colocación de la leña.	Mientras los turistas se encuentran disfrutando sus alimentos, se colocará la leña para hacer la fogata.	10 min	7:23 pm
2	Encendido de leña	Se procederá a encender el fuego, para iniciar la fogata.	10 min	7:33pm
3	Fogata	Se iniciará la fogata, para que los turistas puedan disfrutar de ella, apreciarla y tomarle fotografías.	60 min	7:43 pm
4	Apagado de fogata.	Al finalizar el tiempo establecido se procederá a apagar la fogata y retirar los restos, para dejar la playa limpia.	10 min	8:43 pm
TOTAL			90 min	

Fuente: Elaboración Propia

Karaoke

Tabla 269 actividades a realizar durante el Karaoke

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Invitación al karaoke	Se brindará una calurosa invitación a los turistas a participar del karaoke instalado en una pantalla en la playa.	5 min	7: 43 pm
2	Tiempo de karaoke	Los turistas tendrán tiempo para cantar sus canciones preferidas a la luz de la fogata.	50 min	7:48 pm
3	Despedida del karaoke	Se informará a los turistas que el karaoke finalizará y que se dará paso al baile.	5 min	8:38 pm
TOTAL			60 min	

Fuente: Elaboración Propia

Baile

Tabla 270 actividades a realizar durante el baile

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Invitación al baile	Se realizará una atenta invitación a los turistas a bailar, al ritmo de los géneros musicales más populares, los cuales serán mezclados por un DJ.	5 min	8:43 pm
2	Tiempo de baile	Los turistas podrán bailar al ritmo de la música.	90 min	8:48 pm
3	Cierre del baile	Se informará a los asistentes que el baile ha llegado a su fin.	5 min	10:18 pm
TOTAL			100 min	

Fuente: Elaboración Propia

Fuegos Artificiales

Tabla 271 actividades a realizar durante los fuegos artificiales

No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Invitación a los turistas	Mientras los turistas se encuentran bailando, se realizará la invitación a apreciar los fuegos artificiales.	5 min	10:23 pm
2	Fuegos artificiales	Los turistas podrán apreciar de los fuegos artificiales, en la playa.	10 min	10:28 pm
TOTAL			15 min	

Fuente: Elaboración Propia

Agradecimiento y Despedida

Tabla 272 actividades a realizar durante el agradecimiento y despedida

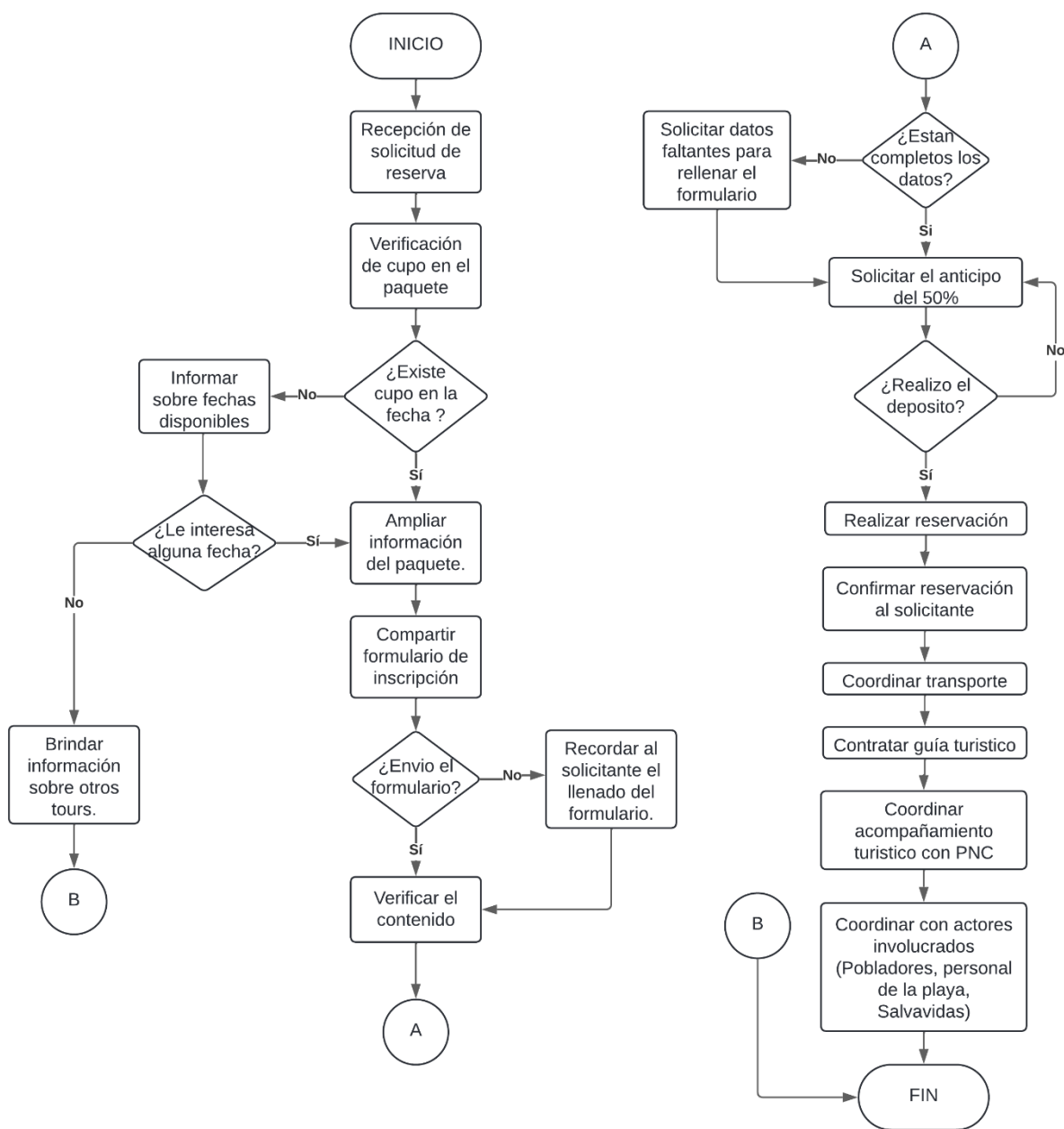
No	Actividad	Descripción	Duración	Hora
1	Palabras de agradecimiento.	Se brindará palabras de agradecimiento a los turistas o excursionistas asistentes.	3 min	10:38 pm
2	Ofrecimiento de alternativas de alojamiento.	Se les indicara las opciones que se tienen para que se puedan alojar en Playa San Marcelino.	5 min	10:41 pm
3	Despedida	Se dará un breve agradecimiento y palabras para despedirse de los asistentes.	2 min	10:46pm
TOTAL			10 min	

Fuente: Elaboración Propia

DIAGRAMA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Diagrama de actividades previas al circuito noche de Playa en San Marcelino

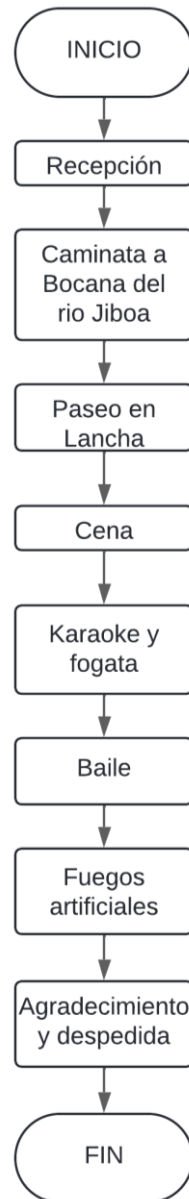
Ilustración 224: Diagrama de Actividades previas a la prestación de servicio para circuito noche de playa en san Marcelino



Fuente: Elaboración Propia

Diagramas de actividades general

Ilustración 225: Diagrama general de actividades para noche de playa en san Marcelino

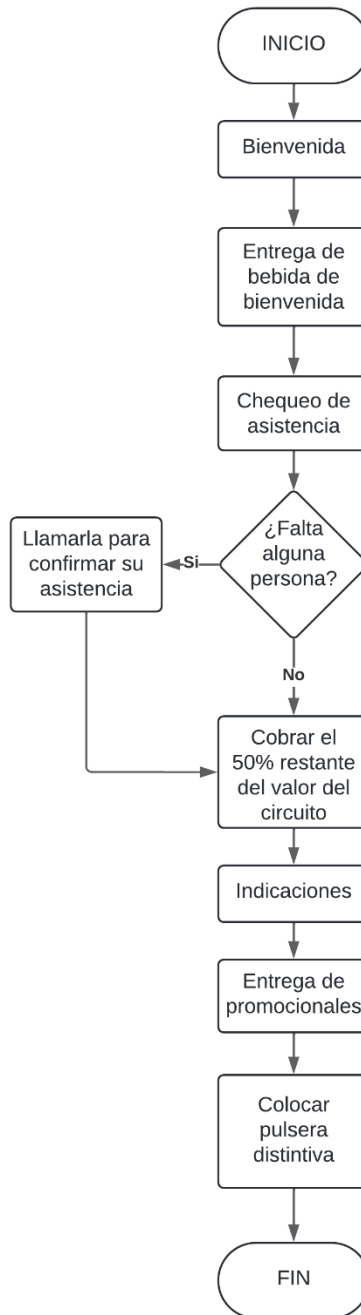


Fuente: Elaboración Propia

Diagrama de descripción de actividades.

Recepción

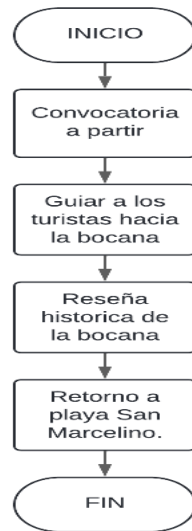
Ilustración 226: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en la recepción



Fuente: Elaboración Propia

Bocana del rio Jiboa

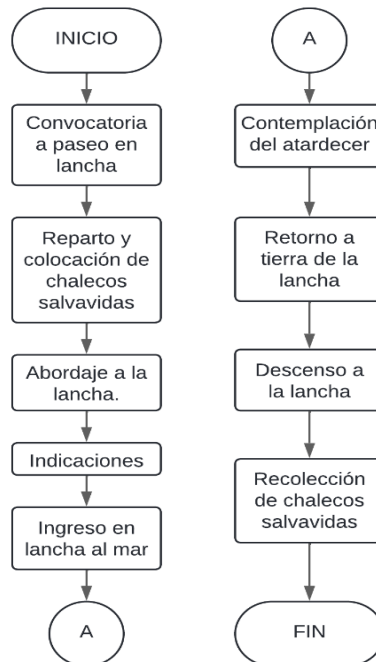
Ilustración 227: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en la bocana del rio Jiboa



Fuente: Elaboración Propia

Paseo en Lancha

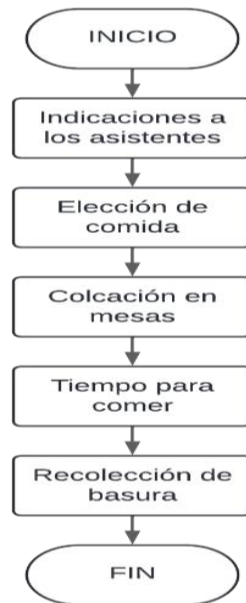
Ilustración 228: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en el paseo en lancha



Fuente: Elaboración Propia

Cena

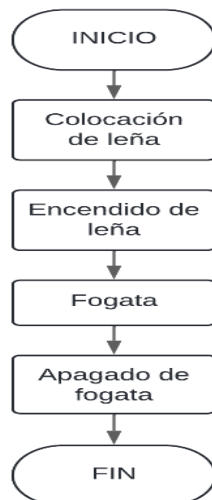
Ilustración 229: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en la cena



Fuente: Elaboración Propia

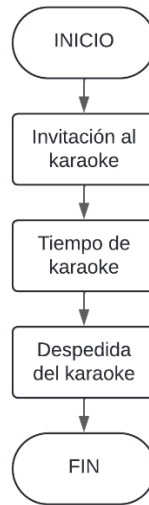
Fogata y Karaoke

Ilustración 230: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en la fogata



Fuente: Elaboración Propia

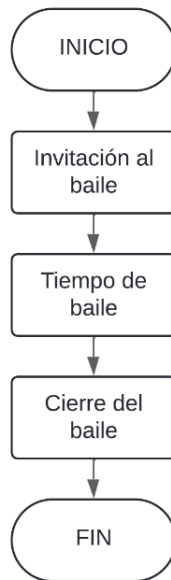
Ilustración 231: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en el karaoke



Fuente: Elaboración Propia

Baile

Ilustración 232: Actividades para la prestación del servicio en el baile



Fuente: Elaboración Propia

Fuegos artificiales

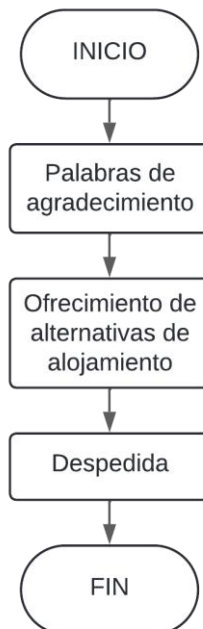
Ilustración 233: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en los fuegos artificiales



Fuente: Elaboración Propia

Agradecimiento y despedida.

Ilustración 234: Diagrama de Actividades para la prestación del servicio en el agradecimiento y despedida



Fuente: Elaboración Propia

a) Capacidad de carga de carga turística de los atractivos turísticos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.

(1) Circuito 1: Amantes de la cultura

Parque Rigoberto Rodezno

• **Carga de ocupación máxima**

Para calcular el tamaño del parque se utilizará el factor de determinación de tamaño de carga de ocupación máxima. Para ello se toman en cuenta los siguientes datos:

Área del parque: 683.82m²

Factor de carga: 0.65m²/persona

$$Co\ max = \frac{683.2m^2}{0.65\left(\frac{m^2}{persona}\right)}$$

$$Co\ max = 1,052\ personas$$

Además, se calculará la cantidad de servicios de visita que el destino puede ofrecer en un día, para ello se hará uso de los siguientes datos:

- Tiempo que se requiere para brindar el servicio: 0.65 horas/servicio
- Horario de visita: 6 am - 6 pm = 12 horas

Por lo tanto, la cantidad de veces que se puede ofrecer el servicio de visita al día es la siguiente:

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ parque\ Rigoberto\ Rodezno = \frac{12\ horas}{0.65\left(\frac{horas}{servicio}\right)}$$

Cantidad máxima de servicios de visita al parque Rigoberto Rodezno = 18 servicios

El circuito amante de la cultura tiene la capacidad de prestar el servicio de visita al parque 18 de veces al día, logrando atender grupos de 1,052 personas

Tamaño del producto=19,422 personas/ día

Parroquia San Pedro Apóstol

- **Carga de ocupación máxima**

Para calcular el tamaño del parque se utilizará el factor de determinación de tamaño de carga de ocupación máxima. Para ello se toman en cuenta los siguientes datos:

Área de la parroquia: 290m²

Factor de carga: 0.65m²/persona

$$Co\ max = \frac{290m^2}{0.65\left(\frac{m^2}{persona}\right)}$$

$$Co\ max = 446\ personas$$

Además, se calculará la cantidad de servicios de visita que el destino puede ofrecer en un día, para ello se hará uso de los siguientes datos:

- Tiempo que se requiere para brindar el servicio: 0.58 horas/servicio
- Horario de visita: 8am – 5pm = 9 horas

Por lo tanto, la cantidad de veces que se puede ofrecer el servicio de visita al día es la siguiente:

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = \frac{9\ horas}{0.58\left(\frac{horas}{servicio}\right)}$$

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = 15\ servicios$$

La iglesia cuenta con una capacidad de 80 bancas y en ellas caben 5 personas, por lo que puede atenderse a 400 personas al mismo tiempo, se escogerá esta capacidad por motivos de calidad, por lo que se tiene que para el circuito amante de la cultura tiene la capacidad de prestar el servicio de visita a la parroquia San Pedro Apóstol 15 de veces al día, logrando atender grupos de 400 personas

Tamaño del producto= 6,884 personas/día

Gruta del cristo negro

Se realizará el cálculo de la carga turística de la gruta del cristo negro haciendo uso de la metodología de Cifuentes la cual busca establecer el máximo de visitas que puede recibir un área en base a las condiciones físicas, biológicas, ambientales y de manejo la capacidad sin sufrir de un impacto significativo.

Se determinará la capacidad turística del único sendero por el que se realizará el recorrido hacia la gruta del cristo negro, se debe tomar en cuenta que la gruta del cristo negro no es un área protegida, pero se busca conservar el medio ambiente del área y el turismo sostenible, por lo que para la gruta del cristo negro se hará uso de esta metodología.

- **Cálculo de capacidad de carga física de El Cristo Negro**

$$CCF = \frac{S}{Sv} NV$$

Donde

S: Superficie disponible = 289.2m²

Sv: Superficie por visitante=1m²

Hv: Horario de Visita= 6am-6pm = 12 horas

Tv: Tiempo necesario para la visita= 0.83 horas

NV: Número de visitas que el sitio puede recibir por día

$$NV = \frac{Hv}{Tv}$$

$$NV = \frac{9}{0.93}$$

$$NV = 9$$

Entonces:

$$CCF = \frac{S}{Sv} NV$$

$$CCF = \frac{598m^2}{1m^2} * 9$$

$$CCF = 5,126 \text{ personas/día}$$

- **Cálculo de capacidad de carga real**

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC Ero * FC Prep * FC Ane$$

Donde:

- FCsoc= Factor social

Donde:

L: Longitud del sendero en metros lineales

D: Distancia requerida por grupo

P: Número de personas que pueden estar simultáneamente en el sendero

MTS: Distancia total del sendero

$$NG = \frac{L}{D}$$

$$NG = \frac{700 \text{ metros}}{50 \text{ metros}}$$

$$NG = 14 \text{ grupos}$$

$$P = NG * \text{Número de personas por grupo}$$

$$P = 14 * 30 \text{ personas}$$

$$P = 420 \text{ personas}$$

$$\text{Magnitud limitante} = MTS - P$$

$$\text{Magnitud limitante} = 750 - 420$$

$$\text{Magnitud limitante} = 330$$

$$FCsoc = 1 - \frac{\text{Magnitud limitante}}{\text{Distancia total del sendero}}$$

$$FCsoc = 1 - \frac{330}{750}$$

$$FCsoc = 0.56$$

- FC Ero= Factor de erodabilidad

Las zonas que tienen un grado de erodabilidad medio o alto son las únicas consideradas significativas al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto de erodabilidad presenta un riesgo de erosión mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1, para el grado medio de erodabilidad, y de 1,5 para el alto.

Donde:

Mea: Metros del sendero con erodabilidad alta = 15 metros

Mem: Metros del sendero con erodabilidad media= 25 metros

Mt: Metros totales de sendero= 700 metros

Tabla 273 grado de erodabilidad

Grado de erodabilidad		
Erodabilidad	Porcentaje de erodabilidad	Longitud del sendero
Ninguna	Menor al 10%	650 metros
Media	10% al 20%	25 metros
Alta	Mayor al 20%	15 metros

Fuente: Elaboración Propia

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(Mea * 1.5) + (Mem * 1)}{Mt}$$

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(15 * 1.5) + (25 * 1)}{700}$$

$$FC\ Ero = 0.07$$

- FC Acc= Factor de accesibilidad

Determina el grado de dificultad que tienen los visitantes al desplazarse por el lugar debido a la pendiente. Para el cálculo del grado de dificultad se tuvieron en cuenta las siguientes categorías.

Tabla 274 grado de accesibilidad

Grado de accesibilidad		
Grado de dificultad	Grado de dificultad pendiente	Longitud del sendero
Ninguna	Menor al 10%	510
Media	10% al 20%	150
Alta	Mayor al 20%	40

Fuente: Elaboración Propia

Para el grado de dificultad medio es de 1, y para el grado de dificultad alto es de 1.5.

Donde:

Ma: Metros del sendero con dificultad alta = 40m

Mm: Metros del sendero con dificultad media=150m

Mt: Metros totales del sendero. = 700m

$$FC Acc = \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

$$FC Acc = \frac{(40 * 1.5) + (150 * 1)}{700}$$

$$FC Acc = 0.7$$

Los factores por considerar para el estudio de la capacidad de carga son: factor social, factor de erodabilidad y el factor de accesibilidad, no se tomará en cuenta el factor de precipitación y el de anegamiento, puesto que, para obtener estos datos de cada lugar, se debería realizar un estudio técnico dirigido por un experto, la información utilizada mostrará valores aproximados. La ecuación queda de la siguiente manera:

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC Ero$$

$$CCR = 5,126 * 0.56 * 0.70 * 0.07$$

$$CCR = 136 \text{ personas/día}$$

- **Cálculo de capacidad de carga efectiva**

Tomando en cuenta las investigaciones realizadas la gruta del cristo negro, se establecen los siguientes factores a considerar como capacidad de manejo optimo, la nota máxima es de 1.

Tabla 275 factores para la capacidad de manejo optimo

Factor	Calificación
Infraestructura	0.6
Mano de obra calificada	0.4
Equipamiento	0.4

Fuente: Elaboración Propia

$$CM = \frac{0.6 + 0.4 + 0.4}{3} * 100 \rightarrow CM = 0.47$$

$$CCE = CCR * CM \rightarrow CCE = 0.47 * 136$$

$$CCE = 64 \text{ personas/día}$$

Restaurante JURU

Para calcular el tamaño del parque se utilizará el factor de determinación de tamaño de carga de ocupación máxima. Para ello se toman en cuenta los siguientes datos:

Área del restaurante: 179.7 m²

Factor de carga: 0.65m²/persona

$$Co\ max = \frac{179.7m^2}{0.65\left(\frac{m^2}{persona}\right)}$$

$$Co\ max = 276\ personas$$

Además, se calculará la cantidad de servicios de visita que el destino puede ofrecer en un día, para ello se hará uso de los siguientes datos:

- Tiempo que se requiere para brindar el servicio: 1.08 horas/servicio
- Horario de visita: 7am-9pm = 14 horas

Por lo tanto, la cantidad de veces que se puede ofrecer el servicio de visita al día es la siguiente:

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = \frac{14horas}{1.08\left(\frac{horas}{servicio}\right)}$$

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = 13\ servicios$$

El restaurante cuenta con una capacidad de atender 60 personas, al mismo tiempo, se escogerá esta capacidad por motivos de calidad, por lo que se tiene que para el circuito amante de la cultura tiene la capacidad de prestar el servicio de visita al restaurante 13 de veces al día, logrando atender grupos de 60 personas

Tamaño del producto= 775 personas/día

Museo Municipal de San Pedro Masahuat

Para calcular el tamaño del parque se utilizará el factor de determinación de tamaño de carga de ocupación máxima. Para ello se toman en cuenta los siguientes datos:

Área del museo: 127m²

Factor de carga: 0.65m²/persona

$$Co\ max = \frac{127m^2}{0.65\left(\frac{m^2}{persona}\right)}$$

$$Co\ max = 195\ personas$$

Además, se calculará la cantidad de servicios de visita que el destino puede ofrecer en un día, para ello se hará uso de los siguientes datos:

- Tiempo que se requiere para brindar el servicio: 1.17 horas/servicio
- Horario de visita: 8am – 4pm = 8 horas

Por lo tanto, la cantidad de veces que se puede ofrecer el servicio de visita al día es la siguiente:

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = \frac{8\ horas}{1.17\left(\frac{horas}{servicio}\right)}$$

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = 7\ servicios$$

El museo cuenta con una capacidad de atender 50 personas, al mismo tiempo, se escogerá esta capacidad por motivos de calidad, por lo que se tiene que para el circuito amante de la cultura tiene la capacidad de prestar el servicio de visita al museo 7 de veces al día, logrando atender grupos de 50 personas

Tamaño del producto=343 personas/día

Plaza el Carmen

- **Carga de ocupación máxima**

Para calcular el tamaño del parque se utilizará el factor de determinación de tamaño de carga de ocupación máxima. Para ello se toman en cuenta los siguientes datos:

Área de la plaza: 289.2m²

Factor de carga: 0.65m²/persona

$$Co\ max = \frac{289.2m^2}{0.65\left(\frac{m^2}{persona}\right)}$$

$$Co\ max = 445\ personas$$

Además, se calculará la cantidad de servicios de visita que el destino puede ofrecer en un día, para ello se hará uso de los siguientes datos:

- Tiempo que se requiere para brindar el servicio: 0.43 horas/servicio
- Horario de visita: 6am – 6pm = 12 horas

Por lo tanto, la cantidad de veces que se puede ofrecer el servicio de visita al día es la siguiente:

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = \frac{12\ horas}{0.43\left(\frac{horas}{servicio}\right)}$$

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = 28\ servicios$$

El circuito amante de la cultura tiene la capacidad de prestar el servicio de visita a la plaza, 28 veces al día, logrando atender grupos de 445 personas

Tamaño del producto= 12,321 personas/día

Casa de Jesús

Para calcular el tamaño del parque se utilizará el factor de determinación de tamaño de carga de ocupación máxima. Para ello se toman en cuenta los siguientes datos:

Área de la casa de Jesús: 68.47m²

Factor de carga: 0.65m²/persona

$$Co\ max = \frac{68.47\ m^2}{0.65\left(\frac{m^2}{persona}\right)}$$

$$Co\ max = 105\ personas$$

Además, se calculará la cantidad de servicios de visita que el destino puede ofrecer en un día, para ello se hará uso de los siguientes datos:

- Tiempo que se requiere para brindar el servicio: 0.33 horas/servicio
- Horario de visita: 8am – 4pm = 8 horas

Por lo tanto, la cantidad de veces que se puede ofrecer el servicio de visita al día es la siguiente:

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = \frac{8\ horas}{0.33\left(\frac{horas}{servicio}\right)}$$

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = 24\ servicios$$

La casa de Jesús cuenta con una capacidad de 20 bancas y en ellas caben 5 personas, por lo que puede atenderse a 100 personas al mismo tiempo, se escogerá esta capacidad por motivos de calidad, por lo que se tiene que para el circuito amante de la cultura tiene la capacidad de prestar el servicio de visita a la casa de Jesús 24 veces al día, logrando atender grupos de 100 personas

Tamaño del producto= 2,400 personas/día

Parroquia San Luis Rey de Francia

Para calcular el tamaño del parque se utilizará el factor de determinación de tamaño de carga de ocupación máxima. Para ello se toman en cuenta los siguientes datos:

Área de la parroquia: 240 m²

Factor de carga: 0.65m²/persona

$$Co\ max = \frac{240\ m^2}{0.65\left(\frac{m^2}{persona}\right)}$$

$$Co\ max = 369$$

Además, se calculará la cantidad de servicios de visita que el destino puede ofrecer en un día, para ello se hará uso de los siguientes datos:

- Tiempo que se requiere para brindar el servicio: 0.83 horas/servicio
- Horario de visita: 8am – 5pm = 9 horas

Por lo tanto, la cantidad de veces que se puede ofrecer el servicio de visita al día es la siguiente:

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = \frac{9\ horas}{0.83\left(\frac{horas}{servicio}\right)}$$

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = 11\ servicios$$

La iglesia cuenta con una capacidad de 60 bancas y en ellas caben 5 personas, por lo que puede atenderse a 300 personas al mismo tiempo, se escogerá esta capacidad por motivos de calidad, por lo que se tiene que para el circuito amante de la cultura tiene la capacidad de prestar el servicio de visita a la parroquia 11 veces al día, logrando atender grupos de 300 personas

Tamaño del producto= 3,240 personas/día

A continuación, se presentan los resúmenes de las capacidades de los atractivos que se encuentran dentro del circuito 1.

Tabla 276 capacidades de gruta del cristo negro

RESUMEN DE CAPACIDADES DE GRUTA DEL CRISTO NEGRO	
Capacidad de carga Física (CCF)	5,126 personas/día
Capacidad de carga real (CCR)	136 personas/día
Capacidad de carga Efectiva (CCE)	64 personas/día
Tomando en cuenta los datos obtenidos, se puede concluir que la capacidad de visitantes que puede recibir la gruta del cristo negro al día, sin dañar su ecosistema es de 64 personas al día.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 277 capacidades del circuito amantes de la cultura

RESUMEN DE CAPACIDADES DEL CIRCUITO 1 "AMANTES DE LA CULTURA"	
LUGAR	CAPACIDAD
Parque Rigoberto Rodezno	1,052 personas/día
Parroquia San Pedro Apóstol	446 personas/día
Gruta del cristo Negro	64 personas/día
Restaurante JU-RU	276 personas/día
Museo municipal de San Pedro Masahuat	195 personas/día
Plaza El Carmen	445 personas/día
Casa de Jesús	105 personas/día
Parroquia San Luis Rey de Francia	369 personas/día

Fuente: Elaboración Propia

Al conocer las capacidades de los recursos y atractivos que forman parte del circuito 1, se determina que la capacidad instalada para el recorrido de "Amantes de la cultura", es de 64 personas al día, esto tomando en cuenta la menor capacidad instalada que se presenta dentro de los atractivos que conforman el circuito.

(2) Circuito 2": Playa y Montaña

Plaza El Carmen

- **Carga de ocupación máxima**

Para calcular el tamaño del parque se utilizará el factor de determinación de tamaño de carga de ocupación máxima. Para ello se toman en cuenta los siguientes datos:

Área de la plaza: 289.2m²

Factor de carga: 0.65m²/persona

$$Co\ max = \frac{289.2m^2}{0.65\left(\frac{m^2}{persona}\right)}$$

$$Co\ max = 445\ personas$$

Además, se calculará la cantidad de servicios de visita que el destino puede ofrecer en un día, para ello se hará uso de los siguientes datos:

- Tiempo que se requiere para brindar el servicio: 0.43 horas/servicio
- Horario de visita: 6am – 6pm = 12 horas

Por lo tanto, la cantidad de veces que se puede ofrecer el servicio de visita al día es la siguiente:

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = \frac{12\ horas}{0.43\left(\frac{horas}{servicio}\right)}$$

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ de\ visita\ al\ día = 28\ servicios$$

El circuito amante de la cultura tiene la capacidad de prestar el servicio de visita a la plaza, 28 veces al día, logrando atender grupos de 445 personas

Tamaño del producto= 12,321 personas/día

Cerro el tacuazín

Se realizará el cálculo de la carga turística de Cerro El Tacuazín haciendo uso de la metodología de Cifuentes la cual busca establecer el máximo de visitas que puede recibir un área en base a las condiciones físicas, biológicas, ambientales y de manejo la capacidad sin sufrir de un impacto significativo.

Se determinará la capacidad turística del único sendero por el que se realizará el recorrido hacia al cerro el tacuazín, se debe tomar en cuenta que el cerro tacuazín no es un área protegida, pero se busca conservar el medio ambiente del área y el turismo sostenible, por lo que para el cerro tacuazín se hará uso de esta metodología.

- **Cálculo de capacidad de carga física**

Donde

S: Superficie disponible =1,380.08m²

Sv: Superficie por visitante=1m²

Hv: Horario de Visita= 8am – 4pm= 8 horas

Tv: Tiempo necesario para la visita= 4 horas

NV: Número de visitas que el sitio puede recibir por día

$$NV = \frac{Hv}{Tv}$$

$$NV = \frac{8}{4}$$

$$NV = 2 \text{ visitas/día}$$

Entonces:

$$CCF = \frac{S}{Sv} NV$$

$$CCF = \frac{1,380.08m^2}{1m^2} * 2$$

$$CCF = 2,760 \text{ personas/día}$$

- **Cálculo de capacidad de carga real**

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC Ero * FC Prep * FC Ane$$

Donde:

- FCsoc= Factor social

Donde:

L: Longitud del sendero en metros lineales= 2,300m

D: Distancia requerida por grupo=100m

P: Número de personas que pueden estar simultáneamente en el sendero

MTS: Distancia total del sendero=2,400m

$$NG = \frac{L}{D}$$

$$NG = \frac{2,300 \text{ metros}}{100 \text{ metros}}$$

$$NG = 23 \text{ grupos}$$

$$P = NG * \text{Número de personas por grupo}$$

$$P = 23 * 30$$

$$P = 690 \text{ personas}$$

$$\text{Magnitud limitante} = MTS - P$$

$$\text{Magnitud limitante} = 2400 - 690$$

$$\text{Magnitud limitante} = 1,710$$

$$FCsoc = 1 - \frac{\text{Magnitud limitante}}{\text{Distancia total del sendero}}$$

$$FCsoc = 1 - \frac{1,710}{2400}$$

$$FCsoc = 0.29$$

- FC Ero= Factor de erodabilidad

Las zonas que tienen un grado de erodabilidad medio o alto son las únicas consideradas significativas al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto de erodabilidad presenta un riesgo de erosión mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1, para el grado medio de erodabilidad, y de 1,5 para el alto.

Donde:

Mea: Metros del sendero con erodabilidad alta=60m

Mem: Metros del sendero con erodabilidad media=76m

Mt: Metros totales de sendero=2,300m

Tabla 278 Grado de erodabilidad circuito 2

Grado de erodabilidad		
Erodabilidad	Porcentaje de erodabilidad	Longitud del sendero
Ninguna	Menor al 10%	2,164 metros
Media	10% al 20%	76 metros
Alta	Mayor al 20%	60 metros

Fuente: Elaboración Propia

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(Mea * 1.5) + (Mem * 1)}{Mt}$$

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(60 * 1.5) + (76 * 1)}{2,300}$$

$$FC\ Ero = 0.07$$

- FC Acc= Factor de accesibilidad

Determina el grado de dificultad que tienen los visitantes al desplazarse por el lugar debido a la pendiente. Para el cálculo del grado de dificultad se tuvieron en cuenta las siguientes categorías.

Tabla 279 Grado de accesibilidad circuito playa y montaña

Grado de accesibilidad		
Grado de dificultad	Grado de dificultad pendiente	Longitud del sendero
Ninguna	Menor al 10%	1,796 m
Media	10% al 20%	375 m
Alta	Mayor al 20%	129m

Fuente: Elaboración Propia

Para el grado de dificultad medio es de 1, y para el grado de dificultad alto es de 1.5.

Donde:

Ma: Metros del sendero con dificultad alta=129m

Mm: Metros del sendero con dificultad media=375m

Mt: Metros totales del sendero. =2300m

$$FC Acc = \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

$$FC Acc = \frac{(129 * 1.5) + (375 * 1)}{2300}$$

$$FC Acc = 0.75$$

Los factores por considerar para el estudio de la capacidad de carga son: factor social, factor de erodabilidad y el factor de accesibilidad, no se tomará en cuenta el factor de precipitación y el de anegamiento, puesto que, para obtener estos datos de cada lugar, se debería realizar un estudio técnico dirigido por un experto, la información utilizada mostrará valores aproximados. La ecuación queda de la siguiente manera:

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC Ero$$

$$CCR = 2,760 * 0.29 * 0.75 * 0.07$$

$$CCR = 43 \text{ personas/día}$$

- **Cálculo de capacidad de carga efectiva**

Tomando en cuenta las investigaciones realizadas sobre el cerro el tacuazín, se establecen los siguientes factores a considerar como capacidad de manejo optimo.

Tabla 280 factores de capacidad de manejo optimo cerro el tacuazín

Factor	Calificación
Infraestructura	0.6
Mano de obra calificada	0.8
Equipamiento	0.7

Fuente: Elaboración Propia

$$CM = \frac{0.6 + 0.8 + 0.7}{3} * 100 \rightarrow CM = 0.7$$

$$CCE = CCR * CM \rightarrow CCE = 43 * 0.7$$

$$CCE = 30 \text{ personas/día}$$

Malecón de la Zunganera

Para calcular el tamaño del parque se utilizará el factor de determinación de tamaño de carga de ocupación máxima. Para ello se toman en cuenta los siguientes datos:

Área del Malecón: 818.95m²

Factor de carga: 0.65m²

$$Co\ max = \frac{818.95m^2}{0.65\left(\frac{m^2}{persona}\right)}$$

$$Co\ max = 1,260\ personas/día$$

Además, se calculará la cantidad de servicios de visita que el destino puede ofrecer en un día, para ello se hará uso de los siguientes datos:

- Tiempo que se requiere para brindar el servicio: 3.9 horas/servicio
- Horario de visita: 8am – 7pm = 11 horas

Por lo tanto, la cantidad de veces que se puede ofrecer el servicio de visita al día es la siguiente:

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ al\ día = \frac{11\ horas}{3.9\ horas/servicio}$$

$$Cantidad\ maxima\ de\ servicios\ al\ día = 3\ servicios$$

El Malecón cuenta con una capacidad de atender 100 personas, al mismo tiempo, se escogerá esta capacidad por motivos de calidad, por lo que se tiene que para el circuito amante de la cultura tiene la capacidad de prestar el servicio de visita al malecón 3 veces al día, logrando atender grupos de 100 personas

$$Tamaño\ del\ producto = 3,240\ personas/día$$

A continuación, se presentan los resúmenes de las capacidades de los atractivos que se encuentran dentro del circuito 2.

Tabla 281 resumen de capacidades de cerro el tacuazín

RESUMEN DE CAPACIDADES DE CERRO EL TACUAZIN	
Capacidad de carga Física (CCF)	2,760 personas/día
Capacidad de carga real (CCR)	43 personas/día
Capacidad de carga Efectiva (CCE)	30 personas/día
Tomando en cuenta los datos obtenidos, se puede concluir que la capacidad de visitantes que puede recibir el cerro el tacuazín al día, sin dañar su ecosistema es de 30 personas al día.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 282 resumen de capacidades del circuito 2 “playa y montaña”

RESUMEN DE CAPACIDADES DEL CIRCUITO 2 “PLAYA Y MONTAÑA”	
LUGAR	CAPACIDAD
Plaza El Carmen	445 personas/día
Cerro el Tacuazín	30 personas/día
Malecón de la Zunganera	1,260 personas/día

Fuente: Elaboración Propia

Al conocer las capacidades de los recursos y atractivos que forman parte del circuito 2, se determina que la capacidad instalada para el recorrido de “Playa y Montaña”, es de 30 personas al día, esto tomando en cuenta la menor capacidad instalada que se presenta dentro de los atractivos que conforman el circuito.

(3) Noche de Playa en San Marcelino

Playa San Marcelino

Se realizará el cálculo de la carga turística de Playa San Marcelino haciendo uso de la metodología de Cifuentes la cual busca establecer el máximo de visitas que puede recibir un área en base a las condiciones físicas, biológicas, ambientales y de manejo la capacidad sin sufrir de un impacto significativo.

Se determinará la capacidad turística del espacio a utilizar en Playa San Marcelino, se debe tomar en cuenta que Playa San Marcelino no es un área protegida, pero se busca conservar el medio ambiente del área y el turismo sostenible, por lo que para Playa San Marcelino se hará uso de esta metodología.

- **Cálculo de capacidad de carga física**

Donde

S: Superficie disponible = 1,315.96m²

Sv: Superficie por visitante=1m²

Hv: Horario de Visita= 7am -10pm = 15 horas

Tv: Tiempo necesario para la visita= 6.80 horas

NV: Número de visitas que el sitio puede recibir por día

$$NV = \frac{Hv}{Tv}$$

$$NV = \frac{15}{6.8}$$

$$NV = 2 \text{ visitas}$$

Entonces:

$$CCF = \frac{S}{Sv} NV$$

$$CCF = \frac{1,315.96}{1} * 2$$

$$CCF = 2,903 \text{ personas/día}$$

- **Cálculo de capacidad de carga real**

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC Ero * FC Prep * FC Ane$$

Donde:

- FCsoc= Factor social

Donde:

L: Longitud del sendero en metros lineales=80m

D: Distancia requerida por grupo=25m

P: Número de personas que pueden estar simultáneamente en el sendero

MTS: Distancia total del sendero=125m

$$NG = \frac{L}{D}$$

$$NG = \frac{80}{25}$$

$$NG = 3.2 \text{ grupos}$$

$$P = NG * \text{Número de personas por grupo}$$

$$P = 3.2 * 30$$

$$P = 96$$

$$\text{Magnitud limitante} = MTS - P$$

$$\text{Magnitud limitante} = 125 - 96$$

$$\text{Magnitud limitante} = 29$$

$$FCsoc = 1 - \frac{\text{Magnitud limitante}}{\text{Distancia total del sendero}}$$

$$FCsoc = 1 - \frac{29}{125}$$

$$FCsoc = 0.768$$

- FC Ero= Factor de erodabilidad

Las zonas que tienen un grado de erodabilidad medio o alto son las únicas consideradas significativas al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto de erodabilidad presenta un riesgo de erosión mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1, para el grado medio de erodabilidad, y de 1,5 para el alto.

Donde:

Mea: Metros del sendero con erodabilidad alta=5

Mem: Metros del sendero con erodabilidad media=18

Mt: Metros totales de sendero=80

Tabla 283 Grado de erodabilidad en Noche de Playa en San Marcelino

Grado de erodabilidad		
Erodabilidad	Porcentaje de erodabilidad	Longitud del sendero
Ninguna	Menor al 10%	57
Media	10% al 20%	18
Alta	Mayor al 20%	5

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(Mea * 1.5) + (Mem * 1)}{Mt}$$

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(5 * 1.5) + (18 * 1)}{80}$$

$$FC\ Ero = 0.32$$

- FC Acc= Factor de accesibilidad

Determina el grado de dificultad que tienen los visitantes al desplazarse por el lugar debido a la pendiente. Para el cálculo del grado de dificultad se tuvieron en cuenta las siguientes categorías.

Tabla 284 Grado de accesibilidad Noche de Playa en San Marcelino

Grado de accesibilidad		
Grado de dificultad	Grado de dificultad pendiente	Longitud del sendero
Ninguna	Menor al 10%	80
Media	10% al 20%	0
Alta	Mayor al 20%	0

Fuente: Elaboración Propia

Para el grado de dificultad medio es de 1, y para el grado de dificultad alto es de 1.5.

Donde:

Ma: Metros del sendero con dificultad alta=0

Mm: Metros del sendero con dificultad media=

Mt: Metros totales del sendero. =80

$$FC Acc = \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

$$FC Acc = \frac{(0 * 1.5) + (0 * 1)}{80}$$

$$FC Acc = 1$$

Los factores por considerar para el estudio de la capacidad de carga son: factor social, factor de erodabilidad y el factor de accesibilidad, no se tomará en cuenta el factor de precipitación y el de anegamiento, puesto que, para obtener estos datos de cada lugar, se debería realizar un estudio técnico dirigido por un experto, la información utilizada mostrará valores aproximados. La ecuación queda de la siguiente manera:

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC Ero$$

$$CCR = 2,903 * 0.77 * 1 * 0.32$$

$$CCR = 711 \text{ personas/día}$$

- **Cálculo de capacidad de carga efectiva**

Tomando en cuenta las investigaciones realizadas sobre el playa San Marcelino, se establecen los siguientes factores a considerar como capacidad de manejo optimo.

Tabla 285 factores a considerar como capacidad de manejo optimo en playa San Marcelino.

Factor	Calificación
Infraestructura	0.5
Mano de obra calificada	0.5
Equipamiento	0.4

Fuente: Elaboración Propia

$$CM = \frac{0.5 + 0.5 + 0.4}{3} * 100 \rightarrow CM = 0.47$$

$$CCE = CCR * CM \rightarrow CCE = 711 * 0.47$$

$$CCE = 332 \text{ personas/día}$$

Bocana del rio Jiboa

Se realizará el cálculo de la carga turística de Bocana del río Jiboa haciendo uso de la metodología de Cifuentes la cual busca establecer el máximo de visitas que puede recibir un área en base a las condiciones físicas, biológicas, ambientales y de manejo la capacidad sin sufrir de un impacto significativo.

Se determinará la capacidad turística del único sendero por el que se realizará el recorrido hacia la Bocana del Río Jiboa, se debe tomar en cuenta que la bocana del Río Jiboa no es un área protegida, pero se busca conservar el medio ambiente del área y el turismo sostenible, por lo que para la bocana del río Jiboa se hará uso de esta metodología.

- **Cálculo de capacidad de carga física**

Donde

S: Superficie disponible =1000m²

Sv: Superficie por visitante=1m²

Hv: Horario de Visita=8am-6pm= 10 horas

Tv: Tiempo necesario para la visita=0.67 horas

NV: Número de visitas que el sitio puede recibir por día=

$$NV = \frac{Hv}{Tv}$$

$$NV = \frac{10}{0.67}$$

$$NV = 15$$

Entonces:

$$CCF = \frac{S}{Sv} NV$$

$$CCF = \frac{1,000}{1} 15$$

$$CCF = 15,000$$

- **Cálculo de capacidad de carga real**

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC Ero * FC Prep * FC Ane$$

Donde:

- FCsoc= Factor social

Donde:

L: Longitud del sendero en metros lineales=1,000m

D: Distancia requerida por grupo=50m

P: Número de personas que pueden estar simultáneamente en el sendero

MTS: Distancia total del sendero=1200

$$NG = \frac{L}{D}$$

$$NG = \frac{1,000}{40}$$

$$NG = 25$$

$P = NG * \text{Número de personas por grupo}$

$$P = 25 * 30$$

$$P = 750$$

Magnitud limitante = MTS – P

$$\mathbf{Magnitud\ limitante} = 1200 - 750$$

$$\mathbf{Magnitud\ limitante} = 450$$

$$FCsoc = 1 - \frac{\text{Magnitud limitante}}{\text{Distancia total del sendero}}$$

$$FCsoc = 1 - \frac{450}{1200}$$

$$FCsoc = 0.63$$

- FC Ero= Factor de erodabilidad

Las zonas que tienen un grado de erodabilidad medio o alto son las únicas consideradas significativas al momento de establecer restricciones de uso. Puesto que un grado alto de erodabilidad presenta un riesgo de erosión mayor que un grado medio, se incorporó un factor de ponderación de 1, para el grado medio de erodabilidad, y de 1,5 para el alto.

Donde:

Mea: Metros del sendero con erodabilidad alta=12m

Mem: Metros del sendero con erodabilidad media=25m

Mt: Metros totales de sendero=1,000m

Tabla 286 grado de erodabilidad Noche de Playa en San Marcelino

Grado de erodabilidad		
Erodabilidad	Porcentaje de erodabilidad	Longitud del sendero
Ninguna	Menor al 10%	963 metros
Media	10% al 20%	25 metros
Alta	Mayor al 20%	12 metros

Fuente: Elaboración Propia

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(Mea * 1.5) + (Mem * 1)}{Metros\ totales\ de\ sendero}$$

$$FC\ Ero = 1 - \frac{(12 * 1.5) + (25 * 1)}{1000}$$

$$FC\ Ero = 0.04$$

- FC Acc= Factor de accesibilidad

Determina el grado de dificultad que tienen los visitantes al desplazarse por el lugar debido a la pendiente. Para el cálculo del grado de dificultad se tuvieron en cuenta las siguientes categorías.

Tabla 287 grado de accesibilidad Noche de Playa en San Marcelino

Grado de accesibilidad		
Grado de dificultad	Grado de dificultad pendiente	Longitud del sendero
Ninguna	Menor al 10%	1,000 metros
Media	10% al 20%	0 metros
Alta	Mayor al 20%	0 metros

Fuente: Elaboración Propia

Para el grado de dificultad medio es de 1, y para el grado de dificultad alto es de 1.5.

Donde:

Ma: Metros del sendero con dificultad alta= 0m

Mm: Metros del sendero con dificultad media= 0m

Mt: Metros totales del sendero. =1000

$$FC Acc = \frac{(Ma * 1.5) + (Mm * 1)}{Mt}$$

$$FC Acc = \frac{(0 * 1.5) + (0 * 1)}{1000}$$

$$FC Acc = 1$$

Los factores por considerar para el estudio de la capacidad de carga son: factor social, factor de erodabilidad y el factor de accesibilidad, no se tomará en cuenta el factor de precipitación y el de anegamiento, puesto que, para obtener estos datos de cada lugar, se debería realizar un estudio técnico dirigido por un experto, la información utilizada mostrará valores aproximados. La ecuación queda de la siguiente manera:

$$CCR = CCF * FCsoc * FCacc * FC Ero$$

$$CCR = 15,000 * 0.5 * 1 * 0.04$$

$$CCR = 323 \text{ personas/día}$$

- **Cálculo de capacidad de carga efectiva**

Tomando en cuenta las investigaciones realizadas sobre la Bocana del Rio Jiboa, se establecen los siguientes factores a considerar como capacidad de manejo optimo.

Tabla 288 capacidad de manejo optimo en Noche de Playa en San Marcelino

Factor	Calificación
Infraestructura	0.5
Mano de obra calificada	0.5
Equipamiento	0.4

Fuente: Elaboración Propia

$$CM = \frac{0.5 + 0.5 + 0.4}{3} * 100 \rightarrow CM = 0.47$$

$$CCE = CCR * CM \rightarrow CCE = 323 * 0.47$$

$$CCE = 151 \text{ personas/día}$$

A continuación, se presentan los resúmenes de las capacidades de los atractivos que se encuentran dentro de la noche de playa en San Marcelino.

Tabla 289 resumen de capacidades playa san Marcelino

RESUMEN DE CAPACIDADES PLAYA SAN MARCELINO	
Capacidad de carga Física (CCF)	2,903 personas/día
Capacidad de carga real (CCR)	711 personas/día
Capacidad de carga Efectiva (CCE)	332 personas/ día
Tomando en cuenta los datos obtenidos, se puede concluir que la capacidad de visitantes que puede recibir playa San Marcelino al día, sin dañar su ecosistema es de 332 personas al día.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 290 resumen de capacidades bocana rio Jiboa

RESUMEN DE CAPACIDADES BOCANA RIO JIBOA	
Capacidad de carga Física (CCF)	15,000 personas/ día
Capacidad de carga real (CCR)	403 personas/día
Capacidad de carga Efectiva (CCE)	188 personas/ día
Tomando en cuenta los datos obtenidos, se puede concluir que la capacidad de visitantes que puede recibir la bocana del rio Jiboa, sin dañar su ecosistema es de 188 personas al día.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 291 resumen de capacidades de “noche de playa en san Marcelino

RESUMEN DE CAPACIDADES DE “NOCHE DE PLAYA EN SAN MARCELINO”	
LUGAR	CAPACIDAD
Playa San Marcelino	332 personas/día
Bocana del Rio Jiboa	188 personas/día

Fuente: Elaboración Propia

Al conocer las capacidades de los recursos y atractivos que forman parte de la noche de playa en San Marcelino, se determina que la capacidad instalada, es de 188 personas al día, esto tomando en cuenta la menor capacidad instalada que se presenta dentro de los atractivos que la conforman.

b) Cálculo de la demanda de paquetes turísticos

Todos los cálculos hechos en este apartado fueron tomados en base a la etapa de Diagnostico en las proyecciones de la afluencia turística.

Para separar aquellos turistas potenciales que adquirirían un paquete turístico se tomó en cuenta la pregunta que define como generalmente adquiere sus paquetes turísticos en la muestra estudiada.

Variable	%
Tour operadora	25%
Empresa proveedora	16%
Medio Propio	59%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración Propia

El 59% lo comprende la mayoría de los turistas que llegaran por su cuenta a los distritos y el 41% comprara paquetes turísticos, para la distribución entre cada uno de los circuitos se tomara en cuenta los resultados del estudio del mercado consumidor en cuanto a la preferencia por el tipo de turismo que tienen los turistas.

Tabla 292 Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 1

	Año 1 Visitas	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales	Independiente
Enero	1,356	217	222	117	800
Febrero	1,332	213	218	115	786
Marzo	2,503	400	410	216	1477
Abril	914	146	150	79	539
Mayo	1,074	172	176	92	634
Junio	1,056	169	173	91	623
Julio	1,155	185	189	99	681
Agosto	2,769	443	454	238	1634
Septiembre	1,149	184	188	99	678
Octubre	1,103	176	181	95	651
Noviembre	1,102	176	181	95	650
Diciembre	4,750	760	779	409	2803
TOTAL	20,263	3,240	3,323	1,745	11,955

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 293: Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 2

	Año 2 Visitas	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales	Independiente
Enero	1,442	231	236	124	851
Febrero	1,417	227	232	122	836
Marzo	2,661	425	436	229	1570
Abril	972	155	159	84	573
Mayo	1,142	183	187	98	674
Junio	1,123	180	184	97	663
Julio	1,228	196	201	106	725
Agosto	2,945	471	483	254	1738
Septiembre	1,222	195	200	105	721
Octubre	1,173	188	192	101	692
Noviembre	1,172	187	192	101	691
Diciembre	5,051	808	828	435	2980
TOTAL	21,548	3,446	3,534	1,855	12,713

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 294: Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 3

	Año 3 Visitas	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales	Independiente
Enero	1,528	244	251	132	902
Febrero	1,501	240	246	129	886
Marzo	2,820	451	462	243	1664
Abril	1,030	165	169	89	608
Mayo	1,210	193	198	104	714
Junio	1,190	190	195	102	702
Julio	1,301	208	213	112	768
Agosto	3,120	499	512	269	1841
Septiembre	1,295	207	212	111	764
Octubre	1,243	199	204	107	733
Noviembre	1,242	199	204	107	733
Diciembre	5,352	856	878	461	3158
TOTAL	22,832	3,651	3,744	1,966	13,471

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 295: Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 4

	Año 4 Visitas	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales	Independiente
Enero	1,614	258	265	139	952
Febrero	1,585	253	260	136	935
Marzo	2,978	476	488	256	1757
Abril	1,088	174	178	94	642
Mayo	1,278	204	210	110	754
Junio	1,256	201	206	108	741
Julio	1,375	220	226	118	811
Agosto	3,296	527	541	284	1945
Septiembre	1,367	219	224	118	807
Octubre	1,313	210	215	113	775
Noviembre	1,312	210	215	113	774
Diciembre	5,653	904	927	487	3335
TOTAL	24,115	3,856	3,955	2,076	14,228

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 296: Cálculo de la demanda de paquetes turísticos año 5

	Año 5 Visitas	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales	Independiente
Enero	1,700	272	279	146	1003
Febrero	1,670	267	274	144	985
Marzo	3,137	502	514	270	1851
Abril	1,146	183	188	99	676
Mayo	1,346	215	221	116	794
Junio	1,323	212	217	114	781
Julio	1,448	232	237	125	854
Agosto	3,471	555	569	299	2048
Septiembre	1,440	230	236	124	850
Octubre	1,383	221	227	119	816
Noviembre	1,382	221	227	119	815
Diciembre	5,954	952	976	513	3513
TOTAL	25,400	4,061	4,166	2,187	14,986

Fuente: Elaboración Propia

c) Requerimientos de viajes por paquete y promedio de turistas por viaje.

Los circuitos fueron diseñados para ser ofrecidos por 1 guía cada 15 turistas, en base a ese número se calculó los requerimientos de viajes por mes para cada paquete turístico

Año 1

Tabla 297: Cantidad de recorridos por mes año 1

CANTIDAD DE RECORRIDOS POR MES AÑO 1			
	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales
Enero	14	15	8
Febrero	14	15	8
Marzo	27	27	14
Abril	10	10	5
Mayo	11	12	6
Junio	11	12	6
Julio	12	13	7
Agosto	30	30	16
Septiembre	12	13	7
Octubre	12	12	6
Noviembre	12	12	6
Diciembre	51	52	27
TOTAL	216	222	116

Fuente: Elaboración Propia

Año 2

Tabla 298: Cantidad de recorridos por mes año 2

CANTIDAD DE RECORRIDOS POR MES AÑO 2			
	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales
Enero	15	16	8
Febrero	15	15	8
Marzo	28	29	15
Abril	10	11	6
Mayo	12	12	7
Junio	12	12	6
Julio	13	13	7
Agosto	31	32	17
Septiembre	13	13	7
Octubre	13	13	7
Noviembre	12	13	7
Diciembre	54	55	29
TOTAL	230	236	124

Fuente: Elaboración Propia

Año 3

Tabla 299: Cantidad de recorridos por mes año 3

CANTIDAD DE RECORRIDOS POR MES AÑO 3			
	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales
Enero	16	17	9
Febrero	16	16	9
Marzo	30	31	16
Abril	11	11	6
Mayo	13	13	7
Junio	13	13	7
Julio	14	14	7
Agosto	33	34	18
Septiembre	14	14	7
Octubre	13	14	7
Noviembre	13	14	7
Diciembre	57	59	31
TOTAL	243	250	131

Fuente: Elaboración Propia

Año 4

Tabla 300: Cantidad de recorridos por mes año 4

CANTIDAD DE RECORRIDOS POR MES AÑO 4			
	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales
Enero	17	18	9
Febrero	17	17	9
Marzo	32	33	17
Abril	12	12	6
Mayo	14	14	7
Junio	13	14	7
Julio	15	15	8
Agosto	35	36	19
Septiembre	15	15	8
Octubre	14	14	8
Noviembre	14	14	8
Diciembre	60	62	32
TOTAL	257	264	138

Fuente: Elaboración Propia

Año 5

Tabla 301: Cantidad de recorridos por mes año 5

CANTIDAD DE RECORRIDOS POR MES AÑO 5			
	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noches tropicales
Enero	18	19	10
Febrero	18	18	10
Marzo	33	34	18
Abril	12	13	7
Mayo	14	15	8
Junio	14	14	8
Julio	15	16	8
Agosto	37	38	20
Septiembre	15	16	8
Octubre	15	15	8
Noviembre	15	15	8
Diciembre	63	65	34
TOTAL	271	278	146

Fuente: Elaboración Propia

d) Requerimientos para el proyecto de desarrollo de circuitos turísticos.

Como parte de los circuitos y paquetes turísticos propuestos para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, será necesario contar con algunos recursos, los cuales son:

- **Recurso humano:** Este hace referencia a la cantidad de personas que se requerirán para que cada uno de los circuitos se lleven a cabo, dentro de estos están: Guías turísticos, salvavidas, seguridad, entre otros.
- **Materiales e insumos:** Son los recursos necesarios para la prestación de servicios, cuya cantidad se determina con el objetivo de que la organización se prepare de manera anticipada para satisfacer la demanda, solo se consideran aquellos que la entidad debe adquirir directamente, excluyendo los insumos proporcionados por terceros.
- **Mobiliario y equipo:** Este hace referencia a sillas, mesas, etc. que son utilizadas directamente por los turistas para disfrutar de los productos turísticos.
- **Infraestructura:** Al hablar de requerimientos de infraestructura, se habla de obras que pueden ser realizadas a través de la inversión canalizada a través de la alcaldía municipal, permitiendo brindar un servicio turístico de calidad.

A continuación, se especificarán los requerimientos necesarios para los paquetes turísticos:

(1) Recurso Humano

A continuación, se presentan los requerimientos de recurso humano por cada uno de los circuitos turísticos planteados dentro del proyecto.

Circuito Amantes de la cultura

Tabla 302:Requerimientos de recurso humano para circuito amantes de la cultura

Recurso Humano	Cantidad
Guía Turístico	1
Agente de POLITUR	2
Expositor de Museo	1

Fuente: Elaboración Propia

Circuito Playa y Montaña

Tabla 303:Requerimientos de recurso humano para circuito playa y montaña

Recurso Humano	Cantidad
Guía Turístico	1
Agente de POLITUR	2
Salvavidas	1

Fuente: Elaboración Propia

Noche de Playa en San Marcelino

Tabla 304:Requerimientos de recurso humano para noche de playa en san Marcelino

Recurso Humano	Cantidad
Guía Turístico	1
Agente de POLITUR	2
Salvavidas	2

Fuente: Elaboración Propia

Determinación de la manera de pagarle al personal.

A continuación, se presenta la descripción de cómo se realizará el pago a cada uno de los involucrados dentro de los circuitos turísticos.

Guía Turístico: Los guías turísticos son los encargados de guiar a los grupos a lo largo de los circuitos que se realizan, a ellos se les pagara por cada recorrido realizado, por lo que se les contactara según la cantidad de recorridos que se necesite.

Agente POLITUR: Los agentes de POLITUR colaboran con el acompañamiento en los circuitos turísticos, para brindar protección a los turistas que asisten a dichos circuitos, ellos no reciben directamente pago monetario, pero se les debe brindar alimentación e hidratación.

Expositor de museo: El expositor de museo cuenta con plaza fija financiada por la alcaldía, por lo que su salario no se incluirá dentro de la planilla en la que se incurre al realizar los tours.

Salvavidas: Los Salvavidas, se encargan de brindar seguridad a los turistas mientras disfrutan de bañarse dentro de las playas, por lo que se destacaran tanto en el Malecón de Playa la Zunganera que forma parte del circuito de Playa y Montaña y en las noches de Playa de San Marcelino, los salvavidas recibirán un pago por cada recorrido al que brinden cobertura.

(a) Resumen de Recurso humano de proyecto de Diseño de Circuitos turísticos

En la siguiente tabla, se presenta el resumen del recurso humano necesario para que el proyecto desarrollo de circuitos turísticos se lleve a cabo y se mantenga en optimo funcionamiento de

Tabla 305:Recurso humano necesario para proyecto de desarrollo de circuitos turísticos

Concepto	Cantidad	Tipo de Pago
Guía Turístico	3	Por servicio
Agentes de POLITUR	4	Externo
Expositor de Museo	1	Externo
Salvavidas	2	Por servicio

Fuente: Elaboración Propia

(b)Especificaciones del recurso Humano

A continuación, se presentan los conocimientos y características que deben cumplir el personal operativo involucrado dentro de los circuitos turísticos.

Tabla 306 especificaciones del recurso humano dentro de los circuitos turísticos

ESPECIFICACIONES DEL RECURSO HUMANO	
CARGO	REQUISITOS
Guía turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Ser mayor de 18 años. • Residir en los distritos de San Luis Talpa o San Pedro Masahuat • No poseer procesos penales pendientes. • Contar con los conocimientos y capacitaciones necesarias para poder guiar a los grupos. • Contar con conocimientos en primeros auxilios.
Motorista	<ul style="list-style-type: none"> • Ser mayor de 18 años • Poseer licencia de conducir tipo liviana o pesada. • Tener conocimientos sobre la calidad de servicios
Artesanos participantes	<ul style="list-style-type: none"> • Residir en los distritos de San Luis Talpa o San Pedro Masahuat • Recibir las capacitaciones sobre atención al cliente que se gestionaran
Salvavidas	<ul style="list-style-type: none"> • Haber recibido formación por parte de cruz verde o cruz roja sobre rescate de personas.

Fuente: Elaboración Propia

(2) Materiales e insumos

- **Circuito 1: Amantes de La Cultura**

La cantidad de insumos se ve directamente relacionada con la cantidad de personas que asistan al circuito, en la siguiente tabla se muestran los insumos necesarios por persona, para un recorrido del circuito amantes de la cultura.

Tabla 307:Requerimientos de insumos por persona para circuito 1

Insumos	Cantidad
Pulsera distintiva	1
Botella con agua	1
Desayuno para agente POLITUR	2
Almuerzo para agente POLITUR	2

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se presentan los insumos que se utilizan por cada circuito, independiente de la cantidad de personas.

Tabla 308:Requerimientos de insumos por circuito para circuito 1

Insumos	Cantidad
Listado de asistencia	1

Fuente: Elaboración Propia

- **Circuito 2 Playa y Montaña**

La cantidad de insumos se ve directamente relacionada con la cantidad de personas que asistan al circuito, en la siguiente tabla se muestran los insumos necesarios por persona, para un recorrido en el circuito de Playa y Montaña.

Tabla 309:Requerimientos de insumos por persona para circuito 2

Insumos	Cantidad
Pulsera distintiva	1
Botella con agua	1
Desayuno para agente POLITUR	2
Almuerzo para agente POLITUR	2

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se presentan los insumos que se utilizan por cada circuito, independiente de la cantidad de personas

Tabla 310:Requerimientos de insumos por circuito para circuito 2

Insumos	Cantidad
Listado de asistencia	1

Fuente: Elaboración Propia

- **Noche de Playa en San Marcelino**

La cantidad de insumos se ve directamente relacionada con la cantidad de personas que asistan al circuito, en la siguiente tabla se muestran los insumos necesarios por persona, para la noche de playa en San Marcelino.

Tabla 311:Requerimientos de insumos por persona para circuito 3

Insumos	Cantidad
Pulsera distintiva	1
Soda en lata	1
Botella con agua	1
Listado de asistencia	1
Cena para agente POLITUR	2

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se presentan los insumos que se utilizan por cada circuito, independiente de la cantidad de personas

Tabla 312:Requerimientos de insumos por circuito para circuito 3

Insumos	Cantidad
Fuegos artificiales	1 baterías
Leña	10 rollos

Fuente: Elaboración Propia

(a) Resumen de materiales e insumos necesarios para el proyecto de desarrollo de circuitos turísticos.

A continuación, se presenta una estimación de los materiales e insumos necesarios para la realización de los circuitos planteados dentro del proyecto, durante los primeros 5 años, tomando en cuenta la estimación afluencia de personas.

Tabla 313:Recursos estimados para 5 años de operación de los circuitos

CONCEPTO	Amantes de la Cultura	Playa y Montaña	Noche de Playa en San Marcelino	TOTAL
AÑO 1				
Pulsera distintiva	3240	3323	1745	8308
Botellas con agua	3240	3323	1745	8308
Comida para agentes	864	892	232	1988
Listado de asistencia	216	222	116	554
Soda en lata	0	0	1745	1745
Fuegos artificiales	0	0	116	348
Leña	0	0	1160	1160
AÑO 2				
Pulsera distintiva	3446	3534	1855	8835
Botellas con agua	3446	3534	1855	8835

Comida para agentes	920	944	248	2112
Listado de asistencia	230	236	124	590
Soda en lata	0	0	1855	1855
Fuegos artificiales	0	0	116	372
Leña	0	0	1240	1240
AÑO 3				
Pulsera distintiva	3651	3744	1966	9361
Botellas con agua	3651	3744	1966	9361
Comida para agentes	972	1000	262	2234
Listado de asistencia	243	250	131	624
Soda en lata	0	0	1966	1966
Fuegos artificiales	0	0	116	393
Leña	0	0	1310	1310
AÑO 4				
Pulsera distintiva	3856	3955	2076	9887
Botellas con agua	3856	3955	2076	9887
Comida para agentes	1028	1056	276	2360
Listado de asistencia	257	264	138	659
Soda en lata	0	0	2076	2076
Fuegos artificiales	0	0	116	414
Leña	0	0	1380	1380
AÑO 5				
Pulsera distintiva	4061	4166	2187	10414
Botellas con agua	4061	4166	2187	10414
Comida para agentes	1084	1112	292	2448
Listado de asistencia	271	278	146	695
Soda en lata	0	0	2187	2187
Fuegos artificiales	0	0	116	438
Leña	0	0	1460	1460

Fuente: Elaboración Propia

(3) Mobiliario y equipo

- **Circuito 1: Amantes de La Cultura**

Para llevar a cabo un recorrido del circuito Amantes de la cultura, se necesita el siguiente mobiliario y equipo.

Tabla 314: Requerimientos de mobiliario y equipo para circuito 1

Concepto	Cantidad
Botiquín de primeros auxilios	1
Alquiler de microbús	1
Basureros para reciclaje	3

Fuente: Elaboración Propia

- **Circuito 2: Playa y montaña**

Para llevar a cabo un recorrido del circuito de Playa y Montaña, se necesita el siguiente mobiliario y equipo.

Tabla 315:Requerimientos de mobiliario y equipo para circuito 2

Concepto	Cantidad
Botiquín de primeros auxilios	1
Alquiler de microbús	1

Fuente: Elaboración Propia

- **Noche de Playa en San Marcelino**

Para llevar a cabo una Noche de playa en San Marcelino, se necesita el siguiente mobiliario y equipo

Tabla 316:Requerimientos de mobiliario y equipo para circuito 3

Concepto	Cantidad
Botiquín de primeros auxilios	1
Alquiler de Lancha	2
Chalecos salvavidas	30
Basureros	4
Stand de Bienvenida	1
Alquiler Discomóvil	1

(a) Resumen de Mobiliario y equipo necesarios para el proyecto de desarrollo de circuitos turísticos.

A continuación, se presenta una estimación de la cantidad de mobiliario y equipo necesarios para la realización de los circuitos planteados dentro del proyecto, se dará inicio con el equipo que solo será adquirido una vez los cuales son:

Tabla 317:Resumen de mobiliario y equipo para proyecto 1

Concepto	Cantidad
Botiquín	3
Chaleco Salvavidas	30
Stand de Bienvenida	1
Juegos de Basureros	7

Fuente: Elaboración Propia

Luego se procede a realizar la estimación de los equipos que será necesario alquilar, puesto que el costo de adquisición de estos es elevado y resulta más factible alquilarlo, a continuación, se presenta una estimación de la cantidad de veces que se alquilaran los equipos dentro de los primeros 5 años del proyecto.

Tabla 318:Requerimientos de alquiler de equipos para el proyecto 1

Concepto	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noche de Playa	TOTAL
Año 1				
Microbús	216	222	0	438
Lancha			116	116
Discomóvil			116	116
Año 2				
Microbús	230	236	0	466
Lancha			124	124
Discomóvil			124	124
Año 3				
Microbús	243	250	0	493
Lancha			131	131
Discomóvil			131	131
Año 4				
Microbús	257	264	0	521
Lancha			138	138
Discomóvil			138	138
Año 5				
Microbús	271	278	0	549
Lancha			146	146
Discomóvil			146	146





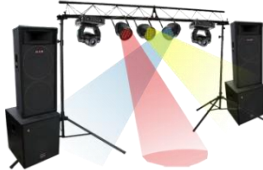
Fuente: Elaboración Propia

(b) Características del Mobiliario y Equipo

En la siguiente tabla se describe las características del Mobiliario y equipo que se utilizara para la realización de los circuitos y la noche de playa.

Tabla 319:Características del mobiliario y equipo a utilizar en proyecto 1

Adquiridos		
Concepto	Ilustración	Especificaciones
Botiquín de primeros auxilios		Cantidad:3 El botiquín debe contener: Gasa estéril, Espadrapo, Vendas adhesivas, Vendas elásticas, Jabón Crema antibiótica, Solución antiséptica, Blíster de acetaminofén, Pinzas, Tijeras, Bolsas de frio instantáneo desechables, Guantes, Agua Oxigenada, Loratadina.
Chaleco salvavidas		Cantidad: 30 Chaleco salvavidas ajustable, para adultos.

Basurero para reciclaje		Cantidad: 7 juegos Basureros para reciclaje con separaciones para cada uno de los tipos de desecho.
Stand de Bienvenida		Cantidad: 1 Stand de bienvenida para recibir a los turistas.
Alquilados		
Microbús		Cantidad: 1 Capacidad: 30 pasajeros Debe incluir motorista.
Lancha		Cantidad: 2 Capacidad: 12 pasajeros Debe incluir motorista.
Discomóvil		Cantidad: 1 Potencia: 2 bajos y 2 medios Debe incluir DJ.

Fuente: Elaboración Propia

2. Proyecto 2: Infraestructura turística

Dentro del proyecto de infraestructura turística se contemplarán los atractivos y recursos turísticos que forman parte de los circuitos turísticos planteados para los distritos, para los cuales se propondrá la realización de infraestructura.

a) Propuestas de desarrollo de infraestructura

- Pasarela en gruta del cristo negro

Descripción

La construcción de un puente en la gruta del cristo negro responde a la necesidad de poder cruzar el río Sepaquiapa de manera segura para poder llegar hacia la gruta del cristo negro, ya que en la actualidad se utilizan puentes improvisados elaborados por los pobladores con sacos de arena, pero estos no brindan seguridad a las personas que visitan la gruta,

El puente tendrá estilo de medio punto, para que este pueda ser armonioso con el ambiente y poder ser un posible spot para fotografías, este se propone sea construido de

concreto, con barandales de hierro, teniendo un largo total de 20 metros, una altura del agua a la base de 1.80 metros, y un ancho de 3 metros, para que permita una libre circulación de las personas, la inversión para este se propone sea financiada por la alcaldía municipal o que sea gestionada por medio de ésta a la Dirección de obras municipales (DOM), para su construcción, a continuación se muestra una representación de como quedaría el puente en el río.

Ilustración 235 • Pasarela en gruta del cristo negro

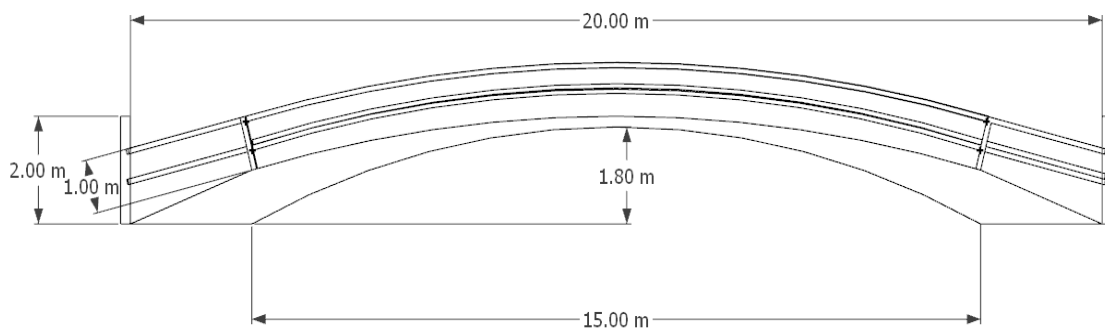


Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones del diseño

Las especificaciones de medidas del diseño se presentan a continuación.

Ilustración 236: Vista Frontal diseño de pasarela en rio Sepaquiapa



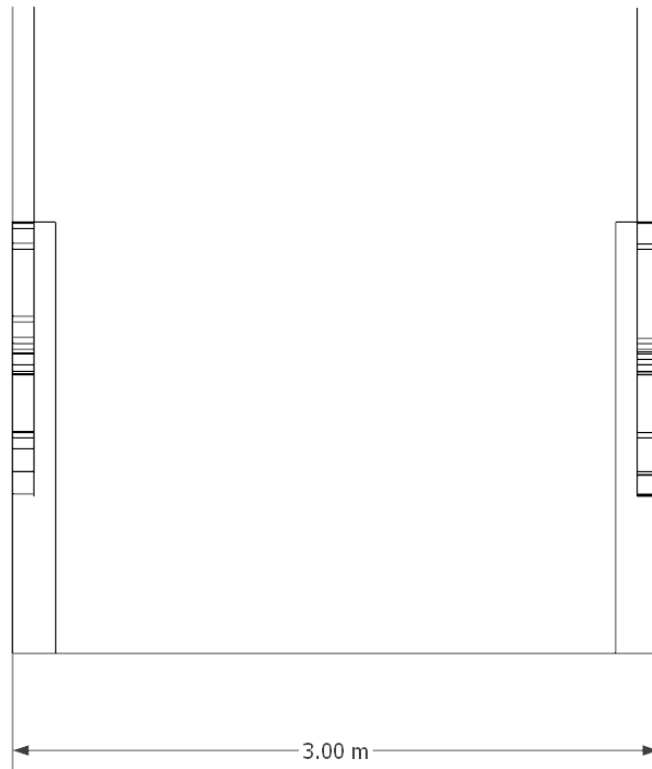
Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 237: Vista superior pasarela rio Sepaquiapa



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 238 Vista lateral de pasarela peatonal



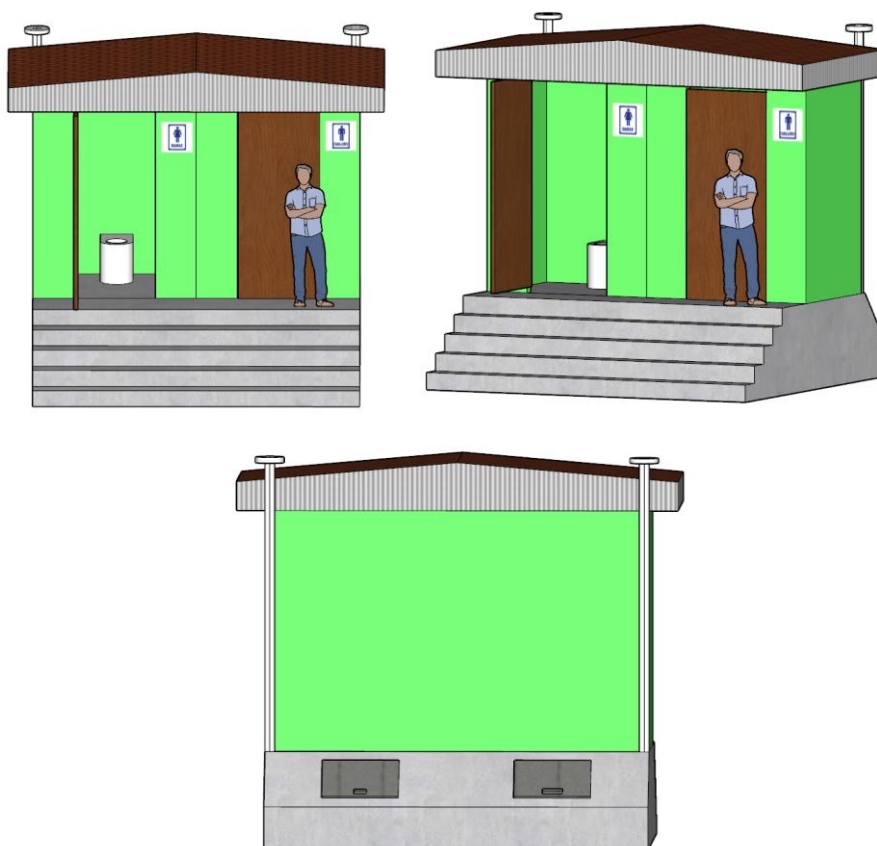
Fuente: Elaboración Propia

- **Baños en la gruta del cristo negro, cerro el tacuazín y Playa San Marcelino**

Descripción:

Es importante contar con los medios necesarios para solventar las necesidades básicas de los turistas y excursionistas que visitan los atractivos que conforman el circuito, por ello se vuelve importante el contar con baños, en este caso al tratarse de baños que se colocaran en puntos donde el acceso al agua no es el mejor y con el fin de salvaguardar los recursos, se propone la construcción de baños del tipo seco, en los cuales no se utiliza agua y se separa las heces de la orina, y posteriormente se puede utilizar como abono los desechos generados, a continuación se presenta la propuesta de diseño para los baños, en los que se plantea tener uno para hombres y uno para mujeres, para poder tener una mejor privacidad, se propone construir 3 baños de este tipo en Gruta del Cristo negro, cerro el Tacuazín, y Playa San Marcelino.

Ilustración 239 Diseño de baños

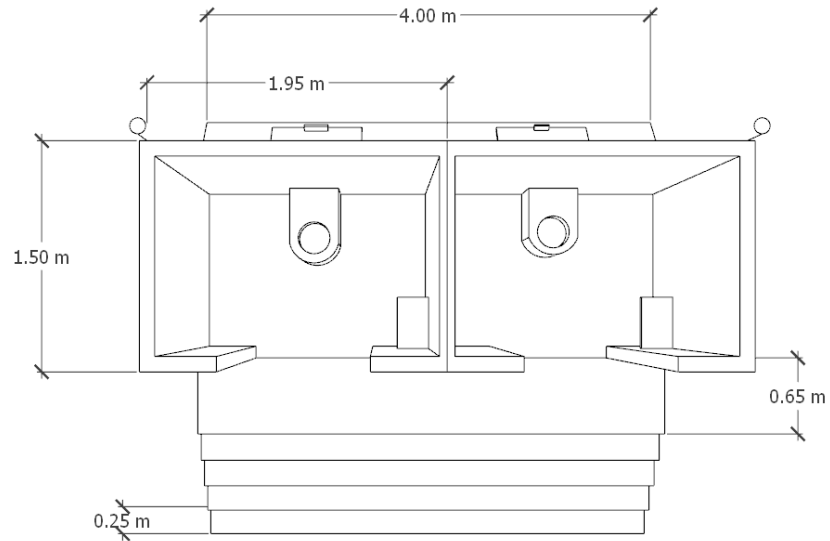


Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones del diseño

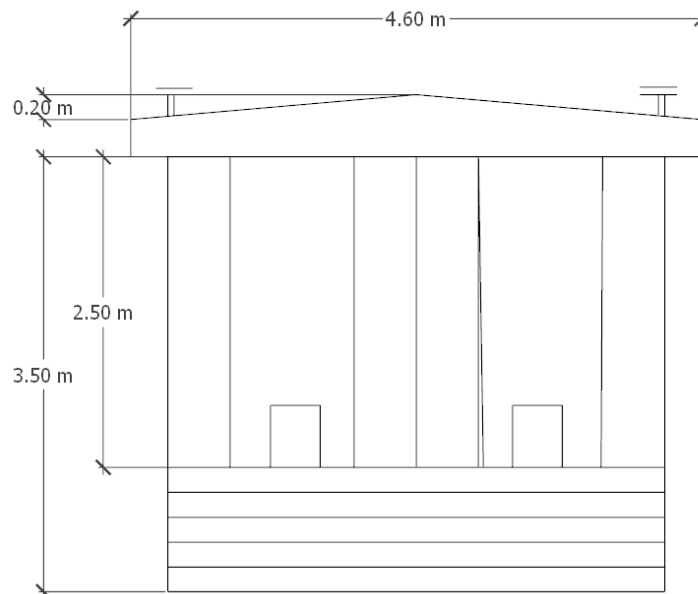
Las especificaciones de medidas del diseño se presentan a continuación.

Ilustración 240: Vista superior de baño



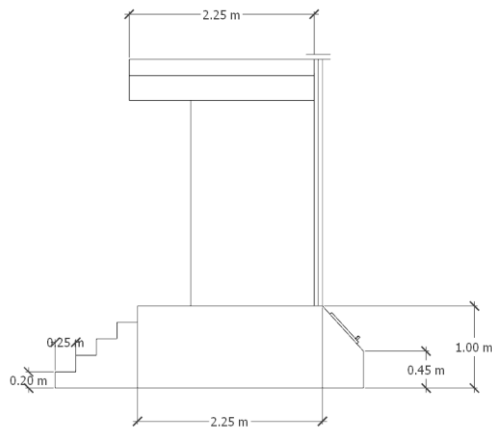
Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 241 Vista Frontal de baño



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 242 Vista lateral Baño



Fuente: Elaboración Propia

- **Plancha de cemento en gruta del cristo negro**

Descripción

La gruta del cristo negro se encuentra en la rivera del rio Sepaquiapa, por lo que el terreno presenta muchas irregularidades, lo cual dificulta que los visitantes a la gruta tengan una estadía plena, y esto se ve reflejado de manera más notoria en las festividades en honor al cristo negro, en las que se realiza una misa en la gruta, pero no se cuenta con un espacio adecuado para que los visitantes tengan una estadía plena y segura, por estas razones se plantea el generar una plancha de concreto frente a la gruta del cristo negro, que permita albergar de manera más segura y cómoda a los visitantes a la misma, la inversión para esta se propone sea financiada por la alcaldía municipal o que sea gestionada por medio de está a la Dirección de obras municipales (DOM), para su construcción, a continuación se presenta la propuesta de diseño para dicha infraestructura.



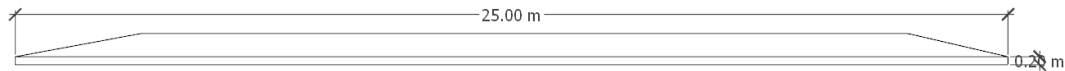
Ilustración 243 Diseño de plancha

Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones del diseño

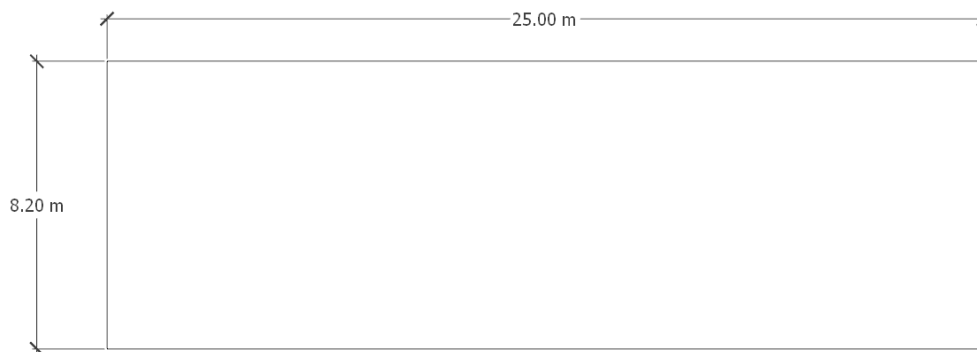
Las especificaciones de medidas del diseño se presentan a continuación.

Ilustración 244 Diseño de plancha



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 245 Diseño de plancha



Fuente: Elaboración Propia

- **Mirador cerro tacuazín**

Descripción:

En la cima del cerro el tacuazín se propone construir un mirador que permita que las personas que realizan la caminata para ascender al cerro, puedan apreciar de mejor manera las vistas panorámicas que ofrece el cerro el Tacuazín, además de que esta infraestructura vendería a enriquecer el atractivo del cerro, se propone que sea construido de madera tratada, para que pueda ser armado en la cima del cerro, esto tomando en cuenta que no se cuenta con carretera de acceso hacia la cima, únicamente senderos, a continuación se presenta el diseño propuesto para el mirador.

Ilustración 246 Diseño de Mirador cerro tacuazín

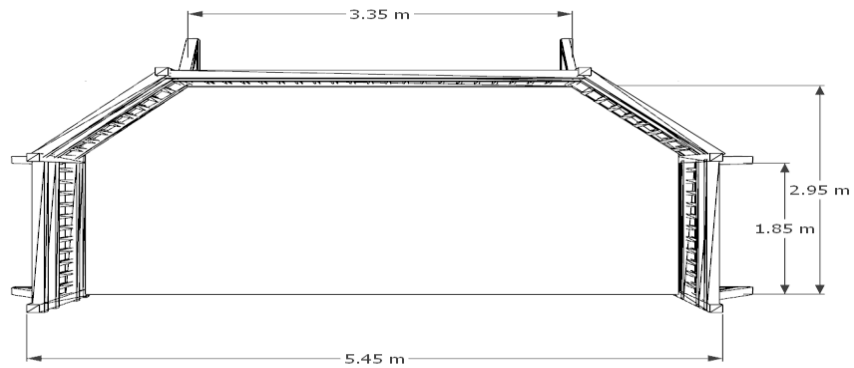


Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones del diseño

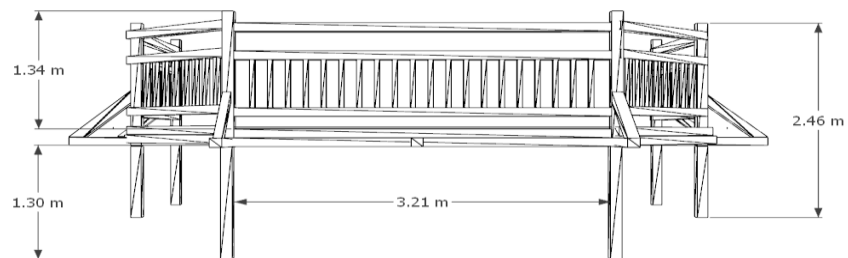
Las especificaciones de medidas del diseño se presentan a continuación.

Ilustración 247 Vista superior Mirador



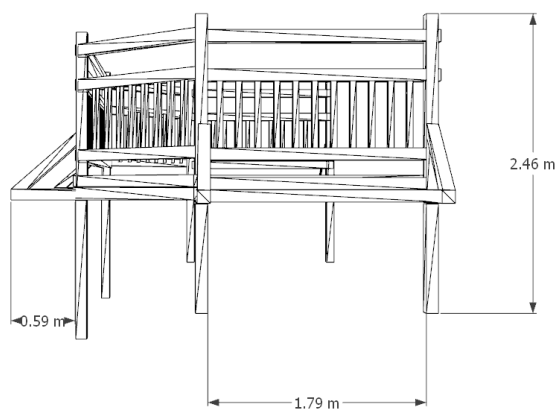
Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 248: Vista Frontal Mirador



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 249: Vista lateral de mirador



Fuente: Elaboración Propia

- **Asiento circular en cerro el tacuazín**

Descripción

Luego de realizar el ascenso a el cerro, las personas necesitaran un lugar para poder descansar y recobrar energías para el posterior descenso, tomando en cuenta esto, se propone la construcción de un asiento circular en la cima del cerro, este se propone sea construido de manera circular para poder albergar en su centro un árbol que de sombra a los asientos y permita además que la infraestructura sea amigable con el entorno del lugar, el material propuesto es cemento, y en su centro seria relleno con tierra y plantas del lugar, esta obra se propone sea

Ilustración 250 Diseño de Asiento circular en cerro el tacuazín

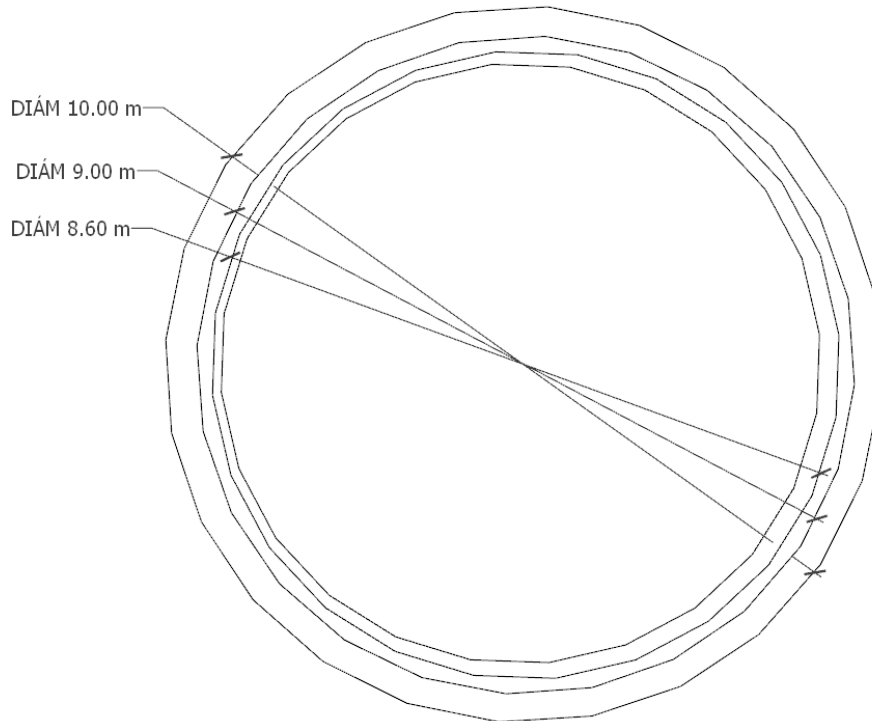


Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones del diseño

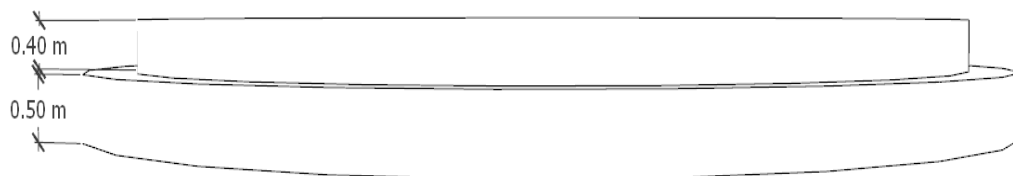
Las especificaciones de medidas del diseño se presentan a continuación

Ilustración 251: Vista superior de asiento circular



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 252 Vista lateral asiento circular

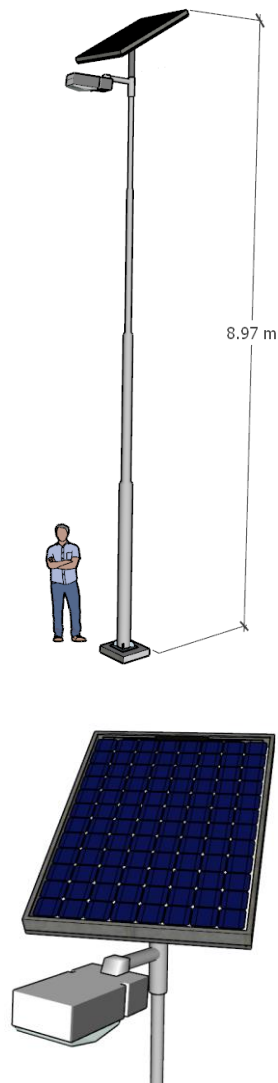


Fuente: Elaboración Propia

- **Iluminación de Playa San Marcelino**

En playa San Marcelino se cuenta con poca o nula iluminación en el espacio que se espera realizar las noches de playa, por lo que se vuelve importante, iluminar este espacio para que el visitante tenga una mayor sensación de seguridad y se sienta más cómodo en su visita, para ello se propone colocar luminarias del tipo LED, alimentadas por energía solar, la inversión para esta se propone sea financiada por la alcaldía municipal a continuación se presenta el diseño del tipo de luminaria propuesta.

Ilustración 253 Iluminación de Playa San Marcelino



Fuente: Elaboración Propia

- **Vestideros**

Descripción:

El cambiarse de ropa de manera cómoda y segura es primordial para los turistas y excursionistas que visitan la playa, por lo que se propone construir espacios de vestideros en playa San Marcelino, para que tanto hombres como mujeres puedan cambiarse de ropa cómodamente, la infraestructura se propone sea elaborada de madera tratada, ya que al estar ubicada en la playa se vuelve la opción más duradera, puesto que si está fuera elaborada de metal, este se corroería rápidamente por la sal del mar, a continuación se presenta el diseño propuesto.

Ilustración 254 Diseño de vestideros en playa San Marcelino



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 255: Vista isométrica de vestidores

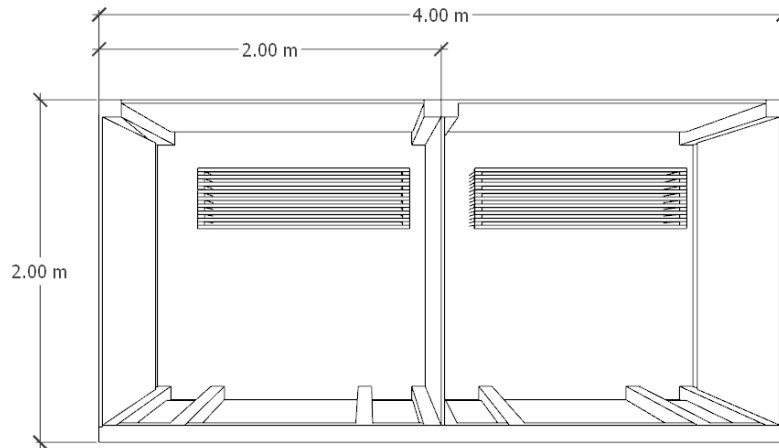


Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones del diseño

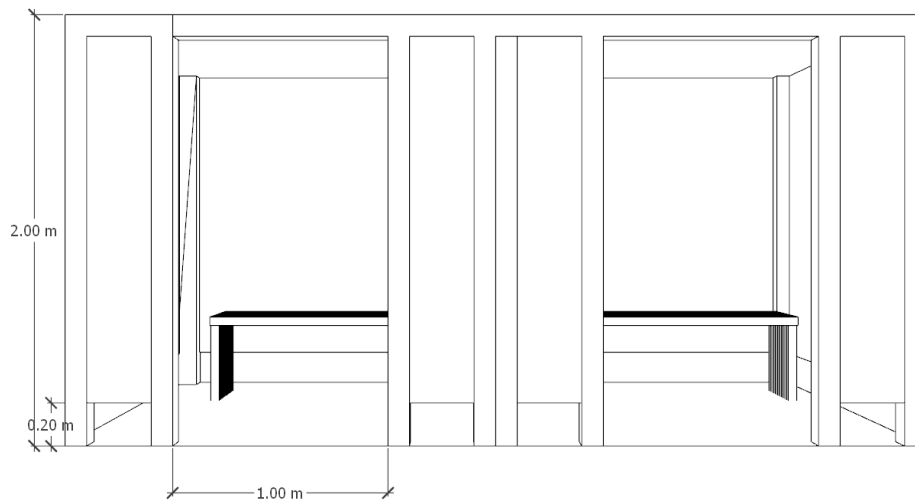
Las especificaciones de medidas del diseño se presentan a continuación

Ilustración 256: Vista superior vestidores



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 257 Vista frontal de vestidores



Fuente: Elaboración Propia

- **Kiosko informativo en parque Rigoberto Rodezno y Plaza El Carmen**

Descripción

Para poder brindar información oportuna a los turistas y excursionistas que visitan los distritos, se propone crear kioscos informativos, en los que se brindara información acerca de los circuitos turísticos con los que cuentan los distritos y además información sobre cada destino turístico de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, se propone la construcción de 2 de estos, uno en el parque Rigoberto Rodezno y el otro en Plaza el Carmen, se propone que la inversión para estos sea financiada por la Alcaldía municipal, a continuación se muestra el diseño propuesto

Ilustración 258 Diseño Kiosko informativo en parque Rigoberto Rodezno y Plaza El Carmen

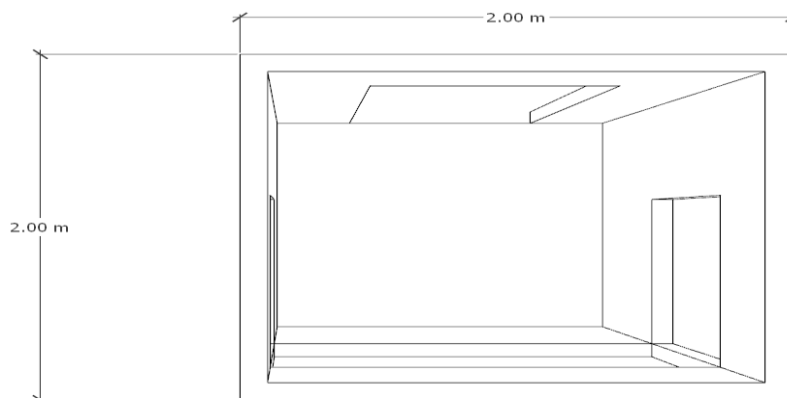


Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones del diseño

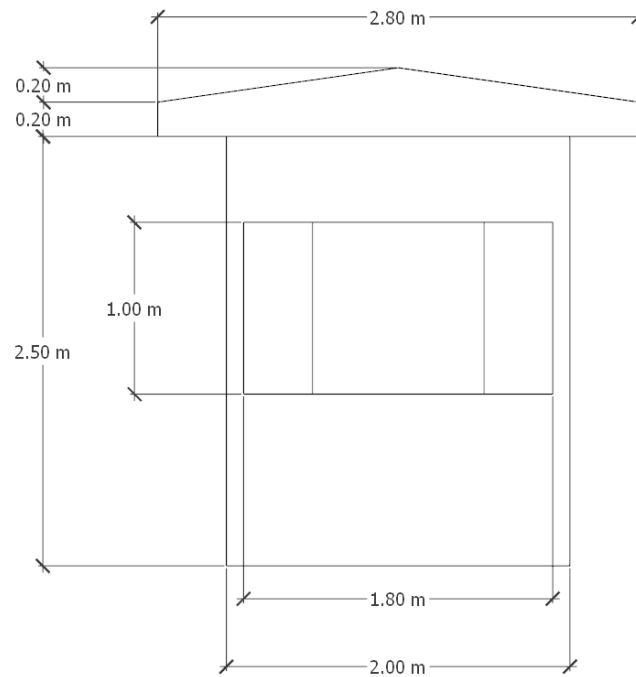
Las especificaciones de medidas del diseño se presentan a continuación

Ilustración 259: Vista superior de kiosko



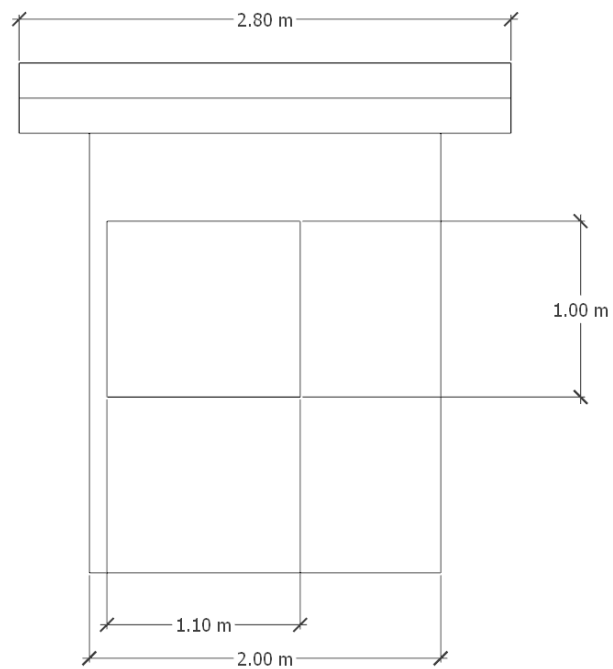
Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 260: Vista frontal kiosko



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 261 Vista lateral Kiosko informativo



Fuente: Elaboración Propia

b) Requerimientos de infraestructura

Tabla 320 Requerimientos de infraestructura

CONCEPTO	UBICACIÓN	CANTIDAD
Pasarela peatonal	<ul style="list-style-type: none">• Gruta del Cristo Negro	1
Baños del tipo seco	<ul style="list-style-type: none">• Cerro El Tacuazín• Gruta del Cristo Negro• Playa San Marcelino	3
Plancha de Cemento	<ul style="list-style-type: none">• Gruta del Cristo Negro	1
Mirador	<ul style="list-style-type: none">• Cerro El Tacuazín	1
Asiento Circular	<ul style="list-style-type: none">• Cerro El Tacuazín	1
Iluminación	<ul style="list-style-type: none">• Playa San Marcelino	1
Vestidores	<ul style="list-style-type: none">• Playa San Marcelino	1
Kiosko informativo	<ul style="list-style-type: none">• Parque Rigoberto Rodezno• Plaza El Carmen	2

Fuente: Elaboración Propia

3. Proyecto 3: Señalización

El proyecto de señalización surge como respuesta al desconocimiento que las personas manifiestan tener acerca de lo que los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat tienen para ofrecer, por lo que se vuelve importante contar con una señalización adecuada que permita que las personas que visitan por primera vez alguno de los distritos puedan identificar fácilmente el camino hacia cada uno de los atractivos turísticos que poseen los distritos y de esta manera puedan animarse a visitarlos, llegando hacia ellos sin dificultades de perderse en el camino al no contar con señalización que guíe su camino, por otra parte la señalización en cada atractivo se vuelve relevante para poder preservar la seguridad de cada uno de los visitantes a estos y la preservación del lugar, ya que a través de la señalización se podrá brindar restricciones e información importante a los turistas que visiten los diferentes atractivos de los distritos.

Conceptos






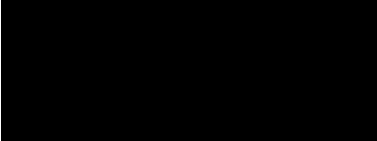
Señalización turística

Las señales turísticas se utilizan para informar con antelación a los usuarios sobre la cercanía de sitios de interés, actividades recreativas y servicios relacionados con el turismo, esta información se presenta mediante símbolos, íconos y palabras dispuestas en letreros.

Estas señales no solo tienen un significado estándar, sino que también emplean un lenguaje visual universal, lo que permite al turista identificar fácilmente los lugares, atracciones, servicios y actividades disponibles, es fundamental que las señales se instalen siguiendo estudios técnicos que garanticen que los íconos y letreros sean claros y comprensibles.

El propósito de la señalización turística es guiar a los visitantes durante su trayecto hacia el destino, brindándoles datos esenciales tanto al ingresar como al salir del lugar, a continuación, se presentan los colores que se utilizarán dentro de las señales.

Tabla 321 significado de los colores en la señalización turística

Color	Significado
	El color azul se emplea para las señales de tipo informativo.
	El color verde será utilizado en las señales de tipo salvamento es decir las que indican rutas de evacuación o similares.
	El color amarillo será utilizado para las señales de tipo preventivo.
	El color rojo será utilizado para las señales de tipo prohibitivas.
	El color café será utilizado en señales de tipo cultural y centros de recreo
	El color blanco se utilizará como fondo para las leyendas de las señales o los símbolos de las señales.
	El color negro será utilizado como fondo en las señales informativas, símbolos y leyendas de los diferentes tipos de señales, como lo son reglamentación, prevención, mantenimiento y construcción.

Fuente: Elaboración Propia

Tipos de señales

Dentro de los tipos de señales existentes se encuentran los siguientes:

- **Señales Informativas**

Estas señales proporcionan datos geográficos sobre los destinos, las distancias y las actividades que se pueden realizar, además de los servicios disponibles en el área, las señales informativas

deben guiar al viajero desde el acceso por carretera hasta los lugares naturales más destacados o de mayor interés., estas se representan dentro de un recuadro azul, y su leyenda e ilustración son de color blanco.

- **Señales preventivas**

Estas tienen como propósito informar a los turistas sobre obstáculos o peligros que se presentan dentro del camino o precauciones que se deben tener con la naturaleza, estas señales se presentan de color amarillo o de color rojo.

- **Señales restrictivas**

Estas señales tienen como propósito informar sobre las prohibiciones de ciertas actividades o actitudes dentro de un espacio, con el fin de salvaguardar la seguridad e integridad de las personas que se encuentran en el lugar, estas son presentadas dentro de un círculo rojo con una franja roja cruzando sobre la ilustración de la actividad prohibida.

Consideraciones para el diseño de las señales a utilizar.

- **Ubicación:** La ubicación de las señales debe ser vistosa, a manera de que sea atractiva para el conductor y pasajeros, y estos puedan visualizarla sin esfuerzo.
- **Diseño:** El diseño debe asegurar que el mensaje sea recibido con claridad y una buena aceptación por parte del turista, para ello se deberá cuidar la combinación de colores, forma y dimensiones que se utilizaran al momento de diseñar las señales.
- **Uniformidad:** El tipo de señal a utilizar debe ser estándar a manera que los usuarios puedan reconocer e interpretar sin esfuerzo el mensaje de la señalización.
- **Uso:** La señalización a colocar será de naturaleza turística, y deberá estar acorde de la actividad turística de cada distrito.
- **Mantenimiento:** Las señales deberán ser de fácil mantenimiento, para que se mantenga siempre legibles y eficientes.
- **Legalidad:** Las señales deberán contar con los permisos correspondientes para poder ser instaladas y deberán ser regidas por los organismos correspondientes.

Criterios de instalación para las señales.

Con el fin de tener una correcta instalación de las señales se deberán cumplir los siguientes criterios:

- **Material:** El material para construir las señales será lamina reflectiva fijada por autoadhesivo a una placa metálica galvanizada, esto para poder homogenizar las señales a instalar con las de transporte terrestre, garantizando su durabilidad y bajo impacto en el medio ambiente y la salud de los operarios al momento de la instalación de las señales y al momento de brindarles mantenimiento.

En cuanto al tipo de postes a utilizar para sostener la señal, se recomienda utilizar tubo metálico galvanizado de 2 pulgadas para señales pequeñas y de 3 pulgadas para señales grandes, estos deberán ser pintados con anticorrosivo para aumentar su durabilidad.

- **Angulo de colocación:** En el caso de las señales que no presenten material reflectivo, serán colocadas formando un eje de 90° con respecto a la carretera, y en el caso de las señales que presentan material reflectivo, deberán ser instaladas 15 grados en relación perpendicular a la vía en la que sean instaladas

a) Propuesta de señalización turística

La señalización turística dentro de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, se vuelve de vital importancia para poder dar a conocer de mejor manera los atractivos y circuitos turísticos presentes dentro de los distritos, puesto que según datos obtenidos del estudio gran parte de las personas no conocen los distritos, por ello es importante señalar puntos estratégicos en las carreteras, uno de ellos es los accesos de las carreteras, en el que se sugiere colocar rótulos de bienvenida, estos deberán tener las mismas medidas que los rótulos de bienvenida a los atractivos turísticos.

Ilustración 262 rótulos de bienvenida



Fuente: Elaboración Propia

Además, para orientar de mejor manera a los visitantes que visiten el distrito sin haber contratado alguno de los paquetes turísticos que se ofrece dentro de los distritos que se ofertan, se tomará en cuenta la señalización del tipo referencial que indicara a los turistas a la distancia a la que se encuentran de los atractivos turísticos de los distritos.

Tabla 322 Cantidad y leyenda de señalización del tipo referencial

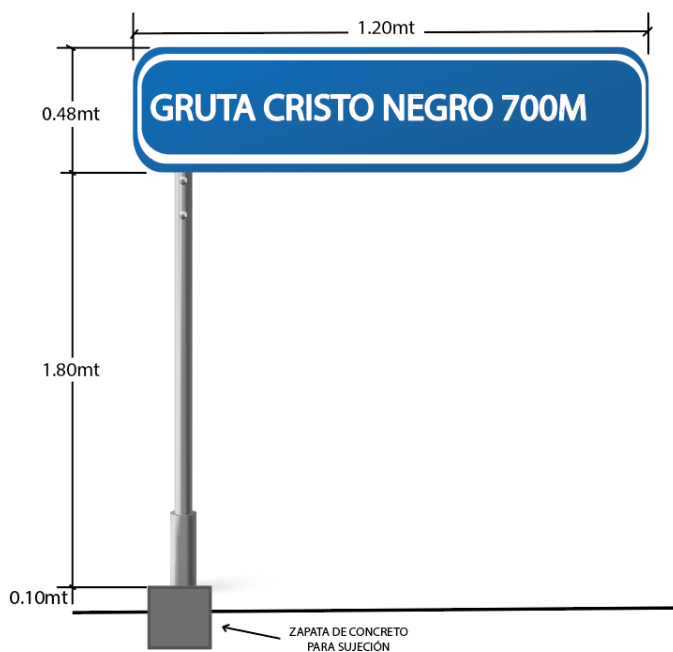
Tipo de señal	Leyenda de señal	Cant.	Circuito
Referencial	Gruta del cristo negro a 700mt	1	Amantes de la cultura
	Cerro del Tacuazín a 2km	1	Playa y Montaña
	Museo Municipal a 300mt	1	Amantes de la cultura
	Malecón de playa la Zunganera a 8km.	1	Playa y Montaña
	Playa El Pimental a 9km	1	Playa y Montaña
	Parroquia San Luis Rey de Francia a 150mt	1	Playa y Montaña
	Kiosko de turismo	2	Amantes de la cultura
TOTAL		8	

Fuente: Elaboración Propia

(1) Especificaciones de las señales referenciales

Una vez definidas las señales que se propone utilizar dentro de los circuitos, se procederá a brindar las especificaciones de las medidas que estas deberán tener.

Ilustración 263: diseño de las señales referenciales

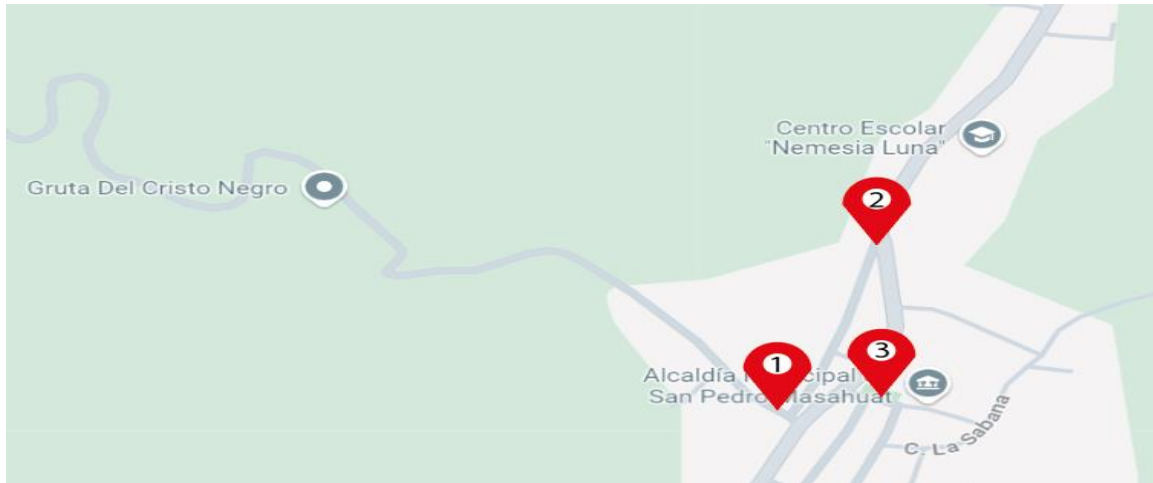


Fuente: Elaboración Propia

Ubicación de las señales referenciales

A continuación, se proponen las ubicaciones de las señales referenciales con respecto a las carreteras de los distritos.

Ilustración 264 ubicaciones de las señales referenciales



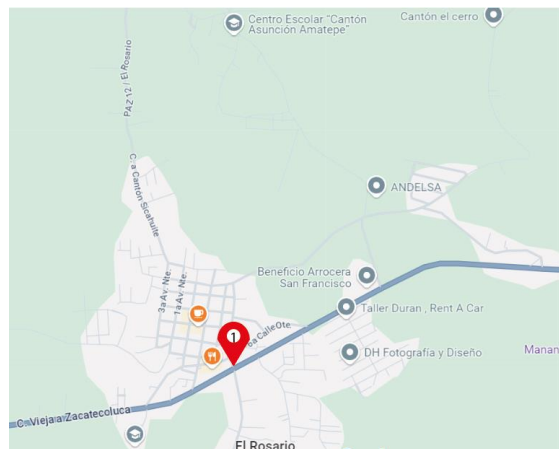
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 323: Numeración de señales referenciales

Número	Leyenda de señal
1	Gruta del cristo negro a 700mt
2	Museo Municipal a 300mt
3	Kiosko de turismo

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 265 ubicaciones de las señales referenciales



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 324: Numeración señales

Número	Leyenda de señal
1	Cerro del Tacuazín a 2km

Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 266 ubicaciones de las señales referenciales

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 325 cantidad y leyenda de las señales referenciales

Número	Leyenda de señal
1	Parroquia San Luis Rey de Francia a 150mt
2	Kiosko de turismo
3	Malecón de la Zunganera a 8 km
4	Playa El Pimental a 9 km

Fuente: Elaboración Propia

(2) Rótulos de bienvenida

Para que el turista tenga certeza que ya arribo a el lugar correcto, se colocaran rótulos de bienvenida en los atractivos turísticos, presentes en los circuitos turísticos, además con la finalidad de dar a conocer a los distritos se colocaran rótulos de Bienvenida en los accesos principales que llevan hacia los distritos.

Tabla 326 cantidad y leyenda de rótulos de Bienvenida

Leyenda del rotulo	Cantidad	Circuito en el que se ubicara	Espacio físico
Bienvenidos a la Gruta del Cristo Negro	1	Amantes de la cultura	Gruta del Cristo Negro
Bienvenidos al museo municipal de San Pedro Masahuat	1	Amantes de la cultura	Museo municipal de San Pedro Masahuat
Bienvenidos a Playa San Marcelino	1	Noches de playa	Playa San Marcelino
Bienvenidos a Playa La Zunganera	1	Playa y Montaña	Playa la Zunganera
Bienvenido al Cerro El Tacuazín	1	Playa y Montaña	Cerro El Tacuazín
Bienvenido a Playa San Marcelino	1		Playa San Marcelino
Bienvenidos a San Pedro Masahuat	1		San Pedro Masahuat
Bienvenidos a San Luis Talpa	1		San Luis Talpa

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se presentan ejemplos de cómo quedaría el diseño de estos rótulos de bienvenida

Ilustración 267 diseño de estos rótulos de bienvenida



Fuente: Elaboración Propia

Para tener una mejor estandarización de los rótulos, a continuación, se presentan las dimensiones que estos rótulos deben tener.

Ilustración 268: dimensiones de rotulo de bienvenida

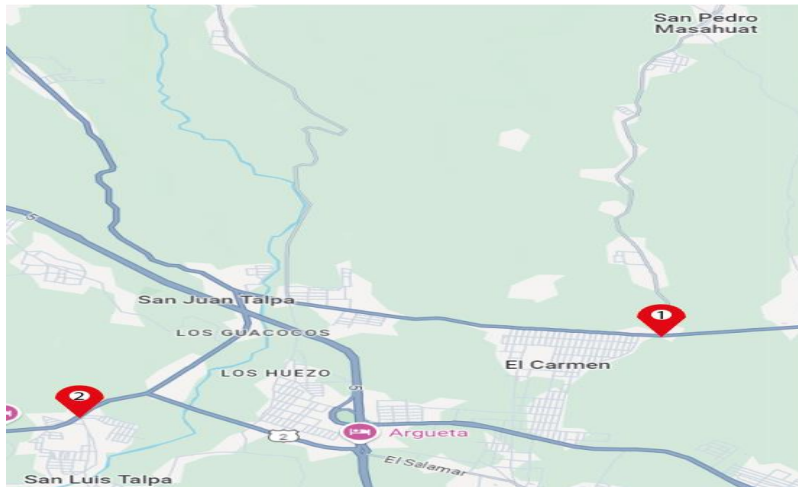


Fuente: Elaboración Propia

Ubicación de los rótulos de bienvenida

A continuación, se proponen las ubicaciones de rótulos de bienvenida con respecto a las carreteras de los distritos.

Ilustración 269 Ubicación de los rótulos de bienvenida



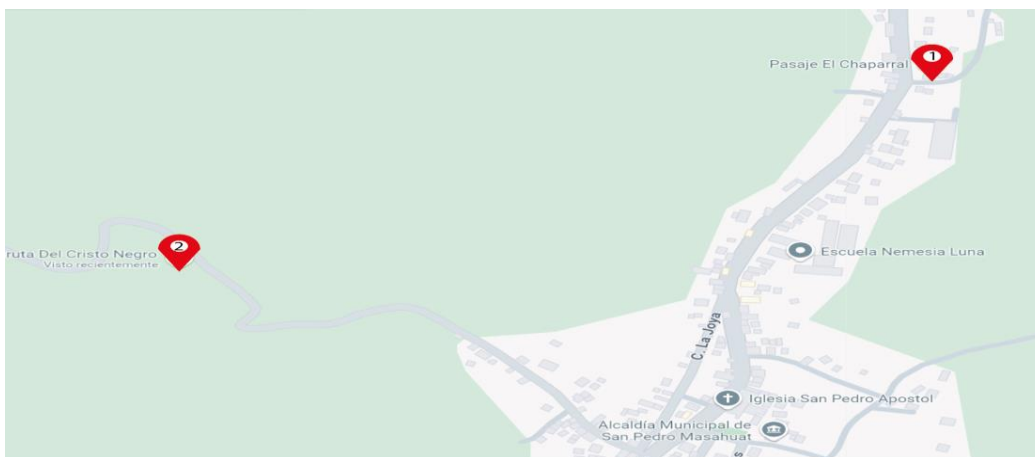
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 327: Numeración de la señalización

Número	Leyenda de señal
1	Bienvenidos a Museo Municipal de San Pedro Masahuat
2	Bienvenidos a la Gruta del Cristo Negro

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 270 Ubicación de los rótulos de bienvenida



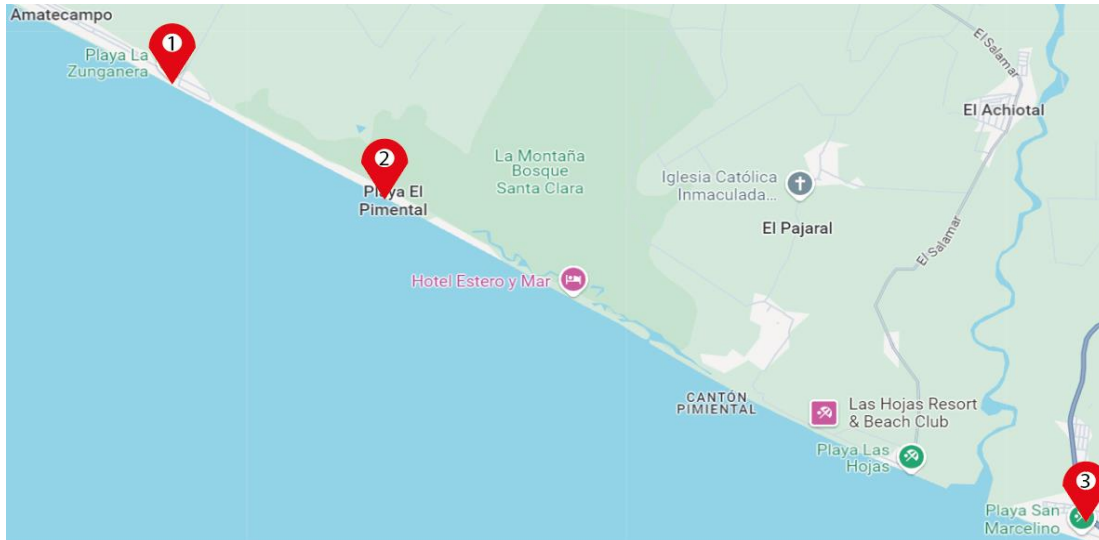
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 328: Numeración de la señalización

Número	Legenda de señal
1	Bienvenidos a Museo Municipal de San Pedro Masahuat
2	Bienvenidos a la Gruta del Cristo Negro

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 271 Ubicación de los rótulos de bienvenida



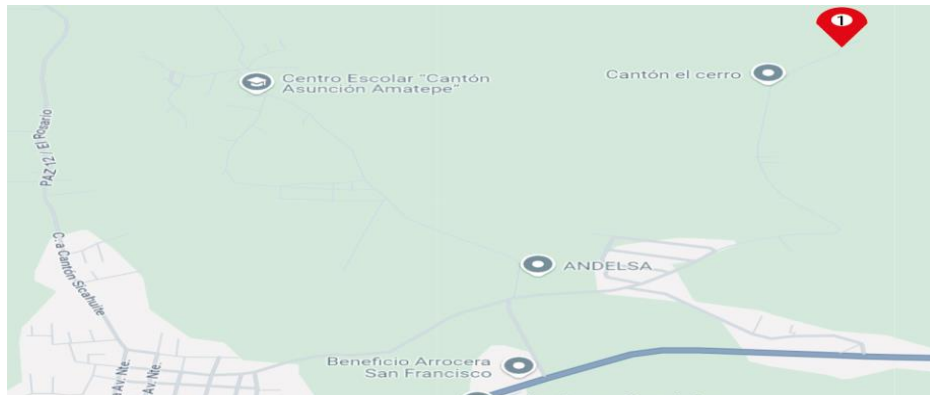
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 329: Numeración de la señalización

Número	Legenda de señal
1	Bienvenido a Playa La Zunganera
2	Bienvenido a Playa El Pimental
3	Bienvenido a Playa San Marcelino

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 272 Ubicación de los rótulos de bienvenida



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 330 cantidad y leyenda de los rótulos de bienvenida

Número	Leyenda de señal
1	Bienvenidos a Cerro El Tacuazín

Fuente: Elaboración Propia

(3) Rótulos informativos sobre circuitos

Con el fin de que el turista conozca de primera mano los circuitos turísticos que se ofrecen en los distritos y los atractivos que cada uno de estos abarca, se propone colocar rótulos que especifiquen los atractivos de cada circuito, estos deberán ser instalados en Parque Rigoberto Rodezno y Plaza El Carmen, ya que son los puntos de partida para los circuitos.

Ilustración 273 Diseño de Rótulos informativos sobre circuitos



Fuente: Elaboración Propia

La distribución en la que se ha colocado los circuitos y los atractivos solo es una propuesta, está puede ser modificada, además se propone plantear un mapa turístico para que este sea colocado en los parques Rigoberto Rodezno y Plaza El Carmen.

Además, se plantea colocar en dicho parque y Plaza un mapa de ubicación turística, que permita a los visitantes visualizar la ubicación de los atractivos turísticos dentro de los distritos, en el caso de la Plaza El Carmen se colocara el mapa de los atractivos de San Luis Talpa y en el Parque

Rigoberto Rodezno los de San Pedro Masahuat, a continuación, se presentan los diseños propuestos para estas:

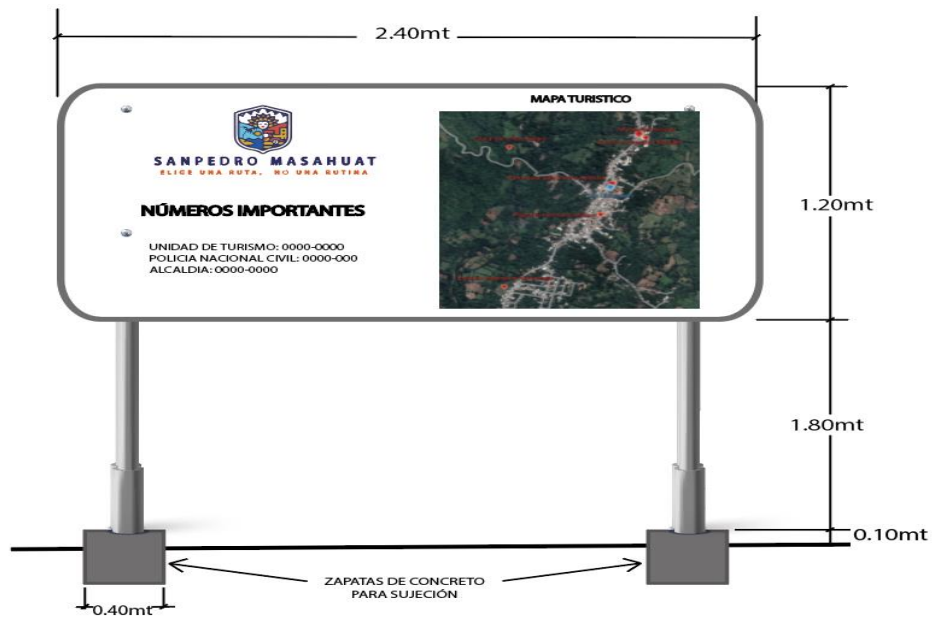
Ilustración 274 diseños propuestos de Rótulos informativos sobre circuitos



Fuente: Elaboración Propia

Para tener una mejor estandarización de los rótulos, a continuación, se presentan las dimensiones que estos rótulos informativos sobre los circuitos deben tener

Ilustración 275 dimensiones de rótulos informativos sobre los circuitos



Fuente: Elaboración Propia

(4) Señales propuestas para los circuitos de los distritos

Como parte de la señalización se presentan los siguientes requerimientos de señales para ser colocados en cada uno de los atractivos pertenecientes a los circuitos turísticos propuestos.


Tabla 331 requerimientos de señales informativas en los atractivos

Tipo de señal	Nombre	Cant.	Circuito al que pertenece y espacio físico donde se colocara	Ilustración
Informativa	Senderismo	1	Circuito de Playa y montaña • Cerro El Tacuazín.	
Informativa	Mirador	1	Circuito de Playa y montaña • Cerro El Tacuazín.	
Informativa	Depósito de basura	16	Circuito de Playa y montaña • Cerro El Tacuazín. • Malecón Playa Zunganera • Plaza el Carmen Circuito Amantes de la Cultura • Parque Rigoberto Rodezno • Gruta del Cristo Negro • Museo Municipal de San Pedro Masahuat Noches de playa • Playa San Marcelino	
Informativa	Gruta	1	Circuito Amantes de la Cultura • Gruta del Cristo Negro	

Informativa	Playa	2	Circuito Amantes de la Cultura <ul style="list-style-type: none"> Playa la Zunganera Noches de playa <ul style="list-style-type: none"> Playa San Marcelino 	
Informativa	Sanitarios	6	Circuito de Playa y montaña <ul style="list-style-type: none"> Cerro El Tacuazín. Malecón Playa Zunganera Plaza el Carmen Circuito Amantes de la Cultura <ul style="list-style-type: none"> Parque Rigoberto Rodezno Gruta del Cristo Negro Noches de playa <ul style="list-style-type: none"> Playa San Marcelino 	
Informativa	Sanitario de mujeres	6	Circuito de Playa y montaña <ul style="list-style-type: none"> Cerro El Tacuazín. Malecón Playa Zunganera Plaza el Carmen Circuito Amantes de la Cultura <ul style="list-style-type: none"> Parque Rigoberto Rodezno Gruta del Cristo Negro Noches de playa <ul style="list-style-type: none"> Playa San Marcelino 	
Informativa	Sanitario de hombres	6	Circuito de Playa y montaña <ul style="list-style-type: none"> Cerro El Tacuazín. Malecón Playa Zunganera Plaza el Carmen Circuito Amantes de la Cultura <ul style="list-style-type: none"> Parque Rigoberto Rodezno Gruta del Cristo Negro Noches de playa <ul style="list-style-type: none"> Playa San Marcelino 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 332 requerimientos de señales salvamento en los atractivos

Tipo de señal	Nombre	Cant.	Circuito al que pertenece y espacio físico donde se colocara	Ilustración
Salvamento	Ruta de evacuación derecha	4	Circuito Amantes de la Cultura <ul style="list-style-type: none"> • Museo Municipal de San Pedro Masahuat • Parroquia San Luis Rey de Francia • Parroquia San Pedro Apóstol • Casa de Jesús 	
Salvamento	Ruta de evacuación izquierda	4	Circuito Amantes de la Cultura <ul style="list-style-type: none"> • Museo Municipal de San Pedro Masahuat • Parroquia San Luis Rey de Francia • Parroquia San Pedro Apóstol • Casa de Jesús 	
Salvamento	Salida	4	Circuito Amantes de la Cultura <p>Museo Municipal de San Pedro Masahuat Parroquia San Luis Rey de Francia Parroquia San Pedro Apóstol Casa de Jesús</p>	
Salvamento	Punto de encuentro	4	Circuito Amantes de la Cultura <p>Museo Municipal de San Pedro Masahuat Parroquia San Luis Rey de Francia Parroquia San Pedro Apóstol Casa de Jesús</p>	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 333 requerimientos de señales prohibitiva en los atractivos

Tipo de señal	Nombre	Cant.	Circuito al que pertenece y espacio físico donde se colocara	Ilustración
Prohibitiva	Prohibido botar basura	7	<p>Circuito de Playa y montaña</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cerro El Tacuazín. • Malecón Playa Zunganera • Plaza el Carmen <p>Circuito Amantes de la Cultura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parque Rigoberto Rodezno • Gruta del Cristo Negro • Museo Municipal de San Pedro Masahuat <p>Noches de playa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Playa San Marcelino 	
Prohibitiva	Prohibido fumar	11	<p>Circuito de Playa y montaña</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cerro El Tacuazín. • Malecón Playa Zunganera • Plaza el Carmen <p>Circuito Amantes de la Cultura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parque Rigoberto Rodezno • Gruta del Cristo Negro • Museo Municipal de San Pedro Masahuat • Parroquia San Luis Rey de Francia • Parroquia San Pedro Apóstol • Plaza El Carmen • Casa de Jesús <p>Noches de playa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Playa San Marcelino 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 334 requerimientos de señales preventivas en los atractivos

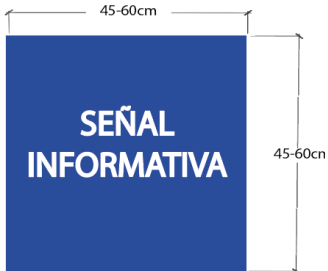
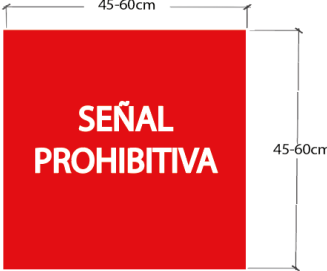
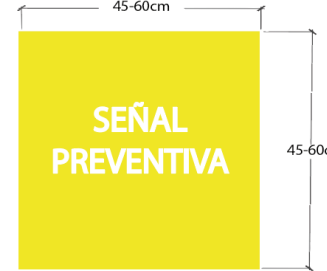
Tipo de señal	Nombre	Cant.	Circuito al que pertenece y espacio físico donde se colocara	Ilustración
Preventiva	Peligro de caídas a distinto nivel	3	Circuito de Playa y montaña <ul style="list-style-type: none"> • Cerro El Tacuazín. • Malecón Playa Zunganera • Plaza el Carmen 	 PELIGRO CAÍDAS DISTINTO NIVEL
Preventiva	Riesgo de ahogamiento	3	Circuito de Playa y montaña <ul style="list-style-type: none"> • Malecón Playa Zunganera Noches de playa <ul style="list-style-type: none"> • Playa San Marcelino Circuito Amantes de la Cultura <ul style="list-style-type: none"> • Gruta del cristo negro 	 RIESGO DE AHOGAMIENTO
Preventiva	Peligro de suelo resbaladizo	1	Circuito Amantes de la Cultura <ul style="list-style-type: none"> • Gruta del cristo negro 	 PELIGRO SUELO RESBALADIZO

Fuente: Elaboración Propia

Especificaciones de las señales

Una vez definidas las señales que se propone utilizar dentro de los circuitos, se procederá a brindar las especificaciones de las medidas que estas deberán tener.

Tabla 335 Especificaciones de las señales

Tipo de señal	Dimensiones		
Informativa			

Fuente: Elaboración Propia

b) Requerimientos para el proyecto de señalización

Recurso humano

Para llevar a cabo el proyecto de señalización se prevé que se necesitara el siguiente personal.



Tabla 336 Recurso humano para el proyecto de señalización

Concepto	Cantidad
Soldador	2
Ayudante de soldador	2

Materiales e insumos

A continuación, se presenta el cálculo de los materiales e insumos a utilizar.

Tabla 337 materiales e insumos para el proyecto de señalización

Tipo de rotulo	Laminas a utilizar	Tubos por utilizar	Cemento por utilizar
	<p>Debido a que las medidas de la lámina en bruto son de (1.20x2.40mt), y tomando en cuenta las medidas del rotulo se utilizara 0.48 laminas por rotulo</p>	<p>Debido a que la longitud en bruto del tubo es de 6 metros y tomando en cuenta las medidas del rotulo se utilizara 1.31 tubos por rotulo</p>	<p>Tomando en cuenta que el volumen de la zapata es de 0.064 m³ y una bolsa de cemento rinde 0.025m³, se utilizaran 2.5 bolsas por zapata y el rotulo pose solo 1 zapata por lo que se utilizaran 2.5 bolsas de cemento por rótulo.</p>
	<p>Debido a que las medidas de la lámina en bruto son de (1.20x2.40mt), y tomando en cuenta las medidas del rotulo se utilizara 1.33 láminas por rotulo</p>	<p>Debido a que la longitud en bruto del tubo es de 6 metros y tomando en cuenta las medidas del rotulo se utilizara 1 tubo por rotulo</p>	<p>Tomando en cuenta que el volumen de la zapata es de 0.064 m³ y una bolsa de cemento rinde 0.025m³, se utilizaran 2.5 bolsas por zapata y el rotulo pose 2 zapatas por lo que se utilizaran 5</p>

			bolsas de cemento por rótulo.
	Debido a que las medidas de la lámina en bruto son de (1.20x2.40mt), y tomando en cuenta las medidas del rótulo se utilizara 1. lámina por rotulo	Debido a que la longitud en bruto del tubo es de 6 metros y tomando en cuenta las medidas del rótulo se utilizara 1 tubo por rotulo	Tomando en cuenta que el volumen de la zapata es de 0.064 m ³ y una bolsa de cemento rinde 0.025m ³ , se utilizaran 2.5 bolsas por zapata y el rótulo pose 2 zapatas por lo que se utilizaran 5 bolsas de cemento por rótulo.

Fuente: Elaboración Propia

Teniendo las cantidades unitarias, se procede a hacer el cálculo total de material por tipo de señal, tomando en cuenta que serán 8 señales referenciales, 8 rótulos de bienvenida y 3 rótulos informativos, con esto se llega a los siguientes datos.

Tabla 338 total de material por tipo de señal

	Señales referenciales	Rótulos Bienvenida	Rotulo Informativo	TOTAL
Laminas a utilizar	2	11	3	16
Tubos por utilizar	6	8	3	17
Bolsas de cemento por utilizar	20	40	15	75
Impresiones por realizar	8	8	3	19

Fuente: Elaboración Propia

Teniendo en cuenta esto, se procede a realizar el listado total de materiales e insumos necesarios para el proyecto de señalización.

Tabla 339 listado total de materiales e insumos necesarios para el proyecto de señalización.

Material e insumo	Cantidad
Señales preelaboradas	80 señales
Lámina Galvanizada (1.20 x 2.4mt)	16 laminas
Tubo de hierro galvanizado 2 pulgadas, chapa 14.	17 tubos
Bolsas de cemento	75 bolsas
Electrodo	25 libras

Fuente: Elaboración Propia

C. PROGRAMA DE MARKETING

El desarrollo del programa de marketing se representa a través del siguiente esquema:

Ilustración 276: Esquema de Programa de marketing



Fuente: Elaboración Propia

Introducción

La promoción en este programa servirá como base para que dar a conocer a los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, dado que según los datos recabados en el mercado consumidor solo un 25% de la población encuestada a visitado el distrito de San Pedro Masahuat y un 47% ha visitado el distrito de San Luis Talpa por lo que este proyecto será de suma relevancia para dar a conocer ambos distritos en el mercado del turismo tanto nacional como internacional, además también se tomaran en cuenta las alianzas comerciales con el fin de que las empresas dedicadas al servicio turístico como, restaurantes y hoteles sumen esfuerzo para ofrecer paquetes en conjunto para promocionar sus servicios a consumidores de turismo, ofreciéndoles lo mejor en diversión, comida y confort para su total comodidad.

También se creará una marca distrito en la cual se estarían planteando estrategias de identidad y comunicación con el fin de proyectar una imagen única de los distritos a los consumidores.

Objetivos del programa

Objetivo general

- Diseñar propuestas de promoción, gestión de alianzas, organización y participación y creación de marca distrito, las cuales ayudaran estratégicamente al posicionamiento de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat como destinos turísticos.

Objetivos específicos:

- Generar propuesta de creación de perfiles en redes sociales, además de otras publicidades como volantes o vallas publicitarias.
- Brindar estrategias en coordinación con tour operadoras para dar a conocer de forma planificada los productos turísticos del municipio.
- Realizar propuestas para aumentar el reconocimiento de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

1. **Proyecto 1: Promoción de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa**

La promoción turística es el esfuerzo organizado para presentar un destino como un lugar atractivo para visitar, la promoción turística utiliza diversas estrategias de marketing y comunicación para mostrar lo mejor que un lugar tiene para ofrecer y así incrementar su popularidad entre los viajeros.

Según los datos arrojados por el estudio de mercado el 53% de los encuestados obtienen información acerca de los destinos turísticos que visita, por medio de las redes sociales, por esta razón se tomara como principales medios para la promoción turística de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat las redes sociales, y además se tomara en cuenta vallas publicitarias y volantes, para complementar la promoción de los distritos.

A continuación, se presenta la manera en que se plantearan los medios a utilizar, para la promoción de los distritos.

Página de Facebook

Facebook es una de las principales redes sociales que existe en el mundo, es una red de vínculos virtuales, cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos. Llegó para ampliar las posibilidades de relación social y causó una revolución sensible en el mundo de las comunicaciones, al poder interactuar con seguidores fácilmente a través de páginas de Facebook.

Una Página en Facebook, es una herramienta de marketing diseñada para organizaciones, empresas o emprendedores, que facilita la interacción directa con sus seguidores, permitiendo la creación de una comunidad alineada con su mercado objetivo. Para lograr establecer esta comunidad en las redes sociales, es esencial compartir contenido valioso y relevante que capte el interés del público y atraiga su atención.


Este tipo de página es útil para dar a conocer una marca o negocio y conectar con personas interesadas, pero también tiene otras funciones como las siguientes:

- **Captación de clientes potenciales:** A través de la Pagina, es posible alcanzar diferentes segmentos de audiencia, siempre que se identifiquen correctamente en función del producto o servicio que se ofrece.

- **Fortalecimiento de relaciones:** Aunque ya se tenga una base de clientes, no siempre se garantiza su fidelidad. La Página de Facebook permite fortalecer la relación con ellos mediante la publicación de actualizaciones, eventos y novedades.
- **Aumento de visibilidad de la marca:** Tener una página en Facebook facilita la exposición ante el público objetivo. Sin embargo, es necesario utilizar anuncios pagados, ya que es una forma efectiva de atraer a clientes potenciales y promocionar contenido de manera más amplia.

Por ello, se propone crear una Página de Facebook enfocada en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat. Una vez establecida, será necesario mantenerla activa con contenido turístico del lugar, teniendo en cuenta ciertos aspectos clave para su desarrollo y crecimiento.

Tabla 340 Consideraciones para página de Facebook

PAGINA DE FACEBOOK	
Título de la pagina	Turismo en San Luis Talpa y San Pedro Masahuat
Foto de perfil	
Foto de portada	
Colores	<p>Dentro de las publicaciones se debe considerar utilizar la siguiente colorimetría para conservar la identidad de la pagina.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amarillo : #FFD54F • Azul cielo: #4FC3F7 • Azul marino #0D47A1 • Blanco #FFD21F • Gris oscuro #455A64 • Negro #000000

Fuente: Elaboración Propia

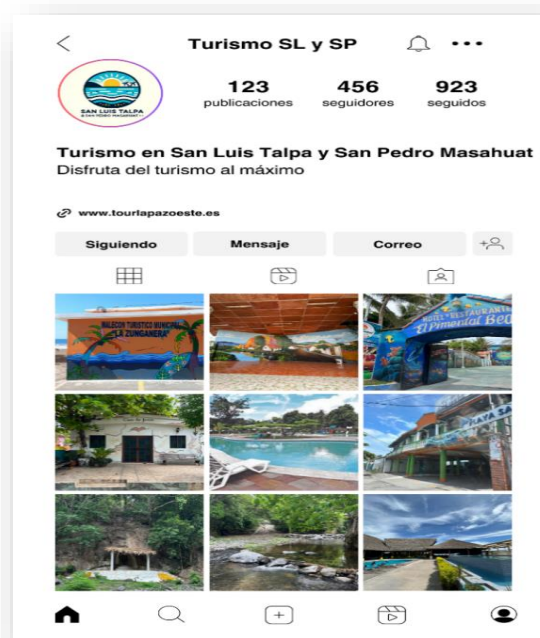
Página de Instagram

Instagram es una red social que permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales, esta aplicación es una de las que tiene mayor crecimiento en la actualidad, por lo que se considerara para proporcionar el turismo en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, dentro de las ventajas que ofrece se encuentran

- Desarrolla canales de comunicación mucho más inmediatos con los compradores, dado que estos pueden obtener información sobre los productos en cualquier momento y lugar.
- Promueven el desarrollo de nuevos vínculos independientes entre la audiencia y la organización sin importar el lugar de procedencia.
- Permiten atraer a nuevos clientes.

Para el perfil de Instagram de los distritos se propone utilizar el mismo logo que en Facebook y llevara por nombre “Turismo SL y SP” haciendo referencia a ambos distritos, a continuación, se muestra la propuesta de perfil.

Ilustración 277: Representación de página de Instagram



Fuente: Elaboración Propia

Vallas publicitarias

Las vallas publicitarias son una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios publicitarios, la creatividad en las vallas publicitarias suele ser una característica común que la diferencia del resto de los elementos publicitarios, sobre todo porque gracias a sus dimensiones la atención en la valla es innegable y la ventaja única de la dimensión da lugar a que el contenido sea más grande y que pueda contener más información.

Para atraer a un mayor número de turistas, se propone instalar vallas publicitarias en ubicaciones estratégicas. Esta publicidad debe ser permanente durante todo el año, especialmente a lo largo de la autopista Comalapa, justo en el puente que lleva al Aeropuerto Monseñor Romero. Este punto es crucial, ya que conecta con desvíos hacia los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa. Además, se encuentra cerca del Aeropuerto Internacional de El Salvador, así como de lugares de interés como el restaurante The Corner, el Quality Hotel Real Aeropuerto y el Hotel Pato Canales.

El producto turístico por publicitar en la valla sería una combinación entre las playas del distrito de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

Ilustración 278 diseño de Vallas publicitarias



Fuente: Elaboración Propia

Las vallas publicitarias se contratarán a empresas especialistas en esa área ya que trabajan con los materiales, ubicaciones y tamaños adecuados, así como también experiencia en mano de obra para su instalación.

a) Requerimientos para proyecto de Promoción de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

Para la realización del proyecto de promoción de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, se requerirá de lo siguiente:

En cuanto a personal, el encargado de redes sociales, ya se encuentra contemplado dentro de la unidad de turismo, por lo que no será necesario contratar a una persona exclusivamente para desempeñar esa función, pero si será necesarios los siguientes materiales e insumos.

Tabla 341 materiales e insumo para proyecto de promoción

MATERIALES E INSUMOS	CANTIDAD
Contrato para valla publicitaria	1
Publicidad en Facebook	1
Publicidad en Instagram	1

Fuente: Elaboración Propia

2. Proyecto 2: Gestión de alianzas comerciales

Las alianzas comerciales son formas de colaboración entre empresas que facilitan el acceso a recursos complementarios, cruciales para la supervivencia en un entorno competitivo, a través de esta cooperación, se generan sinergias que promueven el desarrollo de ventajas competitivas y la innovación, lo que a su vez conduce a un aumento en los resultados financieros.

a) Propuesta de alianzas comerciales

Como parte de la propuesta de alianzas comerciales para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, se plantean las siguientes alianzas:

- **Alianzas con tour operadores**

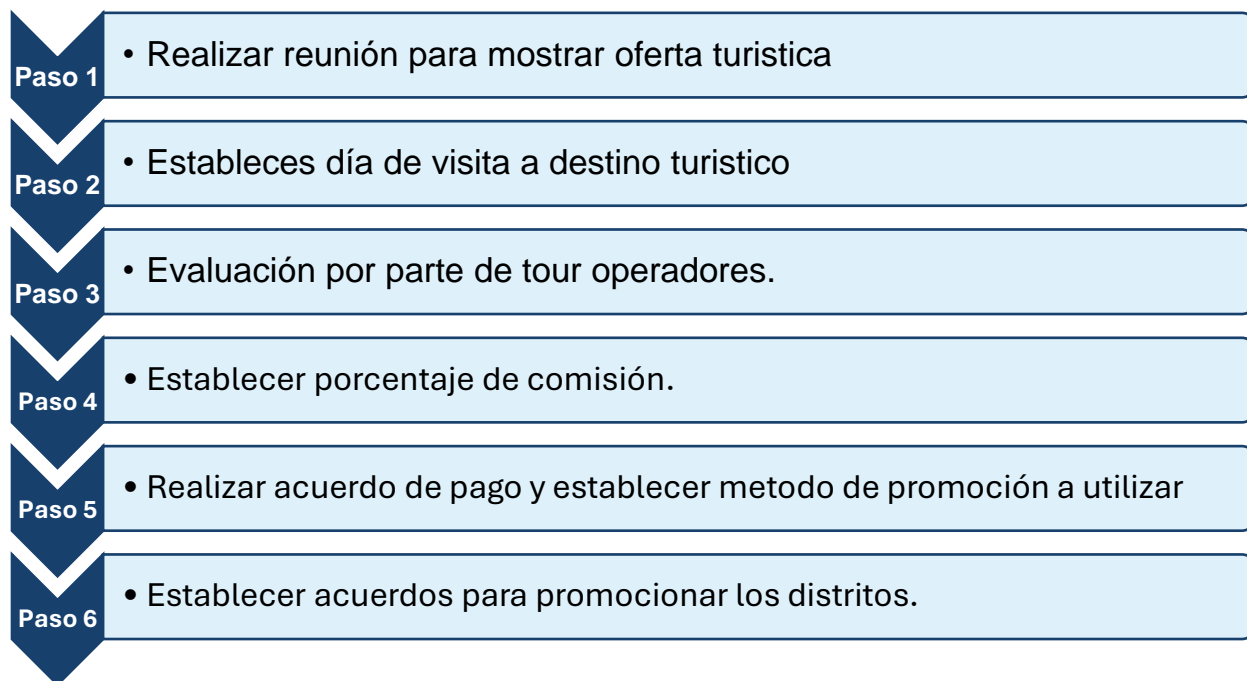
Las agencias de viajes desempeñan un papel fundamental en la industria del turismo, actuando como intermediarias entre los consumidores y las empresas que ofrecen productos o servicios turísticos. Por esta razón, es crucial incluirlas en las estrategias para atraer a posibles clientes hacia los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

Para la selección de las Tour operadoras más convenientes para el tipo de productos turístico que se oferta en el municipio se deberá seguir el siguiente procedimiento:

Procedimiento para establecer alianzas con tour operadores

A continuación, se presenta el procedimiento que se debe seguir para establecer alianzas con el tour operadoras.

Ilustración 279: Procedimiento para establecer alianzas con tour operadores



Fuente: Elaboración Propia

Se recomienda considerar a las siguientes agencias de viajes, ya que obtuvieron las mejores calificaciones en el mercado de distribución.

Tabla 342: Empresas mejor puntuadas del mercado de distribución

Empresa	LOGO	Empresa	LOGO
El Salvador Xpedition,		Morazán Tour.	
Inter Tours.		Cadisi Tours.	

Fuente: Elaboración Propia

Estrategias con los Tour Operadores

Las estrategias que se propone seguir con los tours operadoras son la siguientes:

- Establecer el acercamiento con diferentes tours operadores identificadas en el mercado distribuidor, para conocer los requisitos que se deben de cumplir para alianzas con un destino turístico.
- Otorgar paquetes especiales a los tours operadores, especialmente en periodos de temporada baja, para poder ofertar entre sus clientes.

Los principales paquetes por ofertar son los circuitos incluidos en el Programa de Desarrollo del Producto Turístico, puesto que el turismo suele tener una demanda estacional, es fundamental ofrecer paquetes específicos para la temporada baja, dichos paquetes incluyen transporte interno, un guía turístico y acceso a lugares de pago, entre las opciones disponibles y encuentran las siguientes.

- **Amantes de la cultura**

Tabla 343 Paquete Circuito Amantes de la cultura

Paquete 1: Circuito Amantes de la cultura	
Modalidad	Cultural
Mercado objetivo	Toda la familia
Tipo de duración	1 día
Número de participantes	15
Grado de dificultad	Medio
Atractivos por visitar	<ul style="list-style-type: none">• Parque Rigoberto Rodezno• Parroquia San Pedro Apóstol• Gruta del cristo Negro• Restaurante JURU• Museo Municipal de San Pedro Masahuat• Plaza El Carmen• Casa de Jesús• Parroquia San Luis Rey de Francia.

Fuente: Elaboración Propia

- **Playa y montaña.**

Tabla 344 Paquete Circuito playa y montaña

Paquete 2: Playa y Montaña	
Modalidad	Aventura
u6k8Mercado objetivo	Jóvenes y Adulto Joven
Tipo de duración	1 día
Número de participantes	15
Grado de dificultad	Medio
Atractivos por visitar	<ul style="list-style-type: none"> • Plaza El Carmen • Cerro El Tacuazín • Malecón de la Zunganera

Fuente: Elaboración Propia

- **Noche de playa en San Marcelino.**

Tabla 345 Paquete Noche de playa en San Marcelino

Paquete 3: Noche de playa en San Marcelino	
Modalidad	Aventura
Mercado objetivo	Mayores de 18 años.
Tipo de duración	5 horas
Número de participantes	30
Grado de dificultad	Fácil
Atractivos por visitar	<ul style="list-style-type: none"> • Playa San Marcelino • Bocana del río Jiboa.

Fuente: Elaboración Propia

b) Requerimiento de recurso para alianzas comerciales

El establecimiento de alianzas comerciales estará a cargo de la Unidad de turismo por lo que no será necesario contratar a una persona exclusivamente para que gestione estas alianzas, en cuanto a los insumos se necesitara.

MATERIALES E INSUMOS	CANTIDAD
Brochure informativo	25 al mes
Agenda tipo cuaderno promocional	4 al mes

Fuente: Elaboración Propia

3. Proyecto 3: Organización y participación de ferias y eventos

La organización y participación de ferias y eventos es un proyecto clave para para los distritos de San Luis Talpa Y San Pedro Masahuat ya que estos buscan promover sus productos, servicios, atractivos y destinos turísticos con el fin de establecer y fortalecer relaciones con instituciones de apoyo, inversionistas, empresarios locales y la comunidad en general.

Ferias turísticas

Las ferias turísticas son eventos especializados donde se reúnen representantes de la industria del turismo, incluyendo tour operadores, hoteles, restaurantes, empresarios locales, la comunidad local, y otros proveedores de servicios relacionados con el turismo. Estas ferias tienen como objetivo principal promocionar destinos turísticos, productos y servicios.

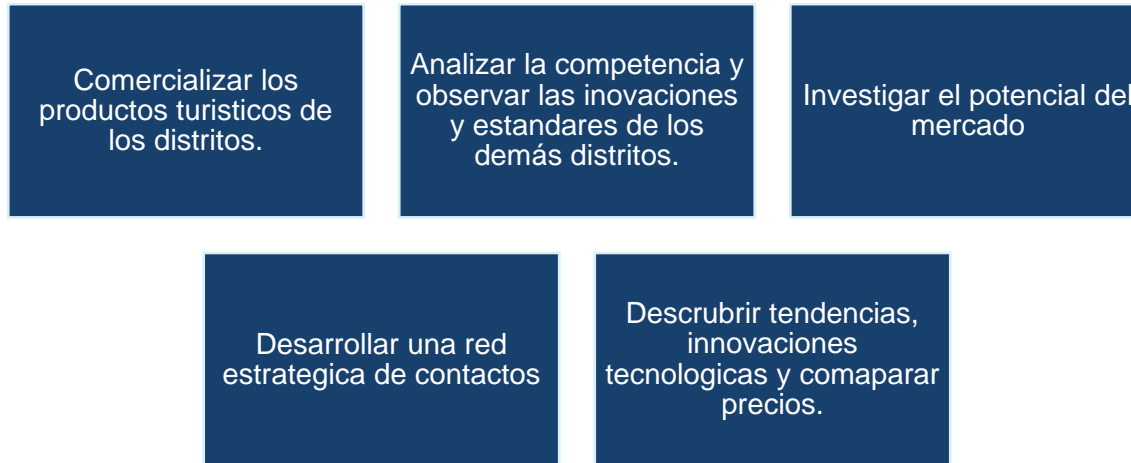
Por lo tanto, realizar ferias turísticas en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa será muy importante ya que con estas se pueden conseguir más visitas por parte de los turistas además de instituciones que podrían brindar apoyo para seguir realizando dichas ferias en pocas palabras ayuda a aumentar la demanda del turismo en los distritos como a conseguir posibles inversionistas.

Pero para poder lograr esto la unidad de turismo deberá gestionar con el MITUR, MINEC, MAG y entre otras, para poder participar en las ferias programadas por ellos, a través de las cuales se pueda generar la promoción de los productos turísticos que se ofertan. Donde para poder participar implica:

- Realizar relaciones públicas, es decir encuentros, contactos, citas, conferencias con el Ministerio de Turismo y COSATUR.
- Maximizar el uso de servicios que ofrece la organización ferial.
- Realizar presentaciones sobre costumbres y tradiciones de los distritos como por ejemplo danzas autóctonas de los distritos.
- Montar stands o espacios que comuniquen los destinos que se quiere dar a conocer.
- Asignar labores a cada persona que atiende el stand con la participación de los miembros del comité.
- Ofrecer toda la información posible con la ayuda de banner y volantes, además de brindar las redes sociales de los distritos.

Además de los puntos tratados, participar al participar en una feria turística lo que se debe realizar es:

Ilustración 280: Realización de una feria turística



Fuente: Elaboración Propia

La unidad de turismo encargada de los distritos debe al menos garantizar la participación de al menos 5 ferias en el año donde estas pueden ser al menos 2 de carácter nacional y 3 de carácter local donde esto se debe realizar todos los años.

Viaje de Familiarización

Los viajes de familiarización son viajes que se ofrecen a agencias, operadores turísticos o entidades del sector para que puedan conocer de primera mano la experiencia y sirva de promoción en el futuro en base a sus opiniones y experiencias vividas, el objetivo es que los profesionales vean de una manera directa lugares concretos que después van a ser destinos de vacaciones.

En estos viajes se debe seleccionar a quienes se desea invitar donde estos pueden ser tours operadores, periodistas, funcionarios de gobierno o influencer, lo importante es que a partir del viaje estas personas puedan promover el producto turístico. Las alianzas estratégicas realizadas, pueden aliviar los costos, y estas se pueden llevar a cabo con las empresas interesadas en el destino a promover o comercializar.

El realizar viajes de familiarización se debe considerar:

- **Conocer a los participantes:** Es fundamental contar con una lista de todos los viajeros, ya que esto permite ajustar la oferta según sus intereses y así planificar el viaje de manera más personalizada.
- **Ofrecer un servicio de calidad y profesional:** Algunos viajes tienen un costo, mientras que otros son gratuitos. Independientemente de la situación, es clave asegurarse de que la experiencia sea positiva y prestar atención a cada detalle, como se haría con cualquier otro turista.
- **Enviar el itinerario por adelantado:** Proporcionar una copia anticipada del programa es una medida eficaz. Este gesto permite que los participantes tengan claro en todo momento los lugares que visitarán y ayuda a mejorar su experiencia.
- **Seleccionar fechas apropiadas:** Es crucial considerar factores como la temporada alta, que puede dificultar la reserva de alojamientos y afectar la experiencia debido a la afluencia de turistas. Por ello, es importante elegir fechas que permitan maximizar los beneficios del viaje de familiarización.
- **Mantener comunicación constante con los invitados:** Esto no solo demuestra profesionalismo y atención, sino que también ayuda a recopilar comentarios, quejas y opiniones que pueden ser útiles para hacer ajustes durante el viaje y mejorar futuras experiencias.

Es fundamental dar seguimiento a esta acción con el respaldo de las empresas turísticas, por lo que, durante el primer año, se deberá organizar al menos 6 viajes de familiarización, distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 346: Programación de viajes de familiarización

Viajes de Familiarización	
Temporada	Cantidad de Viajes
Vacación Semana Santa	2
Vacaciones agostinas	2
Vacaciones de Fin de año	2
TOTAL	6

Fuente: Elaboración Propia

a) **Requerimientos proyecto de Organización y participación de ferias y eventos**

Los requerimientos de recurso humano para este proyecto son:

Tabla 347 recurso humano para proyecto de organización de ferias y eventos

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Guía turístico para viaje de familiarización	1
Agentes de POLITUR	2

Fuente: Elaboración Propia

El guía turístico que acompañará a los viajes de familiarización ya forma parte de los guías del programa de desarrollo de productos turísticos, por lo que no será necesario contratar un guía exclusivamente para estos viajes.

Tomando en cuenta que se realizaran 6 viajes de familiarización durante el primer año, los materiales e insumos necesarios este proyecto son los siguientes.

Tabla 348 materiales e insumos para proyecto de organización de ferias y eventos

MATERIALES E INSUMOS	CANTIDAD
Almuerzos	102
Botellas con agua	102
Alquiler de microbús	6 servicios
Llavero promocional con QR	100

Fuente: Elaboración Propia

4. Proyecto 4: Creación de marca distrito

La creación de la marca es una herramienta valiosa para el marketing. Ya que esta ayuda a diferenciar un producto de productos similares. Al agregar una personalidad a un producto, será más memorable. Esto es importante porque una marca puede hacer una diferencia en la percepción de un producto. Con su poder para construir una marca, su estrategia de marketing es más efectiva que nunca.

La Marca Distrito que anteriormente se conocía como marca municipio contiene las mismas cualidades básicas de la mayoría de las marcas se diseñan con el propósito de promover una distrito en particular, está constituida por características propias como el clima, aspectos antropológicos, culturales, artísticos, folklóricos, gastronómicos, políticos e históricos, para que la marca se vuelva un agrupador de estos diferentes factores debe de identificarse el pasado y el presente del lugar para lograr personalizar la marca. La adecuada gestión de una Marca Distrito logra una rápida identificación mundial de los factores que constituyen a la imagen de un país.

Es importante destacar que una buena gestión de marca exige un esfuerzo en conjunto con la administración pública, privada y la población, que al ser bien administrada genera beneficios para cada uno de estos actores.

A continuación, se brindarán factores claves para crear una marca exitosa.

- Debe ser corta.
- Fácil de leer y de pronunciar.
- Que se asocie a la ciudad o a alguna de las características de esta.
- Eufónica, es decir que suene agradable al oído.
- Que tenga connotaciones positivas.
- Que se distinga de las marcas competidoras.

Identidad de marca

La creación de una identidad de marca tiene dos objetivos principales que son el crear un factor de diferencia respecto de la competencia y posicionarse en el imaginario de sus consumidores. Por sí mismos, estos factores dejan ver la relevancia de construir repertorios visuales atractivos y originales.

Elementos de identidad de marca

Una marca deberá contener los siguientes elementos,

- Misión, visión y valores.
- Logotipo.
- Eslogan.
- Selección de color.
- Tipografía.
- Imágenes y fotografías.

Ley de marca y otros signos distintivos de El Salvador

La Ley tiene por objeto regular la adquisición, mantenimiento, protección, modificación y licencias de marcas, expresiones o señales de publicidad comercial, nombres comerciales, emblemas, indicaciones geográficas y denominaciones de origen, así como la prohibición de la competencia desleal en tales materias.

¿Por qué se debe de registrar una marca?

El registro de la marca permite demostrar que el autor intelectual son los creadores de esta y, además, constituye un título de Propiedad Industrial que otorga a su titular el derecho para actuar frente a terceros que intenten fabricar, copiar, falsificar, importar o vender los bienes o servicios representados por dicha marca sin su consentimiento, la protección de la marca implica;

- Al ser propietario de una marca, se tiene el derecho de evitar que otros utilicen una marca similar o idéntica que pueda causar confusión.
- Desde la perspectiva de los consumidores, las marcas facilitan la identificación de un producto o servicio mediante aspectos clave como el precio, la calidad o la durabilidad.
- Las marcas brindan a sus dueños la oportunidad de construir prestigio y reconocimiento en el mercado, ya que los consumidores asocian las características de un producto con su origen empresarial a través de la marca.
- La marca constituye un activo intangible que puede llegar a tener un alto valor económico.
- Una marca también puede aumentar las probabilidades de generar ingresos mediante la contratación de productos o servicios, lo que produce beneficios significativos para el propietario.

Registro de marca en El Salvador

Es importante al iniciar el proyecto de la creación de la marca, registrarla, para poder acceder a todos los beneficios que se tiene al contar con registro, a continuación, se presentan los pasos a seguir para registrar una marca en El Salvador.

Pasos para registrar una marca en El Salvador

Para el proceso de registro de marca de la empresa en El Salvador, la autoridad gubernamental dedicada es el Centro Nacional de Registros, a través de su área de Registro de Propiedad Intelectual.

El Registro de Propiedad Intelectual es la autoridad administrativa encargada de llevar el Registro y Depósito de los derechos de Propiedad Intelectual en El Salvador, para brindar seguridad jurídica sobre los mismos, y en algunos casos específicos previstos por la ley, se encarga de supervisar a los usuarios y titulares o administradores de derechos

A continuación, se hará un resumen de cómo llevar a cabo el proceso para el registro de los signos distintivos de las empresas:

- 1. Realizar una investigación de marcas en El Salvador:** Aunque este primer paso en el proceso no es obligatorio, se recomienda realizar una búsqueda previa de su signo distintivo, con el fin de confirmar que no existan otros signos registrados o en proceso y que tengan similitud con el de la organización, ya que un diseño existente demasiado cercano al que se presenta evitaría que se lleve a cabo de forma satisfactoria el registro de la marca.
- 2. Presentación de la solicitud:** Una vez realizada la búsqueda del signo distintivo, el siguiente paso es la presentación de la solicitud ante el Registro de Propiedad Intelectual, esta aplicación debe contener el diseño y la descripción de los productos y servicios que se desea proteger o identificar.
- 3. Publicación de aplicación de registro de marca:** Si la solicitud de registro de marca es aceptada por el Registro de Propiedad Intelectual, se dará lo que se conoce como un conjunto de carteles, estos deben ser publicados ante la Imprenta Nacional de El Salvador y el periódico de mayor circulación de El Salvador.
- 4. Presentación de las publicaciones:** Dos meses después de la publicación de los carteles en la Oficina Nacional de Imprenta de El Salvador, se debe volver al Registro de Propiedad Intelectual, solicitando que se registre la marca presentando los carteles publicados como prueba de ello.
- 5. Revisión de la solicitud de registro de marca:** Una vez se presente la solicitud de registro de marca en El Salvador y se publiquen los carteles, el Registro de la Propiedad Intelectual realizará una segunda revisión a la aplicación, esta revisión se centra principalmente en cualquier oposición hecha por el público para el registro de su marca.
- 6. Aprobación y registro de marca en El Salvador:** En el caso de que no haya oposiciones en la segunda revisión, el Registro le notificará para proceder con el registro de su signo distintivo, luego deberá pagar las tarifas de registro, que son USD \$ 100, una vez realizado el pago, se procede a entregar el certificado del signo distintivo.

Periodo de validez

La vida útil para el registro de la marca en El Salvador es de 10 años, puede ser renovado, pero se debe de realizar dentro del período de 10 años, es decir, antes de la fecha de vencimiento del registro.

Propuesta de marca para el distrito de San Luis Talpa

Diseño de marca para el distrito de San Luis Talpa

Ilustración 281 Propuesta de Marca del distrito San Luis Talpa



Fuente: Elaboración Propia

Descripción de la propuesta.

- **Sol y playa:** Esto representa el mayor atractivo turístico con poseer el distrito de San Luis Talpa.
- **Slogan:** “La felicidad se respira al pie del mar”, este slogan invita a las personas a disfrutar de las bellas playas del distrito de San Luis Talpa.

A continuación, se presenta el manual de la marca del distrito de San Luis Talpa



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN -----	Pág. 3
OBJETIVOS DE LA MARCA -----	Pág. 4
COMPONENTES DEL LOGO -----	Pág. 5
TIPOGRAFÍA DEL LOGO -----	Pág. 6
DESGLOSE DE COLORES -----	Pág. 7
RESTRICCIONES DE FONDO -----	Pág. 8

INTRODUCCIÓN

Este manual ha sido creado con el fin de mostrar el correcto uso de los elementos gráficos que conformaran la marca del distrito de San Luis Talpa.

La marca distrito muestra el mayor atractivo que posee el distrito de San Luis Talpa las cuales son las playas que este posee, por lo cual el manual de uso de marca es importante ya que este indica la correcta utilización de la marca, donde se abarca el correcto uso de los elementos gráficos tanto para medios online como impresos o estampados

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivo de la marca: Crear una marca distrito para San Luis Talpa, la cual servirá para atraer a turistas debido a que el distrito cuenta con atractivos turísticos bastante hermosos sobre todo sus playas.

Eslogan de la marca: “La felicidad se respira al pie del mar”, este hace énfasis en las playas de San Luis Talpa debido a que estas se caracterizan por ser playas bastante tranquilas donde los turistas pueden relajarse al máximo

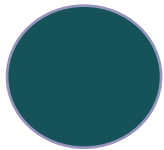
COMPONENTES DEL LOGO



COMPONENTES DEL LOGO

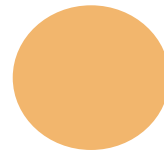


DESGOLSE DE COLORES



HEX: #165359

RGB: rgba (22,83,89,255)



HEX: #f2b66d

RGB: rgba (242,182,109,255)



HEX: #f27052

RGB: rgba (242,112,82,255)



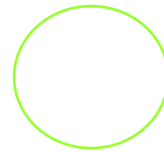
HEX: #f2e5bd

RGB: rgba (242,229,189,255)



HEX: #69bfaf

RGB: rgba (105,191,175,255)



HEX: #f000000

RGB: rgba (255,255,255,255)

RESTRICCIONES DE USO



Logo full color: Se utilizará solamente con fondos blancos.

No deberá de ser utilizado sobre fondo de colores muy oscuros o colores similares a los integrados por el logo.

Propuesta de marca para el distrito de San Pedro Masahuat

Diseño de marca para el distrito de San Pedro Masahuat

Ilustración 282 Diseño de marca para el distrito de San Pedro Masahuat



Fuente: Elaboración Propia

Descripción de la propuesta.

Sol y playa: Esto representa el atractivo turístico más emblemáticos que posee el distrito de San Pedro Masahuat.

Cultural: Esta parte del logo donde se ve el diseño de una pequeña máscara, representa las costumbres y tradiciones que posee el distrito de San Pedro Masahuat.

Slogan: “Elige una ruta, no una rutina”, este slogan invita a las personas a salir de lo común o cotidiano, además que se contarán con diferentes rutas esto para que los turistas pueden disfrutar de la variedad de atractivos turísticos que les ofrece San Pedro Masahuat.



SAN PEDRO MASAHUAT

ELIGE UNA RUTA, NO UNA RUTINA

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN -----	Pág. 3
OBJETIVOS DE LA MARCA -----	Pág. 4
COMPONENTES DEL LOGO -----	Pág. 5
TIPOGRAFÍA DEL LOGO -----	Pág. 6
DESGLOSE DE COLORES -----	Pág. 7
RESTRICCIONES DE FONDO -----	Pág. 9

INTRODUCCIÓN

Este manual ha sido creado con el fin de mostrar el correcto uso de los elementos gráficos que conformaran la marca del distrito de San Pedro Masahuat.

La marca distrito muestra los diversos atractivos que posee el distrito de San Pedro Masahuat entre las cuales destacan las playas que este distrito posee, por lo cual el manual de uso de marca es importante ya que este indica la correcta utilización de la marca, donde se abarca el correcto uso de los elementos gráficos tanto para medios online como impresos o estampados

OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivo de la marca: Crear una marca distrito para San Pedro, la cual servirá para atraer a turistas debido a que el distrito cuenta con atractivos turísticos bastante hermosos sobre todo sus playas y montañas.

Eslogan de la marca: “Elige una ruta, no una rutina”, este slogan invita a las personas a salir de lo común o cotidiano, además que se contarán con diferentes rutas esto para que los turistas pueden disfrutar de la variedad de atractivos turísticos que les ofrece San Pedro Masahuat.

COMPONENTES DEL LOGO

TIPOGRAFÍA



IMAGEN

SAN PEDRO MASAHUAT

ELIGE UNA RUTA, NO UNA RUTINA

ESLOGAN

TIPOGRAFIA DEL LOGO

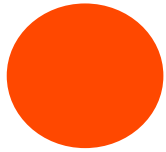


STAATLICHES

SAN PEDRO MASAHUAT

ELIGE UNA RUTA, NO UNA RUTINA

DESGOLSE DE COLORES



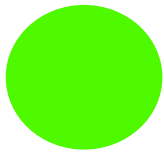
HEX: #ff4800

RGB: rgba (255,72,0,255)



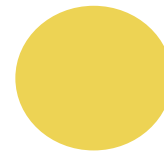
HEX: #195ac3

RGB: rgba (25,90,195,255)



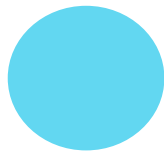
HEX: #4ff900

RGB: rgba (79,249,0,255)



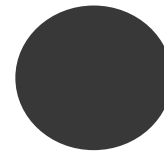
HEX: #edd354

RGB: rgba (237,211,84,255)



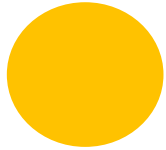
HEX: #62d7f1

RGB: rgba (98,215,241,255)



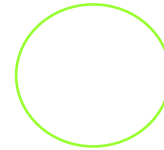
HEX: #383838

RGB: rgba (56,56,56,255)



HEX: #ffc200

RGB: rgba (255,194,0,255)



HEX: #ffffff

RGB: rgba (255,255,255,255)



HEX: #eb2427

RGB: rgba (235,36,39,255)



HEX: #101d52

RGB: rgba (16,29,82,255)

RESTRICCIONES DE USO



SAN PEDRO MASAHUAT
ELIGE UNA RUTA, NO UNA RUTINA

Logo full color: Se utilizará solamente con fondos blancos.

No deberá de ser utilizado sobre fondo de colores muy oscuros o colores similares a los integrados por el logo.

a) Requisitos para creación de Marca Distrito

El personal encargado de realizar este proceso será el de la Unidad de Turismo, por lo que no será necesario contratar a alguien exclusivamente para que realice este proceso, pero para el registro de marca, se debe incurrir en los siguientes gastos:

Tabla 349: Requisitos para el registro de marca

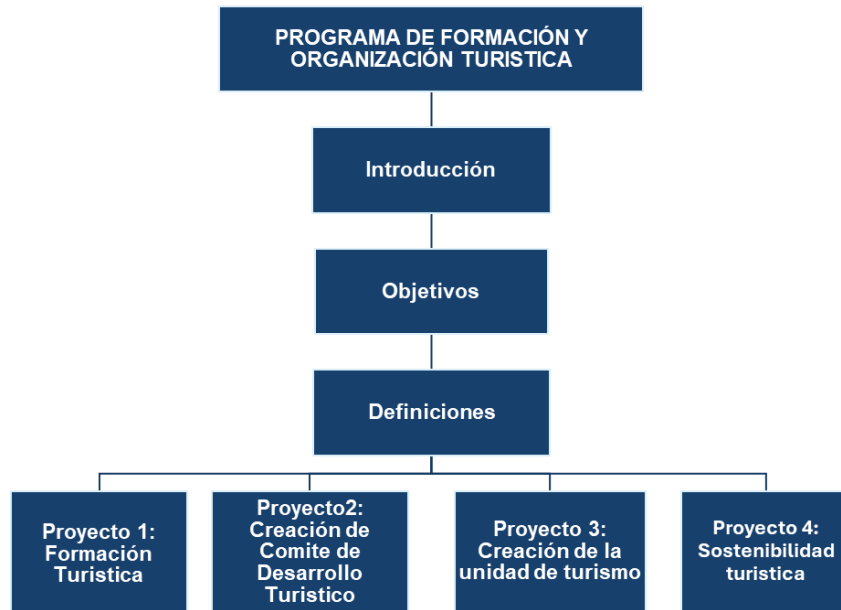
Concepto	Cantidad
Búsqueda de anterioridad	1
Derechos de registro	1
Publicación del Edicto en el diario	1
Compra del ejemplar diario oficial	1
Compra del ejemplar del diario	1
Manual de marca	1

Fuente: Elaboración Propia

D. PROGRAMA DE FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA

El desarrollo del programa de formación y organización turística se representa a través del siguiente esquema:

Ilustración 283: Esquema de programa de formación y organización turística



Fuente: Elaboración Propia

Introducción

La formación de las personas que se encargan de servicios a los visitantes de un determinado lugar es muy importante, puesto que estas personas se encargan de formar la imagen con la que los turistas perciben el lugar, ya que si estos reciben una atención deficiente, estos no volverán a llegar al lugar, mientras que si se sienten cómodos y reciben una óptima atención volverán a visitar el lugar, por esta razón es importante formar a los emprendedores y dueños de negocios turísticos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, para que puedan brindar una adecuada atención al cliente, y puedan administrar sus negocios de la mejor manera, para que estos crezcan y aporten a mejorar la imagen de los distritos, ya que estos no son muy conocidos por las personas, y por ello se vuelve necesario la generación de la unidad de turismo y comité de desarrollo turístico, para que puedan potencializar el turismo dentro de los distritos, todo ello sin descuidar la sostenibilidad dentro de las practicas turísticas que se llevaran a cabo dentro del distrito, por lo que capacitar tanto a los propietarios de negocios como a los turistas, en buenas prácticas al realizar turismo y se brindaran pautas para poder migrar hacia energías limpias dentro de los negocios.

Objetivos

Objetivo General

- Brindar directrices para la formación de los emprendedores y propietarios de negocios del ramo turístico, en aspectos de calidad y sostenibilidad.

Objetivo Especifico

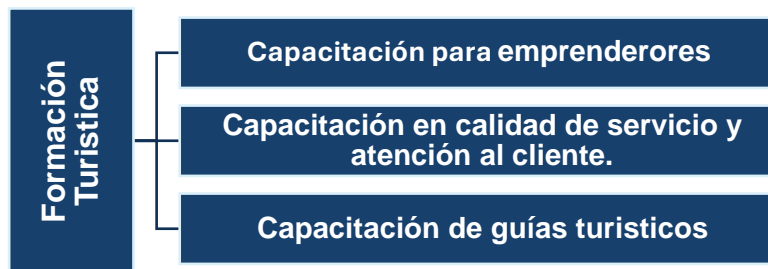
- Capacitar a los emprendedores y propietarios de negocios en atención al cliente, para que brinden el mejor servicio posible.
- Capacitar a pobladores de los distritos, para que se conviertan en guías turísticos y compartan lo que los distritos tienen para ofrecer.
- Proporcionar conocimientos sobre prácticas sostenibles tanto a turistas como propietarios de negocios para que se logre la sostenibilidad dentro la práctica del turismo-

1. Proyecto 1: Formación turística

Durante el desarrollo del diagnóstico de la situación turística de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, se identificó la necesidad de formación turística que permitía dinamizar, y mejorar la manera en que los emprendedores, y los microempresarios ofertan sus servicios hacia los turistas, además se detectó que dentro de los distritos no se cuenta con guías turísticos capacitados, por lo que se vuelve importante formarlos, para poder contar con ellos durante el desarrollo del programa, para ello se tomara como principales candidatos a capacitarse a los alumnos de tercer año del bachillerato en Turismo del Instituto Nacional de San Luis Talpa, para que puedan continuar con su formación y volverse profesionales.

Las capacitaciones que se propone impartir como parte del proyecto de formación turística para poder subsanar las necesidades identificadas durante el diagnostico son las siguientes:

Ilustración 284: capacitaciones del proyecto de formación turística



Fuente: Elaboración Propia

Se dará inicio con el siguiente:

a) Capacitación para emprendedores

La capacitación sobre el emprendimiento se refiere a la capacitación específica para emprender un negocio y hacerlo de forma rentable, está capacitación tiene que ver con el desarrollo de habilidades empresariales y humanas que permitan al emprendedor concretar una idea de negocio en una empresa que brinde nuevos empleos y además permita desarrollar su creatividad y habilidades blandas.

Para el desarrollo de la capacitación se realizará un diseño donde se pretende integrar varios temas considerados importantes para la formación de los emprendedores, de manera que ayude a complementar los conocimientos del sector turismo dentro de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa y se desarrollen las habilidades necesarias para incrementar sus

potencialidades para operar y administrar adecuadamente sus negocios, a continuación se presentan los requisitos para formar parte de la capacitación.

Tabla 350 requisitos de la capacitación para emprendedores

DETALLES Y REQUISITOS SOBRE LA CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES	
Duración	9 semanas (72 horas)
Horario	Sábado 8:00am – 4:00pm
Modalidad	Presencial (Grupos de 30 personas)
Institución de Apoyo	CONAMYPE
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Ser mayor de 18 años • Vivir en los distritos de San Luis Talpa o San Pedro Masahuat • Tener una idea de negocio o emprendimiento referente al turismo

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se presentará un estimado del tiempo requerido para el desarrollo de cada uno de los módulos que comprenden la capacitación.

Tabla 351 contenido de módulos de capacitación

MÓDULO	CONTENIDO	HORAS
QUE NECESITO SABER ANTES DE INICIAR UN EMPRENDIMIENTO VINCULADO AL TURISMO	¿Qué es turismo?	16
	Turismo a nivel mundial.	
	Tipos de turismo.	
	Turismo sostenible.	
	Turismo en El Salvador.	
	Turismo en el municipio de la Paz Oeste.	
	Turismo en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.	
	Turismo como opción para el emprendedor.	
	Turismo relacionado con la economía nacional.	
	¿Por qué emprender en el país?	
	Investigación de mercado.	
ESPIRITU EMPRENDEDOR	¿Qué es emprender?	20
	¿Por qué ser un emprendedor?	
	¿Cómo ser un emprendedor exitoso?	
	Pasos para seguir para poder emprender.	
	Preguntas clave que un emprendedor debe saber.	
	Identificación de oportunidades de negocio en el turismo.	
	Diagnostico turístico de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.	
	Visión y pasión.	

	Resiliencia y perseverancia.	
	Creatividad e innovación.	
	Capacidad de toma de decisiones.	
	Habilidades de liderazgo.	
	Habilidades financieras.	
DE LA IDEA AL MODELO DE NEGOCIO	¿Qué es un modelo de negocio?	16
	Modelo de negocio- metodología CANVAS.	
	Herramientas de marketing que ayudan al emprendimiento.	
	Propuesta de valor.	
	Segmentación de clientes.	
	Canales de distribución.	
	Fuentes de ingreso.	
	Sostenibilidad y escalabilidad.	
EL SERVICIO COMO PRODUCTO TURISTICO	¿Qué es brindar un buen servicio?	12
	¿Qué es producto turístico?	
	¿Por qué es importante innovar en la empresa turística?	
	Calidad en negocio turísticos.	
	Calidad en la administración turística.	
	Calidad en el personal.	
	Calidad en el servicio al cliente.	
	Seguridad y confiabilidad.	
	Relación calidad – precio.	
Sostenibilidad.		
LOS COSTO DE UN EMPRENDIMIENTO	¿Qué son los costos en un emprendimiento?	8
	Costos fijos.	
	Costos variables.	
	Diferencia de costos fijos y variables.	
	Relación entre los costos y la estacionalidad turística.	

Fuente: Elaboración Propia

b) Capacitación en calidad de servicio y atención al cliente

En un entorno competitivo, la calidad del servicio y la atención al cliente son esenciales para el éxito de cualquier negocio, ya que los clientes buscan no solo productos de calidad, sino experiencias que superen sus expectativas. En los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, tanto emprendedores como dueños de negocios establecidos enfrentan el desafío de ofrecer un servicio distintivo que atraiga y retenga clientes, para poder generar una sólida reputación en el mercado.

Como parte de la de capacitación orientada a mejorar la calidad del servicio y la atención al cliente, se propone brindar una serie de temas dirigidos tanto a dueños de negocios como a emprendedores, de sus negocios en el mercado competitivo actual, para ello se presenta continuación, se presentan los requisitos para formar parte de la capacitación

Tabla 352 requisitos sobre la capacitación en calidad de servicio y atención al cliente

DETALLES Y REQUISITOS SOBRE LA CAPACITACIÓN EN CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE	
Duración	6 semanas (18 horas en total)
Horario	sábado 8:00 am-11:00 am
Institución de apoyo	CDMYPE
Modalidad	Presencial (Grupos de 15 personas)
Requisitos	<ul style="list-style-type: none">• Ser emprendedor o contar con un negocio establecido en San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.• Compromiso para aplicar lo aprendido en su entorno empresarial.• Poseer un negocio o emprendimiento referente a la rama de turismo.

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se detallarán los módulos de contenido y los temas a desarrollar dentro de la capacitación.

Tabla 353 módulos de contenido y los temas a desarrollar dentro de la capacitación de calidad de servicio y atención al cliente.

Semana 1: Fundamentos de la Calidad de Servicio	
Duración	3 horas
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender la importancia de la calidad de servicio tanto en nuevos emprendimientos como en negocios establecidos. • Identificar los principales factores que determinan la calidad en los servicios y su impacto en la satisfacción del cliente.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la calidad de servicio y por qué es crucial para el éxito? • Componentes de un servicio de calidad: fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía. • Evaluación y medición de la calidad de servicio: herramientas y métricas clave.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una autoevaluación de la calidad del servicio en el negocio, identificando áreas de mejora.
Semana 2: Principios de Atención al Cliente	
Duración	3 horas
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Entender cómo la atención al cliente impacta tanto en la creación como en la retención de clientes. • Aprender estrategias para mejorar la atención al cliente en todo tipo de negocios.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Las expectativas del cliente y cómo superarlas. • El impacto de la atención al cliente en la imagen del negocio. • Estrategias personalizadas de atención para emprendedores y negocios establecidos. • La importancia de la consistencia en el servicio al cliente.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un protocolo de atención al cliente adaptado a las características del negocio.
Semana 3: Comunicación Efectiva en el Servicio al Cliente	
Duración	3 horas
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar las habilidades de comunicación con los clientes, tanto para negocios emergentes como establecidos. • Aprender a gestionar las expectativas del cliente a través de una comunicación clara y empática.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de comunicación efectiva: escucha activa y claridad en los mensajes. • El impacto del lenguaje verbal y no verbal. • Gestión de la comunicación en entornos presenciales y digitales. • Adaptación de la comunicación según la etapa del negocio ya sea crecimiento o estabilidad
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar técnicas de comunicación efectiva en las interacciones diarias con los clientes y analizar los resultados.

Semana 4: Manejo de Quejas y Resolución de Problemas	
Duración	3 horas
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Aprender a gestionar quejas y conflictos de manera efectiva en todo tipo de negocios. • Desarrollar habilidades para convertir problemas en oportunidades de mejora continua.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de quejas y cómo anticiparlas. • El proceso de manejo de quejas: escucha activa, empatía y resolución rápida. • Técnicas para resolver conflictos y mantener la calidad del servicio. • Adaptación de estrategias de resolución de problemas a negocios emergentes y establecidos.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar o mejorar un sistema de gestión de quejas en el negocio
Semana 5: Diseño de Experiencias Memorables para el Cliente	
Duración	3 horas
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Aprender a crear experiencias memorables que generen lealtad tanto en negocios emergentes como en los ya consolidados. • Conocer estrategias para innovar en la atención al cliente y diferenciarse de la competencia
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • El ciclo de servicio: cómo impactar en cada punto de contacto. • Innovación en la atención al cliente: personalización y anticipación de necesidades. • Cómo adaptar las experiencias de servicio según la etapa del negocio. • Estrategias para la fidelización de clientes.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar una mejora en la experiencia del cliente y medir su impacto.
Semana 6: Estrategias para Mantener la Calidad y Mejorar Continuamente	
Duración	3 horas
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un enfoque de mejora continua adaptado a negocios en diferentes etapas. • Implementar sistemas de retroalimentación para garantizar la mejora en la calidad del servicio.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura de mejora continua: adaptando las estrategias a cada tipo de negocio. • Medición de la satisfacción del cliente: herramientas de retroalimentación. • Cómo implementar cambios basados en la retroalimentación de los clientes. • Evaluación del impacto de la calidad en el crecimiento y sostenibilidad del negocio.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> • Crear y aplicar una encuesta de satisfacción del cliente en el negocio.

Fuente: Elaboración Propia

Evaluación

Luego de cursar cada uno de los módulos durante las 6 semanas del curso, se procederá a realizar una evaluación y certificación, en la cual los participantes se someterán a un examen teórico sobre los conceptos de calidad de servicio y atención al cliente y además deberán desarrollar un proyecto práctico aplicando lo aprendido, este deberá ser adaptado a su negocio o idea de emprendimiento, para poder aprobar, los participantes deberán obtener una nota superior o igual a 7 tanto en su examen como en su proyecto práctico.

Certificación:

Los participantes que completen el programa exitosamente recibirán un diploma de participación en el curso de Calidad de Servicio y Atención al Cliente, con un enfoque en las necesidades de negocios emergentes y establecidos.

c) Capacitación de guía turístico

Para el desarrollo de las capacitaciones se propone basarse en los métodos de capacitación, liderada por el instructor y experiencial, los cuales hacen referencia a los siguiente:

- **Capacitación liderada por el instructor:** Se trata de una instrucción típicamente dentro de un salón de clase en el que un instructor imparte el aprendizaje a través de lecciones, presentaciones y demostraciones. Este tipo de capacitación propicia la interacción en tiempo real entre el instructor y los participantes, lo que permite aclarar conceptos inmediatamente e incorporar la retroalimentación.
- **Capacitación experiencial:** Este método de capacitación es uno de los más empleado ya que se enfoca en experiencias prácticas del mundo real para facilitar la adquisición del conocimiento y el desarrollo de habilidades. Los empleados realizan actividades como simulaciones, juegos de rol, estudios de casos y formación en el puesto de trabajo con el objetivo de aplicar los conocimientos teóricos en situaciones prácticas.

Tabla 354 requisitos sobre la capacitación de guía turístico

DETALLES Y REQUISITOS SOBRE LA CAPACITACIÓN DE GUIA TURSTICO	
Duración	6 semanas (125 horas)
Horario	Lunes a viernes de 8:00 am a 12:00
Institución de apoyo	CORSATUR
Modalidad	Presencial (Grupos de 15 personas)

Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Tener entre 18 a 35 años • Ser residente de los distritos de San Luis Talpa o San Pedro Masahuat. • Nivel de estudios Bachiller de preferencia bachillerato en turismo. • Experiencia relacionada en aspectos turísticos (opcional). • Completar y aprobar el proceso de admisión.
-------------------	--

Fuente: Elaboración Propia

Proceso de selección de participantes

Es importante seleccionar a los participantes a la capacitación de guía turístico a través de una metodología de selección, cumpliendo una serie de requisitos básicos para que la capacitación tenga éxito y se pueda contar con los mejores candidatos.

Metodología de selección

El primer filtro para la selección será seleccionar a los aspirantes que resulten con mejor puntaje en la evaluación de estudios y experiencias previas acerca de la rama turística, estos requisitos se presentan a continuación:

Tabla 355 Requisitos de selección de participantes

FASE 1		
DATOS PREVIOS DE ASPIRANTE A CAPACITACIÓN DE GUÍA TURISTICO		
Nombre:		
Edad:		
Nivel Educativo	Puntuación máxima	calificación
Nivel Básico	1	
Bachillerato	2.5	
Técnicos	3	
Egresados universitarios	3.5	
Subtotal	10	
Experiencia	Puntuación máxima	Calificación
Capacitaciones relacionadas a turismo	1.5	
Capacitaciones sobre medio ambiente	1.5	
Otras capacitaciones	1	
Experiencia laboral en turismo	2	
Experiencia laboral en otras áreas	1	
Apoyo en proyectos turísticos	2	
Apoyo en otros proyectos	1	
Subtotal	10	
TOTAL	20	

Fuente: Elaboración Propia

Entrevista con seleccionados

La realización de entrevista a los preseleccionados permitirá identificar las actitudes, motivación y el compromiso que representa el ser parte de la capacitación al ser seleccionado, la entrevista tendrá una duración de 20 minutos.

Tabla 356 formato de entrevista para aspirante a capacitación de guía turístico

FASE 2		
ENTREVISTA PARA ASPIRANTE A CAPACITACIÓN DE GUÍA TURISTICO		
Nombre		
Edad		
Actitudes	Puntuación máxima	calificación
Puntualidad	3	
Autodidacta	1.5	
Amable y confiable	2	
Respetuoso	2	
Atento y servicial	2.5	
Negociador	2	
Tolerante	2	
Subtotal	15	
Motivación	Puntuación máxima	Calificación
Interés en el turismo	5	
Compromiso con las capacitaciones	5	
Motivaciones personales	5	
Subtotal	15	
TOTAL	30	

Fuente: Elaboración Propia

Taller participativo

Los participantes que han pasado los dos filtros anteriores formaran parte de un taller donde se evaluara, el trabajo en equipo, las habilidades como la interrelación con otras personas, la expresividad en la comunicación y el liderazgo.

Tabla 357 taller participativo aspirante a capacitación de guía turístico

FASE 3		
TALLER PARTICIPATIVO ASPIRANTE A CAPACITACIÓN DE GUÍA TURÍSTICO		
Nombre		
Edad		
Habilidades	Puntuación máxima	calificación
Expresión oral	10	
Integración grupal	10	
Liderazgo	10	
Innovador	10	
Capacitación de organización	10	
Total	50	

Fuente: Elaboración Propia

Evaluación y selección de los participantes

Para el desarrollo de la evaluación se utilizarán las fichas de la fase 1,2 y 3, donde el puntaje mínimo para seleccionar será de 70 puntos de 100, una vez seleccionados se les notificara que han sido seleccionados para participar en las capacitaciones de Guías Turísticos y podrá iniciar con el proceso de capacitación.

Los aspirantes seleccionados para formar parte de la capacitación serán instruidos en una serie de contenidos que les permitirá ser guías turísticos de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

Proceso de capacitación de guías turísticos.

El proceso de capacitación de guías turísticos se desglosará y ejecutara en dos etapas las cuales de describen a continuación:

Tabla 358 contenido del proceso de capacitación de guías turísticos

ETAPA 1		
Duración	85 horas	
Objetivo	Formar al guía turístico como un promotor local, sobre la importancia de las características de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.	
Tema	Contenido	Duración
¿Quiénes somos?	Mi comunidad: <ul style="list-style-type: none"> • Historia • Población, • Flora y fauna Liderazgo y autoestima	15 horas
¿Qué es el turismo sostenible?	Fundamentos del turismo <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos • Turismo como actividad económica. • Sistema turístico. Impactos del turismo <ul style="list-style-type: none"> • Socio culturales. • En la economía local. • En el medio ambiente. Turismo sostenible y buenas prácticas en turismo. Calidad del servicio turístico. <ul style="list-style-type: none"> • Normas de calidad turística. Guía turístico <ul style="list-style-type: none"> • Importancia del guía turístico. • Tipos y funciones de los guías turísticos. Técnicas para guías turísticos Conducción de grupos.	50 horas
¿Cómo ayudara a los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat?	Proyectos turísticos <ul style="list-style-type: none"> • Realización de diagnósticos distritales. • Planificación del turismo interno del municipio. 	20 horas
ETAPA 2		
Duración	40 horas	
Objetivo	Formar al guía turístico en turismo de Sol y Playa y turismo cultural, para promover el turismo en San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.	
Tema	Contenido	Duración
Guía de turismo de sol y playa	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos sobre la conservación ambiental. • Flora y Fauna marítima y terrestre de la zona. 	20 horas
Guía de turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos socioeconómicos de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat. • Historia de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat. • Valoración de los bienes culturales. 	20 horas

Fuente: Elaboración Propia

Evaluación

Luego de cursar cada una de las etapas durante las 6 semanas del curso, se procederá a realizar una evaluación y certificación, en la cual los participantes se someterán a un examen teórico sobre los contenidos impartidos, para poder aprobar, los participantes deberán obtener una nota superior o igual a 7 tanto en su examen.

Certificación:

Los participantes que completen la capacitación exitosamente recibirán un diploma de participación en la capacitación de guía turístico de los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.

d) Cantidad de Personas por capacitar

Tabla 359: Cantidad de personas a capacitar

Tipo de Capacitación	Cantidad	Frecuencia	Número de grupos
Formación para emprendedores	60	1 vez al año	2 grupos de 30 personas
Calidad de servicio y atención al cliente	30	1 vez al año	2 grupos de 15 personas
Guía Turístico	15	1 vez al año	1 grupo de 15 personas

Fuente: Elaboración Propia

e) Requerimientos para el proyecto de Formación Turística

Para la realización del proyecto de formación turística se requiere los siguientes recursos.

Tabla 360 recurso humano para el proyecto de formación turística

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Capacitador	3
Encargado de supervisar capacitaciones	1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 361 equipo, material e insumo para el proyecto de formación turística.

Equipo, Materiales e insumos	Cantidad
Sillas	30
Mesas	15
Pizarra	1
Plumones	6
Proyector	1
Resma de Papel Bond	3
Borrador de pizarra	3
Impresora	1

Fuente: Elaboración Propia

2. Proyecto 2: Creación de la unidad de turismo

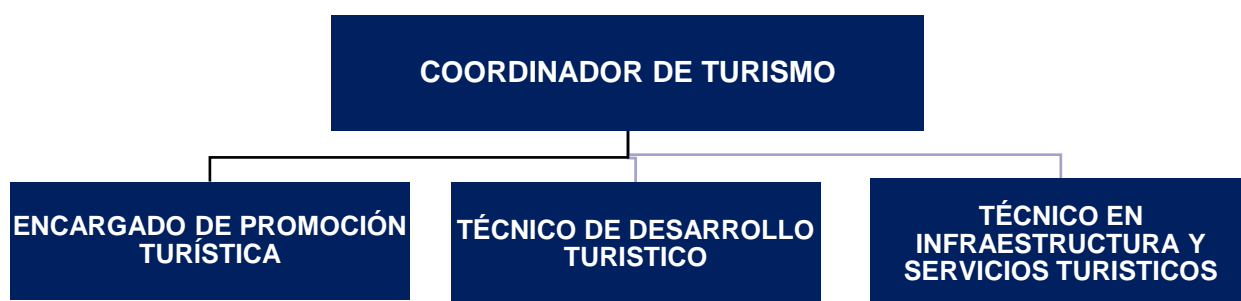
Al referirse una unidad de turismo se hace referencia a una dependencia de la alcaldía municipal, que se crea con el propósito de apoyar el desarrollo del sector turismo, impulsando programas que contribuyen a mejorar la calidad y competitividad del turismo mediante la gestión de inversiones tanto públicas como privadas para la realización de actividades que fomenten el desarrollo económico local, por medio del turismo.

El diagnóstico realizado sobre el turismo en los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa reveló la ausencia de una Unidad de Turismo que respalde el desarrollo turístico en estas áreas, por dicha razón, se propone la creación de esta unidad con el objetivo de fomentar y potenciar el crecimiento del turismo, así como aprovechar la rica diversidad natural y cultural que ambos distritos tienen para ofrecer.

a) Propuesta de unidad de turismo

La estructura organizacional que se propone para la unidad de turismo es la siguiente:

Ilustración 285: Estructura organizacional propuesta para la unidad de turismo



Fuente: Elaboración Propia

Además de proponer la estructura organizativa para la unidad, también se definirán sus principales objetivos y funciones a cubrir, sumado a ello se definirán los puestos de las personas que compondrán la unidad, brindando el perfil y requisitos que deben cumplir las personas para ocupar los puestos, además de las funciones que tendrá que cumplir cada uno de ellos, todo esto se describirá a continuación.

Establecimiento de Funciones y Objetivos de la Unidad de Turismo

UNIDAD DE TURISMO
ALCALDIA DE LA PAZ OESTE
<p style="text-align: center;">FUNCIONES Y OBJETIVOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Fomentar la colaboración entre la alcaldía y las diversas instituciones, asociaciones y comités que operan en el municipio, trabajando en conjunto en proyectos y planes que apoyen el crecimiento del turismo.• Promover programas que mejoren los niveles de calidad y competitividad del turismo.• Coordinar las iniciativas turísticas del municipio con la Alcaldía de La Paz Oeste.• Actuar como enlace entre el Comité de Desarrollo Turístico y la alcaldía, facilitando la comunicación y el trabajo conjunto.• Apoyar las iniciativas turísticas locales con el objetivo de fortalecer el desarrollo municipal.• Servir de vínculo entre el gobierno central y el municipio de La Paz Oeste en lo relacionado con el turismo nacional.• Gestionar el apoyo del gobierno central y otras instituciones para la realización de proyectos de mejora en el ámbito turístico.• Administrar los fondos municipales destinados al turismo en el municipio.• Crear alianzas con las Unidades de Turismo de otros municipios, fomentando la cooperación entre ellos.• Desarrollar planes de mejora y proyectos de crecimiento turístico en el municipio.

UNIDAD DE TURISMO

ALCALDIA DE LA PAZ OESTE

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Nombre del puesto: Técnico de desarrollo turístico

REQUISITOS DEL PUESTO

Nivel educativo	Licenciatura en Turismo o afines
Idioma	Español e inglés intermedio.
Experiencia	Minimo de 1 año en puestos similares.
Salario	\$600

FUNCIONES DEL PUESTO

- Coordinar las iniciativas turísticas del municipio con la Alcaldía de La Paz Oeste, asegurando que estén alineadas con los objetivos de desarrollo local.
- Organizar reuniones con el Comité de Desarrollo Turístico para mantener actualizada la información sobre los proyectos de mejora en la zona.
- Actuar como enlace entre el Comité de Desarrollo Turístico y la Alcaldía de La Paz Oeste, facilitando la comunicación y colaboración entre ambas partes.
- Apoyar las iniciativas turísticas locales que promuevan el crecimiento y desarrollo del municipio.
- Servir de vínculo entre el gobierno central y el municipio de La Paz Oeste en lo que respecta al turismo a nivel nacional.
- Gestionar el apoyo del gobierno central y otras entidades para la implementación de proyectos de mejora turística.
- Administrar los fondos municipales asignados al turismo, garantizando su uso eficiente y efectivo.
- Fomentar la creación de alianzas con Unidades de Turismo de otros municipios, promoviendo la cooperación intermunicipal.
- Desarrollar planes para la mejora y crecimiento del turismo en el municipio, asegurando un desarrollo sostenible.

UNIDAD DE TURISMO**ALCALDIA DE LA PAZ OESTE****DESCRIPCIÓN DE PUESTOS**

Nombre del puesto:	Encargado de promoción turística
---------------------------	---

REQUISITOS DEL PUESTO

Nivel educativo	Licenciatura en marketing o a fines.
------------------------	--------------------------------------

Idioma	Español e inglés intermedio.
---------------	------------------------------

Experiencia	Minimo de 1 año en puestos similares.
--------------------	---------------------------------------

Salario	\$600
----------------	-------

FUNCIONES DEL PUESTO

- Diseñar e implementar estrategias de marketing para destacar los atractivos turísticos del distrito.
- Lanzar y mantener campañas promocionales tanto en medios tradicionales como digitales, incluyendo redes sociales y sitios web.
- Coordinar y participar en ferias, eventos turísticos y exposiciones a nivel nacional e internacional para incrementar el reconocimiento del distrito.
- Establecer colaboraciones con agencias de viajes, operadores turísticos y plataformas del sector, con el fin de aumentar la visibilidad del destino.
- Crear materiales promocionales como folletos, guías turísticas, videos, entre otros, que atraigan a turistas tanto nacionales como internacionales.
- Realizar investigaciones de mercado para identificar nuevas oportunidades y tendencias en el sector turístico.
- Evaluar continuamente la percepción de los turistas sobre los servicios del distrito y ajustar las estrategias promocionales según las necesidades y preferencias detectadas.

UNIDAD DE TURISMO

ALCALDIA DE LA PAZ OESTE

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Nombre del puesto: Técnico en infraestructura y servicios turísticos

REQUISITOS DEL PUESTO

Nivel educativo	Licenciatura en turismo o carreras afines.
Idioma	Español e inglés intermedio.
Experiencia	Minimo de 1 año en puestos similares.
Salario	\$600

FUNCIONES DEL PUESTO

- Llevar a cabo diagnósticos regulares de la infraestructura turística del distrito, que abarquen hoteles, restaurantes, áreas recreativas, entre otros.
- Detectar las necesidades de mejora y modernización de la infraestructura y proponer soluciones para su desarrollo.
- Supervisar y coordinar la ejecución de proyectos de infraestructura turística, asegurando que se cumplan los estándares de calidad establecidos.
- Colaborar con autoridades locales y regionales para implementar proyectos de mejora en las vías de acceso, señalización y servicios básicos como agua y electricidad.
- Garantizar que los servicios turísticos cumplan con las regulaciones de seguridad y accesibilidad, asegurando que todos los visitantes, incluidos aquellos con discapacidades, puedan disfrutar de ellos.
- Mantener un registro actualizado sobre las condiciones de la infraestructura turística y los avances realizados.

b) Requerimientos de la Unidad de Turismo

Luego de definir los puestos que conformarán la unidad de turismo y las funciones que cada uno de ellos desempeñara, se vuelve importante determinar el equipo que se utilizara dentro de la unidad, además de los materiales e insumos que se consumirán durante la operación de la unidad.

Se dará inicio determinado la cantidad de recurso humano que se necesita para la unidad, este se colocará a continuación.

Tabla 362 recurso humano para la Unidad de Turismo

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Miembros de la unidad	3

Fuente: Elaboración Propia

Una vez definidos los requerimientos de recurso humano, se procederá a determinar los requerimientos, de equipo, materiales e insumos que serán necesarios dentro de la unidad de turismo, estos se presentan a continuación.








Tabla 363 material, equipo e insumo para la Unidad de Turismo

C	
CONCEPTO	CANTIDAD
Silla ejecutiva	3
Escritorio Personal	3
Archivero	1
Impresora multifuncional	1
Computadoras	3
Sillas de espera	3
Basureros	3
Jabón Líquido	12 galón/año
Paquete de papel higiénico 18r	7 paquetes/año
Paquete de 10 bolsa para basura	30 paquetes/año
Resma de Papel Bond	20 remas/año
Caja de Lapiceros	2 al año

Fuente: Elaboración Propia

Es importante brindar las especificaciones de los requerimientos, estos se brindan a continuación

Tabla 364 especificación de requerimiento para la Unidad de Turismo

CONCEPTO	ILUSTRACIÓN	ESPECIFICACIONES
Silla Ejecutiva		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Ergonómica • Capacidad: 225 libras
Computadora		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Laptop • Marca: DELL • Tamaño: 15.6 pulgadas • Procesador: Core i7 • Almacenamiento: 1Tera HDD
Escritorio		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Personal • Dimensiones: 1mx0.70m
Impresora		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Multifuncional, tinta continua. • Marca: EPSON
Archivero		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Metálico • Capacidad: 5 gavetas
Silla de espera		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Plegable • Capacidad: 225 libras • Material: Plástico
Basurero		<ul style="list-style-type: none"> • Material: Papelera • Capacidad: 35 litros

Fuente: Elaboración Propia

3. Proyecto 3: Creación de comité de desarrollo turístico

Mediante el diagnóstico del realizado en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat se pudo conocer la situación actual en la que se encuentran dichos distritos en los cuales, se encontró que no se tiene un comité de desarrollo turístico que se encargue de velar por el turismo dentro de los distritos, por lo que se vuelve importante crearlo para que el turismo dentro de los distritos se pueda desarrollar de manera adecuada y permita potenciar la actividad turística dentro de los distritos.

Previo el desarrollo de la propuesta, es importante tener claro los siguientes conceptos:

- **Comité de Desarrollo Turístico:** Los Comités de Desarrollo Turístico son instancias de participación y coordinación local que suman los esfuerzos de autoridades municipales, empresarios, representantes de la comunidad y profesionales del sector turístico; para coordinar, planear y promover la actividad turística y así fomentar el desarrollo local.

Según CORSATUR estos comités se clasifican en:

- **Municipales:** Tendrán competencia dentro del espacio geográfico asignado al Municipio. No obstante, lo anterior, podrán conformarse comités en áreas determinadas dentro del mismo, con una nominación que la identifique, seguido del nombre del municipio.
- **Departamentales:** Tendrán competencia dentro del espacio geográfico asignado al departamento.
- **Regionales:** Con competencia intermunicipal y/o interdepartamental y estarán integrados por representantes de los comités.

Para el municipio de La Paz Oeste el tipo de CDT que se tendrá en consideración es el municipal.

Base Legal para la creación de un Comité de Desarrollo Turístico

Para que el comité de desarrollo turístico pueda tener un desarrollo sin inconvenientes en el orden legal de su existencia, debe formalizar su situación ante las entidades correspondientes que el estado salvadoreño ha designado para este propósito se presenta a continuación la información necesaria:

CAPÍTULO IV: COMITÉS DE DESARROLLO TURÍSTICO

SECCIÓN I. BASE LEGAL

Art. 51.- Corresponde a CORSATUR fomentar la integración y funcionamiento de los comités de desarrollo turístico municipales, departamentales y regionales, así como también regular la constitución y operación de estos, a través del presente Reglamento.

Los cargos asignados en los comités de desarrollo turístico, en adelante “los comités”, serán de carácter ad-honorem.

Art. 52.- Los Comités estarán conformados por personas de una localidad que se organizarán y tendrán como finalidad fomentar la actividad turística, dentro de una determinada circunscripción territorial.

Los Comités estarán conformados preferentemente por personas relacionadas a la actividad turística, así como también líderes locales, educadores, religiosos, ambientalistas, representantes de los gobiernos locales, de casas de la cultura, de artesanos, comerciantes, empresarios, entre otros.

Los Comités podrán formar alianzas con distintas dependencias públicas, personas particulares, Asociaciones de Desarrollo Comunal, asociaciones y fundaciones sin fines de lucro, organismos de cooperación internacional u otros, con la finalidad de fomentar el turismo en la localidad.

Art. 53.- Los Comités de Desarrollo Turístico tendrán las siguientes funciones:

- a) Fomentar, promover, asesorar y apoyar al sector turístico local, a través de la ejecución de actividades, planes, estrategias y proyectos que impulsen un desarrollo turístico sostenible, coherentes con la Política Nacional de Medio Ambiente;
- b) Elaborar el Plan de Trabajo;
- c) Identificar los atractivos y productos turísticos de la localidad, así como las necesidades del sector, a fin de promover su desarrollo;
- d) Desarrollar todo tipo de actividades que consideren oportunas para el logro de sus fines;
- e) Gestionar la obtención de cooperación técnica y financiera con instituciones públicas o privadas, nacionales o internacionales, a fin de promover el desarrollo turístico de la localidad;
- f) Propiciar el contacto y apoyo con otros Comités de Desarrollo, así como el intercambio de experiencias;
- g) Promover los atractivos turísticos de la localidad;
- h) Realizar estudios sobre el turismo;
- i) Identificar inconvenientes u obstáculos en el desarrollo turístico, así como la proposición de soluciones o alternativas;
- j) Promover y fomentar ferias, exposiciones de artesanía y artes populares; fomentar la creación de clubes de recreo, organizar competencias deportivas, actividades gastronómicas y tours locales;
- k) Patrocinar y estimular a los centros de capacitación y adiestramiento, para preparar personal especializado en todas las ramas relacionadas con el turismo;

- l) Difundir, a través de cualquier medio publicitario, las atracciones turísticas de la localidad;
- m) Proponer a las autoridades competentes, proyectos de construcción, reconstrucción o remodelación de obras de interés turístico; y,
- n) Todas aquéllas que contribuyan a fomentar la actividad turística.

SECCIÓN II: CONSTITUCIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS COMITÉS DE DESARROLLO TURÍSTICO

Art. 54.- Los Comités de Desarrollo Turístico se conformarán de manera libre y espontánea. Se formalizarán:

- a) Conforme acta de constitución que se levante al efecto, suscrita por los miembros fundadores; o,
- b) Conformando una Fundación o Asociación con finalidad turística, según lo establecido en la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro.

En todo caso, los miembros del Comité serán juramentados por el director presidente de CORSATUR o por quien éste delegue.

El Registro Nacional de Turismo llevará un listado de los Comités juramentados.

Art. 55.- 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.

Art. 56.- Los Comités serán organizaciones con competencia turística territorial, según la siguiente clasificación:

- a) **Municipales:** Tendrán competencia dentro del espacio geográfico asignado al municipio. No obstante, lo anterior, podrán conformarse comités en áreas determinadas dentro del mismo, con una nominación que la identifique, seguido del nombre del municipio.
- b) **Departamentales:** Tendrán competencia dentro del espacio geográfico asignado al departamento.
- c) **Regionales:** Con competencia intermunicipal y/o interdepartamental y estarán integrados por representantes de los comités.

SECCIÓN III: COMPOSICIÓN DE LOS COMITÉS DE DESARROLLO TURÍSTICO

Art. 57.- Para ser miembro de un Comité, se deberá cumplir con los requisitos siguientes:

- a) Ser salvadoreño o extranjero residente;
- b) Mayor de edad;
- c) Residir o realizar actividades turísticas en el municipio o departamento del área geográfica de funcionamiento del Comité;
- d) No haber perdido los derechos de ciudadano en los tres años anteriores a su elección.

Art. 58.- Los Comités de Desarrollo Turístico serán organizaciones reconocidas por CORSATUR.

Art. 59.- Los Comités estarán compuestos por: a) Un presidente; b) Un vicepresidente; c) Un Síndico; d) Un secretario; e) Un Tesorero; y, f) al menos, un vocal. Preferentemente, cada

miembro tendrá un suplente que actuará a falta del propietario; el período del cargo durará dos años o el lapso que los estatutos establezcan.

Art. 60.- Los Comités de Desarrollo Turístico serán disueltos de la misma manera que se constituyeron; ya sea por voluntad expresa 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 lo dispuesto en los estatutos de la persona jurídica que conformó el Comité, de acuerdo a la Ley de Asociaciones 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.

a) Propuesta creación de Comité de Desarrollo Turístico Municipal

Conociendo la base legal del comité de desarrollo turístico municipal, se procederá a determinar los pasos necesarios para crearlo, y los aspectos que se deben tomar en cuenta para echarlo a andar, se empezara definiendo lo siguiente.

- Definición de los entes participantes.
- Definición de la estructura organizacional del CDT
- Diseño de manuales de organización y funciones del CDT propuesto.

Entes participantes en el Comité de Desarrollo Turístico

El Comité de Desarrollo Turístico (CDT) puede estar compuesto por personas de la comunidad, sin importar si son propietarios de negocios del tipo turístico dentro de los distritos. Sin embargo, es esencial mantener una colaboración y coordinación efectiva con las instituciones y la municipalidad para fortalecer y promover un desarrollo turístico más eficiente.

A continuación, se presentan recomendaciones sobre sectores de donde se podrían seleccionar los integrantes del CDT, aunque el responsable de ejecutar el Plan de Desarrollo Turístico del municipio puede ajustar esta lista según sea necesario.

- **Alcaldía municipal de los distritos:** La alcaldía desempeña un rol esencial en la creación del Comité de Desarrollo Turístico (CDT), actuando como intermediaria entre este y la Unidad de Turismo, la alcaldía facilitará la comunicación de proyectos turísticos identificados por el CDT que requieran apoyo, ya sea con recursos municipales o mediante la gestión de ayudas con MITUR o CORSATUR.
- **Líder comunal:** Su participación es crucial ya que establece un vínculo directo con la comunidad de los distritos, esto permite fomentar un mayor entendimiento sobre la importancia del turismo para el desarrollo económico y social, además de la conservación

del patrimonio cultural y natural. Su involucramiento también motiva a otros ciudadanos a sumarse al proyecto.

- **Comunidad:** La participación activa de los residentes es fundamental para garantizar un desarrollo turístico sostenible, lo que a su vez contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes.
- **Empresarios:** La inversión de los empresarios que ofrecen servicios turísticos es vital para satisfacer las demandas de los visitantes. Por ello, es esencial incluirlos en la propuesta del CDT, ya que su aporte financiero será clave para impulsar el turismo.
- **Policía Nacional Civil (PNC) y POLITUR:** Es importante mantener informadas a las autoridades locales, tanto la PNC como la división de turismo POLITUR, sobre las actividades turísticas. Esto garantizará la seguridad de los visitantes y la protección del patrimonio cultural, histórico y natural, así como del medio ambiente.

Funciones generales del CDT

Según el capítulo IV, Sección I, artículo 53 de la ley de conformación de comité de desarrollo turístico, las funciones de este son:

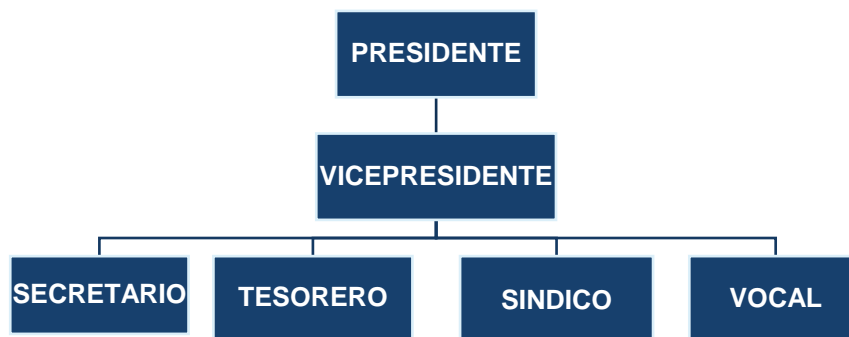
- a) Fomentar, promover, asesorar y apoyar al sector turístico local, a través de la ejecución de actividades, planes, estrategias y proyectos que impulsen un desarrollo turístico sostenible, coherentes con la Política Nacional de Medio Ambiente;
- b) Elaborar el Plan de Trabajo del CDT.
- c) Identificar los atractivos y productos turísticos de la localidad, así como las necesidades del sector, a fin de promover su desarrollo;
- d) Desarrollar todo tipo de actividades que consideren oportunas para el logro de sus fines;
- e) Gestionar la obtención de cooperación técnica y financiera con instituciones públicas o privadas, nacionales o internacionales, a fin de promover el desarrollo turístico de la localidad;
- f) Propiciar el contacto y apoyo con otros Comités de Desarrollo, así como el intercambio de experiencias;
- g) Promover los atractivos turísticos de la localidad;
- h) Realizar estudios sobre el turismo;
- i) Identificar inconvenientes u obstáculos en el desarrollo turístico, así como la proposición de soluciones o alternativas;
- j) Promover y fomentar ferias, exposiciones de artesanía y artes populares; fomentar la creación de clubes de recreo, organizar competencias deportivas, actividades gastronómicas y tours locales;
- k) Patrocinar y estimular a los centros de capacitación y adiestramiento, para preparar personal especializado en todas las ramas relacionadas con el turismo;

- l) Difundir, a través de cualquier medio publicitario, las atracciones turísticas de la localidad;
- m) Proponer a las autoridades competentes, proyectos de construcción, reconstrucción o remodelación de obras de interés turístico; y,
- n) Todas aquéllas que contribuyan a fomentar la actividad turística.

Definición de la estructura organizacional del CDT

Tomando en cuenta lo contemplado en el capítulo IV, Sección III, artículo 59 de la ley de conformación de comité de desarrollo turístico y sus requerimientos mínimos sobre la estructura mínima que el comité de desarrollo turístico debe tener, se plantea el siguiente organigrama para el comité.

Ilustración 286: Estructura organizacional del CDT



Fuente: Elaboración Propia

La elección de las personas que ocuparán los cargos mencionados se llevará a cabo de manera democrática, mediante un proceso en el que participen todos los actores previamente mencionados. Aquellos seleccionados para desempeñar los roles asignados serán responsables de gestionar el Comité de Desarrollo Turístico (CDT) y cumplir con sus funciones generales. El objetivo es garantizar la representación de diversos sectores del municipio, lo que permitirá evitar que el CDT se enfoque únicamente en beneficiar a un área específica y minimizar la influencia política en las decisiones que tome.

Dado que el CDT será responsable de comercializar productos turísticos, como los circuitos propuestos, es fundamental establecer políticas internas que regulen las relaciones con los miembros, clientes, operadores turísticos y servicios de transporte, así como políticas relacionadas con el reembolso de servicios, esto se verá con mayor detalle a continuación en el desarrollo de los manuales administrativos del comité de desarrollo turístico.



**COMITÉ DE DESARROLLO
TURISTICO**



SAN PEDRO MASAHUAT
ELIGE UNA RUTA, NO UNA RUTINA

MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

INTRODUCCIÓN

El presente manual de funciones contiene información básica de cada uno de los puestos y funciones que se desempeñara en el Comité de Desarrollo Turístico, describiendo cada una de las características que tienen dichos puesto y funciones, así como una descripción básica de lo que consisten.

Este manual es una herramienta para el control administrativo del CDT. El cual permite definir el perfil necesario para contratar personal, dado que contiene los requerimientos de cada puesto y función. Ha sido diseñado para que sea útil para el CDT, es decir sirva de guía para cualquier persona que lo lea, razón por la cual está elaborado de manera clara y precisa, para garantizar que no se necesite tener estudios previos para poder auxiliar se de este.

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO

MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	FECHA DE ELABORACIÓN	
	Mes: Octubre	Año:2024

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Definir y caracterizar los puestos de trabajo y sus respectivas funciones de trabajo en la CDT, su responsabilidades y requerimientos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir cada una de las funciones de las diferentes áreas implicadas en la organización para la puesta en marcha del CDT.
- Definir las estrategias necesarias para la implementación del CDT.
- Orientar la ejecución y el desarrollo de las actividades para el personal responsable asociado al CDT.
- Especificar el perfil de los puestos dentro del CDT para facilitar su implementación.

Diseño:	Autorizo:	Página 3 de 16
----------------	------------------	-----------------------

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO

MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	FECHA DE ELABORACIÓ	
	Mes: Octubre	Año:2024

MISIÓN

Ser un canal para la participación, comunicación y coordinación de proyectos que busquen mejorar la situación turística de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

VISIÓN

Establecernos y afianzarnos como el principal comité de desarrollo turístico en El Salvador, promoviendo la práctica del turismo sostenible y responsable, contribuyendo al desarrollo local y asegurando que las iniciativas en favor del turismo se lleven a cabo con un enfoque en la calidad y la satisfacción del turista.

Diseño:	Autorizo:	Página 4 de 16
----------------	------------------	-----------------------

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO

MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	FECHA DE ELABORACIÓ	
	Mes: Octubre	Año:2024

VALORES

- **Transparencia:** Operar con apertura y claridad, manteniendo una comunicación honesta y accesible.
- **Responsabilidad Social:** Promover el bienestar de la comunidad local, asegurando que los beneficios del turismo sean inclusivos y equitativos.
- **Colaboración:** Fomentar el trabajo conjunto entre el sector público, el sector privado, las comunidades locales y otras partes interesadas para lograr objetivos comunes.
- **Respeto por la Cultura Local:** Valorar y preservar la herencia cultural y las tradiciones locales, integrándolas en la oferta turística de manera respetuosa y auténtica.
- **Integridad:** Mantener altos estándares éticos en todas las actividades y decisiones, actuando con honestidad y responsabilidad.

Diseño:	Autorizo:	Página 5 de 16
----------------	------------------	-----------------------

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO

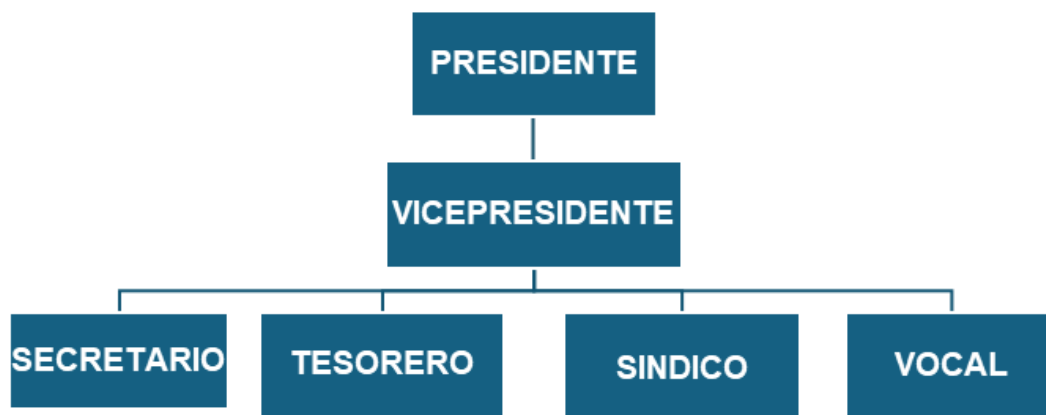
MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

FECHA DE ELABORACIÓ

Mes: Octubre

Año:2024

ORGANIGRAMA DE PUESTOS



Diseño:

Autorizo:

Página 6 de 16

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO		
MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	FECHA DE ELABORACIÓN	
	Mes: Octubre	Año: 2024
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		
NOMBRE DEL PUESTO:	PRESIDENTE	
REQUISITOS DEL PUESTO		
Nivel educativo	Bachiller como minimo.	
Idioma	Español e inglés intermedio.	
Experiencia	No es necesaria.	
OBJETIVO DEL PUESTO		
<p>Coordinar las actividades de los distintos puestos para asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos por el CDT, además de fungir como representante oficial y enlace con la Unidad de Turismo de la Alcaldía de La Paz Oeste y otras instituciones que promuevan el turismo.</p>		
FUNCIONES DEL PUESTO		
<ul style="list-style-type: none"> • Autorizar los reglamentos internos establecidos por el Comité. • Definir las directrices generales del Comité y supervisar las labores, acciones y actividades que se llevarán a cabo. • Analizar y aprobar los planes anuales y la propuesta presupuestaria presentada por el Comité. • Solicitar informes al Directorio o a cualquiera de sus integrantes para evaluar su gestión administrativa. • Decidir sobre la aceptación o rechazo de donaciones al Comité y gestionar la disolución del Comité de mejoras, así como el destino de sus activos. • Ejercer la representación oficial del Comité. • Firmar cheques y documentos, junto con el tesorero, que hayan sido aprobados por el Comité. • Actuar como enlace entre el CDT, la Unidad de Turismo y entidades gubernamentales como MITUR y CORSATUR. 		
Diseño:	Autorizo:	Página 7 de 16

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO		
MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	FECHA DE ELABORACIÓN	
	Mes: Octubre	Año: 2024
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		
Nombre del puesto:	VICEPRESIDENTE	
REQUISITOS DEL PUESTO		
Nivel educativo	Bachiller como minimo.	
Idioma	Español e inglés intermedio.	
Experiencia	No es necesaria.	
OBJETIVO DEL PUESTO		
Brindar soporte y apoyo a la presidencia en el cumplimiento de las actividades de los demás puestos, con el fin del correcto funcionamiento del Comité de Desarrollo Turístico.		
FUNCIONES DEL PUESTO		
<ul style="list-style-type: none"> • Asumir las responsabilidades del presidente en caso de ausencia o impedimento. • Gestionar los recursos del Comité de manera efectiva. • Redactar el informe anual de actividades y presentarlo a los miembros del Comité para su revisión. • Diseñar las políticas y el presupuesto anual del Comité, sometiéndolos a evaluación. • Revisar y aprobar las solicitudes de admisión, readmisión y renuncia de los miembros del Comité. • Dar el visto bueno a los programas de trabajo que el Comité llevará a cabo. • Designar comisiones que apoyen en actividades técnicas, administrativas y sociales del Comité. • Tomar inventario y gestionar la recepción y entrega de los bienes muebles e inmuebles del Comité. • Aprobar los pagos, siempre que estén contemplados en el presupuesto o en acuerdos del Comité. • Coordinar seminarios, talleres y otros eventos alineados con los objetivos del Comité. 		
Diseño:	Autorizo:	Página 8 de 16

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO		
MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	FECHA DE ELABORACIÓN	
	Mes: Octubre	Año: 2024
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		
Nombre del puesto:	TESORERO	
REQUISITOS DEL PUESTO		
Nivel educativo	Bachiller en contaduría preferiblemente.	
Idioma	Español e inglés intermedio.	
Experiencia	No es necesaria.	
OBJETIVO DEL PUESTO		
Manejar los recursos monetarios del comité, para que el presupuesto con el que este cuenta se utilice de la mejor manera.		
FUNCIONES DEL PUESTO		
<ul style="list-style-type: none"> • Recoger y resguardar los fondos del Comité en la entidad bancaria designada por la Presidencia. • Firmar cheques y documentos del Comité que hayan sido aprobados, junto con el presidente, y asegurar la custodia de los registros contables. • Elaborar un informe mensual sobre los ingresos y egresos del Comité. • Proporcionar la situación financiera del Comité cuando sea necesario. • Ser el encargado de gestionar los recursos del Comité. • Organizar la disposición de los recursos de manera eficiente. • Buscar fuentes de financiamiento para asegurar el funcionamiento del Comité. 		
Diseño:	Autorizo:	Página 9 de 16

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO		
MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	FECHA DE ELABORACIÓN	
	Mes: Octubre	Año: 2024
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		
Nombre del puesto:	VOCAL	
REQUISITOS DEL PUESTO		
Nivel educativo	Bachiller como minimo.	
Idioma	Español e inglés intermedio.	
Experiencia	No es necesaria.	
OBJETIVO DEL PUESTO		
Brindar apoyo al Comité en las necesidades que surjan y actuar como suplente de cualquier miembro en caso de que esté ausente por una razón justificada, así como en otras tareas generales que se requieran.		
FUNCIONES DEL PUESTO		
<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar con el Comité en la documentación de procesos para asegurar que la información se mantenga actualizada. • Asistir de manera puntual a las reuniones a las que se les convoque. • Sustituir a cualquier miembro del Comité, en orden jerárquico, en caso de ausencia, exceptuando al presidente. • Cumplir con las comisiones asignadas por la presidencia y la vicepresidencia. • Gestionar cada uno de los proyectos que el CDT planee llevar a cabo. • Informar a la presidencia sobre el avance de los proyectos en ejecución, para poder presentarlos en las reuniones y permitir la implementación de acciones correctivas o preventivas cuando sea necesario. 		
Diseño:	Autorizo:	Página 10 de 16

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO**MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES****FECHA DE ELABORACIÓN****Mes:** Octubre**Año:**2024**DESCRIPCIÓN DE PUESTOS****Nombre del puesto:** SECRETARIO**REQUISITOS DEL PUESTO****Nivel educativo** Bachiller como mínimo.**Idioma** Español e inglés intermedio.**Experiencia** No es necesaria.**OBJETIVO DEL PUESTO**

Documentar de forma escrita todos los proyectos y decisiones adoptadas por el Comité en favor del turismo, con el propósito de supervisar la implementación de los proyectos conforme a lo estipulado en las actas.

FUNCIONES DEL PUESTO

- Programar y notificar a los miembros del Comité sobre las reuniones.
- Asistir de manera puntual a las reuniones a las que sea convocada.
- Registrar todos los temas discutidos en las reuniones del Comité en un acta.
- Apoyar al presidente y al vicepresidente cuando se requiera.
- Comunicar mensajes y decisiones a los miembros cuando sea necesario hacerlo de inmediato.
- Proporcionar el acta de las reuniones del Comité a aquellos miembros que no pudieron asistir.

Diseño:**Autorizo:****Página 11 de 16**

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO		
MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	FECHA DE ELABORACIÓN	
	Mes: Octubre	Año: 2024
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		
Nombre del puesto:	SINDICO	
REQUISITOS DEL PUESTO		
Nivel educativo	Bachiller como minimo.	
Idioma	Español e inglés intermedio.	
Experiencia	No es necesaria.	
OBJETIVO DEL PUESTO		
Supervisar el cumplimiento de todas las actividades dentro de los plazos establecidos y asegurar que se respeten todos los aspectos legales del Comité en el desarrollo de sus funciones.		
FUNCIONES DEL PUESTO		
<ul style="list-style-type: none"> • Asegurarse de que todos los miembros cumplan con sus responsabilidades hacia el Comité. • Monitorear el progreso de los proyectos ejecutados dentro de los plazos establecidos. • Brindar apoyo en las funciones del vicepresidente cuando sea necesario. • Examinar la documentación legal relacionada con los proyectos que el Comité desea llevar a cabo. • Revisar las políticas elaboradas por el Comité en lo que respecta a aspectos legales. • Validar que se cumplan los requisitos legales de las políticas formuladas por el Comité. • Evaluar los métodos de pago y cancelación de servicios proporcionados por el Comité en términos legales. 		
Diseño:	Autorizo:	Página 12 de 16

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO

MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES	FECHA DE ELABORACIÓN	
	Mes: Octubre	Año:2024
<p style="text-align: center;">POLITICAS GENERALES</p> <ul style="list-style-type: none">• Alcanzar el más alto nivel de excelencia en los servicios ofrecidos.• Proporcionar servicios con integridad, esmero, transparencia y efectividad.• Ganar el respeto y la confianza de los clientes de los productos turísticos, fomentando su conservación y estableciendo relaciones a largo plazo.• Los proyectos de mejora en beneficio del turismo deben priorizar la conservación del medio ambiente y adherirse a los principios de la política nacional de medio ambiente.• Al gestionar capacitación en turismo y temas relacionados, se debe considerar a todas las personas interesadas en incursionar en el sector, independientemente de su afiliación al CDT.• Siempre que sea posible, en proyectos turísticos que se realicen en el municipio que requieran contratación de mano de obra, se dará preferencia a personas calificadas de la comunidad.• El CDT contará con sillas y mesas que se utilizarán para los fines específicos del desarrollo de capacitaciones y otros eventos que requieran este tipo de equipo. <p style="text-align: center;">POLITICAS PARA LOS MIEMBROS</p> <ul style="list-style-type: none">• Los miembros se abstendrán de llevar a cabo campañas políticas durante sus reuniones.• Siempre debe prevalecer la amabilidad y el deseo de servir para que los clientes se sientan motivados a regresar en un futuro cercano.• Se espera honestidad y compromiso en el desempeño de sus funciones para el beneficio mutuo, tanto personal como del Comité.		
Diseño:	Autorizo:	Página 13 de 16

COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO

MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

FECHA DE ELABORACIÓN

Mes: Octubre

Año:2024

POLITICAS DIRIGIDA A LOS CLIENTES

- Los clientes son el recurso más valioso del Comité y del municipio para su desarrollo; por lo tanto, es fundamental garantizar su satisfacción mediante un servicio que cumpla con sus expectativas.
- Es necesario proporcionar los recursos adecuados para asegurar que el servicio sea de alta calidad y se brinde en el momento oportuno.
- Ofrecer información relevante sobre los servicios integrales que se proporcionarán.
- Realizar una llamada al finalizar la prestación de cualquier servicio al cliente para evaluar su grado de satisfacción.

POLITICAS DE SUBCONTRATACIÓN DE TRANSPORTE

- El Comité llevará a cabo actividades de relación y negociación con los propietarios de unidades de transporte a través de los canales oficiales de comunicación, que incluyen: página web, redes sociales, teléfonos de contacto y un canal directo con el personal.
- El servicio de transporte debe ser solicitado con un mínimo de tres días de anticipación a la fecha en que se utilizará.
- Se contará con diversas empresas de transporte para adaptarse a la variabilidad en el número de turistas, de modo que se ajuste el tipo de transporte requerido.
- Las unidades de transporte son responsabilidad de la empresa, y deben mantenerse limpias, en excelentes condiciones mecánicas y contar con la documentación legal necesaria para su operación.
- El pago por el servicio a las empresas de transporte se realizará de manera directa con los propietarios de las unidades en caso de grupos pequeños, o a través de transferencias bancarias con los representantes de las empresas de transporte cuando se trate de grupos grandes.

Diseño:

Autorizo:

Página 14 de 16

COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO

MANUAL DE PUESTOS Y FUNCIONES

FECHA DE ELABORACIÓN

Mes: Octubre

Año:2024

POLITICAS DE RELACIÓN CON TOUR OPERADORES

- El CDT llevará a cabo actividades de relación y negociación con empresas tour operadoras a través de los canales de comunicación oficiales de la organización, que incluyen: página web, redes sociales, teléfonos de contacto y un canal directo con personal debidamente identificado y autorizado.
- Las empresas tour operadoras deberán contactar al Comité de Desarrollo Turístico con al menos una semana de anticipación a la fecha deseada de visita.
- El tour operador debe proporcionar información sobre la cantidad de turistas y los tipos de recorridos turísticos que desean adquirir.
- El tour operador deberá realizar una reservación con un mínimo de tres días de anticipación al viaje, mediante un depósito en la cuenta bancaria oficial del Comité de Desarrollo Turístico, equivalente al 60% del costo total de los recorridos turísticos adquiridos.
- Los recorridos turísticos serán ofrecidos por el personal operativo que el Comité contrate para el proyecto.
- Todas las transacciones económicas se llevarán a cabo directamente con los tour operadores y no con los turistas individualmente.
- Los tour operadores deben informar a los turistas que los recorridos turísticos serán guiados por los guías turísticos contratados o designados por el Comité.
- Los turistas deberán seguir las instrucciones, normas y políticas establecidas por el CDT durante la realización del recorrido turístico elegido.

Diseño:

Autorizo:

Página 15 de 16

POLITICAS DE DEVOLUCIÓN

Se reembolsará el 100% del monto pagado, ya sea en crédito o en efectivo, al usuario registrado en los siguientes casos:

- Error en la publicación del servicio.
- Ofrecimiento de beneficios adicionales que no han sido establecidos por el Comité.
- Cuando los productos adquiridos a través de la web del Comité sean diferentes a los que se entregaron.

(2) Reglamento interno del Comité de desarrollo turístico

Tabla 365 :Reglamento interno del Comité de desarrollo turístico

CAPITULO I. INGRESO DE LOS MIEMBROS

Art.1: Para el ingreso de un nuevo miembro deberá ser mayor de edad salvadoreño o extranjero que estén residiendo en el municipio y esté relacionado a la realización de actividades de índole turístico.

Art. 2: Para el ingreso de un nuevo miembro, el interesado deberá cancelar un monto acordado entre los miembros del CDT el cual no podrá ser menos de \$15 y será un pago de entrada único a excepción de aquellas personas que deseen ser miembro sin beneficiarse de las actividades que el CDT realice.

Art. 3: Para permitir el ingreso de una persona al CDT deberá tratarse antes en una reunión ordinaria del CDT. Para informar con los demás miembros.

Art. 4: Cada reunión deberá informarse si existen nuevos miembros inscritos y aquellos que han salido del CDT.

CAPITULO II. DERECHOS Y DEBERES DE LOS MIEMBROS

Art. 5: Derechos de los miembros

- Participar y colaborar en todas las actividades que como CDT se ejecuten
- Asistir a las reuniones generales.
- Solicitar información de proyectos y montos generados y manejados por el CDT
- Beneficiarse de las actividades que el CDT realizara en torno de los Productos turísticos que se creen.
- Contar con monto en concepto de viáticos dependiendo del trabajo o actividad que el
- miembro este realizando, el monto deberá ser acordado en conjunto, así como las condiciones para ser asignado.

Art. 6: Deberes de los miembros

- Cumplir con requisitos de entrada al CDT
- Apoyar en el desarrollo de actividades en pro del municipio.
- Ejecutar funciones asignadas por los representantes de la estructura organizativa del CDT.
- Los miembros deberán reunirse un mínimo de 2 veces por mes.
- Informar en caso de ausencia a reuniones.

- Aportar mensualmente un monto económico en concepto de fondos para actividades
- comunes en beneficio de todos los miembros del CDT, el valor será acordado por todos los miembros y no será menor a \$5.
- Gestionar una persona encargada de recoger los desechos orgánicos de sanitarios cada 8 meses.

CAPITULO III. SALIDA DE LOS MIEMBROS

Art.7: para el retiro voluntario de un miembro se deberá redactar una carta que será tratada al inicio de la reunión más próxima del CDT, esto varia en el caso de un representante de Alcaldía el cual podrá retirarse al momento de cambio de representantes si, existiera cambio.

Art.8: Los miembros pueden darse de bajo por los representantes del CDT si, estos no cumplen con los deberes asignados y detallados en el presente reglamento.

CAPITULO IV. ELECCIONES DE REPRESENTANTES Y REFORMAS

Art. 9: Las votaciones se realizarán de manera secreta y será de forma presencial el día y el lugar que como CDT acuerden.

Art.10: las candidaturas son de manera voluntaria pero siempre habrá un representante del CDT anteriores. Entre los actores principales para conformar el comité estará por lo menos un representante de la alcaldía municipal siendo este designado por la municipalidad.

Art. 11: cualquier modificación al reglamento interno deberá ser solicitado por los representantes de la estructura organizacional o por 1/3 de los miembros.

Art. 12: Para que la reforma se lleve a efecto será necesario el voto favorable de 2/3 de los miembros presentes en la reunión que sea tratado el asunto

Fuente: Constitución de la Republica de El Salvador

Detalles del Local del CDT

Es importante determinar cuál será el local donde el CDT tendrá lugar para realizar reuniones rutinarias sobre proyectos realizados o a realizar, tomando en cuenta que las reuniones del comité no se realizaran de manera diaria y que los miembros se mantendrán de manera fija en una locación, por lo que no se propondrá incurrir en gastos de construcción de un local para el comité de desarrollo turístico, al menos en el corto plazo de la implementación de plan de desarrollo turístico sostenible, tomando en cuenta eso, se proponen las siguientes opciones:

- La primera opción recomendada es consultar con los interesados en unirse al comité para determinar si pueden ofrecer un local para las reuniones, ya que se busca minimizar los gastos, y los miembros del CDT no estarán asignados a un lugar específico.
- Por otro lado, es posible que los miembros del CDT no dispongan de locales para facilitar; en este caso, se sugiere gestionar con la Alcaldía del municipio el préstamo de la Casa Comunal.
- Dado que la Alcaldía del municipio podría utilizar la Casa Comunal para otros fines y no estar disponible, se propone considerar el alquiler de un local donde se puedan llevar a cabo las reuniones del comité y almacenar los recursos que se vayan acumulando.

b) Requerimientos para proyecto de creación de comité de desarrollo turístico

Después de presentar los pasos necesarios para la formación del Comité de Desarrollo Turístico, así como la estructura organizativa propuesta y las funciones que desempeñarán sus miembros, se procede a detallar los requisitos o recursos necesarios para el funcionamiento del CDT en relación con la implementación del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible propuesto para el municipio, teniendo en cuenta que los miembros no se reunirán diariamente.

Tabla 366 recurso humano para proyecto de creación de comité de desarrollo turístico

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Miembros del comité	8

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 367 Material, equipo e insumo para proyecto de creación de comité de desarrollo turístico

MATERIAL, EQUIPO E INSUMOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	CONCEPTO	CANTIDAD
Local para reuniones	1	Mesa rectangular plástica	6
Caja de lapiceros	3 al año	Computadoras	2
Teléfono Celular	1	Sillas de espera	25
Impresora multifuncional	1	Basureros	2
Conexión a Internet	1	Jabón Líquido	4 galón/año

Resma de papel bond	10	Paquete 18 rollos papel higiénico	4 paquete/año
		Paquete 10 bolsa para basura	20 paquete/año

Fuente: Elaboración Propia

Es importante brindar las especificaciones de los requerimientos, estos se brindan a continuación

Tabla 368 especificaciones de los requerimientos

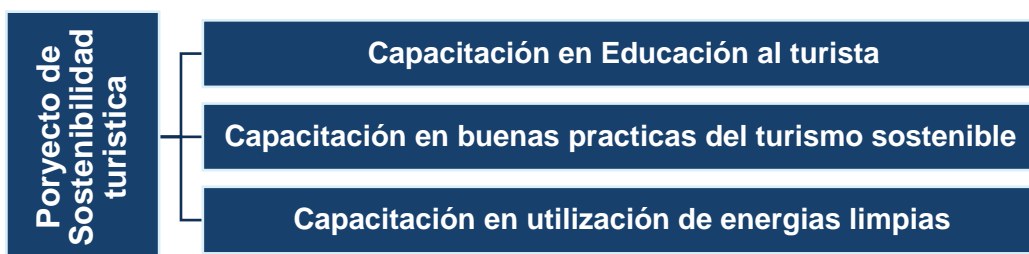
CONCEPTO	ILUSTRACIÓN	ESPECIFICACIONES
Computadora		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Laptop • Marca: DELL • Tamaño: 15.6 pulgadas • Procesador: Core i7 • Almacenamiento: 1Tera HDD
Impresora		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Multifuncional, tinta continua. • Marca: EPSON
Mesa rectangular plástica		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Plegable • Dimensiones: 1.80mx0.76m • Material: Plástico
Silla de espera		<ul style="list-style-type: none"> • Tipo: Plegable • Capacidad: 225 libras • Material: Plástico
Basurero		<ul style="list-style-type: none"> • Material: Plástico • Capacidad: 35 litros
Teléfono celular		<ul style="list-style-type: none"> • Marca: Samsung • Tipo: Doble Chip • Almacenamiento: 128gb

Fuente: Elaboración Propia

4. Proyecto 4: Sostenibilidad turística

El proyecto de sostenibilidad turística viene a dar soporte a uno de los temas centrales dentro de él plan de desarrollo, el cual es la sostenibilidad, dentro de este proyecto se propondrá capacitar a los comerciantes, emprendedores y turistas en diversos temas referentes a la sostenibilidad, las capacitaciones que se propondrán dentro del proyecto son:

Ilustración 287: Contenido del proyecto sostenibilidad turística



Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se procederá a describir cada uno de ellos

a) Capacitación en Educación al turista

La educación al turista es clave para el desarrollo de un turismo sostenible y responsable, no solo mejora la experiencia de los visitantes, sino que también protege los recursos naturales y culturales de las comunidades anfitrionas, promoviendo un desarrollo turístico equilibrado.

Actividades

Dentro de las actividades que se desarrollaran para poder educar al turista que visitan los distintos atractivos turísticos de los distritos se encuentran las siguientes:

Tabla 369 Actividades para poder educar al turista

Actividad	Descripción	Duración	Público Objetivo
Talleres y charlas educativas	Sesiones sobre buenas prácticas, respeto a la cultura local y conservación del medio ambiente.	1-2 horas	Turistas nacionales e internacionales, familias, estudiantes.
Materiales educativos	Creación de folletos, guías y videos con información relevante sobre el destino turístico y sus normas.	Variable	Turistas en general, usuarios de plataformas digitales.

Campañas de sensibilización	Campañas en redes sociales y medios locales para promover el turismo responsable mediante hashtags y participación viral.	Continua	Audiencia en redes sociales, turistas.
------------------------------------	---	----------	--

Fuente: Elaboración Propia

Talleres y charlas educativas

Dentro de los talleres y charlas educativas que se proponen dentro de la educación al turista se encuentran los siguientes:

Tabla 370 contenido de Talleres y charlas educativas

TEMA	CONTENIDO
Turismo Sostenible	Principios y prácticas para minimizar el impacto ambiental y maximizar el beneficio económico y social.
	Técnicas para reducir, reutilizar y reciclar durante los viajes.
	Cómo elegir productos y servicios que apoyen el desarrollo local y sean respetuosos con el medio ambiente.
Respeto a la Cultura Local	Entender y valorar las diferencias culturales y tradiciones locales.
	Cómo comunicarse de manera adecuada y respetuosa con las comunidades anfitrionas.
	Importancia de respetar y proteger los sitios históricos y culturales durante el turismo.
Conservación del Medio Ambiente	Fundamentos de la conservación y prácticas para proteger ecosistemas locales.
	Análisis de cómo las actividades turísticas afectan al entorno natural y qué medidas tomar para mitigar estos impactos.
	Participación en iniciativas locales para preservar áreas naturales y biodiversidad.

Fuente: Elaboración Propia

Materiales educativos

Dentro de los materiales educativos que se proponen dentro de la educación al turista se encuentran los siguientes:

Tabla 371 contenido de Materiales educativos

TIPO DE MATERIAL	CONTENIDO
Folletos	Información General del Destino tal como su historia, cultura, atracciones principales.
	Reglas de conducta, horarios de operación, y restricciones locales.
	Mapas y rutas en las que se muestre la ubicación de puntos de interés, transporte, y servicios locales.
	Consejos de seguridad en los que se incluyan precauciones y recomendaciones para una visita segura.
	Información de contacto para emergencias y servicios locales.
Guías	Historia y cultura Detallada sobre los distritos y las practicas sostenibles.
	Reglas específicas y comportamientos recomendados, dentro de cada uno de los atractivos turísticos, para salvaguardar la integridad de cada uno de estos.
	Opciones de restaurantes y lugares de alojamiento con detalles sobre calidad y precio.
	Información sobre medios de transporte y cómo moverse por el destino.
	Información sobre normas locales y cómo comportarse en el destino y como contribuir a la conservación del destino.
Instrucciones de Seguridad, sobre cómo mantener la seguridad personal y respetar las normas.	

Fuente: Elaboración Propia

Campañas de sensibilización

Las campañas de sensibilización que se proponen realizar tendrán los siguientes componentes

Tabla 372 contenido de Campañas de sensibilización

ASPECTO	DESCRIPCIÓN
Educación y Conciencia	<ul style="list-style-type: none">• Informar a los turistas sobre prácticas culturales y normas locales para evitar impactos negativos.• Promover la reducción de plásticos, respeto por la fauna y flora, y apoyo a empresas sostenibles.
Colaboración con Influencer	<ul style="list-style-type: none">• Utilizar influencer para amplificar el mensaje de turismo responsable, mostrando comportamientos positivos, testimonios de prácticas de turismo responsable.
Participación Comunitaria	<ul style="list-style-type: none">• Trabajar con residentes y organizaciones locales para asegurar que la campaña sea culturalmente relevante.• Organizar eventos que eduquen sobre prácticas responsables y sostenibles.

Fuente: Elaboración Propia

b) Capacitación en buenas prácticas del turismo sostenible

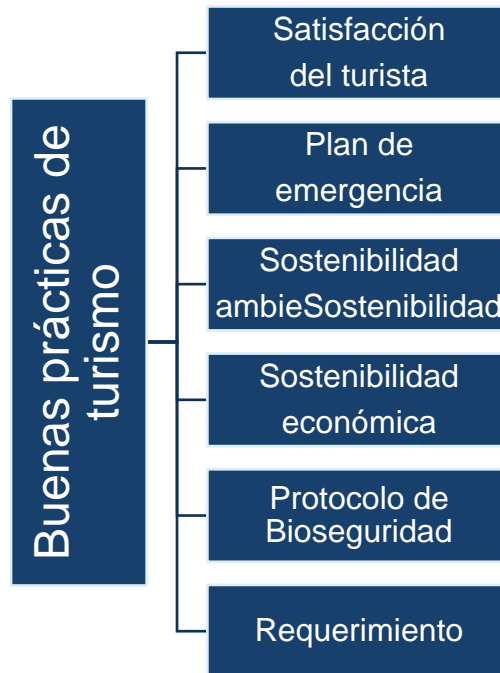
La implementación de buenas prácticas en turismo sostenible tienen como objetivo evaluar y gestionar de manera integral los aspectos económicos, sociales y ambientales para asegurar un desarrollo turístico equilibrado y respetuoso con el entorno, este programa incluye el análisis continuo de la sostenibilidad económica en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, garantizando que las actividades turísticas generen beneficios económicos duraderos sin comprometer su viabilidad a largo plazo.

Asimismo, se plantean planes de contingencia para responder a situaciones de emergencia, protegiendo los recursos naturales y garantizando la seguridad del entorno, así mismo, se promoverán prácticas ambientales responsables, como el uso eficiente de los recursos y la conservación de los ecosistemas locales, con el fin de apoyar la preservación ambiental y el desarrollo social.

Propuesta para buenas prácticas de turismo sostenible

Dentro de las buenas prácticas que se proponen se encuentran:

Ilustración 288: Buenas prácticas de turismo



Fuente: Elaboración Propia

(1) Satisfacción del Turismo

El Sistema de Seguimiento y Control de la Satisfacción del Turista en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat establece una serie de actividades orientadas a asegurar el cumplimiento de estándares de calidad en los productos y recorridos turísticos. A través de una planificación estratégica y medidas de aseguramiento de la calidad, se garantiza que las experiencias turísticas se ajusten a las expectativas de los visitantes.

Además, se propondrá un Sistema de Gestión de Calidad, que incluya la documentación necesaria, la definición de políticas y normas específicas, y subraye la importancia de su correcta aplicación. Este sistema servirá como una herramienta fundamental para monitorear y mejorar la satisfacción del turista, fortaleciendo el desarrollo turístico en la región.

Documentación

Para garantizar la calidad en los productos y recorridos turísticos ofrecidos en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, es esencial establecer, documentar, implementar y mantener

un sistema integral de calidad. este sistema debe considerar las políticas y objetivos de calidad, así como la elaboración de instrumentos de control específicos. Además, debe incluir la documentación necesaria y otros registros que permitan verificar la correcta planificación, aseguramiento y control de la calidad en todas las actividades turísticas.

Esto asegura que los servicios ofrecidos cumplan con los estándares requeridos, contribuyendo a la satisfacción del turista y al éxito del desarrollo turístico en estos distritos.

Instrumentos de control de calidad

La medición de la satisfacción del cliente en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat se realizará mediante el método SERV-QUAL, el cual evalúa la percepción del cliente sobre los atributos del servicio recibido y la importancia de estos., a cada turista se le pedirá que valore la relevancia de diversos aspectos del servicio y que exprese su nivel de satisfacción en cada uno de ellos.

El proceso consiste en que el responsable de la calidad entregue al encargado de cada producto turístico los formatos que se proporcionarán a los turistas al finalizar su visita. Posteriormente, los resultados serán recolectados y tabulados para identificar el nivel de satisfacción del cliente. Las respuestas cualitativas se analizarán y convertirán en porcentajes, permitiendo evaluar el rendimiento en cada atributo específico.

A continuación, se presentará el formato diseñado para medir la satisfacción de los turistas que participan en los recorridos turísticos de ambos distritos, lo cual permitirá priorizar las acciones de mejora basadas en los resultados obtenidos.

Tabla 373 Instrumento de grado de satisfacción del turista

GRADO DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA			
Fecha: _____			
Recorrido Turístico: _____			
Producto Turístico individual: _____			
Indicaciones: Marque con una "X" el grado de satisfacción según su experiencia en cada uno de los atributos de calidad del recorrido turístico realizado en el distrito de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.			
Atributos	Excelente	Bueno	Necesita mejorar
Atención y trato recibido por el turista			
Seguridad durante el recorrido			
Condiciones de higiene			
Calidad del servicio de transporte			
Calidad del servicio de alimentación			
Accesibilidad a las áreas turísticas			
Servicios complementarios (baños, áreas de descanso, etc.)			
Atractivos y singularidades de los productos turísticos			
Valor cultural de la experiencia			
Compromiso con el cuidado y respeto al medioambiente			
Observaciones:			

Fuente: Elaboración Propia

Propuesta de desarrollo e Implementación del Sistema de Registro de Calidad en los Distritos Turísticos

Los distritos deben comprometerse firmemente con el desarrollo y la implementación del Sistema de Registro de la Calidad, asegurando su mejora continua, es esencial comunicar a todos los integrantes del comité turístico y a los miembros de las diferentes iniciativas la importancia de cumplir con las expectativas de los turistas.

Políticas de Calidad

Para garantizar servicios turísticos que satisfagan las necesidades de los clientes y fomenten la mejora continua, se adoptarán las siguientes políticas:

- **Cumplimiento de la oferta:** Los establecimientos deben ofrecer todos los productos o servicios promocionados. Si no se cuenta con alguno, deberá ofrecerse una alternativa con un descuento correspondiente.
- **Corrección de errores:** Si se entrega un producto equivocado, se deberá proporcionar el solicitado junto con una compensación, que puede incluir un producto gratuito.
- **Atención rápida:** Las solicitudes de los clientes deben ser atendidas y respondidas con la mayor rapidez posible.
- **Resolución de quejas:** Ante una queja, se deberá resolver rápidamente, ofreciendo una compensación, como un producto sin costo adicional.

Normas de Calidad

Algunas normas de calidad aplicables en los distritos incluyen:

- Las políticas de calidad deberán revisarse y mejorarse dos veces al año.
- El personal encargado de la gestión de calidad será responsable de realizar evaluaciones y análisis periódicos.
- Se realizará una evaluación interna trimestral y una externa semestral.
- Los servicios o actividades turísticas que no cumplan con los estándares evaluados serán suspendidos.
- Se promoverán buenas prácticas ambientales mediante señalización dirigida a los visitantes.

Gestión de Recursos para la Calidad

Los distritos deberán identificar y proporcionar los recursos necesarios para implementar y mantener el Sistema de Registro de la Calidad, con el fin de mejorar su efectividad. Esto incluye:

- **Integración del personal clave:** Se integrará al personal esencial para la implementación del sistema, creando conciencia sobre la importancia de ofrecer un servicio de calidad.
- **Capacitación adecuada:** Se proporcionará formación específica al personal, detallada en secciones posteriores.

Planificación de la Calidad Turística

Es crucial planificar y desarrollar procesos para la prestación de servicios turísticos, incluyendo la verificación, validación, seguimiento e inspección, cuando sea requerido, la planificación debe identificar los estándares de calidad aplicables a los productos turísticos y establecer estrategias para cumplirlos. Los factores clave, basados en las directrices de la Organización Mundial del Turismo (OMT), incluyen:

- **Seguridad:** Los productos y servicios turísticos deben contar con equipo de protección personal para garantizar la seguridad y salud de los visitantes.
- **Higiene:** Los alojamientos, restaurantes y actividades deben cumplir con las normas de higiene e inocuidad, asegurando un entorno limpio y saludable.
- **Accesibilidad:** Las actividades turísticas deben contar con caminos señalizados y en buenas condiciones para permitir un acceso seguro a los turistas.
- **Información clara:** Los turistas deben recibir información detallada sobre las actividades, paquetes o rutas disponibles, con precios transparentes.
- **Novedad:** Los servicios turísticos deben ofrecer experiencias únicas y diferenciadas, garantizando la mejora continua de la oferta en función de la satisfacción del turista.

Propuesta de Capacitación para el Turismo Sostenible

Grupos Por Capacitar

- Miembros de cooperativas, dueños de negocios, administradores, personal municipal, y organizaciones sociales.
- Personal operativo y de apoyo en actividades turísticas.

Temáticas de Capacitación

- Turismo sostenible y buenas prácticas.
- Operación y marketing turístico.
- Atención al cliente y seguridad alimentaria.

Modalidades de Capacitación Se impartirán cursos, seminarios y talleres práctico-teóricos, liderados por expertos en cada área. Además, se fomentará el intercambio de experiencias entre los participantes.

Gestión de las Capacitaciones

- Coordinación con profesionales turísticos y empresariales.
- Apoyo de instituciones como MITUR, CORSATUR, universidades y CONAMYPE.
- Colaboración con ONG extranjeras para asistencia técnica y financiera.

Requerimientos

- Información detallada del personal (ocupación, edad, nivel educativo, disponibilidad).
- Espacios adecuados para las capacitaciones (aulas con higiene, ventilación, visibilidad, y servicios complementarios).

Especificaciones de las capacitaciones

A continuación, se detallan las especificaciones de las capacitaciones necesarias para optimizar el funcionamiento operativo.

Tabla 374 Descripción y especificaciones de las capacitaciones

Tema	Propósito	Duración	Destinatarios
Plan de Emergencias Turísticas	Capacitar al personal en la correcta actuación ante situaciones de emergencia, salvaguardando la seguridad de turistas y empleados.	12 horas	Miembros del CDT, personal operativo y de apoyo de los servicios turísticos.
Calidad y Buenas Prácticas en Turismo	Enseñar la importancia de las prácticas sostenibles en turismo para maximizar la satisfacción de los visitantes.	14 horas	Miembros de cooperativas, empresarios locales, personal administrativo y municipal, organizaciones sociales, miembros del CDT.
Servicio al Cliente en Turismo	Proporcionar herramientas y técnicas para mejorar la interacción y calidad de atención brindada a los turistas.	20 horas	Miembros del CDT, personal operativo y de apoyo de los servicios turísticos.
Operación y Marketing en Turismo	Ofrecer estrategias para posicionar a los distritos en mercados tanto nacionales como internacionales.	6 horas	Personal operativo y de apoyo de los servicios turísticos.
Seguridad Alimentaria	Formar al personal en la manipulación higiénica de los alimentos, garantizando la prevención de enfermedades alimenticias.	8 horas	Miembros del CDT, personal operativo y de apoyo de los servicios turísticos.

Fuente: Elaboración Propia

(2) Plan de Emergencia

El Plan de Emergencia es una herramienta clave para organizar y movilizar recursos de manera efectiva ante situaciones críticas. Su propósito es garantizar una respuesta rápida que proteja tanto al personal operativo como a los turistas, así como las instalaciones y los recursos turísticos.

Tabla 375 Funcionamiento del plan de emergencia

Proceso del Plan de Manejo de Riesgos	Descripción
Identificación de riesgos	Se deben identificar los riesgos a los que están expuestos tanto el personal operativo como los turistas durante la prestación de los servicios turísticos.
Detección de emergencias relacionadas	Es necesario identificar las emergencias o accidentes que podrían estar asociados a los riesgos previamente identificados, afectando tanto a turistas como al personal.
Análisis de vulnerabilidades	Evaluar los riesgos para estimar su magnitud, lo que proporciona la información necesaria para tomar decisiones. Se deben considerar aspectos legales y económicos.
Definición de la estructura del mando	Se debe establecer cómo se organizará el personal para enfrentar las emergencias. Definir roles y responsabilidades claras para una respuesta efectiva.
Diseño de protocolos de respuesta.	La organización debe movilizar recursos de manera eficiente para responder a emergencias, optimizando los tiempos y garantizando un plan funcional.
Difusión y capacitación	Es fundamental que el plan de emergencias sea conocido por todo el personal y que los turistas reciban información clara sobre los protocolos a seguir en emergencias.

Fuente: Elaboración Propia

Componentes Esenciales:

- **Procedimientos de Búsqueda y Rescate:** Localización de personas en áreas remotas o peligrosas.
- **Procedimientos de Primeros Auxilios:** Atención inmediata a lesionados antes de ser trasladados.
- **Procedimientos de Evacuación:** Planificación de rutas seguras ante amenazas como incendios o sismos.
- **Plan de Actuación ante Emergencias:** Clasificación de emergencias por riesgo y gravedad, activación de alarmas y coordinación de respuesta.

(3) Sostenibilidad Ambiental

Uso Responsable del Agua

- Inspección y reparación de fugas en la red de agua.
- Instalación de dispositivos de ahorro en instalaciones turísticas.
- Educación sobre el uso responsable del agua.

Consumo Humano y Preparación de Alimentos

Es vital asegurar que el agua utilizada para el consumo humano y la preparación de alimentos sea segura. Las medidas incluyen:

- Identificar la fuente de agua, ya sea red pública o vertientes y aplicar los tratamientos necesarios para garantizar su calidad.
- Hay que asegurar que el personal y los visitantes adopten prácticas de ahorro de agua en las áreas de cocina y comunes

Manejo de Desechos

La adecuada gestión de desechos sólidos en la Iniciativa de Turismo del distrito de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat impacta positivamente en la conservación del entorno y en la educación de los visitantes, es fundamental motivar a personal y turistas sobre su papel en el manejo responsable de los residuos.

Programa de Manejo de Deseos Orgánicos e Inorgánicos:

- Colocar basureros visibles y correctamente identificados en la Iniciativa de Turismo Comunitario.
- Situar recipientes en habitaciones, baños, cocinas, comedores y áreas recreativas.
- Proporcionar basureros generales para la separación de desechos orgánicos e inorgánicos.
- Limpiar regularmente los recipientes y las áreas de recolección.
- Disponer de desechos no procesables en el centro poblado más cercano con recolección pública.
- Implementar un programa de reutilización de desechos orgánicos, como abono o alimento para ganado.
- Clasificar los residuos en contenedores: plásticos y latas (Rojo), orgánicos (Verde), papel (Amarillo), vidrio (Azul) y desechos generales (Gris o Negro).
- plásticos y latas (Amarillo), orgánicos (café), papel (Azul), vidrio (verde) y desechos generales (Gris o Negro).

Ilustración 289 Depósitos para desechos de residuos



Fuente: Google

(4) Sostenibilidad Económica

El plan de sostenibilidad económica tiene como objetivo asegurar la viabilidad financiera a largo plazo del proyecto turístico en los distritos. Para ello, se implementarán las siguientes medidas de generación de ingresos:

- Cobro del 15% a comercios turísticos que exijan entrada.
- Cuota del 15% en restaurantes que atiendan a turistas.
- Uso de espacios públicos: \$0.25 por m² al día, \$0.50 en temporada alta.
- Uso de baños públicos: \$0.25.

(5) Protocolo de Bioseguridad

Para proteger a visitantes y personal, se implementarán estrictas medidas de bioseguridad:

- Lavado de manos frecuente con acceso a estaciones adecuadas.
- Uso de mascarillas, según lo determinen las autoridades sanitarias.
- Distanciamiento físico de al menos 1 metro en áreas comunes.
- Control de la capacidad para evitar aglomeraciones.
- Desinfección regular de superficies de uso común.

c) Capacitación en la utilización de energías limpias

El crecimiento del turismo ha traído consigo un aumento en la demanda energética, especialmente en comercios como hoteles, restaurantes y tiendas, que dependen del consumo constante de energía para sus operaciones diarias, sin embargo, el uso excesivo de fuentes de energía convencionales no solo incrementa los costos operativos de estos negocios, sino que también contribuye al deterioro del medio ambiente, afectando negativamente los destinos turísticos a largo plazo.

En ese sentido la adopción de energías limpias se ha convertido en una necesidad para los comercios turísticos que desean alinearse con las tendencias globales hacia la sostenibilidad, tecnologías como la energía solar, no solo reducen la huella de carbono, sino que también ofrecen una oportunidad para optimizar el uso de recursos, disminuir costos y mejorar la competitividad del sector

(1) Propuesta de capacitación en utilización de energías limpias.

Esta capacitación tiene como objetivo proporcionar a los propietarios y empleados de comercios turísticos los conocimientos y herramientas necesarios para implementar y gestionar soluciones de energía limpia en sus establecimientos, a continuación, se presenta los contenidos propuestos para dicha capacitación.

Tabla 376 requisitos sobre la capacitación de energías limpias

DETALLES Y REQUISITOS SOBRE LA CAPACITACIÓN DE ENERGÍAS LIMPIAS	
Duración	2 semanas (14 horas)
Horario	Sábado 8:00am – 3:00pm
Modalidad	Presencial (Grupos de 30 personas)
Requisitos	<ul style="list-style-type: none">• Ser mayor de 18 años• Vivir en los distritos de San Luis Talpa o San Pedro Masahuat• Tener un negocio o emprendimiento referente al turismo

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se presentan los contenidos a impartir como parte de la capacitación.

Tabla 377 contenido capacitación en utilización de energías limpias

Modulo	Tema	Duración
Introducción a las energías renovables	Definición, tipos y beneficios de las energías limpias	2 horas
Energía solar en comercios turísticos	Funcionamiento de paneles solares, instalación y mantenimiento	3 horas
Evaluación del consumo energético en comercios	Cálculo del consumo y cómo reducirlo con energías limpias	3 horas
Instalación básica de energías limpias	Taller práctico de instalación de sistemas solares	5 horas
Casos de éxito	Ejemplos de comercios turísticos que usan energías renovables	1 hora

Fuente: Elaboración Propia

d) Cantidad de personas por capacitar

Tipo de Capacitación	Cantidad	Frecuencia	Número de grupos
Buenas prácticas del turismo sostenible	45	1 vez al año	3 grupos de 15 personas
Utilización de energías limpias	30	1 vez al año	1 grupo de 30 personas

Fuente: Elaboración Propia

e) Requerimientos para proyecto de Sostenibilidad Turística.

Tabla 378 Recurso Humano para la capacitación en la utilización de energías limpias

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Capacitador	2
Supervisor	1

Fuente: Elaboración Propia

El equipo, referente a proyector, sillas, impresora y ese tipo de equipo serán utilizados los mismos que se utilizarán, para el proyecto de Formación turística, por lo que solo será necesarios adquirir los siguientes:

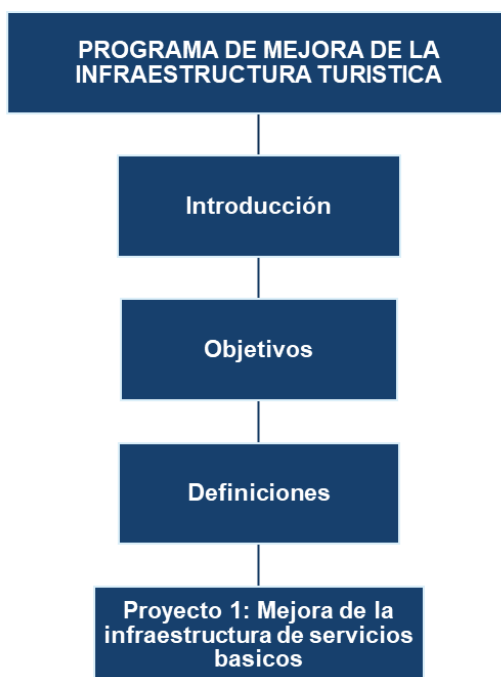
EQUIPO, MATERIALES E INSUMOS	CANTIDAD
Plumones	8
Resmas de papel bond	9
Panel Solar	3

Fuente: Elaboración Propia

E. PROGRAMA DE MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA

Para el desarrollo del presente programa de mejora de la infraestructura turística, se seguirá la siguiente metodología:

Ilustración 290: Esquema del programa de mejora de la infraestructura turística



Fuente: Elaboración Propia

Introducción

La mejora de la infraestructura turística juega un papel clave para hacer más atractivos y accesibles los destinos al contar con buenas instalaciones no solo facilita que los turistas lleguen a los sitios, sino que también asegura que su visita sea cómoda y segura, es importante enfocarse en mejorar servicios básicos, optimizar las vías de acceso y cuidar los recursos turísticos, estas acciones no solo elevan la satisfacción de los visitantes, sino que también impulsan el desarrollo económico de la comunidad y garantizan la sostenibilidad del a largo plazo.

Objetivos

Objetivo General

Implementar un conjunto de acciones que mejoren la infraestructura física, el acceso y la sostenibilidad de los destinos turísticos.

Objetivos Específicos

1. Garantizar la disponibilidad de servicios sanitarios, áreas de descanso, y manejo eficiente de residuos en los destinos turísticos.
2. Optimizar los caminos y carreteras que conectan los destinos turísticos, asegurando un acceso seguro y eficiente.
3. Proteger los recursos naturales y culturales que son fundamentales para el atractivo turístico, implementando prácticas de conservación y sostenibilidad.

1. Proyecto 1: Mejora de la infraestructura de servicios básicos

Mejorar la infraestructura de servicios básicos en destinos turísticos seleccionados, garantiza un ambiente adecuado para los turistas, generando un ambiente adecuado para la sostenibilidad y desarrollo del sector turístico en la región.

a) Análisis de la Situación Actual

Diagnóstico de las Infraestructuras Actuales

Actualmente, los destinos turísticos de los distritos enfrentan varias deficiencias en cuanto a infraestructura de servicios básicos:

- **Baños Públicos:** Existen insuficientes unidades, y las instalaciones actuales suelen estar deterioradas, con problemas de limpieza, acceso al agua y mantenimiento deficiente.
- **Áreas de Descanso:** Escasez de áreas acondicionadas para el descanso de los turistas, y las existentes carecen de mobiliario adecuado y suficiente sombra o protección.
- **Señalización y Accesibilidad:** La señalización en las zonas turísticas es limitada, con falta de inclusión para turistas que no hablan español.

b) Propuesta de Mejora de la Infraestructura

(1) Baños Públicos

Se propone la construcción de nuevos módulos de baños públicos en áreas de alta concurrencia turística, con diseño moderno que incorpore medidas de ahorro de agua y energía. Además, se plantea la rehabilitación de los baños existentes con materiales de alta durabilidad y sistemas de mantenimiento fáciles de operar.

Especificaciones:

- **Tecnología:** Sistemas de ahorro de agua (grifería y cisternas de bajo consumo).
- **Accesibilidad:** Adecuación de baños para personas con discapacidad.

(2) Áreas de Descanso

La creación de áreas de descanso es esencial para mejorar la comodidad de los turistas, especialmente en zonas con rutas largas de caminata o espera. Estas áreas contarán con bancas cómodas, techos para protección solar y sistemas de iluminación eficiente para la seguridad nocturna.

Especificaciones:

- Materiales: Mobiliario de alta resistencia, preferiblemente fabricado con materiales reciclados o sostenibles.
- Ubicación: Instalación de áreas en puntos estratégicos de mayor afluencia de turistas.
- Seguridad: Incorporación de sistemas de iluminación LED alimentados por energía solar.

(3) Señalización y Accesibilidad

La mejora de la señalización es clave para orientar a los visitantes y garantizar su seguridad. Se instalarán señales visibles y claras en varios idiomas, con información turística y de orientación.

Especificaciones:

- Señales bilingües: En español e inglés, además de pictogramas internacionales.

c) Requerimientos para el proyecto

Consumibles

Tabla 379 suministro adicional del proyecto Mejora de la infraestructura de servicios básicos

Material	Cantidad	Especificaciones
Paquete Higiénico 18 rollos	12 paquete/año	Distribuidos en los módulos de baños públicos para mantener la limpieza y comodidad.
Paquetes de 10 bolsa	30 paquetes /año	Para mantener la limpieza en áreas de descanso, baños y áreas de alta concurrencia turística.
Jabón líquido	20 galones/año	Distribuido en los baños públicos para garantizar la higiene adecuada.

Fuente: Elaboración Propia

Infraestructura y señales.

Tabla 380 requerimiento del proyecto Mejora de la infraestructura de servicios básicos

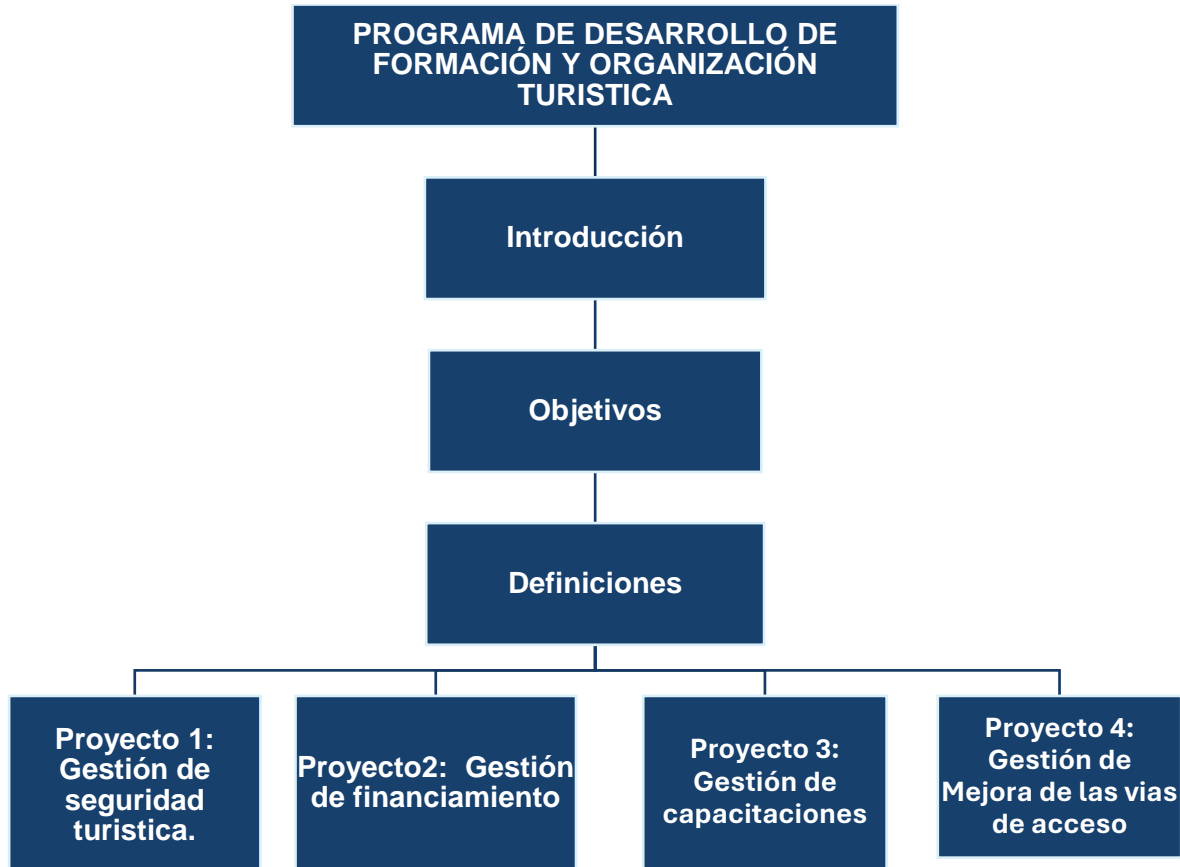
Concepto	Diseño	Costo Unitario Estimado	Cantidad	Especificaciones
Baños Públicos		\$1,425	5 módulos	Tecnología de ahorro de agua Accesibilidad para personas con discapacidad.
Áreas de descanso		\$530	4 áreas	Bancas resistentes, techos de protección solar, iluminación LED con energía solar, ubicadas en zonas de alta afluencia.
Señalización Bilingüe		\$4.25	15 señales	Bilingües (español e inglés) con pictogramas internacionales, instaladas en puntos estratégicos, incluyendo accesibilidad para personas con discapacidad.

Fuente: Elaboración Propia

F. PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA COOPERACIÓN ENTRE INSTITUCIONES

El desarrollo del programa de gestión de la cooperación entre instituciones se representa a través del siguiente esquema:

Ilustración 291: Programa de desarrollo de formación y organización turística



Fuente: Elaboración Propia

Introducción

Es importante poder gestionar el apoyo de diversas instituciones en la realización del plan de desarrollo turístico, puesto que al obtener apoyo se logra recibir apoyo tanto financiero como económico, los cuales se vuelven importantes al momento de que se heche a andar el programa, en el caso de la gestión de financiamiento, es importante saber identificar cuáles son las instituciones que apoyan al sector turismo y brindan apoyo a este tipo de programas, además es importante gestionar el apoyo en seguridad turística con la institución correspondiente, en el caso de El Salvador, es la policía de turismo (POLITUR), además con el fin de que se obtenga información actualizada y fiable se debe gestionar capacitaciones con las entidades adecuadas para que el personal que se vea involucrado, cuente con los conocimientos adecuados para desempeñar sus funciones, por otra parte es importante gestionara con la construcción y mantenimiento de la infraestructura turística de los distritos, puesto que estas inversiones por lo general son grandes y se necesita apoyo de las instituciones correspondientes que se encargan de generar este tipo de infraestructura a nivel nacional.

Objetivos del programa

Objetivo general

Determinar las principales instituciones de financiamiento que brindan apoyo con la inversión para el plan de desarrollo turístico sostenible, como también las instituciones que brindan apoyo en temas de seguridad turística, infraestructura turística y capacitaciones en el medio turístico.

Objetivos específicos:

- Solicitar el apoyo de la POLITUR con respecto al servicio de seguridad a los turistas durante su visita en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.
- Plantear los pasos a seguir para gestionar capacitaciones en el ámbito de turismo.
- Determinar las instituciones que pueden apoyar en la infraestructura turística.
- Conocer las instituciones que podrían brindaran recursos financieros para la implementación del plan de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

1. Proyecto 1: Gestión de seguridad turística

La seguridad turística contribuye directamente a la experiencia del turista. Ya que un turista que se siente seguro y protegido es más propenso a disfrutar plenamente de su viaje, explorar con confianza y sumergirse en la cultura local. Por el contrario, la falta de seguridad puede generar estrés, ansiedad e incluso llevar a la interrupción prematura del viaje. Por lo cual los servicios de la POLITUR son necesarios para poder llevar a cabo el proyecto dado que ha sido creada y especializada para asistir a la ciudadanía en materia de seguridad turística.

Servicios que ofrece la POLITUR

- Escoltas turísticos.
- Asistencia a guías turísticos.
- Capacitación en seguridad turística.
- Seguridad en eventos turísticos.
- Seguridad para circuitos turísticos.

Además, POLITUR también cuenta con equipo logístico para brindar un servicio de calidad como:

- Motos acuáticas.
- Cuatrimotos.
- Lanchas de navegación.
- Equipo rapel y montañismo
- Equipo de motociclismo y ciclismo.
- Equipo de buceo.
- Equipo automotor con piñón de montaña.
- Equipo para acampar.

Procedimiento para coordinar seguridad con POLITUR

1. El responsable del área de operaciones y logística debe definir los requerimientos mensuales de agentes de la POLITUR, estableciéndose que será necesario un agente por cada circuito. Estos requerimientos se determinan en función de la planificación mensual del servicio, considerando los factores de estacionalidad.
2. Se redacta una solicitud dirigida al Departamento de Operaciones Zonas Turísticas, solicitando el apoyo necesario según los requerimientos de la junta. La solicitud debe ser emitida por la unidad de turismo.

3. Se coordina el transporte para recoger al agente asignado al recorrido, y la unidad de turismo cubrirá los costos de su alimentación y alojamiento mientras esté en servicio.
4. Si es necesario, se debe anexar a la solicitud la necesidad de equipo adicional. Los agentes de POLITUR ya cuentan con equipo completo para acompañar cualquier tipo de recorrido turístico, ya sea de montaña (como rappel y equipo de rescate vertical) o acuático (motos acuáticas y equipo de buceo), entre otros.
5. Se coordina con MITUR la asignación de un agente para cada recorrido, según el circuito planificado. Esta gestión es realizada previamente por el responsable del área de operaciones y logística de la unidad de turismo.
6. Debido a la planificación anticipada de las actividades que requieren el apoyo de los agentes de POLITUR, las gestiones se realizarán con la suficiente antelación para garantizar que todas las actividades turísticas del municipio cuenten con la presencia de los agentes de POLITUR.

a) Requerimientos para el proyecto de gestión seguridad turística

Tabla 381: Recurso humano par gestión de seguridad turística

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Encargado de gestión	1

Fuente: Elaboración Propia

Esta gestión deberá ser realizada por el comité de desarrollo turístico, por lo que no será necesario contratar a una persona que se dedique exclusivamente a gestionar la seguridad, el equipo, material e insumos que implica la colaboración por parte de POLITUR, se encuentra contemplado en el Programa de Desarrollo de productos turísticos.

2. Proyecto 2: Gestión de Financiamiento

El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una empresa o persona para utilizar en un proyecto o negocio, es decir, recursos como dinero y crédito para que pueda ejecutar sus planes, para el caso del plan de desarrollo turístico sostenible se buscaran instituciones que apoyen al turismo y proporcionen las mejores tasas de interés para la realización de este tipo de planes.

A continuación, se presentan las instituciones que podrían servir como fuentes de financiamiento:

BANDESAL

Es la entidad encargada de manejar el Fondo Salvadoreño de Garantías, el cual es un programa creado para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas en El Salvador, facilitándoles acceso a financiamiento mediante la emisión de garantías parciales.

Requisitos para obtener financiamiento

1. La empresa solicitante debe demostrar viabilidad en su proyecto, con un análisis que justifique el financiamiento solicitado.
2. BANDESAL colabora con entidades financieras intermediarias, y el solicitante debe pasar por el proceso de evaluación de crédito de estas instituciones.
3. Se deberá presentar la documentación requerida por la entidad financiera, que puede incluir estados financieros, plan de negocios y cualquier otra información pertinente.

Además, el fondo funciona como garantía en aquellos casos donde las empresas no pueden presentar colaterales suficientes. Las MIPYMES pueden aprovechar el FSG solicitando asesoría y orientación a través de BANDESAL y las instituciones financieras colaboradoras para conocer los detalles del proceso y cumplir con los requisitos específico

CONAMYPE

Es una entidad gubernamental de El Salvador que se dedica a promover y apoyar el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el país, su misión es fortalecer el emprendimiento y la competitividad de este sector a través de programas de capacitación, asesoría técnica, financiamiento y otras iniciativas que fomentan la sostenibilidad y el crecimiento económico.

Esta institución cuenta con los siguientes programas que pueden ser alternativas para el financiamiento:

- **Programa Nacional de Emprendimiento “Juventud Emprende”**

El Programa Nacional de Emprendimiento “Juventud Emprende” es una iniciativa impulsada por CONAMYPE en El Salvador, destinada a apoyar a jóvenes emprendedores de entre 18 y 35 años en la creación y fortalecimiento de sus proyectos empresariales, reconociendo que el emprendimiento joven es una pieza fundamental para el crecimiento económico y la innovación en el país, este programa ofrece un entorno donde los participantes pueden

desarrollar habilidades empresariales, obtener asesoría profesional y conectarse con redes de apoyo.

Dentro de los beneficios del programa, los emprendedores reciben acompañamiento para crear empresas sostenibles, formación en temas clave de emprendimiento, y apoyo en la gestión de financiamiento.

Requisitos para obtener financiamiento

1. Tener entre 18 y 35 años.
 2. Poseer una idea de negocio o estar operando un negocio con menos de tres años de actividad.
 3. Contar con el Documento Único de Identidad (DUI) y Número de Identificación Tributaria (NIT).
 4. Preferiblemente tener formación académica mínima de bachillerato.
 5. Los emprendimientos deben orientarse a sectores como la manufactura, turismo, agroindustria, o servicios empresariales, entre otros.
- **Lina de productividad BID**

La Línea de Productividad BID de CONAMYPE es una iniciativa en colaboración con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que busca mejorar la competitividad y productividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en El Salvador, este programa ofrece acceso a financiamiento favorable, especialmente diseñado para inversiones productivas en sectores estratégicos, el programa brinda apoyo mediante créditos a mediano y largo plazo, facilitando a las MIPYMES la adquisición de tecnología, infraestructura y otros recursos esenciales para incrementar su capacidad productiva.

Requisitos para participar

Para participar en la Línea de Productividad BID de CONAMYPE, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) deben cumplir ciertos requisitos generales, aunque estos pueden variar ligeramente dependiendo del sector y el tipo de proyecto. A continuación, se describen los requisitos básicos:

1. La MIPYME debe estar formalmente constituida y registrada, con la documentación legal correspondiente, como el Número de Identificación Tributaria (NIT) y el Registro de Comercio.

2. El proyecto debe estar orientado a mejorar la productividad, esto incluye inversiones en tecnología, infraestructura, y otros activos productivos que permitan aumentar la capacidad de producción de la empresa.
3. Se da prioridad a empresas ubicadas en zonas de alta marginación o aquellas lideradas por mujeres.
4. La empresa debe demostrar capacidad para cumplir con las obligaciones financieras del crédito, para lo cual se realiza un análisis de su situación financiera.
5. Puede requerirse información como estados financieros, plan de negocios, y otros documentos que respalden la viabilidad del proyecto.

MITUR

El Ministerio de Turismo (MITUR) de El Salvador es la entidad gubernamental encargada de la planificación, coordinación, y ejecución de políticas relacionadas con el turismo en el país, su misión principal es promover el desarrollo del turismo como un sector estratégico para el crecimiento económico y el bienestar social de El Salvador, la alternativa de financiamiento que ofrece esta institución es el siguiente.

- **Fondo de cooperación y oportunidades de financiamiento para el desarrollo de Turismo sostenible**

El Fondo de Cooperación y Oportunidades de Financiamiento para el Desarrollo de Turismo Sostenible del MITUR está diseñado para promover iniciativas que fomenten el turismo responsable y sostenible en El Salvador. Este fondo ofrece apoyo financiero a proyectos que busquen fortalecer la infraestructura turística, mejorar los servicios, y contribuir a la conservación del medio ambiente.

Requisitos para Obtener Financiamiento

1. Debe presentarse un proyecto bien estructurado que detalle los objetivos, actividades, y resultados esperados.
2. Los proyectos deben ajustarse a las normativas ambientales y de desarrollo sostenible establecidas en el país.
3. Es importante demostrar la viabilidad económica del proyecto, incluyendo un análisis de costos y beneficios.

4. Incluir la documentación pertinente que respalde la propuesta, como licencias, permisos y otros documentos legales necesarios.
5. El proyecto debe mostrar cómo contribuirá al desarrollo social y económico de la comunidad donde se implementará.

BANCO HIPOTECARIO

El Banco Hipotecario de El Salvador es una institución financiera estatal que brinda servicios de banca comercial y de desarrollo, especialmente orientada a apoyar a emprendedores, microempresas, y PYMES. Ofrece una gama de productos financieros, incluyendo créditos y servicios bancarios, con un enfoque especial en sectores como agricultura, comercio, y turismo.

Una de las alternativas de financiamiento que ofrece esta institución es:

- **Línea de crédito Surf City**

Esta línea fue diseñada para apoyar el desarrollo del sector turístico, especialmente en la zona costera del país, como parte de la iniciativa Surf City, está dirigida a emprendedores, microempresas, y pequeñas y medianas empresas (PYMES) que deseen invertir en turismo y servicios relacionados.

Requisitos para obtener financiamiento

1. Ser emprendedor, microempresario o pertenecer a una pequeña o mediana empresa.
2. Demostrar experiencia o interés en proyectos turísticos, especialmente aquellos ubicados en la zona costera de El Salvador.
3. Presentar un plan de negocio o proyecto detallado que describa el uso de los fondos y los objetivos de desarrollo turístico.
4. Evidencias de permisos y licencias requeridas para operar, si aplica.
5. Estados financieros de los últimos años (según el tamaño de la empresa).
6. Declaración de impuestos actualizada y documentación que demuestre la capacidad de pago.
7. Someterse a una evaluación de solvencia y viabilidad financiera realizada por el Banco Hipotecario.

a) Requerimientos para el proyecto de gestión financiamiento

Tabla 382: Requerimiento de Recurso humano para gestión de financiamiento

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Encargado de gestión	1

Fuente: Elaboración Propia

Esta gestión deberá ser realizada por la unidad de turismo, por lo que no será necesario contratar a una persona exclusivamente para que realice la gestión de financiamiento, dicha persona utilizara los equipos que se encuentran dentro de la unidad de turismo, por lo que no será necesario adquirir equipo extra para desarrollar este proyecto, solamente los siguientes insumos

Tabla 383: Insumos necesarios para gestión de financiamiento

INSUMOS	
CONCEPTO	CANTIDAD
Galones de combustible para vehículo	25
Resma de papel bond	2

Fuente: Elaboración Propia

3. Proyecto 3: Gestión de capacitaciones

Dentro del Plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, se contempla el brindar formación turística a emprendedores, personas que poseen su negocio activo, y residentes de los distritos que aspiran a ser guías turísticos de dichos distritos, los contenidos en los que se propone capacitarlos se describen dentro del proyecto de formación turística, que forma parte del programa de formación y organización turística.

a) Instituciones con las que se debe gestionar las capacitaciones

A continuación, se propondrán las instituciones con las que se debe gestionar el apoyo con las capacitaciones

Tabla 384: Tipo de apoyo que se puede gestionar con CONAMYPE

CONAMYPE	
Tipo de capacitación a solicitar	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación sobre como iniciar o administrar una empresa • Capacitación en atención al cliente • Capacitación en calidad de servicio.
Descripción	Jornadas de formación grupal, dirigida empresas, personas emprendedoras o personas que ya cuentan con su negocio establecido.
Proceso para solicitar el servicio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El servicio se puede solicitar por medio de correo electrónico, vía telefónica o acercándose a las oficinas de CONAMYPE. 2. Llena solicitud para capacitación. 3. Esperar respuesta

	4. Recibir respuesta y fecha de inicio.
--	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 385: Tipo de apoyo que se puede gestionar con CDMYPE

CDMYPE	
Tipo de capacitación a solicitar	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación en atención al turista Capacitación en calidad de servicio.
Descripción	El CDMYPE brinda capacitaciones enfocadas a fortalecer las habilidades y herramientas de atención al cliente.
Proceso para solicitar el servicio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redactar carta formal de solicitud 2. Adjuntar documentación que respalde la necesidad de la capacitación. 3. Enviar solicitud 4. Realizar seguimiento y esperar respuesta.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 386: Tipo de apoyo que se puede gestionar con MITUR

CORSATUR	
Tipo de capacitación a solicitar.	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación de guía turístico
Descripción	CORSTATUR brinda capacitaciones a personas que desean formarse como guías turísticos.
Proceso para solicitar el servicio.	<ol style="list-style-type: none"> 1- Redactar carta formal de solicitud 2- Adjuntar documentación que respalde la necesidad de la capacitación. 3- Enviar solicitud 4- Realizar seguimiento y esperar respuesta.

Fuente: Elaboración Propia

b) Requerimientos para el proyecto de gestión de capacitación.

Tabla 387: Recurso humano para gestión de capacitaciones

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Encargado de gestión	1

Fuente: Elaboración Propia

Esta gestión deberá ser realizada por la unidad de turismo, por lo que no será necesario contratar a una persona para que se encargue exclusivamente de la gestión de capacitación, el equipo,

material e insumos necesarios para llevar a cabo las capacitaciones, se encuentra contemplado dentro de proyecto de formación turística, y los gastos en los que se incurre para mandar las solicitudes, están implícitos en los requerimientos de insumos para la unidad de turismo.

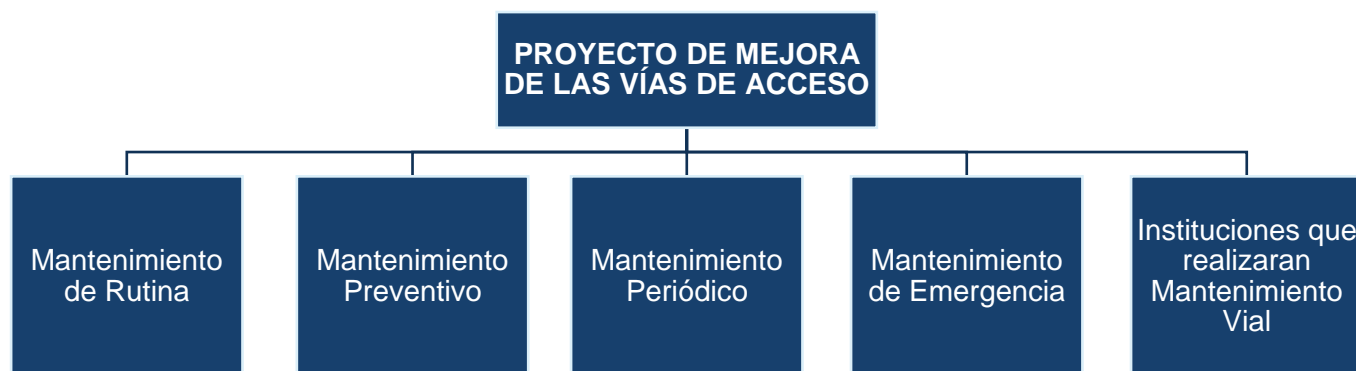
4. Proyecto 4: Gestión de Mejora de las vías de acceso

Objetivo

Mejorar y conservar las vías de acceso en San Luis Talpa y San Pedro Masahuat mediante un plan de mantenimiento vial a corto, mediano y largo plazo. Para prevenir el deterioro de las carreteras, garantizando la seguridad y comodidad para residentes y visitantes.

Para llevar a cabo el Proyecto de mejora de las vías de acceso, se empleará la siguiente metodología:

Ilustración 292: Metodología para proyecto de mejora de las vías de acceso



Fuente: Elaboración Propia

a) Mantenimiento de Rutina

El mantenimiento de rutina es esencial para prevenir el deterioro inicial de las carreteras y garantizar su operatividad continua, este tipo de mantenimiento se realiza regularmente a lo largo del año y está orientado a la preservación básica de las vías, sus actividades están enfocadas en la limpieza y el mantenimiento básico que evita que pequeños problemas se conviertan en daños mayores.

Actividades:

- Limpieza de zanjas y alcantarillas para asegurar un drenaje eficiente, evitando la acumulación de agua que puede dañar la estructura vial.

- Reparación y limpieza de la señalización vertical, garantizando la visibilidad y seguridad para los usuarios.
- Relleno de baches y reparación de superficies para mantener una calzada uniforme y segura.
- Repintado de señalización horizontal para asegurar la correcta guía y advertencia a los conductores.
- Limpieza de escombros y deslizamientos menores, que podrían obstruir el tráfico o dañar la carretera.

Frecuencia:

Se recomienda realizar este mantenimiento de 3 a 4 veces al año en intervalos regulares, ajustándose según las condiciones climáticas y el uso de las vías.

b) Mantenimiento Preventivo

El mantenimiento preventivo es una medida proactiva que se realiza antes de la temporada de lluvias, con el objetivo de minimizar los daños que las precipitaciones pueden causar en las infraestructuras viales, este tipo de mantenimiento se enfoca en preparar las vías para enfrentar condiciones climáticas adversas, reduciendo así el riesgo de emergencias y daños graves.

Actividades:

- Limpieza de zanjas y alcantarillas para evitar que se obstruyan durante las lluvias, lo que podría causar inundaciones y erosión.
- Limpieza de los pilotes de los puentes para asegurar que no haya acumulación de residuos que puedan comprometer la estabilidad de la estructura.
- Limpieza de ríos y torrentes cercanos a las vías, reduciendo el riesgo de desbordamientos que puedan afectar las carreteras.

Frecuencia:

Se recomienda realizar este tipo de mantenimiento una vez al año, preferiblemente justo antes del inicio de la temporada de lluvias.

c) Mantenimiento Periódico

El mantenimiento periódico se enfoca en intervenciones más profundas que son necesarias para extender la vida útil de las carreteras, este tipo de mantenimiento se realiza cada pocos años y está diseñado para abordar el desgaste acumulado que no puede ser corregido con el mantenimiento de rutina.

Actividades:

- Reconformación y nivelación de plataformas para corregir cualquier deformación que haya ocurrido en la calzada con el tiempo.
- Sellado y refuerzo de asfalto, aplicando capas adicionales para proteger la superficie existente y mejorar su durabilidad.
- Sustitución de escombros en las áreas donde el pavimento esté más deteriorado, asegurando una base sólida para la carretera.

Frecuencia:

Este mantenimiento se realiza aproximadamente cada 5 años, dependiendo de las condiciones de las vías y el tráfico que soporten.

d) Mantenimiento de Emergencia

El mantenimiento de emergencia es una respuesta rápida y efectiva a situaciones imprevistas que ocurren principalmente durante la temporada de lluvias o tras eventos climáticos extremos. Este tipo de mantenimiento es crítico para garantizar la seguridad de los usuarios y la continuidad del tráfico en situaciones de emergencia.

Actividades:

- Limpieza inmediata de deslizamientos de tierra que puedan bloquear o dañar las carreteras, restaurando la accesibilidad lo antes posible.
- Reparación urgente de la plataforma de la carretera y estabilización de taludes para evitar colapsos que puedan poner en peligro a los usuarios.

Frecuencia:

Este mantenimiento se realiza según sea necesario, en respuesta a emergencias que ocurren en las vías.

e) Instituciones que realizaran Mantenimiento Vial

FOVIAL (Fondo de Conservación Vial): Esta institución es responsable de la conservación y mantenimiento de la red vial del país, incluyendo carreteras pavimentadas y no pavimentadas. FOVIAL se encarga de actividades como bacheo, recarpeteo, señalización vial, y la remoción de escombros tras desastres naturales.

A continuación, se presentan las actividades que realiza esta institución.

Mantenimiento Rutinario:

- **Vías Pavimentadas:**
 - Bacheo y bacheo nocturno.
 - Perfilado de la carpeta asfáltica.
 - Señalización horizontal (pintura y viales)
- **Vías No Pavimentadas:**
 - Conformación de calzada.
 - Colocación de capa de balasto y terraplenes.
 - Construcción de cunetas.
- **Mantenimiento Periódico:**
 - Recarpeteo.
 - Intervención de la base y estructura de calle.
 - Colocación y perfilado de carpeta asfáltica.
 - Señalización vial y reciclaje de pavimentos.

Plan de Prevención y Mitigación de Emergencias:

- Remoción de árboles caídos y derrumbes.
- Atención y supervisión de puentes dañados por lluvias.
- Atención de cárcavas, hundimientos, e inundaciones.

MOP (Ministerio de Obras Públicas y Transporte): Este ministerio supervisa la infraestructura vial en El Salvador, incluyendo la construcción, ampliación y mantenimiento de carreteras y puentes.

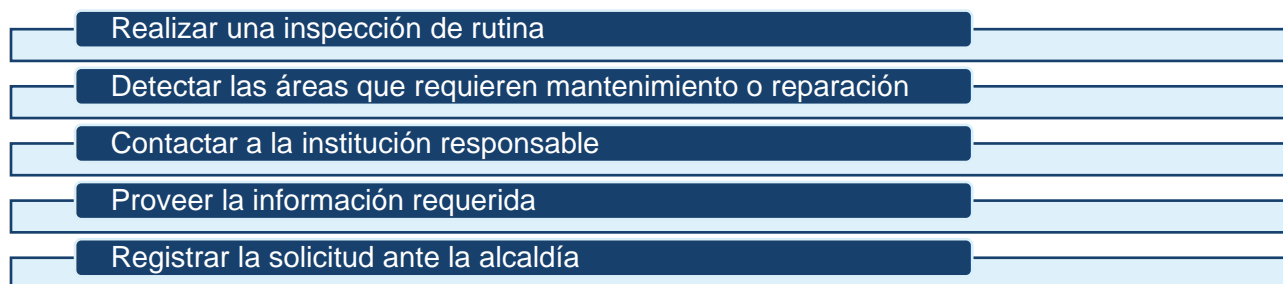
- **Construcción y Mantenimiento de Infraestructura Vial:**
 - Ampliación y mantenimiento de carreteras.
 - Reparación y construcción de puentes.
 - Mejoramiento de caminos rurales.
- **Proyectos Específicos:**
 - Desarrollo de grandes proyectos de infraestructura, como el viaducto en la carretera Los Chorros.
 - Inversiones en carreteras, calles y caminos rurales, y obras de mitigación

DOM (Dirección Nacional de Obras Municipales): La DOM es responsable de la ejecución de proyectos de infraestructura a nivel municipal en El Salvador, centrados en mejorar las condiciones de vida a través de obras clave.

- **Construcción y Mantenimiento de Infraestructura Vial:**
 - Rehabilitación y mantenimiento de calles urbanas y rurales.
 - Instalación de sistemas de drenaje y obras de mitigación en las vías.
 - Uso de concreto hidráulico para mejorar la durabilidad de las vías.

f) Proceso para la solicitud de mantenimiento o reparación.

Ilustración 293: Proceso para solicitud de mantenimiento o reparación



Fuente: Elaboración Propia

Las labores de mantenimiento vial en el ámbito municipal serán gestionadas y ejecutadas principalmente por el personal de la alcaldía local. No obstante, cuando se trata de la conservación y reparación de carreteras principales o tramos viales de importancia nacional, dichas actividades serán realizadas por el Fondo de Conservación Vial (FOVIAL), el Ministerio de Obras Públicas (MOP) o la Dirección Nacional de Obras Municipales. (DOM), según corresponde. Estas entidades cuentan con la responsabilidad y los recursos necesarios para asegurar el buen estado de la infraestructura vial en El Salvador.

g) Requerimientos para el proyecto de gestión financiamiento

Tabla 388:Requerimientos de recurso humano proyecto de gestión de financiamiento

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Encargado de gestión	1

Fuente: Elaboración Propia

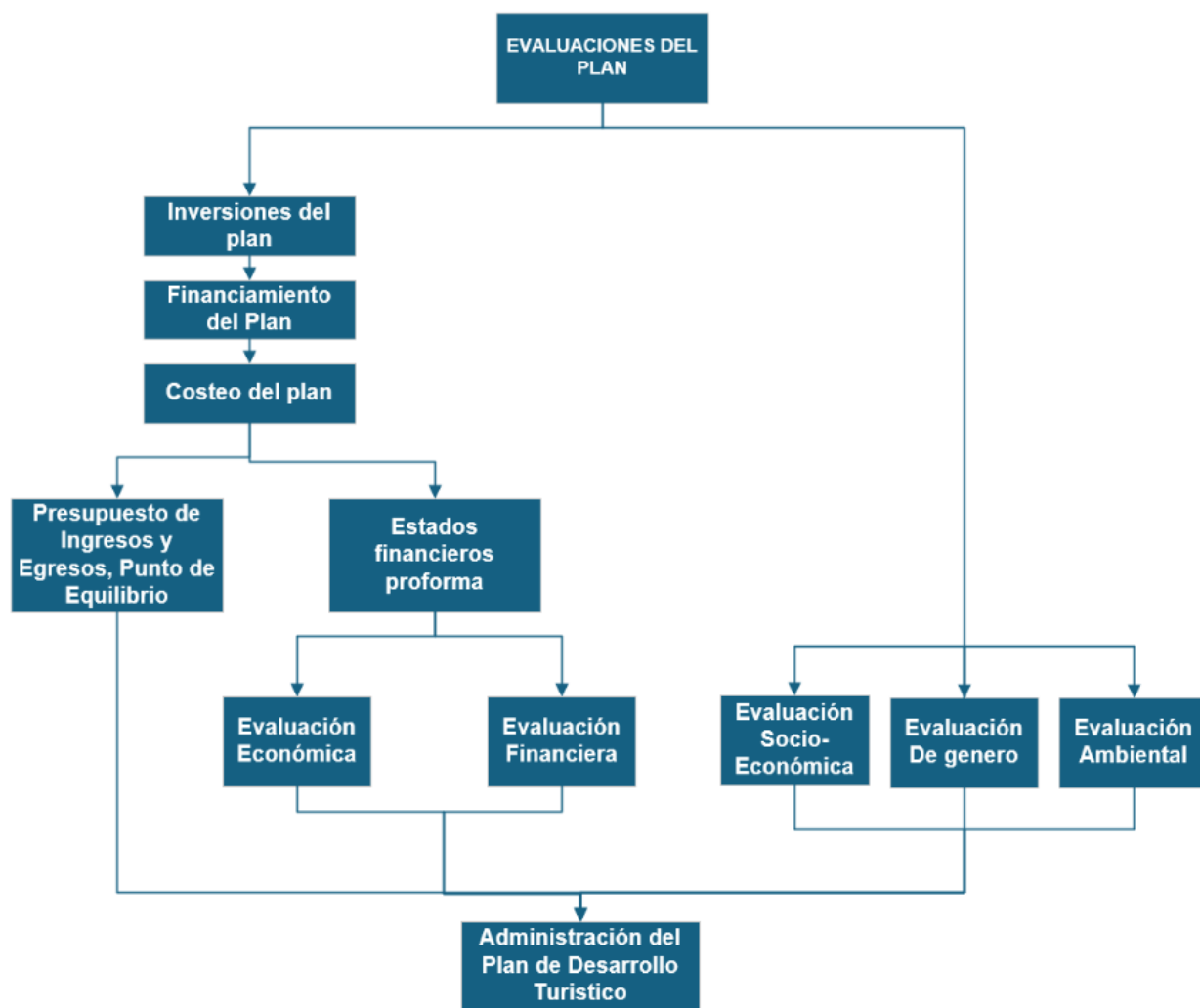
Esta gestión deberá ser realizada por la unidad de turismo, por lo que no será necesario contratar a una persona exclusivamente para que realice la gestión de mejora de vías de acceso, dicha persona utilizara los insumos y equipos que se encuentran dentro de la unidad de turismo, por lo que no será necesario adquirir equipo extra para desarrollar este proyecto.

CAPITULO VII

EVALUACIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

A. METODOLOGIA DE LA ETAPA

Ilustración 294: Esquema de metodología de la etapa

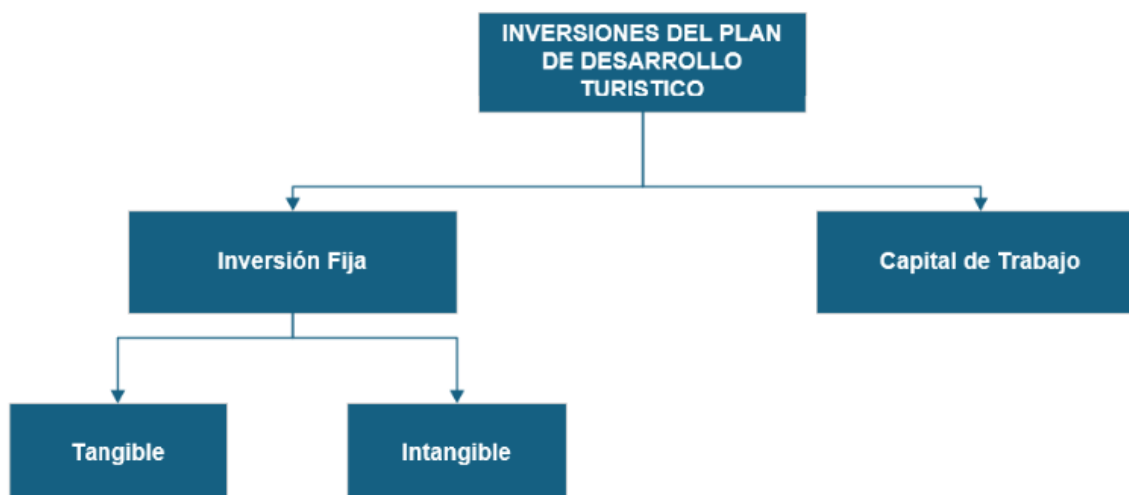


Fuente: Elaboración Propia

B. INVERSIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

1. Metodología

Ilustración 295: Metodología de inversiones del plan



Fuente: Elaboración Propia

Las inversiones del plan incluyen todos los gastos necesarios para adquirir los recursos y herramientas que pondrán en marcha una unidad de producción capaz de generar beneficios a lo largo del tiempo.

En pocas palabras, cualquier proyecto, ya sea del sector público o privado, necesita financiamiento. Esto implica asignar dinero y otros recursos a las actividades necesarias para comenzar a operar. Estos gastos se dividen en dos partes principales:

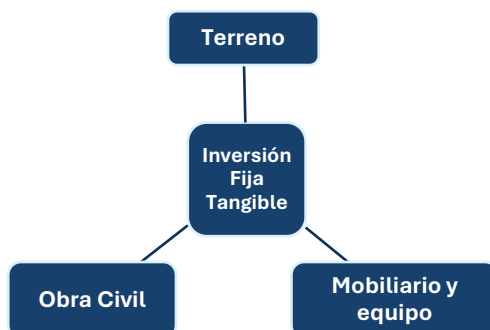
1. **Inversión fija:** Aquí se incluyen los activos físicos e intangibles que son indispensables para arrancar el proyecto, excepto el capital de trabajo.
2. **Capital de trabajo:** Son los recursos necesarios para cubrir los gastos operativos una vez que el plan está en funcionamiento.

Por lo tanto, la inversión total del plan se compone de todo lo necesario para empezar y operar, desde los activos iniciales hasta los fondos para mantener las operaciones en marcha, a continuación, se procederá a describir estas inversiones.

2. Inversión fija tangible

La inversión fija incluye todos aquellos bienes que la Asociación no utiliza para transacciones habituales, estos bienes se obtienen en la fase inicial del proyecto, específicamente durante la etapa de instalación, y están destinados a ser empleados durante toda su vida útil, dentro de esta inversión se incluyen.

Ilustración 296: Componentes de inversión fija tangible



Fuente: Elaboración Propia

a) Terreno

Hace referencia a la compra de terreno para utilizarlo dentro del proyecto, para el caso del plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, no se realizará compra de terreno, por lo que no se incurrirá en inversiones de este tipo.

b) Obra Civil

Dentro de este rubro se contempla las actividades de construcción de la infraestructura que se requiere dentro de cada proyecto, contemplado dentro del plan de desarrollo, a continuación, se presenta una tabla en la que se plasman los costos estimados para la obra civil, los cuales fueron calculados con la ayuda de un arquitecto, además se presenta la manera en que se asumirán los costos de obra civil.

Tabla 389: Inversiones de obra civil

OBRA CIVIL	CANTIDAD	INVERSIÓN	TOTAL
INFRAESTRUCTURA TURISTICA			
Pasarela peatonal en rio Sepaquiapa	1	\$28,000.00	\$28,000.00
Baños del tipo seco	3	\$2,400.00	\$7,200.00
Plancha de Cemento Gruta del Cristo Negro	1	\$10,500.00	\$10,500.00
Mirador Cerro El Tacuazín	1	\$11,500.00	\$11,500.00

Asiento Circular Cerro el Tacuazín	1	\$5,500.00	\$5,500.00
Iluminación Playa San Marcelino	1	\$1,130.00	\$1,130.00
Vestidores en Playa San Marcelino	1	\$450.00	\$450.00
Kiosko informativo	2	\$5,000.00	\$10,000.00
TOTAL			\$74,280.00
SEÑALIZACIÓN			
Rotulo Referencial	8	\$20.00	\$160.00
Rotulo de Bienvenida	8	\$45.00	\$360.00
Rotulo Informativo	3	\$36.00	\$108.00
Señales preelaboradas	80	\$3.80	\$304.00
TOTAL			\$932.00
MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA			
Baños Públicos	5	\$1,425.00	\$7,125.00
Áreas de descanso	4	\$530.00	\$2,120.00
Señalización Bilingüe	15	\$4.25	\$63.75
TOTAL			\$9,308.75
TOTAL			\$84,520.75

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a la inversión presentada dentro de la tabla, la inversión de obra civil se plantea de manera que se gestione apoyo con la DOM para que esta pueda aportar con la infraestructura turística que representa una mayor inversión, como lo son el puente peatonal en el río Sepaquiapa, la construcción de la plancha de cemento frente a la gruta del cristo negro, el mirador del cerro el tacuazín y el asiento circular en dicho cerro.

Tabla 390: Distribución de inversión de obra civil

INVERSOR	TOTAL	%
ALCALDIA	\$32,400.75	38.33%
DOM	\$52,120.00	61.67%
TOTAL	\$84,520.75	100%

Fuente: Elaboración Propia

c) Mobiliario y equipo

Dentro de este apartado se contemplan el mobiliario, equipo e instrumentos que deben ser adquiridos para realizar la prestación de los servicios contemplados dentro del plan, a continuación, se presenta el estimado de la inversión para la adquisición del mobiliario y equipo a utilizar dentro de cada programa del plan de desarrollo turístico sostenible, el lugar donde fueron cotizados se puede encontrar en los anexos.

Tabla 391: Inversiones de mobiliario y equipo

PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS			
Mobiliario y equipo	Cant. Total	Cost.Unit.	Costo total
Botiquín	3	\$175.00	\$525.00
Chaleco Salvavidas	30	\$35.00	\$1,050.00
Stand de Bienvenida	1	\$90.00	\$90.00
TOTAL			\$1,665.00
PROGRAMA DE FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURISTICA			
Sillas Plásticas	30	\$6.50	\$195.00
Mesas rectangulares plástica	21	\$30.00	\$630.00
Pizarra	1	\$60.00	\$60.00
Proyector	1	\$450.00	\$450.00
Impresora multifuncional	3	\$250.00	\$750.00
Silla ejecutiva	3	\$125.00	\$375.00
Escritorio Personal	3	\$120.00	\$360.00
Archivero 5 gavetas	1	\$100.00	\$100.00
Computadoras (LAPTOP)	5	\$750.00	\$3,750.00
Sillas de espera	28	\$50.00	\$1,400.00
Basureros tipo papelera	5	\$8.00	\$40.00
Teléfono Celular	1	\$325.00	\$325.00
Panel Solar	3	\$330.00	\$990.00
TOTAL			\$9,425.00
TOTAL			\$11,090.00

▪ **Resumen de inversión fija tangible**

Tabla 392: Consolidado de inversión fija tangible

CONSOLIDADO DE INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	
CONCEPTO	MONTO
Terreno	\$0.00
Obra Civil	\$84,520.75
Mobiliario y Equipo	\$11,090.00
TOTAL	\$95,610.75

Fuente: Elaboración Propia

3. Inversión fija intangible

Dentro del apartado de inversión intangible, se colocan el total de gastos en los que se incurre en la preparación y legalización del plan, estos son los siguientes:

Ilustración 297: Componentes de inversión fija tangible



Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se describe cada uno de estos rubros

a) Investigación y estudios previos

Dentro de este apartado se colocan los costos en que se incurre en las investigaciones realizadas previas a ejecutar el plan, dichos costos se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 393: Costos de estudios previos

RECURSOS HUMANOS (HONORARIOS)				
ACTIVIDADES	HORAS	NUMERO DE INTEGRANTES	COSTO HORA	TOTAL
Visitar para reunirse con la contraparte	20	3	\$4.00	\$240.00
Visitas de campo a los distritos	80	3	\$4.00	\$960.00
Elaboración de Anteproyecto	125	3	\$4.00	\$1,500.00
Elaboración de Diagnostico	125	3	\$4.00	\$1,500.00
Elaboración de Diseño	125	3	\$4.00	\$1,500.00
Elaboración de Evaluaciones	125	3	\$4.00	\$1,500.00
TOTAL				\$7,200.00
MATERIALES E INSUMOS				
Concepto	Cantidad	Precio	Total	
Resma de Papel bond	10	\$5.70	\$57.00	
Botella de tinta EPSON	4	\$12.00	\$48.00	
Lapiceros	3	\$0.25	\$0.75	
Tabla apoya papel	3	\$1.50	\$4.50	
TOTAL				\$110.25

VIATICOS			
Concepto	Costo total (8 meses)	Integrantes	Total
Alimentación	\$45.00	3	\$135.00
Energía eléctrica	\$10.00	3	\$30.00
Depreciación del vehículo	\$140.00	1	\$140.00
Combustible	\$220.00	1	\$220.00
Telefonía	\$15.00	3	\$45.00
TOTAL			\$570.00
TOTAL			\$7,880.25

Fuente: Elaboración Propia

b) **Gastos para la administración del plan**

Tabla 394: Gastos para administración del plan

GASTOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL PLAN		
CONCEPTO		TOTAL
1	Obtención de permisos	\$650.00
2	Contrataciones del personal gerencial ADP	\$120.00
3	Honorarios para elaboración del balance Inicial	\$60.00
5	Instalación de mobiliario y equipo	\$90.00
6	Prueba piloto	\$850.00
7	Costos Indirectos de la administración del proyecto	\$4,466
TOTAL		\$6,236.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 395: Salarios del personal administrativo

SALARIOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO		
DÍAS TOTALES DEL PLAN	DÍAS POR MES	TOTAL, DE MESES
120	26	5.8
Concepto	Costo mensual	Costo total
Gerente de proyecto	\$1250.00	\$7,250.00
Gerente administrativo	\$750.00	\$4,350.00
Gerente de Operaciones	\$ 850.00	\$4,930.00
TOTAL		\$ 16,530.00

Fuente: Elaboración Propia

Sistema administrativo

Dentro de este apartado se considera la inversión necesaria para la adquisición de software de registro de información que permita llevar a cabo la correcta reservación y gestión de viajes.

Tabla 396: Inversión en sistemas administrativos

SISTEMAS ADMINISTRATIVOS		
CONCEPTO	CANTIDAD	TOTAL
Licencias de Microsoft	3	\$150.00
Software contable	1	\$325.00
Software para manejo de reservaciones y registro de visitas	1	\$150.00
TOTAL		\$625.00

Fuente: Elaboración Propia

Capacitación de personal administrativo y operativo

Dentro de este apartado se incluyen la capacitación del personal operativo que permita que permita que el personal cuente con las habilidades requeridas el desarrollo del plan.

Tabla 397: Inversión en capacitación en uso de sistemas administrativos

CAPACITACIÓN DE PERSONAL	
CONCEPTO	TOTAL
Capacitación en el uso de software de reservaciones y registro de visitas.	\$325
TOTAL	\$325.00

Fuente: Elaboración Propia

c) Gastos Legales

Formación del Comité de Desarrollo Turístico

Para la formación de del CDT, se realizará una serie de reuniones con los involucrados en el sector turismo y personas del municipio que pueden formar parte de la iniciativa, la formación de la organización de la del CDT involucra gastos en papelería y refrigerios.

Tabla 398: Inversión en creación del CDT

FORMACIÓN DEL CDT	
CONCEPTO	TOTAL
Formación del Comité de Desarrollo Turístico	\$75.00
TOTAL	\$75.00

Fuente: Elaboración Propia

Registro de Marca Distrito

La inversión por realizar en el registro de marca municipio que se propone en el Plan de Desarrollo Turístico consiste en los pagos que exige el Centro Nacional de Registros y la publicación en el Diario Oficial. A continuación, se presentan los costos en los que se deberá incurrir para registrar las marcas de los distritos, ya que se registrarán ambas.

Tabla 399: Inversión en creación de marca distrito

CREACIÓN MARCA DISTRITO	
CONCEPTO	INVERSIÓN
Búsqueda de anterioridad	\$20.00
Derechos de registro	\$100.00
Publicación del Edicto en el diario	\$36.00
Compra del ejemplar diario oficial	\$1.50
Compra del ejemplar del diario	\$0.50
Manual de marca	\$50.00
Total, por distrito	\$208.00
TOTAL, EN 2 DISTRITOS	\$416.00

Fuente: Elaboración Propia

▪ Resumen de la inversión fija intangible

La inversión intangible total, se muestra a continuación

Tabla 400: Consolidado de inversión intangible

CONSOLIDADO DE INVERSIÓN INTANGIBLE	
CONCEPTO	MONTO
Investigación y estudios previos	\$7,880.25
Gastos para la administración del plan	\$6,263.00
Salarios del personal administrativo	\$16,530.00
Sistemas administrativos	\$625.00
Capacitación del personal administrativo y operativo	\$325.00
Formación del Comité de desarrollo turístico	\$75.00
Registró de marca distrito	\$416.00
Imprevistos de ADP	\$5,518.09
TOTAL	\$37,632.34

Fuente: Elaboración Propia

4. Resumen de Inversión fija

Luego de realizar el cálculo de la inversión fija tanto tangible como intangible, se presenta a continuación la tabla resumen en la que se muestra el total de inversión fija requerido.

Tabla 401: Resumen de inversión fija

RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA	
CONCEPTO	MONTO
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	
Terreno	\$0.00
Obra Civil	\$84,520.75
Mobiliario y Equipo	\$11,090.00
SUBTOTAL	\$95,610.75
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	
Investigación y estudios previos	\$7,880.25
Gastos para la administración del plan	\$6,263.00
Salarios del personal administrativo	\$16,530.00
Sistemas administrativos	\$625.00
Capacitación del personal administrativo y operativo	\$325.00
Formación del Comité de desarrollo turístico	\$75.00
Registró de marca distrito	\$416.00
Imprevistos de ADP	\$5,518.09
SUBTOTAL	\$37,632.34
TOTAL	\$133,243.00

Fuente: Elaboración Propia

5. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo incluye los recursos necesarios para que el Plan de Desarrollo Turístico pueda llevar a cabo sus actividades de organización y comercialización de productos turísticos, es decir, representa el capital adicional indispensable para poner en marcha el plan, ya que los primeros meses suelen ser cruciales, y en muchos casos, los ingresos generados no son suficientes para cubrir los costos operativos, desde el inicio, al adquirir insumos para ofrecer servicios o productos, se generan gastos, a los que se suman los salarios del personal involucrado, por dicha razón, el capital de trabajo garantiza los fondos necesarios para financiar las operaciones antes de obtener ingresos.

El capital de trabajo debe considerar aspectos como mano de obra directa e indirecta, además de los costos relacionados con la comercialización y administración, los cuales requieren desembolsos de efectivo, para calcular el monto al cual asciende el capital de trabajo se deben considerar ciertas políticas, las cuales son:

- La política de inventario de insumos
- La política de salarios, es decir el periodo de cancelación de estos.

Para el establecimiento del capital de trabajo se consideran los siguientes rubros:

Ilustración 298: Componentes del capital de trabajo



Fuente: Elaboración Propia

Para el caso particular del plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, se tomara en cuenta el capital de trabajo para 1 mes, para determinar este plazo, se realizaron iteraciones con el flujo económico, y si bien al no tener inyección de capital de trabajo el plan es rentable durante los primeros meses, se aprecia pérdidas durante los meses de menor afluencia turística, por lo que se realizó una segunda iteración, inyectando capital de trabajo, y de esta manera ya no se tienen pérdidas durante esos meses, estas iteraciones se encuentran en anexos.

a) Políticas para el establecimiento de capital de trabajo

A continuación, se definen las políticas que se utilizan al momento de operar.

Política de inventarios de insumos

Tomando en cuenta que los insumos necesarios para la operación del plan no son del tipo perecedero, la política a establecer no es rígida, pero siempre se debe mantener un stock de insumos suficientes para que la operación se lleve a cabo con normalidad, la política de compra de insumos es la siguiente:

- Insumos de oficina, al inicio de cada año.
- Insumos de publicidad, mantenimiento y seguridad 2 veces al año

Política de salarios

Para los salarios se tendrá la siguiente política.

- En el caso del personal administrativo y operativo, se realizará la cancelación de su salario mes a mes, el día 30 de cada mes.

b) Establecimiento del capital de trabajo

A continuación, se presentan los rubros que se tomaron en cuenta para determinar el capital de trabajo, el capital de trabajo a considerar será para un ciclo de operación de 1 mes, para el cálculo de este capital de trabajo, se procedió realizar la sumatoria de los costos en los que se incurre durante el primer mes, en cada uno de los proyectos y luego se dividió según el tipo de costo al que este pertenece.

(1) Costos operativos

A continuación, se presentan el resumen de los costos de operación para el inicio del plan de desarrollo turístico sostenible, para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, los cuales han sido determinados en el apartado de costeo.

Tabla 402: Costos operativos para capital de trabajo

COSTOS OPERATIVOS			
PROYECTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Diseño de circuitos turísticos		\$8,355.88	\$8,355.88
Formación turística	\$1.98		\$1.98
Sostenibilidad turística	\$6.59		\$6.59
Mejora de la infraestructura de servicios básicos	\$18.62		\$18.62
Mobiliario y equipo	\$212.31		\$212.31
Obra Civil	\$355.00		\$355.00
TOTAL	\$594.50	\$8,355.88	\$8,950.38

Fuente: Elaboración Propia

(2) Costos administrativos

A continuación, se presentan el resumen de los costos administrativos para el inicio del plan de desarrollo turístico sostenible, para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, los cuales han sido determinados en el apartado de costeo.

Tabla 403: Costos de administración para capital de trabajo

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			
PROYECTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Creación de la unidad turismo	\$1,820.17		\$1,820.17
Creación del comité de desarrollo turístico	\$45.07		\$45.07
Gestión de financiamiento	\$6.97		\$6.97
Estudios Previos	\$65.67		\$65.67
ADP, Capacitaciones y sistemas.			\$0.00
TOTAL	\$1,937.88	\$0.00	\$1,937.88

Fuente: Elaboración Propia

(3) Costos de comercialización

A continuación, se presentan el resumen de los costos de comercialización para el inicio del plan de desarrollo turístico sostenible, para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, los cuales han sido determinados en el apartado de costeo.

Tabla 404: Costos de comercialización para capital de trabajo

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN			
PROYECTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Promoción de los distritos	\$1,067.00		\$1,067.00
Gestión de alianzas comerciales	\$21.00		\$21.00
Organización y participación en ferias y eventos	\$0.00		\$0.00
Registro de marca distrito	\$3.47		\$3.47
TOTAL	\$1,091.47	\$0.00	\$1,091.47

Fuente: Elaboración Propia

c) Capital de trabajo total

Una vez determinados los costos asociados a cada uno de los rubros de costo para establecer el capital de trabajo, se procede a realizar una totalización de costos, para determinar la inversión necesaria a realizar para el inicio de operaciones.

Tabla 405: Consolidado de capital de trabajo

RUBRO	COSTOS
COSTOS OPERATIVOS	\$8,950.38
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$1,937.88
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$1,091.47
TOTAL	\$11,091.47

Fuente: Elaboración Propia

6. INVERSIÓN TOTAL DE LA PROPUESTA

Tabla 406: Resumen de Inversión total del plan

RESUMEN DE INVERSIÓN DEL PLAN	
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	
CONCEPTO	MONTO
Terreno	\$0.00
Obra Civil	\$84,520.75
Mobiliario y Equipo	\$11,090.00
SUBTOTAL	\$95,610.75
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	
Investigación y estudios previos	\$7,880.25
Gastos para la administración del plan	\$6,263.00
Salarios del personal administrativo	\$16,530.00
Sistemas administrativos	\$625.00
Capacitación del personal administrativo y operativo	\$325.00
Formación del Comité de desarrollo turístico	\$75.00
Imprevistos ADP	\$5,518.09
Registró de marca distrito	\$416.00
SUBTOTAL	\$37,632.34
CAPITAL DE TRABAJO	
Costos operativos	\$8,950.38
Costos administrativos	\$1,937.88
Costos de comercialización	\$1,091.47
SUBTOTAL	\$11,091.47
TOTAL, DE INVERSIÓN	\$144,334.56

Fuente: Elaboración Propia

C. FINANCIAMIENTO PARA IMPULSAR EL PLAN

1. Generalidades del financiamiento

a. Necesidades de financiamiento

Existen varias situaciones en las cuales vale la pena endeudarse. Por ejemplo, puede ser conveniente para mejorar o proteger el flujo de caja, como también para financiar el crecimiento o la expansión. Según detalla la Guía Informativa de Banca PYME de la Corporación Financiera Internacional, “en estos casos, el costo originado por el préstamo puede ser menor que el de financiar estas acciones con los ingresos corrientes”. Entre las razones que suelen ameritar la gestión un préstamo figuran:

- Vender en el mercado internacional.
- Aumentar el capital de trabajo.

- Comprar insumos de capital.
- Construir un historial crediticio.
- Mejorar flujo de caja.

Además, también se pueden buscar fuentes internas como un aumento de capital por parte de los propios miembros de la sociedad o asociación o la entrada a la bolsa de la organización. También existen entidades externas que pueden ofrecer esos excedentes, las cuales suelen formar parte del sistema financiero.

b. Crédito y préstamo

Aunque habitualmente se considere que préstamos y créditos son sinónimos, en realidad son dos productos distintos.

Un préstamo es un producto financiero que permite a un usuario acceder a una cantidad fija de dinero al comienzo de la operación, con la condición devolver esa cantidad más los intereses pactados en un plazo determinado. La amortización del préstamo se realiza mediante unas cuotas regulares. Entre las principales características de un préstamo financiero destacan:

- La operación tiene una vida determinada previamente.
- Una vez amortizado todo el capital a través del pago de las cuotas (mensuales, trimestrales, semestrales o anuales), se da por concluida la operación sin posibilidad de acceder a más dinero, salvo que se formalice un nuevo préstamo.
- Los intereses se cobran sobre el total del dinero prestado.
- Los préstamos tienen un plazo mayor, generalmente de años.

Un crédito es una forma de financiación más flexible que permite acceder a la cantidad de dinero prestada según las necesidades de cada momento. El crédito establece un límite máximo de dinero, dentro del cual el cliente podrá ir disponiendo parcial o totalmente. Puede ser que el cliente use todo el dinero concedido, solamente una parte o nada. Repasamos las principales características de un crédito que lo diferencian de un préstamo:

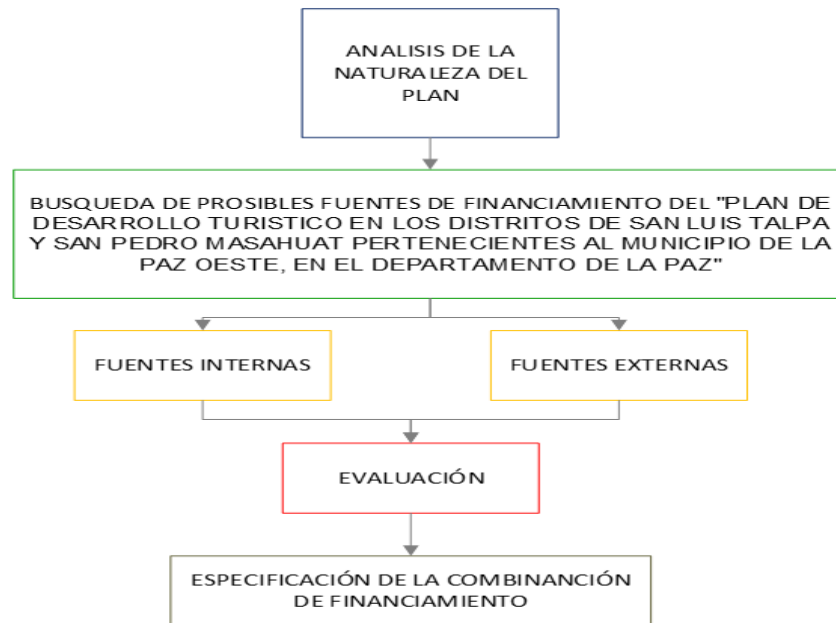
- Los intereses de los créditos suelen ser más altos que los de un préstamo.
- Solo se pagan intereses por la cantidad utilizada, aunque puede haber una comisión que no se supere el límite fijado.
- A medida que se devuelve el dinero se podrá seguir disponiendo de más, siempre que no se supere el límite fijado.

2. Metodología

Para definir la mezcla óptima de fuentes de financiamiento del "Plan de Desarrollo Turístico en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz

Oeste, en el departamento de La Paz", lo primero es entender cuáles son las condiciones tanto internas y externas del plan. Aquí entran un conjunto de condiciones, como los estados financieros y ventas registradas, además de la naturaleza de la actividad económica del plan. Ya que debido al tipo de actividad economía, varían los plazos, las tasas y las facilidades que pueden presentar las entidades financieras.

Ilustración 299:Esquema de metodología de financiamiento



Fuente: Elaboración Propia

La búsqueda se centrará en analizar la factibilidad de optar por la adquisición del total del capital a través de fuentes internas o a la búsqueda de entidades del sistema financiero que puedan aportar el capital. A estas alternativas se les comparara la tasa, los plazos, periodos de gracia, beneficios y requisitos. Y finalmente se hace la especificación de la mezcla de fuentes de financiamiento con sus respectivos plazos, requisitos, tasas, periodos, etc. Esto es la base para determinar los costos de financieros.

3. Naturaleza del proyecto

Hay ciertos conceptos claves que pueden definir en cuales líneas de financiamiento podría entrar el plan. Las cuales podrían ser:

- Sostenible.
- Desarrollo de tecnologías.
- Sustitución de importaciones.

- Desarrollo social/económico.

El "Plan de Desarrollo Turístico en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, en el departamento de La Paz", se clasificaría como sostenible, ya que cuenta el plan está dirigido al desarrollo sostenible específicamente en el área de turismo lo cual presentará grandes beneficios para los distritos donde se desarrollará el plan.

4. Posibles fuentes de financiamiento

a) Financiamiento externo

BANDESAL

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; debido a ese compromiso se define el Plan Estratégico Institucional 2023-2025, que tiene como propósito fortalecer y continuar desarrollando los pilares fundamentales que permitan un desempeño institucional eficiente, sostenible, transparente e innovador, y así ser referentes y uno de los principales aliados para el desarrollo del país. Parte fundamental de la estrategia es la definición de las líneas estratégicas institucionales, que serán la ruta por seguir para el logro de los principales objetivos:

- Desarrollo y crecimiento de los principales sectores del país
- Solidez financiera, equilibrio entre rentabilidad y riesgo
- Enfoque en el cliente
- Desarrollo organizacional y talento humano
- Impulsar la tecnología e innovación
- Promover el desarrollo sostenible

Ilustración 300: LOGO de BANDESAL



Líneas de Segundo Piso

Línea especial de Crédito Banca EmprendES

Tabla 407: Condiciones crediticias BANDESAL

CONDICIONES CREDITICIAS		
DESTINOS	PLAZO MAXIMO	PERÍODO DE GRACIA MÁXIMO
Capital de trabajo	4 años	1 año
Formación de Capital	8 años	1 año

Fuente: BANDESAL

Condiciones:

- **Sujetos de crédito:** Empresarios de la micro, pequeña y mediana empresa interesados en desarrollar emprendimientos, sean personas naturales o jurídicas con categorías de riesgo hasta B en el sistema financiero.
- **Monto del crédito:** Hasta el 100% del monto otorgado por la institución intermediaria, con un máximo de \$50,000.00 por crédito.
- **Marge intermediación:** A criterio de la institución financiera.
- **Forma de pago:** A criterio de la institución financiera.
- **Vigencia para desembolsar:** Hasta que se agoten los recursos asignados.

Otras condiciones

- La persona emprendedora deberá presentar un plan de negocio que contenga la información mínima establecida por BANDESAL o por la institución financiera intermediaria. En dicho documento deberá justificarse el monto de crédito solicitado.
- La persona deberá presentar una constancia o documento que evidencie haber participado en un proceso de formación para emprendedores y emprendedoras, impartido por una entidad de apoyo a la cultura emprendedora.
- No aplica sobre tasa.
- BANDESAL podrá recibir créditos en esta línea especial hasta 180 días calendario de haber sido contratados entre la IFI y el usuario final sin cobro de comisión.

**Linea especial de credito para el financiamiento del desarrollo produtivo de las MYPES-
fondo BID**

Tabla 408: Condiciones crediticias del BID

CONDICIONES CREDITICIAS		
DESTINOS	PLAZO MAXIMO	PERÍODO DE GRACIA MÁXIMO
Adquisición de maquinaria y equipo, gastos de traslados o internación/ instalación, o cualquier activo	10 años	1 año
Adquisición de vehículos automotores nuevos o usados	7 años	3 meses
Adquisición de terrenos e inmuebles productivos asociados a proyectos de inversión	15 años	2 años
Desarrollo de construcciones, instalaciones e infraestructura física con fines productivos	15 años	2 años
Obtención, implementación y realización de mejoras relacionadas a una certificación	5 años	1 año
Capital de trabajo asociado a la inversión productiva (puede ser hasta un máximo del 50% del crédito para activo fijo)	3 años	1 año

Fuente: BID

Condiciones

- **Sujetos de crédito:** Personas naturales o jurídicas con categorías de riesgo hasta B en el sistema financiero, que sean micro, pequeñas o medianas empresas, según la clasificación de la Ley MYPE o el Ministerio de Economía.
- **Monto del crédito:** Hasta el 100% del monto otorgado por la institución intermediaria.
- **Marge intermediación:** A criterio de la institución financiera.
- **Forma de pago:** A criterio de la institución financiera.

Ilustración 301: Tasas de Interés BANDESAL



Banco de Desarrollo de la República de El Salvador

TARIFAS DE TASAS DE INTERÉS EN LAS OPERACIONES ACTIVAS, COMISIONES Y RECARGOS^{III}
VIGENTES A PARTIR DEL 01 DE NOVIEMBRE DE 2024

TASAS DE INTERÉS NOMINALES Y EFECTIVAS PARA OPERACIONES ACTIVAS^{II}

Tasa de Referencia para Operaciones Activas (TR): 15.00% anual.

OPERACIONES ACTIVAS	PRÉSTAMOS PRODUCTIVOS		AGRO		CONSTRUCCIÓN		ENERGÍA RENOVABLE Y EFICIENCIA ENERGÉTICA	
	Tasa Nominal Máxima ^{II}	Tasa Efectiva Máxima ^{II,III}	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								
II Tablas de amortización	x		x		x		x	
III Al vencimiento								

Notas

^I Las tasas de interés presentadas en esta publicación son las máximas a establecer, el Banco podrá otorgar préstamos a tasas inferiores a sus clientes; estas tasas aplican para las operaciones activas ofertadas en el Banco de Desarrollo de la República de El Salvador (BANDESAL) en Primer Piso.

^{II} Tasa de interés nominal y tasa máxima de interés efectiva calculadas sobre una frecuencia de pago mensual.

^{III} El cálculo de la tasa máxima de interés efectiva se ha efectuado en concordancia a lo establecido en las Normas Técnicas para la Transparencia y Divulgación de la Información de los Servicios Financieros Bancarios NCM-02 vigente. La tasa máxima de interés efectiva anualizada es aquella que permite igualar el valor actual de todas las cuotas y demás pagos que serán efectuados por el cliente con el monto que efectivamente recibirá en préstamo. Para efectos de esta publicación el cálculo de la tasa máxima efectiva anualizada se ha efectuado en función de la tasa de interés, plazo, monto, forma de pago y cargos por cuenta de terceros obligatorios tales como el seguro. Estos en ningún caso podrán sobrepasar las tasas de interés máximas publicadas por el Banco Centro de Reserva de conformidad a lo establecido en la Ley y Norma contra la usura.

COMISIONES Y CARGOS POR SERVICIOS DE OPERACIONES ACTIVAS	COMISIONES POR SERVICIOS	
	Concepto	Monto
	N/A	+ No aplican comisiones por servicios
	CARGOS POR CUENTAS DE TERCEROS	
	Concepto	Monto
	Seguro de deuda	+ De acuerdo a la tarifa de la aseguradora
	RECARGOS	
	Concepto	Monto
	Recargo por pago anticipado	+ Cuando aplique de acuerdo con el literal m) del artículo 19 de la Ley de Protección al Consumidor y el artículo 59 de la Ley de Bancos

Fuente: BCR

BANCO HIPOTECARIO

Ilustración 302: LOGO Banco Hipotecario

Banca Empresas

Crédito Surf City



Línea especial Surf City

Fuente: Banco Hipotecario

La línea de crédito servirá para financiar al sector turismo, ya sea en la franja costera o en el resto del país. Los intereses pueden ser desde el 8.25 % en adelante y la comisión va desde el 1 %.

Segmentos:

- Emprendedores.
- Microempresarios.
- Pequeña empresa.
- Mediana empresa.

Destinos:

- Capital de trabajo, hasta el 100% de las necesidades.
- Mobiliario y equipo, hasta el 85% de la inversión.
- Construcciones e inmuebles, hasta el 85% de la inversión.
- Adquisición de inmuebles, hasta el 90% del precio de venta o valúo de BH.
- Almacenamiento y tratamiento de agua y otros destinos de turismo, máximo a financiar según aplique.

Actividades económicas y destinos por financiar dentro de su cadena de valor:

- Organización de eventos.
- Servicios de guía, agencias de tour, empresas de reserva en línea.
- Empresas de limpieza, seguridad, atención médica.
- Comercio de ropa, accesorios, tablas de surf y souvenirs.
- Transporte turístico, asistencia vial, reparación de calles.
- Talleres de reparación, motores, bicicletas, tablas de surf.
- Alimentos al peatón (carretones, ventas ambulantes).
- Construcción de parqueo, hoteles, alojamiento y restaurantes.
- Sistemas de captación, almacenamiento y tratamiento de aguas.

- Instalación de paneles solares, reformas eléctricas, e iluminación.

Garantías y plazo de financiamiento:

Turismo PYME:

- Garantía hipotecaria, prenda, FSG y fiduciaria.
- Plazo acorde a destino.

Turismo microempresa:

- Garantía hipotecaria, prenda, FSG y fiduciaria.
- Plazo acorde a destino.

Turismo emprendedor:

- Emprendedores con un mínimo de 6 meses de operación.
- Garantía hipotecaria, prenda, FSG y fiduciaria.
- 4 años capital de trabajo y 8 años formación de capital.

Destinos y plazos de financiamiento:

- Capital de trabajo, hasta 4 años.
- Mobiliario y equipo, hasta 8 años.
- Adquisición de inmueble, hasta 20 años.
- Construcción y/o remodelaciones de inmuebles, hasta 20 años. Periodo de gracia hasta 12 meses.
- Traslado de deuda, hasta 20 años.
- Otros destinos que califiquen y fomenten el turismo, plazo según aplique.

Condiciones especiales:

- Poseer calificación de riesgo "A1 o A2" en el sistema Financiero.
- Se financiarán proyectos que cuenten con un plan de negocios factible, el cual será evaluado por el banco.
- Proyectos deberán presentar factibilidades técnicas, financieras y permisos necesarios para la ejecución.
- Aplica periodo de gracia según planificación del proyecto.
- Gastos de formalización de préstamos hasta \$350,000.00 y primer valúo gratis.

BANCO AGRICOLA

Ilustración 303: LOGO Banco Agrícola

Crédito Productivo



Financiamiento a la medida para hacer frente a cualquier necesidad de tu empresa.

Fuente: Banco agrícola

Beneficios

Disfruta de los beneficios que te brinda el Crédito Productivo:

- **Financiamiento estructurado bajo diferentes modalidades:** Créditos, decrecientes, líneas de crédito fijas y rotativas.
- Asesoría financiera personalizada a través de un ejecutivo asignado.

Características

Descubre las características del Crédito Productivo:

- Múltiples opciones de garantías.
- Opción de pago de cuotas mediante cargo a cuenta.

Requisitos

Generales:

- 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 de 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 y dictaminados.
 - 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, deberás presentar información correspondiente a Personal Natural o Persona Jurídica (según aplique)

Personas naturales:

- DUI y NIT
- Carnet de registro del IVA
- Para clientes extranjeros, se solicita el carnet de residente y pasaporte vigentes
- Poderes que avalen al cliente o un tercero sobre inmueble o a firmar en sustitución de este (poderes en general: aperturas de cuentas, temas de e-banca, solicitudes de crédito, formalización de ventas, constitución de garantías, etc.)
- 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
- Validación FATCA cuando se trate de una persona estadounidense

Personas jurídicas:

- DUI y NIT del representante legal
- NIT de la empresa
- Para clientes extranjeros, se solicita carnet de residente y pasaporte vigentes
- 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
- Declaratoria de beneficiario final
- Validación FATCA, cuando se trate de una persona estadounidense

Restricciones generales:

El otorgamiento de las diferentes modalidades de financiamiento dependerá del análisis financiero del caso.

Tasa de interés según la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF)

Ilustración 304: Tasas de interés según SSF

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS															
Vigencia del 1 al 30 de noviembre de 2024															
Tasas Activas		Banco Agrícola, S.A.		Banco Cuscatlán de El Salvador, S.A.		Banco Davivienda Salvadoreño, S. A.		Banco Hipotecario de El Salvador, S. A. *****		CITIBANK,N.A. Suc. El Salvador		Banco de Fomento Agropecuario.		Banco Promérica, S. A.	
		Tasa Nominal	Tasa Efectiva	Tasa Nominal	Tasa Efectiva	Tasa Nominal	Tasa Efectiva	Tasa Nominal	Tasa Efectiva	Tasa Nominal	Tasa Efectiva	Tasa Nominal	Tasa Efectiva	Tasa Nominal	Tasa Efectiva
Crédito	A 1 año plazo	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Mas de 1 año plazo	Hasta 18.50%	Hasta 20.94%	16.00%	17.40%	Hasta 17.39%	Hasta 17.39%	Hasta 10.25%	Hasta 18.40%	*	*	*	*	11.00%	Hasta 15.76%
	Construcción	Hasta 18.50%	Hasta 20.94%	*	*	Hasta 17.39%	Hasta 17.39%	Hasta 12.65%	Hasta 21.24%	*	*	*	*	11.00%	Hasta 12.89%
	Con Recursos Ajenos	*	*	*	*	*	*	Hasta 10.25%	Hasta 18.40%	*	*	*	*	Hasta 7% sobre costo de recursos	
Consumo	A 1 año plazo	Hasta 49.65%	Hasta 59.14%	26.00%	49.00%	30.45%	51.12%	Hasta 18.27%	Hasta 38.76%	*	*	Hasta 20.00%	Hasta 37.84 %	24.38%	Hasta 28.02%
	Mas de 1 año plazo	Hasta 49.65%	Hasta 51.05%	26.00%	49.00%	25.75%	51.12%	Hasta 18.00%	Hasta 27.50%	*	*	Hasta 20.00%	Hasta 30.23 %	24.38%	Hasta 28.02%
	Con Recursos Ajenos	Hasta 13.00%	Hasta 17.00%	26.00%	49.00%	*	*	Hasta 10.05%	Hasta 15.76%	*	*	Hasta 12.75%	Hasta 26.40 %	Hasta 17% sobre costo de recursos	
Créditos para Actividades Productivas	A 1 año plazo **	Hasta 19.00%	Hasta 23.50%	15.00%	19.00%	19.25%	79.25%	Hasta 14.75%	Hasta 37.46%	17.00%	22.00%	Hasta 20.00%	Hasta 31.97%	22.34%	Hasta 28.68%
	Mas de 1 año plazo **	Hasta 19.50%	Hasta 22.00%	15.00%	19.00%	21.25%	66.25%	Hasta 25.00%	Hasta 37.99%	17.00%	22.00%	Hasta 20.00%	Hasta 34.67%	22.34%	Hasta 28.68%
	Con Recursos Ajenos **	11.00%	Hasta 16.62%	15.00%	19.00%	*	*	Hasta 25.00%	Hasta 28.96%	*	*	Hasta 12.75%	Hasta 23.91 %	Hasta 7% s/costo de recursos	
Microcréditos y Otros Destinos	A 1 año plazo	Hasta 30.50%	Hasta 69.50%	18.00%	22.00%	*	*	Hasta 38.00%	Hasta 76.30%	*	*	Hasta 30.00%	Hasta 86.09%	*	*
	Mas de 1 año plazo	Hasta 30.50%	Hasta 69.50%	22.00%	23.61%	49.25%	*	Hasta 55.00%	Hasta 83.96%	*	*	Hasta 30.00%	Hasta 46.81%	*	*
	Con Recursos Ajenos	*	*	22.00%	23.61%	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

: Fuente: Superintendencia del sistema financiero

5. Alternativas de financiamiento

Tomando en cuenta los tres bancos que se tienen como opción para adquirir un préstamo, según sus tasas de interés nominal brindadas tanto como en los bancos como en la página de SSF, el banco Hipotecario cuenta con una tasa del 8.25%, por lo tanto, el banco se escogerá por los beneficios que este brinde, y tomando eso en cuenta el banco al cual se le solicitará el préstamo será al banco Hipotecario.

Con respecto a los bancos restantes tomado en cuenta poseen las siguientes tasas nominales:

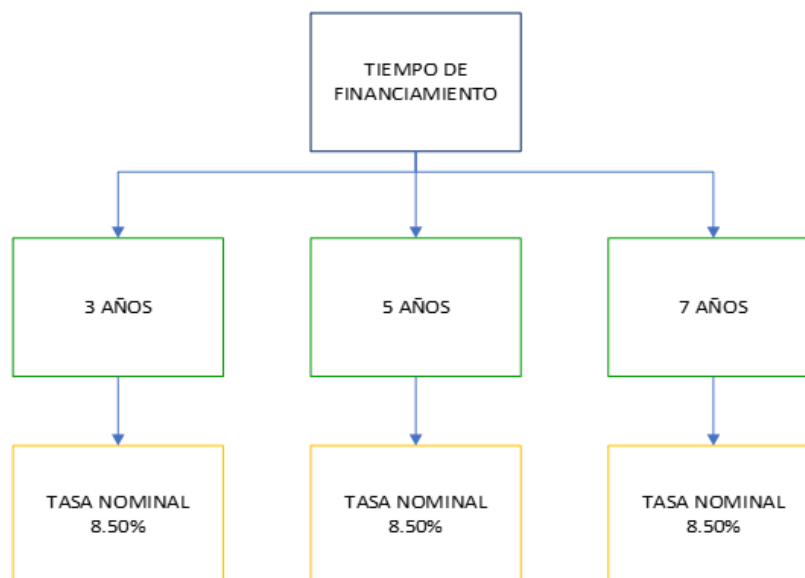
- Bandedal posee una tasa nominal de 16.46%.
- Banco Agrícola posee una tasa nominal de 11%.

a) Árbol de decisiones con respecto al plazo de financiamiento

Para representar de forma gráfica la opción del tiempo de financiamiento se hace uso de un árbol de decisiones muy sencillo. Donde se pueden ver las condiciones de cada uno de los plazos.

Los plazos que se tomarán en cuenta serán de 3, 5 y 7 años respectivamente, tomando en cuenta la consideración que el banco da un 1 año de gracia para poder comenzar a pagar el préstamo, el árbol de decisión que da de la siguiente manera:

Ilustración 305:Árbol de decisiones respecto al financiamiento



Fuente: Elaboración Propia

La inversión tal del proyecto para el "Plan de Desarrollo Turístico en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, en el departamento de La Paz", es de \$144,334.56 de los cuales el 38% de la inversión se conseguirá con el banco Hipotecario, el 26% será aportado por parte de la alcaldía municipal de La Paz Oeste y por último el 36% será aportado por el DOM.

b) Cálculo de alternativas de financiamiento

A continuación, se presentará el cálculo de las tres alternativas presentadas para luego proceder a escoger que periodo de tiempo se pagará el préstamo al banco.

Alternativa 1: 3 años.

Tabla 409: Datos para alternativa de préstamo a 3 años plazo

PLAZO	3
TASA	8.50%
MONTO	\$ 54,582.22
PERIODO DE GRACIA	1

Fuente: Elaboración Propia con tasa de interés de Banco Hipotecario

Tabla 410: Calculo de interés y saldo para préstamo a 3 años plazo

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ENTRADA	\$ 54,582.22			
INTERESES	\$ -	-\$4,639.49	-\$3,217.30	-\$1,674.23
PRINCIPAL		-\$16,731.59	-\$18,153.78	-\$19,696.85
SALDO ADEUDADO	\$ 54,582.22	\$ 37,850.63	\$ 19,696.85	\$ -
CUOTA	\$ -	-\$21,371.08	-\$21,371.08	-\$21,371.08

Fuente: Elaboración Propia

Alternativa 2: 5 años.

Tabla 411: Datos para alternativa de préstamo a 5 años plazo

PLAZO	5
TASA	8.50%
MONTO	\$ 54,582.22
PERIODO DE GRACIA	1

Fuente: Elaboración Propia con tasa de interés de Banco Hipotecario

Tabla 412: Calculo de interés y saldo para préstamo a 5 años plazo

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENTRADA	\$ 54,582.22					
INTERESES	\$ -	-\$4,639.49	-\$3,856.50	-\$3,006.96	-\$2,085.21	-\$1,085.11
PRINCIPAL		-\$9,211.61	-\$9,994.60	-\$10,844.14	-\$11,765.89	-\$12,765.99
SALDO ADEUDADO	\$ 54,582.22	\$ 45,370.61	\$ 35,376.01	\$ 24,531.88	\$ 12,765.99	\$ -
CUOTA	\$ -	-\$13,851.10	-\$13,851.10	-\$13,851.10	-\$13,851.10	-\$13,851.10

Fuente: Elaboración Propia

Alternativa 3: 7 años.

Tabla 413: Tabla 366: Datos para alternativa de préstamo a 7 años plazo

PLAZO	7
TASA	8.50%
MONTO	\$ 54,582.22
PERIODO DE GRACIA	1

Fuente: Elaboración Propia con tasa de interés de Banco Hipotecario

Tabla 414: Calculo de interés y saldo para préstamo a 7 años plazo

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
ENTRADA	\$ 54,582.22							
INTERESES	\$ -	-\$4,639.49	-\$4,127.43	-\$3,571.85	-\$2,969.04	-\$2,315.00	-\$1,605.36	-\$835.40
PRINCIPAL		-\$6,024.20	-\$6,536.25	-\$7,091.84	-\$7,694.64	-\$8,348.69	-\$9,058.32	-\$9,828.28
SALDO ADEUDADO	\$ 54,582.22	\$ 48,558.02	\$ 42,021.77	\$ 34,929.93	\$ 27,235.29	\$ 18,886.61	\$ 9,828.28	\$ -
CUOTA	\$ -	-\$10,663.69	-\$10,663.69	-\$10,663.69	-\$10,663.69	-\$10,663.69	-\$10,663.69	-\$10,663.69

Fuente: Elaboración Propia

c) Selección de alternativa de financiamiento

Como se puede observar en los datos calculados según el periodo de años en el cual se desee pagar el préstamo, el que se escogerá para este plan es el de tres años, ya que a mayor tiempo más pago en interés, siguiendo esta lógica a simple vista se descarta la alternativa tres, dejando solo la alternativa dos y uno, de las cuales si se escoge la alternativa 2 esta se saldara en un periodo de 5 años y la alternativa 1 en tan solo a 3 años a un pago de \$21,371.08 anuales.

A continuación, se presentarán las tablas de los cálculos realizados donde se muestra el préstamo realizado y el costo total de realizar este préstamo, además de la diferencia entre el préstamo realizado vs el préstamo + intereses.

Alternativa 1 (Sera la que se aplicara al plan)

Tabla 415: Alternativa 1 de financiamiento

ALTERNATIVA 1	
PRESTAMO	\$ 54,582.22
INTERESES TOTALES	\$9,531.02
PRINCIPAL TOTAL	\$54,582.22
TOTAL, DE PRESTAMO	\$64,113.24
DIFERENCIA	\$9,531.02

Fuente: Elaboración Propia

Alternativa 2

Tabla 416: Alternativa 2 de financiamiento

ALTERNATIVA 2	
PRESTAMO	\$ 54,582.22
INTERESES TOTALES	\$14,673.27
PRINCIPAL TOTAL	\$54,582.22
TOTAL, DE PRESTAMO	\$69,255.49
DIFERENCIA	-\$ 14,673.27

Fuente: Elaboración Propia

Alternativa 3

Tabla 417: Alternativa de financiamiento 3

ALTERNATIVA 3	
PRESTAMO	\$ 54,582.22
INTERESES TOTALES	\$20,063.58
PRINCIPAL TOTAL	\$54,582.22
TOTAL, DE PRESTAMO	\$74,645.80
DIFERENCIA	-\$ 20,063.58

Fuente: Elaboración Propia

d) Mezcla de financiamiento

A continuación, se presentan las opciones de financiamiento descritas y seleccionada.

Tabla 418: Distribución del financiamiento del Plan

PORCENTAJE	FUENTE	CONDICIONES
38%	Banco HIPOTECARIO	Tasa: 8.50%, 1 año de gracia
36%	DOM	Se solicitará a Dirección Nacional de Obras Municipales (DOM) ayuda con una parte de la inversión.
26%	Alcaldía municipal de La Paz Oeste	Se solicitará a la alcaldía municipal de La Paz Oeste ayuda con una parte de la inversión, específicamente se le solicitará a la Unidad de Turismo.

Fuente: Elaboración Propia

e) Costos de financiamiento

Tabla 419: Costos de financiamiento con Banco Hipotecario

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
BANCO HIPOTECARIO	ENTRADA	\$ 54,582.22			
	INTERESES	\$ -	-\$4,639.49	-\$3,217.30	-\$1,674.23
	PRINCIPAL		-\$16,731.59	-\$18,153.78	-\$19,696.85
	SALDO ADEUDADO	\$ 54,582.22	\$ 37,850.63	\$ 19,696.85	\$ -
	CUOTA	\$ -	-\$21,371.08	-\$21,371.08	-\$21,371.08

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 420: Costos de financiamiento con DOM

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
DOM	ENTRADA	\$ 52,120.00			
	INTERESES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	PRINCIPAL		\$ -	\$ -	\$ -
	SALDO ADEUDADO	\$ 52,120.00	\$ 34,746.67	\$ 17,373.33	\$ -
	CUOTA	\$ -	\$ 17,373.33	\$ 17,373.33	\$ 17,373.33

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 421: Costos de financiamiento con Alcaldía

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ALCALDIA MUNICIPAL DE LA PAZ OESTE	ENTRADA	\$ 37,632.34			
	INTERESES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	PRINCIPAL		\$ -	\$ -	\$ -
	SALDO ADEUDADO	\$ 37,632.34	\$ 25,088.23	\$ 12,544.11	\$ -
	CUOTA	\$ -	\$ 12,544.11	\$ 12,544.11	\$ 12,544.11

Fuente: Elaboración Propia

D. COSTOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

1. Conceptos

El cálculo del coste implica analizar los proyectos y desglosar los componentes de una actividad empresarial para identificar el valor de cada uno de sus elementos. Este proceso consiste en asignar costos específicos a las variables correspondientes dentro de la actividad, diferenciándose claramente de una estimación aproximada.

Realizar este análisis permite determinar si una actividad o negocio genera ganancias o pérdidas, lo que lo convierte en una herramienta accesible y útil para la toma de decisiones.

Costos y gastos

Son los recursos económicos destinados a cubrir los requerimientos necesarios para producir y comercializar bienes o servicios en una empresa, estos se dividen en:

- **Costos:** Representan el dinero invertido directamente en la elaboración de un producto. Es el valor tangible que puede identificarse físicamente en lo que la empresa produce, expresado en monedas como pesos, dólares o euros.

- **Gastos:** Son los recursos destinados a sostener las operaciones del negocio. aunque resultan esenciales para su funcionamiento, no se reflejan de manera directa en el producto final.

Clasificación de costos

Por su asignación:

- **Directos:** Son los costos asociados a insumos o actividades que pueden identificarse y cuantificarse claramente en un objeto de costo específico.
- **Indirectos:** Son aquellos gastos que no se pueden relacionar de forma directa ni cuantificar específicamente en un objeto de costo.

Según su comportamiento:

- **Fijos:** Se mantienen constantes, independientemente de los niveles de producción u operación. Ejemplos: sueldos fijos, alquiler de instalaciones, mantenimiento de maquinaria, entre otros.
- **Variables:** Fluctúan en proporción directa a los cambios en los volúmenes de producción u operación. Ejemplos: materias primas, insumos, pago por destajo y comisiones por ventas.

Sistema de costeo

La elección de un sistema de costeo depende de dos factores principales:

1. Elementos incluidos en la estructura de costos
2. Características de la producción

A continuación, se describen estos dos factores:

1. Elementos incluidos en la estructura de costos:

Según los elementos o rubros que se consideren, los costos pueden clasificarse como directos o absorbentes, estos representan los componentes del costo unitario del producto o servicio.

Sistema de costeo directo

Este método asigna exclusivamente los costos variables al costo de producción, mientras que los costos fijos se consideran como gastos del periodo, sus características principales son:

- Clasificación de los costos en dos grupos: fijos y variables.
- Solo los costos variables se incluyen en el costo de producción.

- Los costos fijos, tanto de producción como de operación, se contabilizan como gastos del periodo, afectando directamente los resultados.

Sistema de costeo absorbente

Incluye todos los costos relacionados con la función productiva, independientemente de si son fijos o variables. Este sistema abarca los siguientes costos:

- Costo de producción u operación: Incluye materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos, sin importar si son fijos o variables.
- Costos de administración: Gastos necesarios para la ejecución de actividades administrativas.
- Costos de comercialización: Gastos asociados a la venta de los productos o servicios.
- Costos financieros: Intereses o gastos derivados de financiamientos obtenidos para actividades productivas.

2. Características de la producción:

De acuerdo con las características de producción, se tienen que los sistemas de costeo pueden ser por órdenes de trabajo o por procesos.

Sistema de costeo por órdenes de trabajo

Este sistema es ideal para situaciones en las que los productos manufacturados presentan variaciones significativas en los materiales y procesos necesarios para su fabricación, se utiliza principalmente cuando:

- Cada producto es elaborado siguiendo las especificaciones particulares de un cliente.
- El precio cotizado está estrechamente vinculado al costo estimado del proyecto.

En este método, los costos relacionados con la fabricación de una orden específica deben asignarse directamente a los productos correspondientes, garantizando una adecuada vinculación entre los costos y los artículos producidos, esto lo hace especialmente útil en industrias donde los trabajos son únicos o personalizados.

Sistema de costeo por procesos

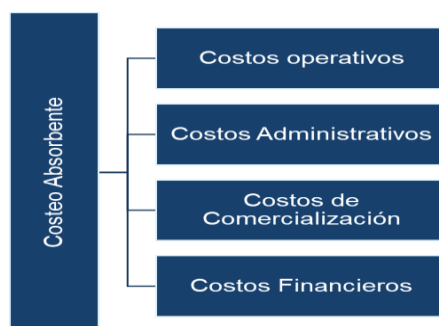
Este sistema se emplea en industrias donde los productos se elaboran en grandes volúmenes o mediante procesos continuos de producción, es adecuado para operaciones estándar y repetitivas, como las que ocurren en fábricas de alimentos, textiles o químicos. Sus principales características son:

- Los costos se distribuyen entre las unidades procesadas en cada departamento o etapa del proceso productivo.
- Los costos unitarios determinan dividiendo los costos totales incurridos en un periodo por el número de unidades terminadas durante ese tiempo.
- A medida que los productos avanzan por los distintos departamentos, acumulan costos relacionados con materiales, mano de obra y gastos indirectos aplicados a cada fase.

1. Sistema de costeo a utilizar para el desarrollo del plan.

En el caso de este plan de desarrollo estratégico sostenible, se utilizará el método de costeo por absorción, puesto que este permitirá mezclar los diferentes rubros de costos directos e indirectos, con la finalidad de determinar el costo unitario de cada paquete, estos serán agrupados en 4 rubros, que permitirán determinar el costo total del servicio, dichos rubros son los siguientes:

Ilustración 306: Composición del costeo absorbente



Fuente: Elaboración Propia

Los costos serán presentados en primer lugar por proyecto, y estos serán desglosados en costos variables (CV) y costos fijos (CF), luego serán desglosados por programa, luego por plan y finalmente los costos anuales y mensuales, para el año 1.

2. Costos por proyecto

A continuación, se presenta el desglose de los costos de cada proyecto que conforman el plan de desarrollo turístico sostenible, seguidamente se presentaran los costos por programa, finalizando con la presentación de los costos del plan.

a) Proyecto de promoción de los distritos

Tabla 422: Costos del proyecto de promoción de los distritos

PROYECTO DE PROMOCIÓN DE LOS DISTRITOS (AÑO 1)				
COSTOS FIJOS	Facebook	Instagram	Valla Publicitaria	TOTAL
Enero	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Febrero	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$ 1,067.00
Marzo	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Abril	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Mayo	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Junio	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Julio	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Agosto	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Septiembre	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Octubre	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Noviembre	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
Diciembre	\$25.00	\$25.00	\$1,017.00	\$1,067.00
TOTAL	\$300	\$300	\$12204	\$ 12,804.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 423: Consolidado de costos de proyecto promoción de los distritos año 1

CONSOLIDADO DE LOS COSTOS DEL PROYECTO			
PROMOCIÓN DE LOS DISTRITOS			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Febrero	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Marzo	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Abril	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Mayo	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Junio	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Julio	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Agosto	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Septiembre	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Octubre	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Noviembre	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
Diciembre	\$1,067.00	\$0.00	\$1,067.00
TOTAL	\$12,804.00	\$0.00	\$12,804.00

Fuente: Elaboración Propia

b) Proyecto de gestión de alianzas comerciales

Tabla 424: Costos fijos del proyecto de alianzas comerciales

PROYECTO DE ALIANZAS COMERCIALES (AÑO 1)			
COSTOS FIJOS	Agenda promocional	Brochure Informativo	TOTAL
Enero	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Febrero	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Marzo	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Abril	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Mayo	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Junio	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Julio	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Agosto	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Septiembre	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Octubre	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Noviembre	\$18.00	\$3.00	\$21.00
Diciembre	\$18.00	\$3.00	\$21.00
TOTAL	\$216.00	36	\$252.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 425: Consolidado de costos de proyecto de alianzas comerciales año 1

CONSOLIDADO DE LOS COSTOS DEL PROYECTO			
GESTIÓN DE ALIANZAS COMERCIALES			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Febrero	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Marzo	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Abril	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Mayo	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Junio	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Julio	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Agosto	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Septiembre	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Octubre	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Noviembre	\$21.00	\$0.00	\$21.00
Diciembre	\$21.00	\$0.00	\$21.00
TOTAL	\$252.00	\$0.00	\$252.00

Fuente: Elaboración Propia

c) **Proyecto organización y participación en ferias y eventos**

Tabla 426: Costos de proyecto organización y participación en ferias y eventos

ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS (AÑO 1)									
COSTOS VARIABLES	Almuerzos		Botellas con agua		Alquiler de microbús		Llavero Promocional		TOTAL
	CU	\$4.50	CU	\$0.50	CU	\$90	CU	\$0.50	
MES	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	
Enero	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0	0	\$0.00	\$0.00
Febrero	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0	0	\$0.00	\$0.00
Marzo	34	\$153.00	34	\$17.00	2	\$180	34	\$17.00	\$367.00
Abril	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0	0	\$0.00	\$0.00
Mayo	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0	0	\$0.00	\$0.00
Junio	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0	0	\$0.00	\$0.00
Julio	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0	0	\$0.00	\$0.00
Agosto	34	\$153.00	34	\$17.00	2	\$180	34	\$17.00	\$367.00
Septiembre	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0	0	\$0.00	\$0.00
Octubre	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0	0	\$0.00	\$0.00
Noviembre	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0	0	\$0.00	\$0.00
Diciembre	34	\$153.00	34	\$17.00	2	\$180	34	\$17.00	\$367.00
TOTAL		\$459.00		\$51.00		\$540.00		\$51.00	\$1,101.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 427: Consolidado de costos del proyecto participación en ferias y eventos año 1

CONSOLIDADO DE LOS COSTOS DEL PROYECTO ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Febrero	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Marzo	\$0.00	\$367.00	\$367.00
Abril	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Mayo	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Junio	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Julio	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Agosto	\$0.00	\$367.00	\$367.00
Septiembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Octubre	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Noviembre	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Diciembre	\$0.00	\$367.00	\$367.00
TOTAL	\$0.00	\$1,101.00	\$1,101.00

Fuente: Elaboración Propia

d) Proyecto de formación turística

Tabla 428: Costos fijos del proyecto de formación turística

PROYECTO DE FORMACIÓN TURÍSTICA (AÑO 1)					
COSTOS FIJOS	Plumones		Resma de Papel		TOTAL
	CU	\$1.50	CU	\$4.90	
MES	Uni	C.T	Uni	C.T	
Enero	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Febrero	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Marzo	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Abril	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Mayo	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Junio	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Julio	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Agosto	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Septiembre	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Octubre	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Noviembre	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
Diciembre	0.5	\$0.75	0.25	\$1.23	\$1.98
TOTAL		\$9.00		\$14.70	\$23.70

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 429: Consolidado de costos de proyecto formación turística año 1

CONSOLIDADO DE LOS COSTOS DEL PROYECTO			
FORMACIÓN TURÍSTICA			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Febrero	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Marzo	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Abril	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Mayo	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Junio	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Julio	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Agosto	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Septiembre	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Octubre	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Noviembre	\$1.98	\$0.00	\$1.98
Diciembre	\$1.98	\$0.00	\$1.98
TOTAL	\$23.70	\$0.00	\$23.70

Fuente: Elaboración Propia

e) **Proyecto de creación de la unidad de turismo**

Tabla 430: Costos fijos de creación de unidad de turismo

CREACIÓN DE LA UNIDAD DE TURISMO (AÑO 1)													
COSTOS FIJOS	Jabón Líquido		Papel Higiénico		Paquete de bolsa de basura		Resma de papel Bond		Caja de lapiceros		Salarios		TOTAL
	CU	\$5.95	CU	\$7.45	CU	\$0.50	CU	\$4.90	CU	\$2.75	CU	\$600	
MES	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Mes	CT	
Enero	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Febrero	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Marzo	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Abril	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Mayo	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Junio	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Julio	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Agosto	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Septiembre	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Octubre	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Noviembre	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
Diciembre	1	\$5.95	0.6	\$4.35	2.5	\$1.25	1.7	\$8.17	0.17	\$0.46	1	\$1,800	\$1,820.17
TOTAL		\$71.40		\$52.15		\$15.00		\$98.00		\$5.50		\$21,600.00	\$21,842.05

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 431: Consolidado de proyecto creación de unidad de turismo año 1

CONSOLIDADO DE LOS COSTOS DEL PROYECTO			
CREACIÓN DE LA UNIDAD DE TURISMO			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Febrero	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Marzo	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Abril	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Mayo	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Junio	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Julio	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Agosto	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Septiembre	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Octubre	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Noviembre	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
Diciembre	\$1,820.17	\$0.00	\$ 1,820.17
TOTAL	\$21,842.05	\$0.00	\$ 21,842.05

Fuente: Elaboración Propia

f) Proyecto de creación de comité de desarrollo turístico

Tabla 432: Costos fijos proyecto creación de comité de desarrollo turístico año 1

CREACIÓN COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO (AÑO 1)													
COSTOS FIJOS	Galón Jabón Líquido		Paquete de Papel Higiénico		Paquete de bolsa de basura		Resma de papel Bond		Caja de lapiceros		Internet		TOTAL
	CU	\$5.95	CU	\$7.45	CU	\$0.50	CU	\$4.90	CU	\$2.75	CU	\$35	
MES	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Mes	CT	
Enero	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Febrero	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Marzo	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Abril	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Mayo	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Junio	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Julio	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Agosto	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Septiembre	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Octubre	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Noviembre	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
Diciembre	0.33	\$1.98	0.3	\$2.48	1.67	\$0.83	0.8	\$4.08	0.25	\$0.69	1	\$35	\$45.07
TOTAL	\$23.80		\$29.80		\$10.00		\$49.00		\$8.25		\$420.00		\$540.85

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 433: Consolidado costos del proyecto creación de comité de desarrollo turístico año 1

CONSOLIDADO DE LOS COSTOS DEL PROYECTO			
CREACIÓN DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Febrero	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Marzo	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Abril	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Mayo	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Junio	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Julio	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Agosto	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Septiembre	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Octubre	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Noviembre	\$45.07	\$0.00	\$45.07
Diciembre	\$45.07	\$0.00	\$45.07
TOTAL	\$540.85	\$0.00	\$ 540.85

Fuente: Elaboración Propia

g) Proyecto de sostenibilidad turística

Tabla 434: Costos fijos proyecto de sostenibilidad turística año 1

SOSTENIBILIDAD TURISTICA (AÑO1)					
COSTOS FIJOS	Plumones		Resma de papel Bond		TOTAL
	CU	\$1.50	CU	\$4.90	
MES	Uni	C.T	Uni	C.T	
Enero	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Febrero	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Marzo	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Abril	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Mayo	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Junio	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Julio	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Agosto	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Septiembre	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Octubre	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Noviembre	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
Diciembre	0.67	\$1.00	0.8	\$5.59	\$6.59
TOTAL		\$12.00		\$67.05	\$79.05

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 435: Consolidado de costos del proyecto de sostenibilidad turística año 1

CONSOLIDADO DE LOS COSTOS DEL PROYECTO			
SOSTENIBILIDAD TURISTICA			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Febrero	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Marzo	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Abril	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Mayo	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Junio	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Julio	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Agosto	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Septiembre	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Octubre	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Noviembre	\$6.59	\$0.00	\$6.59
Diciembre	\$6.59	\$0.00	\$6.59
TOTAL	\$79.05	\$0.00	\$ 79.05

Fuente: Elaboración Propia

h) Proyecto mejora de la infraestructura turística

Tabla 436: Costos fijos proyecto de mejora de la infraestructura turística año 1

MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA AÑO 1							
COSTOS FIJOS	Jabón Líquido		Papel Higiénico		Paquete de bolsa de basura		TOTAL
	CU	\$5.95	CU	\$7.45	CU	\$0.50	
MES	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	
Enero	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Febrero	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Marzo	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Abril	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Mayo	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Junio	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Julio	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Agosto	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Septiembre	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Octubre	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Noviembre	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
Diciembre	1.67	\$9.92	1.0	\$7.45	2.50	\$1.25	\$18.62
TOTAL		\$119.00		\$89.40		\$15.00	\$223.40

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 437: Consolidado de costos del proyecto mejora de la infraestructura año 1

CONSOLIDADO DE LOS COSTOS DEL PROYECTO			
MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Febrero	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Marzo	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Abril	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Mayo	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Junio	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Julio	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Agosto	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Septiembre	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Octubre	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Noviembre	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
Diciembre	\$18.62	\$0.00	\$ 18.62
TOTAL	\$223.40	\$0.00	\$ 223.40

Fuente: Elaboración Propia

i) **Proyecto de gestión del financiamiento**

Tabla 438: Costos fijos del proyecto de gestión del financiamiento año 1

GESTIÓN DEL FINANCIAMIENTO (AÑO1)					
COSTOS FIJOS	Galones de combustible		Resma de papel bond		TOTAL
	CU	\$3.69	CU	\$4.90	
MES	Uni	C.T	Uni	C.T	
Enero	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Febrero	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Marzo	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Abril	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Mayo	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Junio	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Julio	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Agosto	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Septiembre	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Octubre	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Noviembre	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
Diciembre	1.67	\$6.15	0.2	\$0.82	\$6.97
TOTAL		\$73.80		\$9.80	\$83.60

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 439: Consolidado de costos del proyecto gestión del financiamiento año 1

CONSOLIDADO DE LOS COSTOS DEL PROYECTO			
GESTIÓN DEL FINANCIAMIENTO			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Febrero	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Marzo	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Abril	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Mayo	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Junio	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Julio	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Agosto	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Septiembre	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Octubre	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Noviembre	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Diciembre	\$6.97	\$0.00	\$6.97
TOTAL	\$83.60	\$0.00	\$ 83.60

Fuente: Elaboración Propia

j) Programa de desarrollo de productos turísticos

(1) Circuitos amantes de la cultura

Tabla 440: Costos del circuito amantes de la cultura año 1

CIRCUITO AMANTES DE LA CULTURA													
COSTOS	Guía turístico		Tiempos de comida agentes		Pulsera distintiva		Botella con agua		Listado de asistencia		Alquiler de Microbús		TOTAL
	CU	\$25	CU	\$ 4.50	CU	\$0.20	CU	\$0.33	CU	\$0.15	CU	\$90.00	
MES	Uní	C.T	Uní	C.T	Uní	C.T	Uní	C.T	Uní	C.T	Mes	CT	
Enero	14	\$350.00	56.0	\$252.00	217.00	\$43.40	217.00	\$71.61	14	\$2.10	14	\$1,260.00	\$1,979.11
Febrero	14	\$350.00	56.0	\$252.00	213.00	\$42.60	213.00	\$70.29	14	\$2.10	14	\$1,260.00	\$1,976.99
Marzo	27	\$675.00	108.0	\$486.00	400.00	\$80.00	400.00	\$132.00	27	\$4.05	27	\$2,430.00	\$3,807.05
Abril	10	\$250.00	40.0	\$180.00	146.00	\$29.20	146.00	\$48.18	10	\$1.50	10	\$900.00	\$1,408.88
Mayo	11	\$275.00	44.0	\$198.00	172.00	\$34.40	172.00	\$56.76	11	\$1.65	11	\$990.00	\$1,555.81
Junio	11	\$275.00	44.0	\$198.00	169.00	\$33.80	169.00	\$55.77	11	\$1.65	11	\$990.00	\$1,554.22
Julio	12	\$300.00	48.0	\$216.00	185.00	\$37.00	185.00	\$61.05	12	\$1.80	12	\$1,080.00	\$1,695.85
Agosto	30	\$750.00	120.0	\$540.00	443.00	\$88.60	443.00	\$146.19	30	\$4.50	30	\$2,700.00	\$4,229.29
Septiembre	12	\$300.00	48.0	\$216.00	184.00	\$36.80	184.00	\$60.72	12	\$1.80	12	\$1,080.00	\$1,695.32
Octubre	12	\$300.00	48.0	\$216.00	176.00	\$35.20	176.00	\$58.08	12	\$1.80	12	\$1,080.00	\$1,691.08
Noviembre	12	\$300.00	48.0	\$216.00	176.00	\$35.20	176.00	\$58.08	12	\$1.80	12	\$1,080.00	\$1,691.08
Diciembre	51	\$1,275.00	204.0	\$918.00	760.00	\$152.00	760.00	\$250.80	51	\$7.65	51	\$4,590.00	\$7,193.45
TOTAL		\$5,400.00		\$3,888.00		\$648.20		\$1,069.53		\$32.40		\$19,440.00	\$30,478.13

Fuente: Elaboración Propia

(2) Circuito playa y montaña

Tabla 441: Costos de circuito playa y montaña año 1

CIRCUITO PLAYA Y MONTAÑA															
COSTOS	Guía turístico		Tiempos de comida agentes		Pulsera distintiva		Botella con agua		Listado de asistencia		Alquiler de Microbús		Salvavidas		TOTAL
	CU	\$25	CU	\$4.50	CU	\$0.20	CU	\$0.33	CU	\$0.15	CU	\$90.00	CU	\$ 20.00	
MES	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Mes	CT	Mes	CT	
Enero	15	\$375.00	60	\$270.00	222	\$44.40	222	\$73.26	15	\$2.25	15	\$1,350.00	15	\$300.00	\$2,414.91
Febrero	15	\$375.00	60	\$270.00	218	\$43.60	218	\$71.94	15	\$2.25	15	\$1,350.00	15	\$300.00	\$2,412.79
Marzo	27	\$675.00	108	\$486.00	410	\$82.00	410	\$135.30	27	\$4.05	27	\$2,430.00	27	\$540.00	\$4,352.35
Abril	10	\$250.00	40	\$180.00	150	\$30.00	150	\$49.50	10	\$1.50	10	\$900.00	10	\$200.00	\$1,611.00
Mayo	12	\$300.00	48	\$216.00	176	\$35.20	176	\$58.08	12	\$1.80	12	\$1,080.00	12	\$240.00	\$1,931.08
Junio	12	\$300.00	48	\$216.00	173	\$34.60	173	\$57.09	12	\$1.80	12	\$1,080.00	12	\$240.00	\$1,929.49
Julio	13	\$325.00	52	\$234.00	189	\$37.80	189	\$62.37	13	\$1.95	13	\$1,170.00	13	\$260.00	\$2,091.12
Agosto	30	\$750.00	120	\$540.00	454	\$90.80	454	\$149.82	30	\$4.50	30	\$2,700.00	30	\$600.00	\$4,835.12
Septiembre	13	\$325.00	52	\$234.00	188	\$37.60	188	\$62.04	13	\$1.95	13	\$1,170.00	13	\$260.00	\$2,090.59
Octubre	12	\$300.00	48	\$216.00	181	\$36.20	181	\$59.73	12	\$1.80	12	\$1,080.00	12	\$240.00	\$1,933.73
Noviembre	12	\$300.00	48	\$216.00	181	\$36.20	181	\$59.73	12	\$1.80	12	\$1,080.00	12	\$240.00	\$1,933.73
Diciembre	52	\$1,300.00	208	\$936.00	779	\$155.80	779	\$257.07	52	\$7.80	52	\$4,680.00	52	\$1,040.00	\$8,376.67
TOTAL	\$5,575.00		\$4,014.00		\$664.20		\$1,095.93		\$33.45		\$20,070.00		\$4,460.00		\$35,912.58

Fuente: Elaboración Propia

(3) Noche de Playa en San Marcelino

Tabla 442: Costos de Noche de playa en San Marcelino año 1

NOCHE DE PLAYA EN SAN MARCELINO												
COSTOS	Guía turístico		Tiempos de comida agentes		Pulsera distintiva		Botella con agua		Listado de asistencia		Alquiler de Microbús	
	CU	\$25	CU	\$ 4.50	CU	\$0.20	CU	\$0.33	CU	\$0.15	CU	\$90.00
MES	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Uni	C.T	Mes	CT
Enero	8	\$200	16.0	\$72.00	222	\$44.40	222	\$73.26	8	\$1.20	8	\$720.00
Febrero	8	\$200	16.0	\$72.00	218	\$43.60	218	\$71.94	8	\$1.20	8	\$720.00
Marzo	14	\$350	28.0	\$126.00	410	\$82.00	410	\$135.30	14	\$2.10	14	\$1,260.00
Abril	5	\$125	10.0	\$45.00	150	\$30.00	150	\$49.50	5	\$0.75	5	\$450.00
Mayo	6	\$150	12.0	\$54.00	176	\$35.20	176	\$58.08	6	\$0.90	6	\$540.00
Junio	6	\$150	12.0	\$54.00	173	\$34.60	173	\$57.09	6	\$0.90	6	\$540.00
Julio	7	\$175	14.0	\$63.00	189	\$37.80	189	\$62.37	7	\$1.05	7	\$630.00
Agosto	16	\$400	32.0	\$144.00	454	\$90.80	454	\$149.82	16	\$2.40	16	\$1,440.00
Septiembre	7	\$175	14.0	\$63.00	188	\$37.60	188	\$62.04	7	\$1.05	7	\$630.00
Octubre	6	\$150	12.0	\$54.00	181	\$36.20	181	\$59.73	6	\$0.90	6	\$540.00
Noviembre	6	\$150	12.0	\$54.00	181	\$36.20	181	\$59.73	6	\$0.90	6	\$540.00
Diciembre	27	\$675	54.0	\$243.00	779	\$155.80	779	\$257.07	27	\$4.05	27	\$2,430.00
TOTAL	\$2,900.00		\$1,044.00		\$664.20		\$1,095.93		\$17.40		\$10,440.00	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 443: Costos de noche de playa en san Marcelino año 1

NOCHE DE PLAYA EN SAN MARCELINO											
COSTOS	Salvavidas		Soda en lata		Batería fuego artificial		Leña		Alquiler de lancha		TOTAL
	CU	\$20.00	CU	\$0.50	CU	\$180.00	CU	\$1.25	CU	\$65.00	
MES	Mes	CT	Mes	CT	Mes	CT	Mes	CT	Mes	CT	
Enero	8	\$160.00	222	\$111.00	8	\$1,440.00	80	\$100.00	16	\$1,040.00	\$3,961.86
Febrero	8	\$720.00	218	\$109.00	8	\$1,440.00	80	\$100.00	16	\$1,040.00	\$4,517.74
Marzo	14	\$1,260.00	410	\$205.00	14	\$2,520.00	140	\$175.00	28	\$1,820.00	\$7,935.40
Abril	5	\$450.00	150	\$75.00	5	\$900.00	50	\$62.50	10	\$650.00	\$2,837.75
Mayo	6	\$540.00	176	\$88.00	6	\$1,080.00	60	\$75.00	12	\$780.00	\$3,401.18
Junio	6	\$540.00	173	\$86.50	6	\$1,080.00	60	\$75.00	12	\$780.00	\$3,398.09
Julio	7	\$630.00	189	\$94.50	7	\$1,260.00	70	\$87.50	14	\$910.00	\$3,951.22
Agosto	16	\$1,440.00	454	\$227.00	16	\$2,880.00	160	\$200.00	32	\$2,080.00	\$9,054.02
Septiembre	7	\$630.00	188	\$94.00	7	\$1,260.00	70	\$87.50	14	\$910.00	\$3,950.19
Octubre	6	\$540.00	181	\$90.50	6	\$1,080.00	60	\$75.00	12	\$780.00	\$3,406.33
Noviembre	6	\$540.00	181	\$90.50	6	\$1,080.00	60	\$75.00	12	\$780.00	\$3,406.33
Diciembre	27	\$2,430.00	779	\$389.50	27	\$4,860.00	270	\$337.50	54	\$3,510.00	\$15,291.92
TOTAL		\$9,880.00		\$1,660.50		\$20,880.00		\$1,450.00		\$15,080.00	\$65,112.03

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 444: Consolidado de costos de proyecto desarrollo de productos turísticos año 1

CONSOLIDADO			
PROYECTO DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero		\$8,355.88	\$8,355.88
Febrero		\$8,907.52	\$8,907.52
Marzo		\$16,094.80	\$16,094.80
Abril		\$5,857.63	\$5,857.63
Mayo		\$6,888.07	\$6,888.07
Junio		\$6,881.80	\$6,881.80
Julio		\$7,738.19	\$7,738.19
Agosto		\$18,118.43	\$18,118.43
Septiembre		\$7,736.10	\$7,736.10
Octubre		\$7,031.14	\$7,031.14
Noviembre		\$7,031.14	\$7,031.14
Diciembre		\$30,862.04	\$30,862.04
TOTAL	\$0.00	\$131,502.74	\$131,502.74

Fuente: Elaboración Propia

3. Costos por programa

a) Consolidado programa de marketing

Tabla 445: Consolidado de costos programa de Marketing

CONSOLIDADO DE PROGRAMA			
MARKETING			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$1,088.00	\$0.00	\$1,088.00
Febrero	\$1,088.00	\$0.00	\$1,088.00
Marzo	\$1,088.00	\$367.00	\$1,455.00
Abril	\$1,088.00	\$0.00	\$1,088.00
Mayo	\$1,088.00	\$0.00	\$1,088.00
Junio	\$1,088.00	\$0.00	\$1,088.00
Julio	\$1,088.00	\$0.00	\$1,088.00
Agosto	\$1,088.00	\$367.00	\$1,455.00
Septiembre	\$1,088.00	\$0.00	\$1,088.00
Octubre	\$1,088.00	\$0.00	\$1,088.00
Noviembre	\$1,088.00	\$0.00	\$1,088.00
Diciembre	\$1,088.00	\$367.00	\$1,455.00
TOTAL	\$13,056.00	\$1,101.00	\$14,157.00

Fuente: Elaboración Propia

b) Consolidado programa de formación y organización turística

Tabla 446: Consolidado de costos de programa de formación y organización turística

CONSOLIDADO DE PROGRAMA			
FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURÍSTICA			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Febrero	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Marzo	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Abril	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Mayo	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Junio	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Julio	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Agosto	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Septiembre	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Octubre	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Noviembre	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
Diciembre	\$1,873.80	\$0.00	\$1,873.80
TOTAL	\$22,485.65	\$0.00	\$22,485.65

Fuente: Elaboración Propia

c) Consolidado programa de Mejora de la infraestructura

Tabla 447: Consolidado de costos de programa de mejora de la infraestructura

CONSOLIDADO DE PROGRAMA			
MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Febrero	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Marzo	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Abril	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Mayo	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Junio	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Julio	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Agosto	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Septiembre	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Octubre	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Noviembre	\$18.62	\$0.00	\$18.62
Diciembre	\$18.62	\$0.00	\$18.62
TOTAL	\$223.40	\$0.00	\$223.40

Fuente: Elaboración Propia

d) Consolidado programa gestión de la cooperación

Tabla 448: Consolidado de costos de programa de gestión de la cooperación

CONSOLIDADO DE PROGRAMA			
GESTION DE LA COOPERACION			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Febrero	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Marzo	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Abril	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Mayo	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Junio	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Julio	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Agosto	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Septiembre	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Octubre	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Noviembre	\$6.97	\$0.00	\$6.97
Diciembre	\$6.97	\$0.00	\$6.97
TOTAL	\$83.60	\$0.00	\$83.60

Fuente: Elaboración Propia

e) Consolidado programa de desarrollo de productos turísticos

Tabla 449: Consolidado de costos de programa de desarrollo de productos turísticos

CONSOLIDADO DE PROGRAMA			
DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$0.00	\$8,355.88	\$8,355.88
Febrero	\$0.00	\$8,907.52	\$8,907.52
Marzo	\$0.00	\$16,094.80	\$16,094.80
Abril	\$0.00	\$5,857.63	\$5,857.63
Mayo	\$0.00	\$6,888.07	\$6,888.07
Junio	\$0.00	\$6,881.80	\$6,881.80
Julio	\$0.00	\$7,738.19	\$7,738.19
Agosto	\$0.00	\$18,118.43	\$18,118.43
Septiembre	\$0.00	\$7,736.10	\$7,736.10
Octubre	\$0.00	\$7,031.14	\$7,031.14
Noviembre	\$0.00	\$7,031.14	\$7,031.14
Diciembre	\$0.00	\$30,862.04	\$30,862.04
TOTAL	\$0.00	\$131,502.74	\$131,502.74

Fuente: Elaboración Propia

4. Consolidado de costos del plan de desarrollo turístico para el año 1

El cálculo del consolidado de costos se realizó sumando los costos de cada uno de los programas que incluye el plan de desarrollo.

Tabla 450: Consolidado de costos del plan de desarrollo turístico sostenible. para el año 1

CONSOLIDADO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE			
MES	C.F	C.V	C.T
Enero	\$2,987.39	\$8,355.88	\$11,343.27
Febrero	\$2,987.39	\$8,907.52	\$11,894.91
Marzo	\$2,987.39	\$16,461.80	\$19,449.19
Abril	\$2,987.39	\$5,857.63	\$8,845.02
Mayo	\$2,987.39	\$6,888.07	\$9,875.46
Junio	\$2,987.39	\$6,881.80	\$9,869.19
Julio	\$2,987.39	\$7,738.19	\$10,725.58
Agosto	\$2,987.39	\$18,485.43	\$21,472.82
Septiembre	\$2,987.39	\$7,736.10	\$10,723.49
Octubre	\$2,987.39	\$7,031.14	\$10,018.53
Noviembre	\$2,987.39	\$7,031.14	\$10,018.53
Diciembre	\$2,987.39	\$31,229.04	\$34,216.43
TOTAL	\$35,848.65	\$132,603.74	\$168,452.39

Fuente: Elaboración Propia

5. Depreciaciones

a) Depreciación de mobiliario y equipo

La depreciación se refiere a la disminución del valor de los bienes o instalaciones debido a factores como el uso, el paso del tiempo, la obsolescencia, el desgaste o la incapacidad para mantener su funcionamiento.

En este plan, se aplicará el método de línea recta para calcular la depreciación, el cual asume que los activos fijos pierden su valor de manera uniforme durante cada período contable. Este cálculo se realiza dividiendo el costo total de la inversión entre el número de años de vida útil estimada de cada activo.

El propósito de registrar este costo es crear un fondo que permita reemplazar los equipos al finalizar su vida útil, asegurando así la conservación del capital de trabajo inicial. La depreciación del mobiliario y equipo se calcula considerando las características específicas de los bienes identificados en el análisis técnico y se lleva a cabo de la siguiente manera:

$$\text{Depreciación en línea recta} = \frac{\text{Inversión} - \text{Valor de recuperación}}{\text{Vida útil fiscal}}$$

Para el mobiliario y el equipo se tomará un valor de recuperación del 15% del valor de la inversión inicial, la vida útil de la maquinaria y el equipo está determinada con base al decreto legislativo 469, artículo 10 inciso 3, en donde se establecen los tiempos mínimos de depreciación

Tabla 451: Tiempos de depreciación según tipo.

Concepto	Tiempo de Depreciación
Bienes inmuebles	20 años
Bienes muebles	5 años
Equipo	2 años

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se procede a calcular la depreciación por medio de la fórmula descrita anteriormente, correspondiente al método de depreciación en línea recta.

Tabla 452: Depreciación de mobiliario y equipo

MOBILIARIO Y EQUIPO	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Botiquín	3	\$175.00	\$525.00	5	\$78.75	\$89.25	\$7.44
Chaleco Salvavidas	30	\$35.00	\$1,050.00	10	\$157.50	\$89.25	\$7.44
Stand de Bienvenida	1	\$90.00	\$90.00	2	\$13.50	\$38.25	\$3.19
Sillas Plásticas	30	\$6.50	\$195.00	2	\$29.25	\$82.88	\$6.91
Mesas plásticas	21	\$30.00	\$630.00	2	\$94.50	\$267.75	\$22.31
Pizarra	1	\$60.00	\$60.00	3	\$9.00	\$17.00	\$1.42
Proyector	1	\$450.00	\$450.00	2	\$67.50	\$191.25	\$15.94
Impresora multifuncional	3	\$250.00	\$750.00	2	\$112.50	\$318.75	\$26.56
Silla ejecutiva	3	\$125.00	\$375.00	4	\$56.25	\$79.69	\$6.64
Escritorio Personal	3	\$120.00	\$360.00	6	\$54.00	\$51.00	\$4.25
Archivero 5 gavetas	1	\$100.00	\$100.00	5	\$15.00	\$17.00	\$1.42
Computadoras	5	\$750.00	\$3,750.00	4	\$562.50	\$796.88	\$66.41
Sillas de espera	28	\$50.00	\$1,400.00	4	\$210.00	\$297.50	\$24.79
Basureros tipo papelera	5	\$8.00	\$40.00	2	\$6.00	\$17.00	\$1.42
Teléfono Celular	1	\$325.00	\$325.00	2	\$48.75	\$138.13	\$11.51
Panel Solar	3	\$330.00	\$990.00	15	\$148.50	\$56.10	\$4.68
TOTAL						\$2,547.66	\$212.31

Fuente: Elaboración Propia

b) Depreciación de obra civil

Según la Ley de Renta, en el artículo 30, las edificaciones se deprecian el 5% cada año, desde el primer año, a continuación, se presenta la depreciación para el primer año.

Tabla 453: Depreciación de obra civil

INFRAESTRUCTURA	VALOR INICIAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Pasarela peatonal en rio Sepaquiapa	\$28,000.00	\$1,400.00	\$116.67
Baños del tipo seco	\$7,200.00	\$360.00	\$30.00
Plancha de Cemento Gruta del Cristo Negro	\$10,500.00	\$525.00	\$43.75
Mirador Cerro El Tacuazín	\$11,500.00	\$575.00	\$47.92
Asiento Circular Cerro el Tacuazín	\$5,500.00	\$275.00	\$22.92
Iluminación Playa San Marcelino	\$1,130.00	\$56.50	\$4.71
Vestidores en Playa San Marcelino	\$1,130.00	\$56.50	\$4.71
Kiosko informativo	\$10,000.00	\$500.00	\$41.67
Rotulo Referencial	\$160.00	\$8.00	\$0.67
Rotulo de Bienvenida	\$360.00	\$18.00	\$1.50
Rotulo Informativo	\$108.00	\$5.40	\$0.45
Señales preelaboradas	\$304.00	\$15.20	\$1.27
Baños Públicos	\$7,125.00	\$356.25	\$29.69
Áreas de descanso	\$2,120.00	\$106.00	\$8.83
Señalización Bilingüe	\$63.75	\$3.19	\$0.27
TOTAL	\$85,200.75	\$4,260.04	\$355.00

Fuente: Elaboración Propia

6. Amortizaciones

a) Amortización por registro de marca distrito.

La inversión intangible del registro de marca es de \$416.00, el costo de amortización de la marca se realizará para 10 años, ya que es la vida útil.

Tabla 454: Amortización de marca

Año	Amortización anual	Amortización mensual
Año 1	\$41.60	\$3.47
Año 2	\$41.60	\$3.47
Año 3	\$41.60	\$3.47
Año 4	\$41.60	\$3.47
Año 5	\$41.60	\$3.47

Fuente: Elaboración Propia

b) Amortización de estudios previos

Dentro de las inversiones intangibles se determinó que el costo de los estudios previos a la realización del plan, ascienden a \$7,880.25, este costo debe amortizarse, por lo que se realizara en el periodo de 10 años, dividiendo la cantidad del monto total entre la cantidad de años.

Tabla 455: Amortización de estudios previos

Año	Amortización anual	Amortización mensual
Año 1	\$788.03	\$65.67
Año 2	\$788.03	\$65.67
Año 3	\$788.03	\$65.67
Año 4	\$788.03	\$65.67
Año 5	\$788.03	\$65.67

Fuente: Elaboración Propia

c) Amortización de administración del plan, capacitaciones y sistemas.

Se consolidan los costos asociados a los activos intangibles del plan, aquí se incluyen los gastos relacionados con la administración del proyecto, los sistemas administrativos y las capacitaciones, los cuales se amortizan dentro de este rubro, su vida útil se establece en 10 años, es decir, el tiempo durante el cual generan beneficios económicos.

Tabla 456: Costos de administración a amortizar

Año	Costo
Administración del Plan	\$6,236.00
Capacitación de personal	\$325.00
Sistemas administrativos	\$625.00
TOTAL	\$7,186.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 457: Amortización de administración

Año	Amortización	Amortización mensual
Año 1	\$718.60	\$59.90
Año 2	\$718.60	\$59.90
Año 3	\$718.60	\$59.90
Año 4	\$718.60	\$59.90
Año 5	\$718.60	\$59.90

Fuente: Elaboración Propia

7. Clasificación de costos

Tabla 458: Clasificación de costos

CLASIFICACIÓN DE COSTOS				
PROYECTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	RUBRO
PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS				
Diseño de circuitos turísticos		\$131,502.74	\$131,502.74	Operativo
PROGRAMA DE MARKETING				
Promoción de los distritos	\$12,804.00		\$12,804.00	Comercialización
Gestión de alianzas comerciales	\$252.00		\$252.00	Comercialización
Organización y participación en ferias y eventos		\$1,101.00	\$1,101.00	Comercialización
PROGRAMA DE FORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN TURISTICA				
Formación turística	\$23.70		\$23.70	Operativo
Creación de la unidad turismo	\$21,842.05		\$21,842.05	Administración
Creación del comité de desarrollo turístico	\$540.85		\$540.85	Administración
Sostenibilidad turística	\$79.05		\$79.05	Operativo
PROGRAMA DE MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA				
Mejora de la infraestructura de servicios básicos	\$223.40		\$223.40	Operativo
PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA COOPERACIÓN				
Gestión de financiamiento	\$83.60		\$83.60	Administración
DEPRECIACIONES				
Mobiliario y equipo	\$2,547.66		\$2,547.66	Operativo
Obra Civil	\$4,260.44		\$4,260.44	Operativo
AMORTIZACIONES				
Registro de marca distrito	\$41.60		\$41.60	Comercialización
Estudios Previos	\$788.03		\$788.03	Administración
ADP, Capacitaciones y sistemas.	\$718.60		\$718.60	Administración
CUOTA PRESTAMO				
Préstamo con Banco Hipotecario	\$1,780.92		\$0.00	Financiero
TOTAL	\$45,985.90	\$132,603.74	\$178,589.64	

Fuente: Elaboración Propia

Se procede a realizar el cálculo de los costos totales de operación, comercialización, administración y financieros, tomando en cuenta lo calculado en el apartado de costos por programa y la clasificación realizada en la tabla anterior.

Tabla 459: Costos operativos del plan de desarrollo

COSTOS OPERATIVOS			
PROYECTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Diseño de circuitos turísticos		\$131,502.74	\$131,502.74
Formación turística	\$23.70		\$23.70
Sostenibilidad turística	\$79.05		\$79.05
Mejora de la infraestructura de servicios básicos	\$223.40		\$223.40
Mobiliario y equipo	\$2,547.66		\$2,547.66
Obra Civil	\$4,260.44		\$4,260.44
TOTAL	\$7,134.25	\$131,502.74	\$138,636.99

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 460: Costos de administración del plan de desarrollo

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			
PROYECTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Creación de la unidad turismo	\$21,842.05		\$21,842.05
Creación del comité de desarrollo turístico	\$540.85		\$540.85
Gestión de financiamiento	\$83.60		\$83.60
Estudios Previos	\$788.03		\$788.03
ADP, Capacitaciones y sistemas.	\$718.60		\$718.60
TOTAL	\$23,973.13	\$0.00	\$23,973.13

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 461: Costos de comercialización del plan de desarrollo

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN			
PROYECTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Promoción de los distritos	\$12,804.00		\$12,804.00
Gestión de alianzas comerciales	\$252.00		\$252.00
Organización y participación en ferias y eventos		\$1,101.00	\$1,101.00
Registro de marca distrito	\$41.60		\$41.60
TOTAL	\$13,097.60	\$1,101.00	\$14,198.60

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 462: Costos financieros plan de desarrollo turístico

COSTOS FINANCIEROS			
PROYECTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Cuota de préstamo	\$1,780.92		\$ 1780.92
TOTAL	\$1,780.92	\$0.00	\$0.00

Fuente: Elaboración Propia

a) Consolidado de costos

En la siguiente tabla se presenta el consolidado de los costos de operación, administración comercialización y financieros.

Tabla 463: Consolidado de costos para el plan de desarrollo

CONSOLIDADO DE COSTOS			
TIPO DE COSTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
COSTOS OPERATIVOS	\$7,134.25	\$131,502.74	\$138,636.99
COSTO DE ADMINISTRACIÓN	\$23,973.13	\$0.00	\$23,973.13
COSTO DE COMERCIALIZACIÓN	\$13,097.60	\$1,101.00	\$14,198.60
COSTO FINANCIERO	\$1780.92	\$0.00	\$ 1780.92
TOTAL	\$45,985.90	\$132,603.74	\$178,589.64

8. Costeo aplicando el metodo de absorción

Luego de obtenerlos el consolidado de los costos operativos, costos de administración, costos de comercialización y costos financieros, se procede a aplicar el costeo por absorción, en el cual se distribuirá de acuerdo con la participación que cada circuito turístico tiene, dicha participación se calculó tomando en cuenta el pronóstico de demanda calculado en la etapa de diseño.

A continuación, se presenta la distribución de los costos fijos y variables, según el circuito.

Tabla 464: Distribución de costos entre los circuitos

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS ENTRE LOS CIRCUITOS						
PARTICIPACIÓN	39%		40%		21%	
TIPO DE COSTO	COSTOS CIRCUITO 1		COSTOS CIRCUITO 2		COSTOS CIRCUITO 3	
	CF	CV	CF	CV	CF	CV
COSTOS OPERATIVOS	\$2,782.36	\$51,286.07	\$2,853.70	\$52,601.10	\$1,498.19	\$27,615.58
COSTOS DE AMINISTRACIÓN	\$9,349.52	\$0.00	\$9,589.25	\$0.00	\$5,034.36	\$0.00
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$5,108.06	\$429.39	\$5,239.04	\$440.40	\$2,750.50	\$231.21
COSTOS FINANCIEROS	\$694.56	\$0.00	\$712.37	\$0.00	\$373.99	\$0.00
TOTAL	\$17,934.50	\$51,715.46	\$18,394.36	\$53,041.50	\$9,657.04	\$27,846.79

Luego de realizar esta distribución entre los costos fijos y los costos variables, se procede a unificarlos en el costo total, tomando en cuenta que la formula a seguir será:

$$CT = CF + CV$$

Tabla 465: Costos totales de distribución para cada circuito

TIPO DE COSTO	COSTO TOTAL CIRCUITO 1	COSTO TOTAL CIRCUITO 2	COSTO TOTAL CIRCUITO 3
	CT	CT	CT
COSTOS OPERATIVOS	\$54,068.43	\$55,454.80	\$29,113.77
COSTOS DE AMINISTRACIÓN	\$9,349.52	\$9,589.25	\$5,034.36
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$5,537.45	\$5,679.44	\$2,981.71
COSTOS FINANCIEROS	\$694.56	\$712.37	\$373.99
TOTAL	\$69,649.96	\$71,435.86	\$37,503.82

Fuente: Elaboración Propia

Al calcular los costos para cada circuito, se procede aplicar la ecuación de costo totales para cada una de las demandas de los circuitos, para poder estimar los costos futuros, la fórmula de costos totales a utilizar es la siguiente.

$$CT = CF + CV$$

Donde:

$$cv = \frac{CV}{Q}$$

Donde

Tabla 466: Descripción de componentes de fórmula de costo total

Concepto	Concepto
CT	Costos totales
CF	Costos Fijos
CV	Costos Variables
cv	Costos unitario variable equivalente
Q	Volumen de venta total

Fuente: Elaboración Propia

Teniendo en cuenta esta fórmula y conociendo los costos fijos y variables totales, se procede a calcular el costo unitario para cada circuito.

Tabla 467: Calculo de costo variable unitario

TIPO DE COSTO	COSTO VARIABLE CIRCUITO 1	COSTO VARIABLE CIRCUITO 2	COSTO VARIABLE CIRCUITO 3
COSTOS TOTALES			
Costos Variables (CV)	\$51,715.46	\$53,041.50	\$27,846.79
Venta total (Q)	3,240	3,323	1,745
Costo unitario de venta (cv)	\$15.96	\$15.96	\$15.96
COSTOS OPERATIVOS			
Costos Variables (CV)	\$51,286.07	\$52,601.10	\$27,615.58
Venta total (Q)	3,240	3,323	1,745
Costo unitario de venta (cv)	\$15.83	\$15.83	\$15.83
COSTOS DE AMINISTRACIÓN			
Costos Variables (CV)	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Venta total (Q)	3,240	3,323	1,745
Costo unitario de venta (cv)	\$0.00	\$0.00	\$0.00
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN			
Costos Variables (CV)	\$429.39	\$440.40	\$231.21
Venta total (Q)	3,240	3,323	1,745
Costo unitario de venta (cv)	\$0.13	\$0.13	\$0.13
COSTOS FINANCIEROS			
Costos Variables (CV)	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Venta total (Q)	3,240	3,323	1,745
Costo unitario de venta (cv)	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Fuente: Elaboración Propia

Teniendo los costos fijos totales y los costos unitarios variables, se procederá a realizar el conglomerado de costos por rubro de cada circuito.

Tabla 468: Conglomerado de costo fijo y costo variable unitario por circuito

TIPO DE COSTO	COSTOS CIRCUITO 1		COSTOS CIRCUITO 2		COSTOS CIRCUITO 3	
	CF	cv	CF	cv	CF	cv
COSTOS OPERATIVOS	\$2,782.36	\$15.83	\$2,853.70	\$15.83	\$1,498.19	\$15.83
COSTOS DE AMINISTRACIÓN	\$9,349.52	\$0.00	\$9,589.25	\$0.00	\$5,034.36	\$0.00
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$5,108.06	\$0.13	\$5,239.04	\$0.13	\$2,750.50	\$0.13
COSTOS FINANCIEROS	\$694.56	\$0.00	\$712.37	\$0.00	\$373.99	\$0.00
TOTAL	\$17,934.50	\$15.96	\$18,394.36	\$15.96	\$9,657.04	\$15.96

Fuente: Elaboración Propia

Al tener el conglomerado de costos fijos y costo unitario variables, se procederá a definir las ecuaciones de costos totales para cada circuito en cada uno de los tipos de costo

Tabla 469: Ecuaciones para cálculo de costos

TIPO DE COSTO	COSTOS CIRCUITO 1	COSTOS CIRCUITO 2	COSTOS CIRCUITO 3
	CT=CF+cvQ	CT=CF+cvQ	CT=CF+cvQ
COSTOS OPERATIVOS	CT _{tope} =\$2,782.36+\$15.83Q	CT _{tope} =\$2,853.70+\$15.83Q	CT _{tope} =\$1,498.19+\$15.83Q
COSTOS DE AMINISTRACIÓN	CT _{admin} =\$9,349.52+\$0.00Q	CT _{admin} =\$9,549.25+\$0.00Q	CT _{admin} =\$5,034.36+\$0.00Q
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	CT _{comer} = \$5,108.06+\$0.13Q	CT _{comer} = \$5,239.04+\$0.13Q	CT _{comer} = \$2,750.50+\$0.13Q
COSTOS FINANCIEROS	CT _{finan} = \$696.56+\$0.00Q	CT _{finan} = \$712.37+\$0.00Q	CT _{finan} = \$373.99+\$0.00Q
TOTAL	CT=\$17,934.50 + \$15.96Q	CT=\$18,394.36 + \$15.96Q	CT=\$9,657.04+ \$15.96Q

Fuente: Elaboración Propia

a) **Costeo anual aplicando metodo de absorción**

Para la realización del costeo anual, se procederá a utilizar las ecuaciones utilizadas anteriormente y se utilizará el pronóstico de la demanda calculado en la etapa de diseño.

Tabla 470: Costeo anual por absorción para costos operativos

COSTOS OPERATIVOS												
AÑO	CIRCUITO 1				CIRCUITO 2				CIRCUITO 3			
	CF		\$2,782.36		CF		\$2,853.70		CF		\$1,498.19	
	Cvu		\$15.83		Cvu		\$15.83		Cvu		\$15.83	
	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT
1	3,240	\$2,782.36	\$51,286.07	\$54,068.43	3,323	\$2,853.70	\$52,601.10	\$55,454.80	1,745	\$1,498.19	\$27,615.58	\$29,113.77
2	3,446	\$2,782.36	\$54,546.85	\$57,329.21	3,534	\$2,853.70	\$55,941.10	\$58,794.80	1,855	\$1,498.19	\$29,356.39	\$30,854.58
3	3,651	\$2,782.36	\$57,791.80	\$60,574.16	3,744	\$2,853.70	\$59,265.27	\$62,118.97	1,966	\$1,498.19	\$31,113.02	\$32,611.21
4	3,856	\$2,782.36	\$61,036.75	\$63,819.11	3,955	\$2,853.70	\$62,605.28	\$65,458.98	2,076	\$1,498.19	\$32,853.83	\$34,352.02
5	4,061	\$2,782.36	\$64,281.71	\$67,064.06	4,166	\$2,853.70	\$65,945.28	\$68,798.98	2,187	\$1,498.19	\$34,610.47	\$36,108.66

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 471:: Costeo anual por absorción para costos de administración

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN												
AÑO	CIRCUITO 1				CIRCUITO 2				CIRCUITO 3			
	CF		\$9,349.52		CF		\$9,589.25		CF		\$5,034.36	
	Cvu		\$0.00		Cvu		\$0.00		Cvu		\$0.00	
	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT
1	3,240	\$9,349.52	\$0.00	\$9,349.52	3,323	\$9,589.25	\$0.00	\$9,589.25	1,745	\$5,034.36	\$0.00	\$5,034.36
2	3,446	\$9,349.52	\$0.00	\$9,349.52	3,534	\$9,589.25	\$0.00	\$9,589.25	1,855	\$5,034.36	\$0.00	\$5,034.36
3	3,651	\$9,349.52	\$0.00	\$9,349.52	3,744	\$9,589.25	\$0.00	\$9,589.25	1,966	\$5,034.36	\$0.00	\$5,034.36
4	3,856	\$9,349.52	\$0.00	\$9,349.52	3,955	\$9,589.25	\$0.00	\$9,589.25	2,076	\$5,034.36	\$0.00	\$5,034.36
5	4,061	\$9,349.52	\$0.00	\$9,349.52	4,166	\$9,589.25	\$0.00	\$9,589.25	2,187	\$5,034.36	\$0.00	\$5,034.36

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 472: Costeo anual por absorción para costos de comercialización

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN												
AÑO	CIRCUITO 1				CIRCUITO 2				CIRCUITO 3			
	CF		\$5,108.06		CF		\$5,239.04		CF		\$2,750.50	
	Cvu		\$0.13		Cvu		\$0.13		Cvu		\$0.13	
	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT
1	3,240	\$5,108.06	\$429.39	\$5,537.45	3,323	\$5,239.04	\$440.40	\$5,679.44	1,745	\$2,750.50	\$231.21	\$2,981.71
2	3,446	\$5,108.06	\$456.69	\$5,564.75	3,534	\$5,239.04	\$468.36	\$5,707.40	1,855	\$2,750.50	\$245.78	\$2,996.28
3	3,651	\$5,108.06	\$483.86	\$5,591.92	3,744	\$5,239.04	\$496.20	\$5,735.24	1,966	\$2,750.50	\$260.49	\$3,010.99
4	3,856	\$5,108.06	\$511.03	\$5,619.09	3,955	\$5,239.04	\$524.16	\$5,763.20	2,076	\$2,750.50	\$275.07	\$3,025.56
5	4,061	\$5,108.06	\$538.20	\$5,646.26	4,166	\$5,239.04	\$552.12	\$5,791.16	2,187	\$2,750.50	\$289.77	\$3,040.27

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 473: Costeo anual por absorción para costos financieros

COSTOS FINANCIEROS												
AÑO	CIRCUITO 1				CIRCUITO 2				CIRCUITO 3			
	CF		\$8,334.71		CF		\$8,548.42		CF		\$4,487.92	
	Cvu		\$0.00		Cvu		\$0.00		Cvu		\$0.00	
	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT	Q	CF	CV=Q*Cvu	CT
1	3,240	\$8,334.71	\$0.00	\$8,334.71	3,323	\$8,548.42	\$0.00	\$8,548.42	1,745	\$4,487.92	\$0.00	\$4,487.92
2	3,446	\$8,334.71	\$0.00	\$8,334.71	3,534	\$8,548.42	\$0.00	\$8,548.42	1,855	\$4,487.92	\$0.00	\$4,487.92
3	3,651	\$8,334.71	\$0.00	\$8,334.71	3,744	\$8,548.42	\$0.00	\$8,548.42	1,966	\$4,487.92	\$0.00	\$4,487.92
4	3,856	\$0.00	\$0.00	\$0.00	3,955	\$0.00	\$0.00	\$0.00	2,076	\$0.00	\$0.00	\$0.00
5	4,061	\$0.00	\$0.00	\$0.00	4,166	\$0.00	\$0.00	\$0.00	2,187	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Fuente: Elaboración Propia

Tomando en cuenta los costos por cada circuito, se procedió a obtener los costos totales por cada circuito, estos se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 474: Resumen costos operativos anuales

RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS ANUALES			
AÑO	CF	CV	CT
1	\$7,134.25	\$131,502.74	\$138,636.99
2	\$7,134.25	\$139,844.33	\$146,978.58
3	\$7,134.25	\$148,170.10	\$155,304.35
4	\$7,134.25	\$156,495.86	\$163,630.11
5	\$7,134.25	\$164,837.45	\$171,971.70

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 475: Resumen de costos de administración anuales

RESUMEN DE COSTOS DE ADMINISTRACIÓN ANUALES			
AÑO	CF	CV	CT
1	\$23,973.13	\$0.00	\$23,973.13
2	\$23,973.13	\$0.00	\$23,973.13
3	\$23,973.13	\$0.00	\$23,973.13
4	\$23,973.13	\$0.00	\$23,973.13
5	\$23,973.13	\$0.00	\$23,973.13

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 476: Resumen de costos de comercialización anuales

RESUMEN DE COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN ANUALES			
AÑO	CF	CV	CT
1	\$13,097.60	\$1,101.00	\$14,198.60
2	\$13,097.60	\$1,170.84	\$14,268.44
3	\$13,097.60	\$1,240.55	\$14,338.15
4	\$13,097.60	\$1,310.25	\$14,407.85
5	\$13,097.60	\$1,380.09	\$14,477.69

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 477: Resumen de costos de financiamiento anuales

RESUMEN DE COSTOS DE FINANCIAMIENTO ANUALES			
AÑO	CF	CV	CT
1	\$21,371.04	\$0.00	\$21,371.04
2	\$21,371.04	\$0.00	\$21,371.04
3	\$21,371.04	\$0.00	\$21,371.04
4	\$0.00	\$0.00	\$0.00
5	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Fuente: Elaboración Propia

b) Costeo mensual para el año 1 aplicando el metodo de absorción.

A continuación, se presenta el costeo mensual para el año 1, detallado por circuito y dividido por cada uno de los tipos de costo, costos operativos, costos administrativos, costos de comercialización, y costos financieros, los cuales servirán como base para realizar los estados proforma, para el cálculo del coste mensual se utilizará el pronóstico de la demanda para cada circuito turístico, calculado en la etapa de diseño.

Tabla 478: Costeo mensual por absorción de costos operativos por circuito

COSTOS OPERATIVOS MENSUALES POR CIRCUITO												
MES	CIRCUITO 1				CIRCUITO 2				CIRCUITO 3			
	Q	CF	CV	CT	Q	CF	CV	CT	Q	CF	CV	CT
Enero	216	\$231.86	\$3,419.07	\$3,650.93	224	\$237.81	\$3,545.79	\$3,783.59	117	\$124.85	\$1,851.59	\$1,976.44
Febrero	213	\$231.86	\$3,371.58	\$3,603.45	218	\$237.81	\$3,450.81	\$3,688.62	115	\$124.85	\$1,819.94	\$1,944.79
Marzo	400	\$231.86	\$6,331.61	\$6,563.48	410	\$237.81	\$6,490.05	\$6,727.86	216	\$124.85	\$3,418.32	\$3,543.17
Abril	146	\$231.86	\$2,311.04	\$2,542.90	150	\$237.81	\$2,374.41	\$2,612.22	79	\$124.85	\$1,250.22	\$1,375.07
Mayo	172	\$231.86	\$2,722.59	\$2,954.46	176	\$237.81	\$2,785.97	\$3,023.78	92	\$124.85	\$1,455.95	\$1,580.80
Junio	169	\$231.86	\$2,675.11	\$2,906.97	173	\$237.81	\$2,738.49	\$2,976.29	91	\$124.85	\$1,440.12	\$1,564.97
Julio	185	\$231.86	\$2,928.37	\$3,160.23	189	\$237.81	\$2,991.76	\$3,229.56	99	\$124.85	\$1,566.73	\$1,691.58
Agosto	443	\$231.86	\$7,012.26	\$7,244.12	454	\$237.81	\$7,186.55	\$7,424.36	238	\$124.85	\$3,766.48	\$3,891.33
Septiembre	184	\$231.86	\$2,912.54	\$3,144.41	188	\$237.81	\$2,975.93	\$3,213.74	99	\$124.85	\$1,566.73	\$1,691.58
Octubre	176	\$231.86	\$2,785.91	\$3,017.77	181	\$237.81	\$2,865.12	\$3,102.93	95	\$124.85	\$1,503.43	\$1,628.28
Noviembre	176	\$231.86	\$2,785.91	\$3,017.77	181	\$237.81	\$2,865.12	\$3,102.93	95	\$124.85	\$1,503.43	\$1,628.28
Diciembre	760	\$231.86	\$12,030.07	\$12,261.93	779	\$237.81	\$12,331.10	\$12,568.91	409	\$124.85	\$6,472.65	\$6,597.50
TOTAL	3240	\$2,782.36	\$51,286.07	\$54,068.43	3323	\$2,853.70	\$52,601.10	\$55,454.80	1745	\$1,498.19	\$27,615.58	\$29,113.77

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 479: Costeo mensual por absorción de administración por circuito

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES POR CIRCUITO												
MES	CIRCUITO 1				CIRCUITO 2				CIRCUITO 3			
	Q	CF	CV	CT	Q	CF	CV	CT	Q	CF	CV	CT
Enero	216	\$779.13	\$0.00	\$779.13	224	\$799.10	\$0.00	\$799.10	117	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Febrero	213	\$779.13	\$0.00	\$779.13	218	\$799.10	\$0.00	\$799.10	115	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Marzo	400	\$779.13	\$0.00	\$779.13	410	\$799.10	\$0.00	\$799.10	216	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Abril	146	\$779.13	\$0.00	\$779.13	150	\$799.10	\$0.00	\$799.10	79	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Mayo	172	\$779.13	\$0.00	\$779.13	176	\$799.10	\$0.00	\$799.10	92	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Junio	169	\$779.13	\$0.00	\$779.13	173	\$799.10	\$0.00	\$799.10	91	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Julio	185	\$779.13	\$0.00	\$779.13	189	\$799.10	\$0.00	\$799.10	99	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Agosto	443	\$779.13	\$0.00	\$779.13	454	\$799.10	\$0.00	\$799.10	238	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Septiembre	184	\$779.13	\$0.00	\$779.13	188	\$799.10	\$0.00	\$799.10	99	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Octubre	176	\$779.13	\$0.00	\$779.13	181	\$799.10	\$0.00	\$799.10	95	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Noviembre	176	\$779.13	\$0.00	\$779.13	181	\$799.10	\$0.00	\$799.10	95	\$419.53	\$0.00	\$419.53
Diciembre	760	\$779.13	\$0.00	\$779.13	779	\$799.10	\$0.00	\$799.10	409	\$419.53	\$0.00	\$419.53
TOTAL	3240	\$9,349.52	\$0.00	\$9,349.52	3323	\$9,589.25	\$0.00	\$9,589.25	1745	\$5,034.36	\$0.00	\$5,034.36

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 480: Costeo mensual por absorción de comercialización por circuito

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN MENSUALES POR CIRCUITO												
MES	CIRCUITO 1				CIRCUITO 2				CIRCUITO 3			
	Q	CF	CV	CT	Q	CF	CV	CT	Q	CF	CV	CT
Enero	216	\$425.67	\$28.63	\$454.30	224	\$436.59	\$29.69	\$466.27	117	\$229.21	\$15.50	\$244.71
Febrero	213	\$425.67	\$28.23	\$453.90	218	\$436.59	\$28.89	\$465.48	115	\$229.21	\$15.24	\$244.45
Marzo	400	\$425.67	\$53.01	\$478.68	410	\$436.59	\$54.34	\$490.92	216	\$229.21	\$28.62	\$257.83
Abril	146	\$425.67	\$19.35	\$445.02	150	\$436.59	\$19.88	\$456.47	79	\$229.21	\$10.47	\$239.68
Mayo	172	\$425.67	\$22.79	\$448.47	176	\$436.59	\$23.33	\$459.91	92	\$229.21	\$12.19	\$241.40
Junio	169	\$425.67	\$22.40	\$448.07	173	\$436.59	\$22.93	\$459.51	91	\$229.21	\$12.06	\$241.27
Julio	185	\$425.67	\$24.52	\$450.19	189	\$436.59	\$25.05	\$461.63	99	\$229.21	\$13.12	\$242.33
Agosto	443	\$425.67	\$58.71	\$484.38	454	\$436.59	\$60.17	\$496.76	238	\$229.21	\$31.53	\$260.74
Septiembre	184	\$425.67	\$24.39	\$450.06	188	\$436.59	\$24.92	\$461.50	99	\$229.21	\$13.12	\$242.33
Octubre	176	\$425.67	\$23.32	\$449.00	181	\$436.59	\$23.99	\$460.57	95	\$229.21	\$12.59	\$241.80
Noviembre	176	\$425.67	\$23.32	\$449.00	181	\$436.59	\$23.99	\$460.57	95	\$229.21	\$12.59	\$241.80
Diciembre	760	\$425.67	\$100.72	\$526.39	779	\$436.59	\$103.24	\$539.83	409	\$229.21	\$54.19	\$283.40
TOTAL	3240	\$5,108.06	\$429.39	\$5,537.45	3323	\$5,239.04	\$440.40	\$5,679.44	1745	\$2,750.50	\$231.21	\$2,981.71

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 481: Costeo mensual por absorción de financiamiento por circuito

COSTOS DE FINANCIAMIENTO MENSUALES POR CIRCUITO												
MES	CIRCUITO 1				CIRCUITO 2				CIRCUITO 3			
	Q	CF	CV	CT	Q	CF	CV	CT	Q	CF	CV	CT
Enero	216	\$694.56	\$0.00	\$694.56	224	\$712.37	\$0.00	\$712.37	117	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Febrero	213	\$694.56	\$0.00	\$694.56	218	\$712.37	\$0.00	\$712.37	115	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Marzo	400	\$694.56	\$0.00	\$694.56	410	\$712.37	\$0.00	\$712.37	216	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Abril	146	\$694.56	\$0.00	\$694.56	150	\$712.37	\$0.00	\$712.37	79	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Mayo	172	\$694.56	\$0.00	\$694.56	176	\$712.37	\$0.00	\$712.37	92	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Junio	169	\$694.56	\$0.00	\$694.56	173	\$712.37	\$0.00	\$712.37	91	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Julio	185	\$694.56	\$0.00	\$694.56	189	\$712.37	\$0.00	\$712.37	99	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Agosto	443	\$694.56	\$0.00	\$694.56	454	\$712.37	\$0.00	\$712.37	238	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Septiembre	184	\$694.56	\$0.00	\$694.56	188	\$712.37	\$0.00	\$712.37	99	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Octubre	176	\$694.56	\$0.00	\$694.56	181	\$712.37	\$0.00	\$712.37	95	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Noviembre	176	\$694.56	\$0.00	\$694.56	181	\$712.37	\$0.00	\$712.37	95	\$373.99	\$0.00	\$373.99
Diciembre	760	\$694.56	\$0.00	\$694.56	779	\$712.37	\$0.00	\$712.37	409	\$373.99	\$0.00	\$373.99
TOTAL	3240	\$8,334.71	\$0.00	\$8,334.71	3323	\$8,548.42	\$0.00	\$8,548.42	1745	\$4,487.92	\$0.00	\$4,487.92

Fuente: Elaboración Propia

Luego de realizar los costos, se procedió a realizar el consolidado de los costos para cada circuito, para el año 1 mes a mes.

Tabla 482: Consolidado de costos mensuales por circuito

CONSOLIDADO DE COSTOS MENSUALES POR CIRCUITO PARA EL AÑO 1									
MES	CIRCUITO 1			CIRCUITO 2			CIRCUITO 3		
	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT
Enero	\$2,131.22	\$3,447.70	\$5,578.92	\$2,185.87	\$3,575.47	\$5,761.34	\$1,147.58	\$1,867.09	\$3,014.67
Febrero	\$2,131.22	\$3,399.81	\$5,531.03	\$2,185.87	\$3,479.70	\$5,665.57	\$1,147.58	\$1,835.17	\$2,982.76
Marzo	\$2,131.22	\$6,384.62	\$8,515.85	\$2,185.87	\$6,544.39	\$8,730.26	\$1,147.58	\$3,446.94	\$4,594.52
Abril	\$2,131.22	\$2,330.39	\$4,461.61	\$2,185.87	\$2,394.29	\$4,580.16	\$1,147.58	\$1,260.69	\$2,408.27
Mayo	\$2,131.22	\$2,745.39	\$4,876.61	\$2,185.87	\$2,809.30	\$4,995.17	\$1,147.58	\$1,468.14	\$2,615.72
Junio	\$2,131.22	\$2,697.50	\$4,828.72	\$2,185.87	\$2,761.41	\$4,947.28	\$1,147.58	\$1,452.18	\$2,599.76
Julio	\$2,131.22	\$2,952.89	\$5,084.11	\$2,185.87	\$3,016.80	\$5,202.67	\$1,147.58	\$1,579.85	\$2,727.43
Agosto	\$2,131.22	\$7,070.97	\$9,202.19	\$2,185.87	\$7,246.72	\$9,432.58	\$1,147.58	\$3,798.01	\$4,945.59
Septiembre	\$2,131.22	\$2,936.93	\$5,068.15	\$2,185.87	\$3,000.84	\$5,186.71	\$1,147.58	\$1,579.85	\$2,727.43
Octubre	\$2,131.22	\$2,809.23	\$4,940.46	\$2,185.87	\$2,889.11	\$5,074.98	\$1,147.58	\$1,516.01	\$2,663.59
Noviembre	\$2,131.22	\$2,809.23	\$4,940.46	\$2,185.87	\$2,889.11	\$5,074.98	\$1,147.58	\$1,516.01	\$2,663.59
Diciembre	\$2,131.22	\$12,130.79	\$14,262.01	\$2,185.87	\$12,434.34	\$14,620.21	\$1,147.58	\$6,526.84	\$7,674.42
TOTAL	\$25,574.65	\$51,715.46	\$77,290.11	\$26,230.41	\$53,041.50	\$79,271.90	\$13,770.96	\$27,846.79	\$41,617.75

Fuente: Elaboración Propia

E. PRESUPUESTO DE INGRESOS – PUNTO DE EQUILIBRIO

El presupuesto de ingresos y gastos es una herramienta que permite estimar los ingresos que se generará durante un período determinado, para calcular los ingresos proyectados, es necesario determinar las unidades a vender y el precio de los servicios, donde las unidades ya se han calculado y el precio de venta se establecerá en la siguiente sección.

Por otro lado, el presupuesto de egresos incluye todas las actividades productivas relacionadas con la prestación de servicios, estos costos representan desembolsos monetarios asociados, ya sea de manera directa o indirecta, a la ejecución de dichos servicios.

1. Determinación del precio de venta

El precio se establecerá a través de un análisis que en el que se evaluara cuánto estarían dispuestos a pagar los consumidores, considerando su nivel de ingresos, ya que son ellos los que garantizarán que el plan genere los ingresos necesarios para ser sostenible.

Para determinar el precio, se llevara a cabo un análisis del mercado consumidor y se tomaran en cuenta los precios de tour que se ofrecen para visitar a distritos que forman parte de la competencia, para poder determinar, si los precios se encontraran dentro del promedio de precios o por encima o debajo de ellos, además se tendra en cuenta que el precio fijado deberá ser capaz de absorber posibles cambios en el entorno sin necesidad de trasladar estos costos adicionales a los consumidores, lo que hace referencia a que el precio debe ser suficientemente flexible para enfrentar variaciones sin comprometer de manera significativa las utilidades generadas por la venta de los paquetes turísticos ofrecidos.

Los criterios por utilizar para determinar el precio de venta de los paquetes turísticos que se llevaran a cabo dentro de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat son:

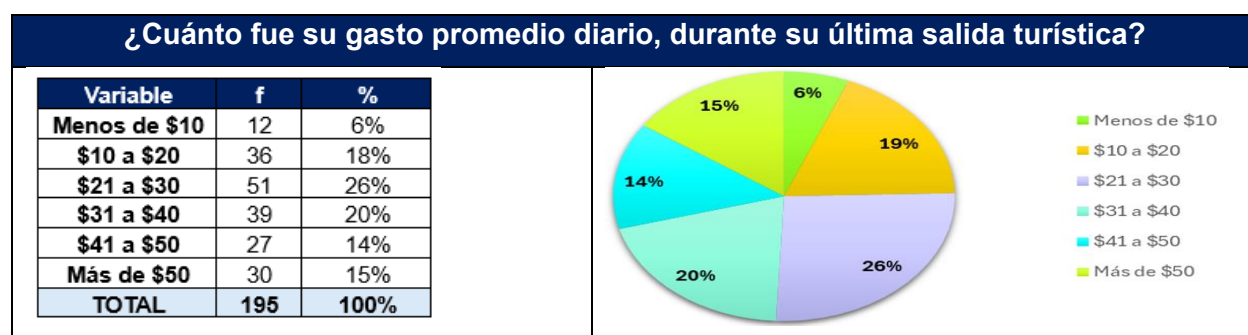
- Referencia del mercado consumidor
- Referencia de los competidores
- Referencia de los costes.

A continuación, se ampliará sobre cada uno de ellos.

a) Referencia del mercado consumidor

El mercado consumidor desempeña un papel clave en la determinación del precio de venta, ya que son los consumidores quienes deciden si están dispuestos a pagar por el servicio ofrecido, basándose en si consideran razonable el precio en relación con sus expectativas, en el estudio de mercado realizado, se identificó el perfil de los turistas a quienes estarán dirigidos los paquetes turísticos, a estos se les planteó la pregunta: "¿Cuánto fue su gasto promedio diario, durante su última salida turística?" con el objetivo de evaluar la capacidad económica del mercado objetivo para adquirir dichos paquetes. Los resultados de esta investigación se presentan a continuación.

Tabla 483: Referencia del mercado consumidor



Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar que el gasto promedio diario por persona es variado, pero presenta un mayor porcentaje en el rango de \$21 a \$30, por lo que se puede determinar que la mayoría de las personas tienen un gasto promedio de \$25.5 por persona.

b) Referencia de los competidores

Al realizar una investigación sobre los tours que se ofertan hacia los distritos competidores por parte de los tours operadoras recomendadas para la distribución de los productos turísticos de los distritos., se encontraron los siguientes tours.

Tabla 484: Referencia de precio de los competidores

Concepto	Precio
Tour hacia cascadas de Tamanique y Playa el tunco	\$85.00
Malecón, Sunset Park, Playa el Tunco	\$85.00
Excursión a cascadas de Tamanique	\$45.00
Tour hacia puerta del diablo	\$25.00
Playa El Tunco y Malecón	\$48.00
Tour hacia Suchitoto	\$60.00

Se puede observar que el costo de los tours es variado, pero en promedio \$58.00.

c) Referencia de costes

La estructura de costo permitió identificar el costo total unitario, el cual

Tomando en cuenta los costos detallados anteriormente, se calcula los siguientes costos unitarios para los paquetes turísticos.

Tabla 485: Calculo de costo unitario por circuito

Circuito	Nombre del circuito	Costo fijo unitario	Costo variable unitario	Costo total unitario
1	Amantes de la Cultura	\$5.54	\$15.96	\$21.50
2	Playa y Montaña	\$5.54	\$15.96	\$21.50
3	Noche de playa en San Marcelino	\$5.53	\$15.96	\$21.49

Fuente: Elaboración Propia

Para el establecimiento del precio de venta, se tomó en cuenta los 3 criterios descritos anteriormente, siendo uno de los más importantes la referencia del mercado consumidor, en el cual se demuestra que la mayoría de las personas gastan entre \$21.00 a \$30.00 dólares en sus gastos turísticos, además se tomó en cuenta el precio promedio de los tours de los competidores que es de \$58.00, para fijar el precio se tomara como punto de partida el costo total unitario.

El precio de venta de los recorridos se establecerá en \$27.00 dólares puesto que se encuentra dentro del margen de dinero que a mayoría de personas gastan en sus viajes turísticos, además se encuentra por debajo de los costos que ofertan los competidores y permite cubrir con los costos unitarios que se generan por cada persona en cada recorrido.

2. Margen de utilidad

A continuación, se calculará el margen de utilidad que aportará el plan de desarrollo turístico sostenible, con la venta de los 3 circuitos turísticos diseñados dentro de los distritos, para ser comercializados a los turistas, a continuación, se realiza el desglose.

Tabla 486: Calculo del margen de contribución

CIRCUITO	Costo Unitario	Precio de Venta	Margen de contribución
Amantes de la Cultura	\$21.50	\$27.00	\$5.50
Playa y Montaña	\$21.50	\$27.00	\$5.50
Noche de playa en San Marcelino	\$21.49	\$27.00	\$5.51

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar en la tabla que el margen de contribución es positivo, debido a que el precio de venta cubre los costos unitarios de los circuitos, cabe recalcar que el plan de desarrollo turístico es sin fines de lucro, y no se ha establecido un porcentaje de ganancia.

3. Ingresos pronosticados

A continuación, se procederá a realizar el cálculo de los ingresos correspondientes, para ello se tomará en cuenta el pronóstico de la demanda, determinado en la etapa de diseño del plan.

Tabla 487: Ingresos pronosticados por circuito año 1

INGRESO POR CIRCUITOS AÑO 1						
AÑO 1	Amantes de la Cultura		Playa y Montaña		Noche de playa en SM	
	PV	\$27.00	PV	\$27.00	PV	\$27.00
MES	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv
Enero	216	\$5,940.00	224	\$6,048.00	117	\$3,159.00
Febrero	213	\$5,751.00	218	\$5,886.00	115	\$3,105.00
Marzo	400	\$10,800.00	410	\$11,070.00	216	\$5,832.00
Abril	146	\$3,942.00	150	\$4,050.00	79	\$2,133.00
Mayo	172	\$4,644.00	176	\$4,752.00	92	\$2,484.00
Junio	169	\$4,563.00	173	\$4,671.00	91	\$2,457.00
Julio	185	\$4,995.00	189	\$5,103.00	99	\$2,673.00
Agosto	443	\$11,961.00	454	\$12,258.00	238	\$6,426.00
Septiembre	184	\$4,968.00	188	\$5,076.00	99	\$2,673.00
Octubre	176	\$4,752.00	181	\$4,887.00	95	\$2,565.00
Noviembre	176	\$4,752.00	181	\$4,887.00	95	\$2,565.00
Diciembre	760	\$20,520.00	779	\$21,033.00	409	\$11,043.00
TOTAL	3240	\$87,480.00	3323	\$89,721.00	1745	\$47,115.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 488: Ingresos pronosticados por circuito año 2

INGRESO POR CIRCUITOS AÑO 2						
AÑO 2	Amantes de la Cultura		Playa y Montaña		Noche de playa en SM	
	PV	\$27.00	PV	\$27.00	PV	\$27.00
MES	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv
Enero	231	\$6,237.00	236	\$6,372.00	124	\$3,348.00
Febrero	227	\$6,129.00	232	\$6,264.00	122	\$3,294.00
Marzo	425	\$11,475.00	436	\$11,772.00	229	\$6,183.00
Abril	155	\$4,185.00	159	\$4,293.00	84	\$2,268.00
Mayo	183	\$4,941.00	187	\$5,049.00	98	\$2,646.00
Junio	180	\$4,860.00	184	\$4,968.00	97	\$2,619.00
Julio	196	\$5,292.00	201	\$5,427.00	106	\$2,862.00
Agosto	471	\$12,717.00	483	\$13,041.00	254	\$6,858.00
Septiembre	195	\$5,265.00	200	\$5,400.00	105	\$2,835.00
Octubre	188	\$5,076.00	192	\$5,184.00	101	\$2,727.00
Noviembre	187	\$5,049.00	192	\$5,184.00	101	\$2,727.00
Diciembre	808	\$21,816.00	828	\$22,356.00	435	\$11,745.00
TOTAL	3446	\$93,042.00	3530	\$95,310.00	1856	\$50,112.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 489: Ingresos pronosticados por circuito año 3

INGRESO POR CIRCUITOS AÑO 3						
AÑO 3	Amantes de la Cultura		Playa y Montaña		Noche de playa en SM	
	PV	\$27.00	PV	\$27.00	PV	\$27.00
MES	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv
Enero	244	\$6,588.00	251	\$6,777.00	132	\$3,564.00
Febrero	240	\$6,480.00	246	\$6,642.00	129	\$3,483.00
Marzo	451	\$12,177.00	462	\$12,474.00	243	\$6,561.00
Abril	165	\$4,455.00	169	\$4,563.00	89	\$2,403.00
Mayo	193	\$5,211.00	198	\$5,346.00	104	\$2,808.00
Junio	190	\$5,130.00	195	\$5,265.00	102	\$2,754.00
Julio	208	\$5,616.00	213	\$5,751.00	112	\$3,024.00
Agosto	499	\$13,473.00	512	\$13,824.00	269	\$7,263.00
Septiembre	207	\$5,589.00	212	\$5,724.00	111	\$2,997.00
Octubre	199	\$5,373.00	204	\$5,508.00	107	\$2,889.00
Noviembre	199	\$5,373.00	204	\$5,508.00	107	\$2,889.00
Diciembre	856	\$23,112.00	878	\$23,706.00	461	\$12,447.00
TOTAL	3651	\$98,577.00	3744	\$101,088.00	1966	\$53,082.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 490: Ingresos pronosticados por circuito año 4

INGRESO POR CIRCUITOS AÑO 4						
AÑO 4	Amantes de la Cultura		Playa y Montaña		Noche de playa en SM	
	PV	\$27.00	PV	\$27.00	PV	\$27.00
MES	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv
Enero	258	\$6,966.00	265	\$7,155.00	139	\$3,753.00
Febrero	253	\$6,831.00	260	\$7,020.00	136	\$3,672.00
Marzo	476	\$12,852.00	488	\$13,176.00	256	\$6,912.00
Abril	174	\$4,698.00	178	\$4,806.00	94	\$2,538.00
Mayo	204	\$5,508.00	210	\$5,670.00	110	\$2,970.00
Junio	201	\$5,427.00	206	\$5,562.00	108	\$2,916.00
Julio	220	\$5,940.00	226	\$6,102.00	118	\$3,186.00
Agosto	527	\$14,229.00	541	\$14,607.00	284	\$7,668.00
Septiembre	219	\$5,913.00	224	\$6,048.00	118	\$3,186.00
Octubre	210	\$5,670.00	215	\$5,805.00	113	\$3,051.00
Noviembre	210	\$5,670.00	215	\$5,805.00	113	\$3,051.00
Diciembre	904	\$24,408.00	927	\$25,029.00	487	\$13,149.00
TOTAL	3856	\$104,112.00	3955	\$106,785.00	2076	\$56,052.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 491: Ingresos pronosticados por circuito año 5

INGRESO POR CIRCUITOS AÑO 5						
AÑO 5	Amantes de la Cultura		Playa y Montaña		Noche de playa en SM	
	PV	\$27.00	PV	\$27.00	PV	\$27.00
MES	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv	Q	Q*Pv
Enero	275	\$7,425.00	280	\$7,560.00	147	\$3,969.00
Febrero	267	\$7,209.00	274	\$7,398.00	144	\$3,888.00
Marzo	502	\$13,554.00	514	\$13,878.00	270	\$7,290.00
Abril	183	\$4,941.00	188	\$5,076.00	99	\$2,673.00
Mayo	215	\$5,805.00	221	\$5,967.00	116	\$3,132.00
Junio	212	\$5,724.00	217	\$5,859.00	114	\$3,078.00
Julio	232	\$6,264.00	237	\$6,399.00	125	\$3,375.00
Agosto	555	\$14,985.00	569	\$15,363.00	299	\$8,073.00
Septiembre	230	\$6,210.00	236	\$6,372.00	124	\$3,348.00
Octubre	221	\$5,967.00	227	\$6,129.00	119	\$3,213.00
Noviembre	221	\$5,967.00	227	\$6,129.00	119	\$3,213.00
Diciembre	952	\$25,704.00	976	\$26,352.00	513	\$13,851.00
TOTAL	4065	\$109,755.00	4166	\$112,482.00	2189	\$59,103.00

Fuente: Elaboración Propia

a) Consolidado de ingresos por circuito.

Tabla 492: Consolidado de ingresos por circuitos

CONSOLIDADO DE INGRESOS POR CIRCUITOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Enero	\$15,147.00	\$15,957.00	\$16,929.00	\$17,874.00	\$18,954.00
Febrero	\$14,742.00	\$15,687.00	\$16,605.00	\$17,523.00	\$18,495.00
Marzo	\$27,702.00	\$29,430.00	\$31,212.00	\$32,940.00	\$34,722.00
Abril	\$10,125.00	\$10,746.00	\$11,421.00	\$12,042.00	\$12,690.00
Mayo	\$11,880.00	\$12,636.00	\$13,365.00	\$14,148.00	\$14,904.00
Junio	\$11,691.00	\$12,447.00	\$13,149.00	\$13,905.00	\$14,661.00
Julio	\$12,771.00	\$13,581.00	\$14,391.00	\$15,228.00	\$16,038.00
Agosto	\$30,645.00	\$32,616.00	\$34,560.00	\$36,504.00	\$38,421.00
Septiembre	\$12,717.00	\$13,500.00	\$14,310.00	\$15,147.00	\$15,930.00
Octubre	\$12,204.00	\$12,987.00	\$13,770.00	\$14,526.00	\$15,309.00
Noviembre	\$12,204.00	\$12,960.00	\$13,770.00	\$14,526.00	\$15,309.00
Diciembre	\$52,596.00	\$55,917.00	\$59,265.00	\$62,586.00	\$65,907.00
TOTAL	\$224,424.00	\$238,464.00	\$252,747.00	\$266,949.00	\$281,340.00

Fuente: Elaboración Propia

4. Punto de equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio para el Plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa, se utilizará el método del margen de contribución ponderado para el que será necesario tener a mano los siguientes datos.

Tabla 493: Variables para determinar punto de equilibrio

VARIABLES NECESARIAS PARA DETERMINAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO			
CONCEPTO	CIRCUITO 1	CIRCUITO 2	CIRCUITO 3
Precio de venta unitario	\$27.00	\$27.00	\$27.00
Porcentaje de participación	39%	40%	21%
Costo variable unitario	\$15.83	\$15.83	\$15.83
Costo fijo anual	\$25,574.65		

Fuente: Elaboración Propia

Además, se hará uso de las siguientes formulas, para los cálculos.

Tabla 494: Formulas a utilizar para punto de equilibrio

CONCEPTO	FORMULAS
Punto de equilibrio en unidades	$PE_u = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Margen de contribución ponderado total}}$
Punto de equilibrio por servicio	$PE_{ser} = PE_u * \text{Porcentaje de participación}$
Punto de equilibrio monetario	$PE_{mon} = \sum PE_{prod} * \text{Precio de venta}$

Margen de contribución ponderado total	$MCPT = \sum \text{Margen de contribución ponderado}$
Margen de contribución ponderado	$MCP = \% \text{ de participación} * \text{Margen de contribución unitario}$
Margen de contribución unitario	$MCU = \text{Precio de venta} - \text{Costo Variable Unitario}$

Fuente: Elaboración Propia

Una vez conocidos los datos y la formula se procederá a calcular el margen de contribución unitario.

5. Margen de contribución unitario

El margen de contribución unitario permite obtener el exceso de ingreso sobre los costos variables, los cuales deben cubrir los costos fijos y por lo cual genera utilidades, para ello se utiliza la siguiente formula.

$$MCU = PV_u - CV_u$$

Donde:

- MCU: Margen de contribución unitario
- PVu: Precio de venta unitario
- CVu: Costo variable unitario

Tabla 495: Margen de contribución unitario por circuito

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE LOS CIRCUITOS			
CONCEPTO	Precio de venta	Costo variable unitario	Margen de contribución
Amantes de la cultura	\$27.00	\$15.83	\$11.17
Playa y montaña	\$27.00	\$15.83	\$11.17
Noche de playa en SM	\$27.00	\$15.83	\$11.17

Fuente: Elaboración Propia

Teniendo el margen de contribución, se puede afirmar que, al ser un valor positivo, por cada servicio vendido, se recuperan los costos variables unitarios, dejando un margen considerable para poder cubrir los costos fijos.

6. Margen de contribución ponderado

Una vez conocido el margen de contribución unitario, se procede a calcular el margen de contribución ponderado.

Tabla 496: Margen de contribución ponderado

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDENRADO			
CONCEPTO	CIRCUITO 1	CIRCUITO 2	CIRCUITO 3
Margen de contribución unitario	\$11.17	\$11.17	\$11.17
Tasa de participación	39%	40%	21%
Margen de contribución ponderado	\$4.36	\$4.47	\$2.35

Fuente: Elaboración Propia

7. Margen de contribución ponderado total

Una vez conocido el margen de contribución ponderado por cada uno de los circuitos, se procede a realizar la sumatoria para determinar el margen de contribución ponderado total.

Tabla 497: Margen de contribución ponderado total

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN TOTAL	
CIRCUITO	Margen de Contribución ponderando
Amantes de la cultura	\$4.36
Playa y Montaña	\$4.47
Noche de playa en SM	\$2.35
Margen de contribución ponderado total	\$11.17

Fuente: Elaboración Propia

8. Punto de equilibrio en unidades

Al haber realizado el cálculo del margen de contribución ponderado total, se procede a realizar el cálculo del punto de equilibrio en unidades, para el cual se utilizará la siguiente fórmula:

$$PE_u = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Margen de contribución ponderado total}}$$

$$PE_u = \frac{\$25,574.65}{\$11.17}$$

$$PE_u = 2,289 \text{ recorridos}$$

Se determino que para que el plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, sea viable económicamente, será necesario vender **2,289 recorridos anualmente**, por lo que ventas superiores a este número genera utilidades y ventas inferiores significarían pérdidas-

9. Punto de equilibrio por servicio.

Una vez determinado el punto de equilibrio del plan, se procederá a determinar el punto de equilibrio para cada uno de los circuitos, para ello se utilizará la siguiente fórmula.

$$PE_{ser} = PE_u * \text{Porcentaje de participación}$$

Tabla 498 : Punto de equilibrio por servicio

PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO			
CONCEPTO	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noche de playa en SM
Punto de equilibrio en unidades	2289		
Tasa de participación	39%	40%	21%
Punto de equilibrio por recorrido	893	916	481

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con los datos encontrados se puede decir lo siguiente:

- El punto de equilibrio para el circuito de amantes de la cultura es de 893 recorridos anuales.
- El punto de equilibrio para el circuito de playa y montaña es de 916 recorridos anuales
- El punto de equilibrio para la Noche de playa en San Marcelino es de 481 recorridos anuales.

10. Punto de equilibrio en unidades monetarias

El punto de equilibrio en términos monetarios hace referencia al nivel de actividad en el cual una empresa u organización iguala los ingresos obtenidos por sus ventas, con la totalidad de sus costos, por lo cual no presenta pérdidas ni ganancias.

Al momento de determinar el punto de equilibrio en unidades, se debe determinar los ingresos por venta de cada servicio, por lo que se utilizara el punto de equilibrio por recorrido y el precio de venta establecido.

Tabla 499 Punto de equilibrio en unidades monetarias

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS			
CONCEPTO	Amantes de la cultura	Playa y Montaña	Noche de playa en SM
Punto de equilibrio por recorrido	893	916	481
Precio de venta unitario	\$27.00	\$27.00	\$27.00
Punto de equilibrio por recorrido	\$24,107.23	\$24,725.36	\$12,980.82
TOTAL	\$61,813.41		

Fuente: Elaboración Propia

11. Margen de seguridad

Una vez determinado el punto de equilibrio, es importante focalizar el análisis en una magnitud que permita una máxima visión cuantitativa y comparativa, como lo es el margen de seguridad en ventas sobre el punto de equilibrio o margen de seguridad, del plan de desarrollo turístico sostenible de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, antes de incurrir en pérdidas.

Puesto que el margen de seguridad es el porcentaje que representan las ventas por encima del punto de equilibrio en relación con el total de ventas, son estas las que permiten la generación de beneficios, cabe destacar que entre mayor sea el margen de seguridad, menor es el riesgo de incurrir en pérdidas, para ello se utilizara la siguiente formula.

$$\% \text{Margen de seguridad} = \frac{\text{Ventas Pronosticadas} - PE_u}{\text{Ventas pronósticos}}$$

Se presentan los márgenes de seguridad para plan de desarrollo turístico, así como el margen de seguridad de los servicios de los recorridos turísticos.

Tabla 500 Margen de seguridad del plan de desarrollo

MARGEN DE SEGURIDAD DEL PLAN					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas pronosticadas	\$224,316.00	\$238,464.00	\$252,747.00	\$266,949.00	\$281,340.00
Punto de equilibrio	\$61,813.41	\$61,813.41	\$61,813.41	\$61,813.41	\$61,813.41
Margen de seguridad	72%	74%	76%	77%	78%

Fuente: Elaboración Propia

A partir del cálculo realizado del margen de seguridad, se puede observar que el margen de seguridad de los 5 años es positivo y se encuentra en crecimiento debido a que se crece conforme el crecimiento de la afluencia turística, por lo que año con año el riesgo de pérdidas disminuye, a continuación, se procederá a realizar el cálculo del margen de seguridad para cada uno de los circuitos.

Tabla 501 Margen de seguridad circuito amantes de la cultura

MARGEN DE SEGURIDAD CIRCUITO AMANTES DE LA CULTURA					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas pronosticadas	\$87,480.00	\$93,042.00	\$98,577.00	\$104,112.00	\$109,755.00
Punto de equilibrio	\$24,107.23	\$24,107.23	\$24,107.23	\$24,107.23	\$24,107.23
Margen de seguridad	72%	74%	76%	77%	78%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 502 Margen de seguridad circuito Playa y Montaña

MARGEN DE SEGURIDAD CIRCUITO PLAYA Y MONTAÑA					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas pronosticadas	\$89,721.00	\$95,310.00	\$101,088.00	\$106,785.00	\$112,482.00
Punto de equilibrio	\$24,725.36	\$24,725.36	\$24,725.36	\$24,725.36	\$24,725.36
Margen de seguridad	72%	74%	76%	77%	78%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 503 Margen de seguridad circuito noche de playa en san Marcelino

MARGEN DE SEGURIDAD NOCHE DE PLAYA EN SAN MARCELINO					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas pronosticadas	\$47,115.00	\$50,112.00	\$53,082.00	\$56,052.00	\$59,103.00
Punto de equilibrio	\$12,980.82	\$12,980.82	\$12,980.82	\$12,980.82	\$12,980.82
Margen de seguridad	72%	74%	76%	77%	78%

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar dentro del cálculo de los márgenes de seguridad de cada uno de los circuitos, en todos se observan márgenes positivos y en crecimiento, por lo que año cual se puede afirmar que en ellos se tiene un bajo riesgo a incurrir en perdidas, puesto que, al existir desviación en ventas, el margen de seguridad cubre los costos de cada circuito.

F. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados financieros proforma son documentos financieros proyectados que muestran cómo se espera que se desempeñe una empresa en el futuro bajo ciertas suposiciones y condiciones específicas. Son herramientas clave para la planificación estratégica, evaluación de proyectos y toma de decisiones financieras.

Ilustración 307: Calculadora y estados



Por lo tanto, estos estados financieros muestran cómo se espera que la empresa se desempeñe en el futuro, considerando aspectos como las necesidades de financiamiento, la evolución de los costos, los gastos e ingresos, el efecto de los costos financieros, los resultados en términos de utilidades, la capacidad de generar efectivo y la obtención de dividendos.

Es relevante destacar que los estados financieros proforma constituyen la base para calcular los indicadores financieros utilizados en la evaluación económica del plan.

Los estados financieros proforma fundamentales son:

- El estado de resultados
- El flujo de efectivo
- El balance general (o estado de situación financiera).

Características

A partir de estos, se proyectan las utilidades, y su preparación se fundamenta en métodos técnicos que permiten registrar costos, ingresos, gastos, activos, pasivos y capital social.

Los insumos que requieren son:

- Pronósticos de ventas del año próximo.
- Presupuesto de efectivo.
- Estados financieros del periodo actual.

Su principal atributo es reflejar el horizonte temporal de la inversión proyectada. Complementa otras herramientas financieras para determinar la viabilidad del plan de inversión.

1. Estado de Resultado proforma

Se entiende como un resumen de los ingresos y gastos de una empresa o proyecto a lo largo de un periodo determinado, que culmina en una ganancia o pérdida después de impuestos. Se

considera un estado financiero dinámico porque refleja la actividad durante un periodo específico, generalmente anual, comenzando desde el primer año de operaciones.

Los elementos que debe incluir un estado de resultados para ser adecuado en la evaluación financiera son los siguientes:

- **Ingresos por ventas:** Se consideran las ventas netas, es decir, sin tener en cuenta devoluciones o descuentos, ya que se trata de proyecciones y calcular estos aspectos podría generar resultados imprecisos. Esta información proviene de un estudio realizado previamente.
- **Costo de operación:** Incluye todos los costos asociados a la operación en un periodo determinado, o en este caso, a la prestación de los servicios.
- **Utilidad Bruta:** Es la diferencia entre los ingresos totales y los costos de producción.
- **Gastos de administración:** Son los costos relacionados con la gestión de la asociación, que incluyen el personal administrativo, la depreciación del equipo, entre otros.
- **Gastos de comercialización:** Son los gastos derivados de la promoción y venta de los servicios, como los costos de publicidad y promoción.
- **Utilidad antes de impuestos:** Se obtiene al restar los gastos anteriores a la utilidad bruta.
- **Impuesto:** Representa el monto correspondiente a los impuestos que se deben pagar.
- **Utilidad Neta:** Es el resultado final, después de restar los impuestos a las utilidades anteriores.

a) Estado de Resultado General Mensual (año 1)

Tabla 504 Estado de Resultado General Mensual (año 1)

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESO POR VENTAS	\$ 15,039.00	\$ 14,742.00	\$ 27,702.00	\$ 10,125.00	\$ 11,880.00	\$ 11,691.00	\$ 12,771.00	\$ 30,645.00	\$ 12,717.00	\$ 12,204.00	\$ 12,204.00	\$ 52,596.00
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 9,410.97	\$ 9,236.85	\$ 16,834.51	\$ 6,530.19	\$ 7,559.04	\$ 7,448.24	\$ 8,081.38	\$ 18,559.81	\$ 8,049.72	\$ 7,748.98	\$ 7,748.98	\$ 31,428.34
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 5,628.03	\$ 5,505.15	\$ 10,867.49	\$ 3,594.81	\$ 4,320.96	\$ 4,242.76	\$ 4,689.62	\$ 12,085.19	\$ 4,667.28	\$ 4,455.02	\$ 4,455.02	\$ 21,167.66
(-) COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76
(-) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 1,165.28	\$ 1,163.82	\$ 1,227.44	\$ 1,141.16	\$ 1,149.78	\$ 1,148.85	\$ 1,154.15	\$ 1,241.88	\$ 1,153.88	\$ 1,151.37	\$ 1,151.37	\$ 1,349.62
(=) UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 2,464.99	\$ 2,343.56	\$ 7,642.30	\$ 455.89	\$ 1,173.42	\$ 1,096.15	\$ 1,537.71	\$ 8,845.55	\$ 1,515.64	\$ 1,305.89	\$ 1,305.89	\$ 17,820.28
(-) COSTOS FINANCIEROS	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92
(=) UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	\$ 684.07	\$ 562.64	\$ 5,861.38	-\$ 1,325.03	-\$ 607.50	-\$ 684.77	-\$ 243.21	\$ 7,064.63	-\$ 265.28	-\$ 475.03	-\$ 475.03	\$ 16,039.36
(-) IMPUESTO SOBRE LA RENTA (30%)	\$ 205.22	\$ 168.79	\$ 1,758.41	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,119.39	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,811.81
(=) UTILIDAD NETA DE PERIODO	\$ 478.85	\$ 393.85	\$ 4,102.96	-\$ 1,325.03	-\$ 607.50	-\$ 684.77	-\$ 243.21	\$ 4,945.24	-\$ 265.28	-\$ 475.03	-\$ 475.03	\$ 11,227.55

Fuente: Elaboración Propia

b) Estado de Resultado por los 5 años

Tabla 505 Estado de Resultado por los 5 años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS	\$ 224,316.00	\$ 238,464.00	\$ 252,747.00	\$ 266,949.00	\$ 281,340.00
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 138,636.99	\$146,978.58	\$ 155,304.35	\$ 163,630.11	\$ 171,971.70
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 85,679.01	\$ 91,485.42	\$ 97,442.65	\$ 103,318.89	\$ 109,368.30
(-) COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13
(-) COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 14,198.60	\$ 14,268.44	\$ 14,338.15	\$ 14,407.85	\$ 14,477.69
(=) UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 47,507.28	\$ 53,243.85	\$ 59,131.38	\$ 64,937.91	\$ 70,917.48
(-) COSTOS FINANCIEROS	\$ 21,371.04	\$ 21,371.04	\$ 21,371.04	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	\$ 26,136.24	\$ 31,872.81	\$ 37,760.34	\$ 64,937.91	\$ 70,917.48
(-) IMPUESTO SOBRE LA RENTA (30%)	\$ 7,840.87	\$ 9,561.84	\$ 11,328.10	\$ 19,481.37	\$ 21,275.24
(=) UTILIDAD NETA DE PERIODO	\$ 18,295.37	\$ 22,310.96	\$ 26,432.24	\$ 45,456.53	\$ 49,642.23

Fuente: Elaboración Propia

2. Estado de Flujo de Efectivo

Es un estado financiero que refleja de manera dinámica la información anual sobre la gestión de recursos. Se calcula a partir de los movimientos de efectivo, lo que da como resultado una caja final o disponible, razón por la cual se le denomina flujo de caja.

El flujo de efectivo también se utiliza para evaluar la capacidad de pago en caso de tener deudas, así como para calcular la cantidad de dividendos que se pueden distribuir a los inversionistas.

Su propósito no es mostrar las ganancias o pérdidas del plan, ya que esto se determina a través del Estado de Resultados, sino conocer el monto de dinero disponible o el déficit en caja. En este sentido, generar utilidades no garantiza que el flujo de caja registre un superávit.

El flujo de efectivo cuenta con los siguientes rubros:

- **Entradas:** Son los fondos que recibe la asociación a través de las contribuciones de los socios, créditos, ventas (que corresponden a los ingresos del Estado de Resultados) y la caja inicial, que es la caja final del periodo anterior del flujo de efectivo.
- **Salidas:** Son los fondos que se destinan a la inversión fija y diferida, los costos de producción, los gastos de administración y los impuestos. No se deben incluir las depreciaciones y amortizaciones, ya que no representan salidas de efectivo.
- **Saldo Inicial:** Es el resultado de restar las salidas a las entradas.
- **Dividendos:** Representan los pagos realizados a los accionistas o inversionistas de la empresa como parte de las ganancias obtenidas. Estos pagos se distribuyen de acuerdo con la decisión de la empresa de repartir una parte de sus utilidades entre sus propietarios.
- **Saldo Final:** Se obtiene al restar los dividendos del saldo inicial.

En el estado de flujo de efectivo, al final de cada periodo anual, se observa que sigue existiendo dinero en caja. Esto se debe a las estrategias definidas en la fase de diseño del proyecto de sostenibilidad económica, que incluyeron ingresos adicionales para respaldar el plan.

a) Estado de Flujo de Efectivo Anuales

Tabla 506 Estado de Flujo de Efectivo Anual

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Saldo inicial		\$ 11,091.47	\$ 34,652.37	\$ 55,160.59	\$ 73,637.62	\$ 105,595.84
Ingreso por ventas		\$ 224,316.00	\$ 238,464.00	\$ 252,747.00	\$ 266,949.00	\$ 281,340.00
(-)Costo de ventas		\$ 138,636.99	\$ 146,978.58	\$ 155,304.35	\$ 163,630.11	\$ 171,971.70
(-)Intereses		\$ 21,371.04	\$ 21,371.04	\$ 21,371.04	\$ -	\$ -
=Utilidad Bruta		\$ 75,399.44	\$ 104,766.74	\$ 131,232.20	\$ 176,956.51	\$ 214,964.13
(-)Gastos Administrativos		\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13
(-)Gastos de comercialización		\$ 14,198.60	\$ 14,268.44	\$ 14,338.15	\$ 14,407.85	\$ 14,477.69
(+)Depreciación		\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67
Utilidad Operativa		\$ 49,503.38	\$ 78,800.84	\$ 105,196.60	\$ 150,851.19	\$ 188,788.98
Impuesto (30%)		\$ 14,851.01	\$ 23,640.25	\$ 31,558.98	\$ 45,255.36	\$ 56,636.69
Utilidad Neta		\$ 34,652.37	\$ 55,160.59	\$ 73,637.62	\$ 105,595.84	\$ 132,152.29
Inversión	-\$ 144,334.56					
Flujo de Caja	-\$ 144,334.56	\$ 34,652.37	\$ 55,160.59	\$ 73,637.62	\$ 105,595.84	\$ 132,152.29

Fuente: Elaboración Propia

3. Balance General

El balance general proforma permite observar la situación financiera de la CDT al cierre de cada periodo de operación.

El balance general se organiza en tres conceptos patrimoniales, cada uno desglosado en grupos de cuentas que representan los distintos elementos del patrimonio.

- **ACTIVO:** Comprende todas las cuentas que reflejan los recursos disponibles para la asociación. Todos los elementos del activo tienen el potencial de generar ingresos en el futuro, ya sea a través de su uso, venta o intercambio.
- **PASIVO:** Muestra todas las obligaciones firmes del ente y las contingencias que deben registrarse. Estas obligaciones son de carácter económico, como préstamos, compras con pago diferido, entre otras.
- **PATRIMONIO:** Representa la financiación o contribución de los propietarios o accionistas (en este caso, los asociados), además de los resultados no distribuidos. El patrimonio neto también refleja la capacidad de la asociación para autofinanciarse.

A continuación, se muestra el balance general proforma para el primer año de operaciones y los resultados al final de cada uno de los siguientes cinco años de análisis.

Tabla 507 Balance general anual

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Efectivo y Equivalente	\$ 112,710.68	\$ 100,293.47	\$ 86,484.15	\$ 113,661.72	\$ 119,641.29
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, de Activos Corrientes	\$ 112,710.68	\$ 100,293.47	\$ 86,484.15	\$ 113,661.72	\$ 119,641.29
Activos Fijos					
Terreno y edificio	\$ 84,520.75	\$ 84,520.75	\$ 84,520.75	\$ 84,520.75	\$ 84,520.75
Maquinaria y equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mobiliaria y equipos de oficina	\$ 11,090.00	\$ 11,090.00	\$ 11,090.00	\$ 11,090.00	\$ 11,090.00
Total, de Activos Fijos	\$ 95,610.75	\$ 95,610.75	\$ 95,610.75	\$ 95,610.75	\$ 95,610.75
Total, de Activos	\$ 208,321.43	\$195,904.22	\$ 182,094.90	\$ 209,272.47	\$ 215,252.04
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, de Pasivos Corrientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pasivo a Largo Plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamos por pagar a largo plazo	\$ 37,850.63	\$ 19,696.85	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos por pagar	\$ 7,840.87	\$ 9,561.84	\$ 11,328.10	\$ 19,481.37	\$ 21,275.24
Total, de pasivo a largo plazo	\$ 45,691.50	\$ 29,258.69	\$ 11,328.10	\$ 19,481.37	\$ 21,275.24
Total, de pasivos	\$ 45,691.50	\$ 29,258.69	\$ 11,328.10	\$ 19,481.37	\$ 21,275.24
PATRIMONIO					
Capital social	\$ 144,334.56	\$144,334.56	\$144,334.56	\$144,334.56	\$144,334.56
Utilidad neta	\$ 18,295.37	\$ 22,310.96	\$ 26,432.24	\$ 45,456.53	\$ 49,642.23
Total, Patrimonio	\$ 162,629.93	\$166,645.52	\$170,766.80	\$189,791.09	\$ 193,976.79
Total, pasivos + total patrimonio	\$ 208,321.43	\$195,904.22	\$182,094.90	\$209,272.47	\$215,252.04

Fuente: Elaboración Propia

G. EVALUACIÓN ECONOMICA

En el análisis económico, se examinan los costos y las ganancias del plan desde una perspectiva integral de la Asociación. Se parte de la premisa de que la implementación del plan impulsará el desarrollo económico y que su aporte social justifica los recursos que se requerirán. Por lo tanto, el análisis económico toma en cuenta la evaluación de los costos y beneficios del plan.

Ilustración 308:Lupa de investigación



La principal razón para llevar a cabo esta evaluación es identificar las ventajas o desventajas relacionadas con la inversión del plan en cuestión. A continuación, se presentan los diferentes métodos empleados para realizar esta evaluación, con el fin de determinar la viabilidad del plan.

1. Tasa Mínima de rendimiento (TMAR)

La tasa razonable, conocida como tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR), es superior a la tasa ofrecida por un banco o cualquier inversión segura que implique un riesgo mínimo.

La TMAR también se conoce como la tasa base para proyectos. Es decir, para que un proyecto sea considerado financieramente viable, la tasa de rendimiento esperada debe ser igual o superior a la TMAR o tasa base. Esto se puede resumir de la siguiente forma:

$$TIR > TMAR$$

La TMAR para los inversionistas se determina sumando un porcentaje de la inflación actual, considerando también su posible comportamiento futuro (promedio del periodo en el que se evalúa el plan), además de un porcentaje adicional como compensación por el riesgo asumido.

Con base en lo mencionado anteriormente, el principal aspecto para tener en cuenta para calcular la TMAR será el siguiente:

$$TMAR = \text{Indice inflacionario} + \text{premio al riesgo}$$

$$TMAR = i + f + if$$

Donde:

i: Promedio de tasa inflacionaria de los últimos diez años.

f: Premio al riesgo (es una sobre tasa por el hecho de arriesgar dinero en cierta inversión).

Para obtener una referencia sobre el comportamiento de las tasas de inflación anuales de El Salvador en la última década antes del estudio, se presenta un resumen basado en los datos del Banco Mundial.

Tabla 508 Inflación histórica de El Salvador

AÑO	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Tasa de Inflación	1.1%	.0.7%	0.6%	1%	1.1%	0.1%	-0.4%	3.5	7.2%	4%

Fuente: Banco Central de Reserva

Premio al Riesgo

¿Cómo estimar el premio al riesgo de la inversión?

Es el porcentaje de ganancia que recibirá el inversor por invertir su dinero en tu proyecto. Se determina a partir de la información recopilada en el estudio de mercado y se presenta en formato porcentual.

- **Riesgo bajo:** Si la demanda del producto o servicio es constante y no existe una competencia significativa, el porcentaje de riesgo puede variar entre el 3% y el 6%.
- **Riesgo medio:** Se refiere a proyectos con una demanda fluctuante y una competencia considerable, donde el riesgo estimado es de entre el 6% y el 10%.
- **Riesgo alto:** Son negocios en los que los precios de los productos varían significativamente debido a la oferta y la demanda, y el porcentaje de riesgo supera el 10%.

El premio al riesgo tiene naturaleza alta ya que representa un plan con ideas nuevas de emprendimiento la tasa al riesgo del ente donador se le colocara 10%

Para determinar el premio al riesgo del inversionista, se hará por medio del costo de oportunidad que tiene el CDT, al invertir en la propuesta.

Para determinar el premio al riesgo del inversionista privado, se considerará cuánto ganaría ese inversionista al mantener el dinero destinado para la inversión en una cuenta de ahorros corriente en el banco. El monto de la inversión es de \$54,582.22, y se seleccionará el Banco Hipotecario, ya que con dicho banco se hará la solicitud de préstamo.

A continuación, se presentan la tasa vigente del Banco Hipotecario según el sistema financiero de El Salvador:

Tabla 509 tasa vigente del Banco Hipotecario

Tipo de Cuenta	Rangos de días y montos	Banco Agrícola, S.A.	Banco Cuscatlán de El Salvador, S.A.	Banco Davivienda Salvadoreño, S.A.	Banco Hipotecario de El Salvador, S.A.	CITIBANK, N.A. Sucursal El Salvador, S.A.	Banco de Fomento Agropecuario	Banco Promérica, S.A.
Cuentas ahorro corriente	Hasta \$ 1,000.00	0.03%	Hasta 0.02%	0.05%	0.25%	0.15%	0.50%	0.03%
	Desde \$1,000.01 Hasta \$2,000.00	0.03%	0.02%	0.05%	0.25%	0.15%	0.75%	0.03%
	Desde \$2,000.01 Hasta \$5,000.00	0.03%	0.03%	0.05%	0.50%	0.15%	0.75%	0.03%
	Desde \$5,000.01 Hasta \$10,000.00	0.03%	0.04%	0.25%	0.50%	0.15%	0.75%	0.05%
	Desde \$10,000.01 Hasta \$20,000.00	0.03%	0.05%	0.25%	0.75%	0.15%	1.00%	0.05%
	Desde \$20,000.01 Hasta \$ 60,000.00	Hasta 0.10%	Hasta 0.06%	0.25%	Hasta 1.00%	0.15%	Hasta 1.50%	0.10%
	Desde \$60,000.01 Hasta \$120,000.00	Hasta 0.20%	0.06%	0.50%	Hasta 1.50%	0.15%	1.50%	0.25%
Arriba de \$120,000.01	Hasta 0.75%	Hasta 0.25%	Hasta 1.25 %	1.50%	0.15%	1.50%	Hasta 0.75%	

Tipo de Cuenta	Rangos de días y montos	Banco de América Central, S.A.	Banco Abank, S. A.	Banco Industrial El Salvador, S.A.	Banco Azul de El Salvador, S.A.	Banco Apoyo Integral, S.A.	Banco Atlántida, S.A.	Sociedad de Ahorro y Crédito CREDICOMER, S.A.	Sociedad de Ahorro y Crédito CONSTELACION, S.A.	SOCIEDAD DE AHORRO Y CRÉDITO MULTIMONEY, S.A.
Cuentas ahorro corriente	Hasta \$ 1,000.00	0.10%	0.10%	0.25%	0.15%	Hasta 0.75%	0.10%	1.00%	1.25%	0.50%
	Desde \$1,000.01 Hasta \$2,000.00	0.10%	0.10%	0.25%	0.15%	1.00%	0.10%	1.00%	1.25%	0.75%
	Desde \$2,000.01 Hasta \$5,000.00	0.10%	0.10%	0.25%	0.15%	1.25%	0.10%	1.00%	1.40%	0.75%
	Desde \$5,000.01 Hasta \$10,000.00	0.10%	0.10%	0.25%	Hasta 0.20%	1.50%	0.10%	1.50%	1.70%	1.50%
	Desde \$10,000.01 Hasta \$20,000.00	0.25%	0.10%	0.25%	Hasta 0.20%	1.75%	0.10%	1.50%	1.75%	1.75%
	Desde \$20,000.01 Hasta \$ 60,000.00	Hasta 0.50%	0.10%	0.25%	Hasta 0.25%	2.00%	0.10%	Hasta 2.00%	2.00%	2.00%
	Desde \$60,000.01 Hasta \$120,000.00	0.50%	0.10%	0.25%	Hasta 0.50%	2.25%	0.10%	Hasta 2.25%	2.15%	2.50%
Arriba de \$120,000.01	Hasta 0.75%	0.10%	0.25%	1.00%	2.50%	0.10%	2.25%	2.30%	2.50%	

Fuente: Superintendencia del sistema financiero

Se tomará en cuenta el valor del porcentaje del banco Hipotecario, en este caso del 1%, el cual representará el premio al riesgo para el inversionista.

Si los inversionistas privados optaran por colocar su dinero en esta opción de inversión, recibirían beneficios basados en dicha tasa por el monto que aporten al financiamiento del proyecto de creación de recorridos turísticos.

TMAR DOM

$$TMAR = 1.89\% + 10\% + 0.189\%$$

$$TMAR = 12.08\%$$

TMAR ALCALDIA

$$TMAR = 1.89\% + 10\% + 0.189\%$$

$$TMAR = 12.08\%$$

TMAR INVERISIONISTA

$$TMAR = 1.89\% + 1\% + 0.0189\%$$

$$TMAR = 2.91\%$$

TMAR PROPUESTA

$$TMAR = (TMAR_{DOM})(\%PARTICIPACIÓN) + (TMAR_{ALC})(\%PARTICIPACIÓN) \\ + (TMAR_{INV})(\%PARTICIPACIÓN)$$

$$TMAR = (12.08\%)(36\%) + (12.08\%)(26\%) + (2.91\%)(38\%)$$

$$TMAR = 8.59\%$$

La TMAR es de 8.59% que es el rendimiento mínimo esperado para pagar 10% exigido tanto por la alcaldía como la DOM y el 1%% exigidos por el banco hipotecario por su aportación.

2. Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto se describe como la diferencia entre el valor presente de los flujos de beneficios y el valor presente de las inversiones y otros desembolsos de efectivo, calculados a una tasa de interés fija previamente establecida. Este cálculo también incorpora las inversiones, que deben derivarse del flujo neto de ingresos y gastos.

La fórmula que nos permite calcular el valor actual neto es:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{Ft}{(1+t)^i}$$

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.

Además, también se puede tomar en cuenta la siguiente formula.

$$VAN = -P + \frac{FNE1}{(1+t)^1} + \frac{FNE2}{(1+t)^2} + \frac{FNE3}{(1+t)^3} + \frac{FNE4}{(1+t)^4} + \frac{FNE5}{(1+t)^5}$$

Donde FNE_n, es el saldo o beneficio netos, que se obtiene del flujo de efectivo, pues ya tiene descontado la depreciación y amortización de la Inversión p y en la formula no se incluye – P,

cuando el FNEEn viene del estado de resultados pues ahí el FNEEn ya incluye la depreciación y amortización de la inversión P.

Los criterios de decisión del VAN pueden interpretarse de la siguiente manera:

- **VAN > 0:** El proyecto es factible presentando una rentabilidad sobre cada dólar invertido (puede aceptarse).
- **VAN = 0:** El proyecto es factible, sin embargo, no se obtiene una rentabilidad sobre cada dólar invertido, se logran cubrir los compromisos de este.
- **VAN < 0:** El proyecto no es factible y generará pérdidas, por lo que este deberá ser rechazado.

Teniendo en cuenta que se necesita los FNEEn para cada una de las proyecciones estas se presentan a continuación, así también la suma de las inversiones fijas tangibles e intangibles:

Tabla 510:FNEEn para 5 años

INVERSIÓN	FNEEn año 1	FNE año 2	FNE años 3	FNE años 4	FNE años 5
-\$ 144,334.56	\$ 34,652.37	\$ 55,160.59	\$ 73,637.62	\$ 105,595.84	\$ 132,152.29

Fuente: Elaboración Propia

Con la **TMAR = 8.59%** calculada y por medio de la función VAN de Microsoft Excel, se obtiene que el Valor Actual Neto del plan es:

$$VAN = \$155,288.58$$

Análisis

Considerando los criterios mencionados para interpretar el valor del VAN, se puede concluir que el plan es viable, ya que su valor es superior a cero.

3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) de un plan refleja la rentabilidad anual promedio que genera el capital invertido en el proyecto. Representa un tipo de interés específico en el que la decisión de invertir o no sería neutral.

Un valor alto de la TIR sugiere que el plan será cada vez más rentable. Por el contrario, una TIR más baja implica un mayor riesgo asociado a la inversión.

El cálculo de la TIR sigue el mismo procedimiento que el utilizado para determinar el VAN, con la diferencia de que se utiliza un método numérico basado en aproximaciones sucesivas hasta alcanzar un VAN igual a cero. La fórmula empleada para este cálculo es la siguiente:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{Ft}{(1+t)^i}$$

$$0 = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{Ft}{(1+t)^i}$$

Donde:

Ft: Flujo neto de efectivo para cada uno de los años, obtenido del Estado de Resultados proforma

t: Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

I₀: Inversión Inicial del plan.

i: Años en el análisis del plan

El criterio de decisión sobre la aceptación o rechazo del plan a través del método de la Tasa Interna de Retorno, es el siguiente:

- **TIR ≥ TMAR**, entonces el proyecto se acepta (la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida)
- **TIR < TMAR**, entonces el proyecto se rechaza

Tomando como referencia los primeros cinco años, así como la inversión inicial:

Tabla 511:FNE para los 5 años

INVERSIÓN	FNE año 1	FNE año 2	FNE años 3	FNE años 4	FNE años 5
-\$ 144,334.56	\$ 34,652.37	\$ 55,160.59	\$ 73,637.62	\$ 105,595.84	\$ 132,152.29

Fuente: Elaboración Propia

Con los flujos mostrados y ayudados de la fórmula de Microsoft Excel para el cálculo de la TIR, se puede obtener el siguiente valor:

$$TIR = 36\%$$

Según las interpretaciones expuestas anteriormente, se puede afirmar que el plan es viable y aceptado bajo el criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR) para un periodo de 5 años, ya que el resultado demuestra que la TIR supera a la TMAR (36% frente a 8.59%). Esto indica que la rentabilidad esperada del plan es significativamente mayor que el rendimiento mínimo requerido.

4. Relación beneficio costo (B/C)

La relación beneficio-costo evalúa los ingresos y egresos netos del estado de resultados para calcular los beneficios obtenidos por cada dólar invertido o sacrificado en el plan.

En la relación beneficio/costo, se calculan por separado los valores de los ingresos y los egresos, y luego se divide la suma de los valores actuales de los ingresos entre la suma de los valores actuales de los costos.

Formula:

$$\frac{B}{C} = \frac{VAN}{INVERSIÓN INICIAL}$$

Datos que podría arrojar una razón beneficio/costo:

- **B/C = 1:** Este resultado quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo dólar.
- **B/C > 1:** Este es el resultado que toda inversión espera, dado que indica que por cada dólar invertido se obtiene este mismo y una ganancia, en consecuencia, si el índice es positivo o cero, el plan debe aceptarse.
- **B/C < 1:** Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio, por lo que, de obtenerse dicho resultado, el plan debe rechazarse.

A continuación, se presentan los flujos de ingresos y egresos durante los cinco años de evaluación con su respectivo B/C

Tabla 512 Promedio B/C

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 224,316.00	\$ 238,464.00	\$ 252,747.00	\$ 266,949.00	\$ 281,340.00
EGRESOS	\$ 198,179.76	\$ 206,591.19	\$ 214,986.66	\$ 202,011.09	\$ 210,422.52
B/C	1.13	1.15	1.18	1.32	1.34

Fuente: Elaboración Propia

Para facilitar el análisis se presenta un cuadro resumen de los 5 años de estudio para sacar un beneficio costo promedio

Tabla 513 Promedio B/C

BENEFICIO COSTO CONSOLIDADO	
INGRESOS	\$ 1,263,816.00
EGRESOS	\$ 1,032,191.23
B/C	1.22

Fuente: Elaboración Propia

Análisis

Durante los 5 años proyectados, se obtienen tasas positivas, lo que indica que, por cada dólar invertido, se obtiene un beneficio superior al monto invertido, recuperando el capital y obteniendo ganancias adicionales.

Con el valor promedio actual de ingresos y egresos, se calcula la relación B/C, la cual resulta ser mayor que uno, con un valor de 1.22. Esto significa que, por cada dólar invertido, no solo se recupera el monto invertido, sino que también se obtiene un beneficio adicional de \$0.22.

H. EVALUACIÓN FINANCIERA

Ilustración 309: Evaluadores

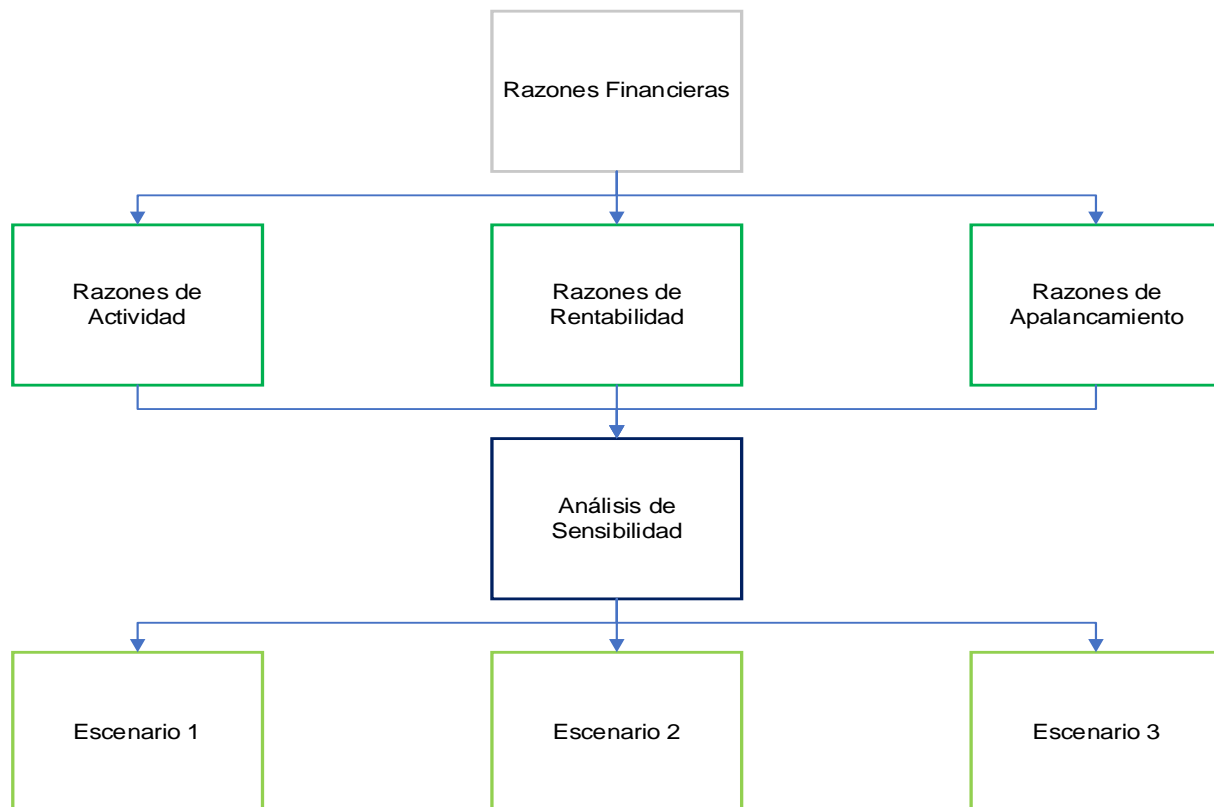


La evaluación financiera del plan tiene como objetivo determinar la rentabilidad de la inversión inicial, además de proporcionar información que facilita la comparación del plan en diferentes escenarios. Esta evaluación analiza el plan desde la perspectiva de generar rentabilidad financiera y examina el flujo de fondos generado por el plan.

Para realizar la evaluación financiera, es fundamental utilizar las razones financieras, ya que estas permiten identificar los puntos fuertes y débiles en la prestación de los servicios de los circuitos turísticos.

1. Metodología

Ilustración 310 Metodología Evaluación Financiera



Fuente: Elaboración Propia

2. Tiempo de recuperación de la inversión (TRI)

Este método de evaluación permite medir tanto la liquidez del plan como el riesgo relativo, ya que facilita la anticipación de los eventos en el corto plazo.

Es importante resaltar que este indicador es una herramienta financiera que, al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, ayuda a optimizar el proceso de toma de decisiones. El TRI (Tiempo de Recuperación de la Inversión) representa el período en el cual los ingresos netos generados cubren el monto de la inversión del plan.

Para el cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

$$TRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Utilidad Promedio}}$$

Inversión inicial: \$144,334.56

Utilidad promedio= Utilidad neta de todos los periodos / Número de periodos de análisis

Utilidad promedio= \$162,137.34/5 = \$ 32,427.47

$$TRI = 4.45 \text{ años}$$

Es decir, para recuperar la inversión del plan de desarrollo turístico en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste se necesita 4.45 años

3. Razones financieras del plan

Las razones financieras, también conocidas como ratios o indicadores financieros, son herramientas que proporcionan medidas contables y financieras para analizar y comparar datos. Mediante la relación (a través de la división) entre dos cifras financieras directas, permiten evaluar el estado actual o histórico del CDT en relación con niveles óptimos previamente definidos. Además, ofrecen una visión integral de la situación financiera, permitiendo determinar aspectos clave como liquidez, rentabilidad, apalancamiento financiero, cobertura, y otros relacionados con su actividad.

Las razones financieras son herramientas comparables con la competencia, lo que facilita el análisis y la reflexión sobre el desempeño de las empresas en relación con sus rivales.

a) Razones de actividad

Las razones financieras de actividad, también conocidas como indicadores de eficiencia, evalúan la velocidad con la que diferentes cuentas se transforman en ventas o efectivo, ya sea en ingresos o egresos. Estas ratios permiten analizar qué tan eficientemente la empresa utiliza sus recursos disponibles. Además, ayudan al analista financiero a responder preguntas como: ¿qué tan efectiva es la empresa en convertir sus inventarios en productos terminados?, ¿cuánto tiempo tarda la asociación en cobrar sus deudas?, ¿cuál es el tiempo necesario para que la compañía pague lo que debe? y ¿cuál es la capacidad de una organización para generar recursos a partir de sus activos?

(1) Rotación de los activos totales

La rotación de activos es un indicador que mide la eficiencia con la que el CDT utiliza y administra sus activos, reflejando el nivel de aprovechamiento de estos en su actividad operativa.

Para el cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Rotación de los activos} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{activos totales promedio}}$$

Tabla 514 Rotación de los activos

INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$ 224,316.00	\$ 238,464.00	\$ 252,747.00	\$ 266,949.00	\$ 281,340.00
ACTIVOS TOTALES	\$ 208,321.43	\$ 195,904.22	\$ 182,094.90	\$ 209,272.47	\$ 215,252.04
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS	1.08	1.22	1.39	1.28	1.31

Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

Según los resultados reflejados en la tabla, la rotación de activos totales es de más 1 lo cual refleja que, por cada dólar invertido en activos como instalaciones, equipos o vehículos, el proyecto genera más de 1 dólares en ingresos

b) Razones de Rentabilidad

Estos indicadores facilitan el análisis y la evaluación de las utilidades generadas por el CDT en relación con un determinado nivel de ventas, activos o la inversión realizada por los integrantes.

(1) Margen de Utilidad en Operaciones

Este indicador es de gran importancia, ya que permite evaluar si el CDT está generando suficiente rentabilidad para cubrir sus actividades financieras. Para su cálculo, se empleará la siguiente fórmula:

$$MUO = \frac{\text{Utilidades antes de intereses o impuestos}}{\text{Ventasa netas}}$$

Tabla 515 Margen de Utilidad en operaciones

INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$ 26,136.24	\$ 31,872.81	\$ 37,760.34	\$ 64,937.91	\$ 70,917.48
VENTAS NETAS	\$ 224,316.00	\$ 238,464.00	\$ 252,747.00	\$ 266,949.00	\$ 281,340.00
MUO	0.12	0.13	0.15	0.24	0.25

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro anterior se muestra el porcentaje de utilidad anual generado por cada unidad monetaria (\$) vendida. Es decir, por cada dólar de ventas, se obtiene \$0.12 de utilidad en el año 1, \$0.13 en el año 2, y así sucesivamente, evidenciando un crecimiento progresivo a lo largo de los años.

(2) Rentabilidad Financiera (ROE)

El ROE es un indicador que evalúa el rendimiento del capital de la empresa, es decir, mide la rentabilidad que la empresa genera sobre los fondos propios invertidos por los accionistas o propietarios.

$$ROE = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital social}}$$

Tabla 516 Rentabilidad financiera (ROE)

INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$ 18,295.37	\$ 22,310.96	\$ 26,432.24	\$ 45,456.53	\$ 49,642.23
CAPITAL SOCIAL	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56
ROE	0.13	0.15	0.18	0.31	0.34

Fuente: Elaboración Propia

Conclusión:

El plan muestra un rendimiento de capital del 13% en el primer año, con un crecimiento del 2% para el segundo año, alcanzando un ROE del 34% al final del quinto año.

(3) Rendimiento sobre activos (ROA)

Es una razón financiera que evalúa la relación entre el beneficio o la utilidad obtenida y la inversión realizada, sirviendo como una herramienta para analizar el rendimiento financiero de la CDT.

$$ROA = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos Totales}}$$

Tabla 517 Rendimiento sobre activos (ROA)

INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$ 18,295.37	\$ 22,310.96	\$ 26,432.24	\$ 45,456.53	\$ 49,642.23
ACTIVOS TOTALES	\$ 208,321.43	\$ 195,904.22	\$ 182,094.90	\$ 209,272.47	\$ 215,252.04
ROA	0.09	0.11	0.15	0.22	0.23

Fuente: Elaboración Propia

En el primer año, por cada dólar invertido, se logra generar un rendimiento del 9%. Sin embargo, a medida que avanzan los años, este rendimiento muestra un buen crecimiento, ya que para el año 5 supera el 20%.

4. Razones de endeudamiento

La posición de endeudamiento de una organización indica el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades. En general, un analista financiero se interesa más en las deudas a largo plazo porque estas comprometen a la empresa con un flujo de pagos contractuales a largo plazo. Cuanto mayor es la deuda de una empresa, mayor es el riesgo de que no cumpla con los pagos contractuales de sus pasivos. Debido a que los compromisos con los acreedores se deben cumplir antes de distribuir las ganancias entre los accionistas, tanto los accionistas actuales como los futuros deben prestar mucha atención a la capacidad de la empresa de saldar sus deudas. Los prestamistas también se interesan en el endeudamiento de las empresas. En general, cuanto mayor es la cantidad de deuda que utiliza una Organización en relación con sus activos totales, mayor es su apalancamiento financiero. El apalancamiento financiero es el aumento del riesgo y el rendimiento mediante el uso de financiamiento de costo fijo, como la deuda y las acciones preferentes. Cuanto mayor es la deuda de costo fijo que utiliza

la empresa, mayores serán su riesgo y su rendimiento esperados. Las razones de endeudamiento aplicables a la propuesta son las siguientes:

a) Razón de endeudamiento

El índice de endeudamiento mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Cuanto mayor es el índice, mayor es el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades.

El índice se calcula de la siguiente manera

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Total de pasivos}}{\text{Total de activos}}$$

Tabla 518: Cálculo de índice de endeudamiento

Año	1	2	3	4	5
Pasivo Total	\$45,691.50	\$29,258.69	\$11,328.10	\$19,481.37	\$21,275.24
Activo Total	\$208,321.43	\$195,904.22	\$182,094.90	\$209,272.47	\$215,252.04
Razón de endeudamiento	0.22	0.15	0.06	0.10	0.09

Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que durante el año 1 se tienen un índice del 22% lo que hace referencia a que para el plan se tendrá poca dependencia del financiamiento externo, además durante los años este índice se va reduciendo, por lo que cada vez se tiene una mayor solvencia.

b) Razón de capacidad de pago de intereses

La razón de cargos de interés fijo, denominada en ocasiones razón de cobertura de intereses, mide la capacidad de la empresa para realizar pagos de intereses contractuales. Cuanto más alto es su valor, mayor es la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de intereses. La razón de cargos de interés fijo se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Razón de pago de intereses} = \frac{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\text{Interes}}$$

Tabla 519: Cálculo de razón de pago de intereses

Año	1	2	3
UAI	\$47,507.28	\$53,243.85	\$59,131.38
Intereses	\$21,371.04	\$21,371.04	\$21,371.04
Razón de pago de intereses	2.22	2.49	2.77

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar durante los 3 años en los que se estará pagando la deuda, se tienen suficientes ingresos para cubrir los intereses, puesto que la razón es positiva y mayor a 1.

c) Índice de cobertura de deuda

El índice de cobertura de pagos fijos mide la capacidad de la empresa para cumplir con todas sus obligaciones de pagos fijos financieros, como lo son los intereses y las amortizaciones. Este índice es de gran importancia para la institución que financia el proyecto.

La fórmula para calcular el índice de cobertura de deuda es:

$$\text{Índice de cobertura de deuda} = \frac{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}}{\text{Interes} + \text{Amortizaciones}}$$

Tabla 520: Cálculo de índice de cobertura de deuda

Año	1	2	3
UAI	\$47,507.28	\$53,243.85	\$59,131.38
Intereses+ Amortizaciones	\$22,898.47	\$22,898.47	\$22,898.47
Razón de pago de intereses	2.07	2.33	2.58

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar durante los 3 años en los que se estará pagando la deuda, se tendrá más de 2 veces los fondos necesarios para poder pagar la deuda, por lo que se considera aceptable.

5. Análisis de sensibilidad

El **Análisis de Sensibilidad (AS)** es un procedimiento utilizado para evaluar cómo los cambios en ciertas variables afectan la rentabilidad o utilidad de un plan. Aunque existen muchas variables susceptibles de modificarse, el objetivo de este análisis no es enfocarse en aquellas que puedan ajustarse de manera inmediata, como el aumento del precio de venta, ya que no aportarían un valor significativo al estudio. Algunas de las variables que escapan al control de la alcaldía incluyen:

Para realizar el análisis de sensibilidad, se considerarán tres escenarios posibles: el primero, en el que no se alcanzan las ventas proyectadas; el segundo, en el que no se obtiene la inversión esperada a través de donaciones y se debe recurrir a un préstamo; y el tercero, en el que aumentan los costos asociados a la producción, comercialización y administración.

Una vez definidos estos escenarios, se procederá a realizar los cálculos correspondientes para cada uno de ellos.

a) Escenario 1: Disminución de la afluencia turística en 25%

Tabla 521 Flujo de efectivo global escenario 1

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Saldo inicial		\$ 11,091.47	\$ 19,658.54	\$ 28,654.96	\$ 38,031.22	\$ 62,590.55
Ingreso por ventas		\$ 168,237.00	\$ 178,848.00	\$ 189,560.25	\$ 200,211.75	\$ 211,005.00
(-)Costo de ventas		\$ 103,977.74	\$ 110,233.94	\$ 116,478.26	\$ 122,722.58	\$ 128,978.78
(-)Intereses		\$ 21,371.04	\$ 21,371.04	\$ 21,371.04	\$ -	\$ -
=Utilidad Bruta		\$ 53,979.69	\$ 66,901.56	\$ 80,365.91	\$ 115,520.38	\$ 144,616.77
(-)Gastos Administrativos		\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13
(-)Gastos de comercialización		\$ 14,198.60	\$ 14,268.44	\$ 14,338.15	\$ 14,407.85	\$ 14,477.69
(+)Depreciación		\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67
Utilidad Operativa		\$ 28,083.63	\$ 40,935.66	\$ 54,330.31	\$ 89,415.07	\$ 118,441.62
Impuesto (30%)		\$ 8,425.09	\$ 12,280.70	\$ 16,299.09	\$ 26,824.52	\$ 35,532.49
Utilidad Neta		\$ 19,658.54	\$ 28,654.96	\$ 38,031.22	\$ 62,590.55	\$ 82,909.13
Inversión	-\$ 144,334.56					
Flujo de Caja	-\$ 144,334.56	\$ 19,658.54	\$ 28,654.96	\$ 38,031.22	\$ 62,590.55	\$ 82,909.13

Fuente: Elaboración Propia

Análisis Económico

VAN = \$27,670.54 es factible

TIR = 14% es factible

TMAR = 8.59%

B/C = 1.13

Tabla 522 B/C Escenario 1

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 168,237.00	\$ 178,848.00	\$ 189,560.25	\$ 200,211.75	\$ 211,005.00
EGRESOS	\$ 163,520.51	\$ 169,846.55	\$ 176,160.58	\$ 161,103.57	\$ 167,429.60
B/C	1.03	1.05	1.08	1.24	1.26

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 523 B/C consolidado Escenario 1

BENEFICIO COSTO CONSOLIDADO	
INGRESOS	\$ 947,862.00
EGRESOS	\$ 838,060.80
B/C	1.13

Fuente: Elaboración Propia

Razones Financieras

Tabla 524 Análisis financiero escenario 1

ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$ 168,237.00	\$ 178,848.00	\$ 189,560.25	\$ 200,211.75	\$ 211,005.00
ACTIVOS TOTALES	\$ 208,321.43	\$ 195,904.22	\$ 182,094.90	\$ 209,272.47	\$ 215,252.04
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS	0.81	0.91	1.04	0.96	0.98
MARGEN DE UTILIDAD EN OPERACIONES					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA ANTES DE INTERESES	\$ 4,716.49	\$ 9,001.45	\$ 13,399.67	\$ 39,108.18	\$ 43,575.40
VENTAS NETAS	\$ 168,237.00	\$ 178,848.00	\$ 189,560.25	\$ 200,211.75	\$ 211,005.00
MUO	0.03	0.05	0.07	0.20	0.21
RENTABILIDAD FINANCIERA					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$ 3,301.54	\$ 6,301.02	\$ 9,379.77	\$ 27,375.73	\$ 30,502.78
CAPITAL SOCIAL	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56
ROE	0.02	0.04	0.06	0.19	0.21
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$ 3,301.54	\$ 6,301.02	\$ 9,379.77	\$ 27,375.73	\$ 30,502.78
ACTIVOS TOTALES	\$ 208,321.43	\$ 195,904.22	\$ 182,094.90	\$ 209,272.47	\$ 215,252.04
ROA	0.02	0.03	0.05	0.13	0.14

Fuente: Elaboración Propia

Conclusión

Llevar a cabo el plan considerando un déficit del 25% en la afluencia turística no representaría problemas graves, ya que podría mantenerse a largo plazo. En este escenario, además que los inversionistas también salen ganando ya que la TIR es mayor que la TMAR., también se obtendría una ganancia promedio anual de \$0.13 por cada dólar invertido, es importante destacar que el propósito del plan no es generar lucro, sino promover el turismo en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, con un enfoque no lucrativo. Además, se proyecta un flujo de efectivo positivo que asegura su sostenibilidad.

b) Escenario 2: Disminución del precio de venta de los circuitos turísticos

En este escenario, se propone un precio de venta más conservador, reduciendo un 25% del valor original, como estrategia para abordar la posibilidad de que los consumidores no acepten el precio inicial y así facilitar la penetración en el mercado.

Los circuitos turísticos tienen un precio de \$27 y a esto se le reduce el 25% que un precio final de \$20.25

Tabla 525 Flujo de efectivo global escenario 2

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Saldo inicial		\$ 11,091.47	-\$ 6,575.62	-\$ 22,043.14	-\$ 35,193.89	-\$ 24,717.56
Ingreso por ventas		\$168,237.00	\$178,848.00	\$189,560.25	\$200,211.75	\$211,005.00
(-)Costo de ventas		\$138,636.99	\$146,978.58	\$155,304.35	\$163,630.11	\$171,971.70
(-)Intereses		\$ 21,371.04	\$ 21,371.04	\$ 21,371.04	\$ -	\$ -
=Utilidad Bruta		\$ 19,320.44	\$ 3,922.76	-\$ 9,158.28	\$ 1,387.75	\$ 14,315.74
(-)Gastos Administrativos		\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13
(-)Gastos de comercialización		\$ 14,198.60	\$ 14,268.44	\$ 14,338.15	\$ 14,407.85	\$ 14,477.69
(+)Depreciación		\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67
Utilidad Operativa		-\$ 6,575.62	-\$ 22,043.14	-\$ 35,193.89	-\$ 24,717.56	-\$ 11,859.41
Impuesto (30%)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Neta		-\$ 6,575.62	-\$ 22,043.14	-\$ 35,193.89	-\$ 24,717.56	-\$ 11,859.41
Inversión	-\$144,334.56					
Flujo de Caja	-\$144,334.56	-\$ 6,575.62	-\$ 22,043.14	-\$ 35,193.89	-\$ 24,717.56	-\$ 11,859.41

Fuente: Elaboración Propia

Análisis Económico

$VAN = -\$222,190.21$ No es factible

$TIR = -$ No es factible

$TMAR = 8.59\%$

$B/C=0.92$

Tabla 526 B/C Escenario 2

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 168,237.00	\$ 178,848.00	\$ 189,560.25	\$ 200,211.75	\$ 211,005.00
EGRESOS	\$ 198,179.76	\$ 206,591.19	\$ 214,986.66	\$ 202,011.09	\$ 210,422.52
B/C	0.85	0.87	0.88	0.99	1.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 527 B/C Escenario 2

BENEFICIO COSTO CONSOLIDADO	
INGRESOS	\$ 947,862.00
EGRESOS	\$ 1,032,191.23
B/C	0.92

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 528 Análisis financiero escenario 2

ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$ 168,237.00	\$ 178,848.00	\$ 189,560.25	\$ 200,211.75	\$ 211,005.00
ACTIVOS TOTALES	\$ 208,321.43	\$ 195,904.22	\$ 182,094.90	\$ 209,272.47	\$ 215,252.04
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS	0.81	0.91	1.04	0.96	0.98
MARGEN DE UTILIDAD EN OPERACIONES					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA ANTES DE INTERESES	-\$ 29,942.76	-\$ 27,743.19	-\$ 25,426.41	-\$ 1,799.34	\$ 582.48
VENTAS NETAS	\$ 168,237.00	\$ 178,848.00	\$ 189,560.25	\$ 200,211.75	\$ 211,005.00
MUO	-0.18	-0.16	-0.13	-0.01	0.00
RENTABILIDAD FINANCIERA					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	-\$ 29,942.76	-\$ 27,743.19	-\$ 25,426.41	-\$ 1,799.34	\$ 407.73
CAPITAL SOCIAL	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56	\$ 144,334.56
ROE	-0.21	-0.19	-0.18	-0.01	0.00
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	-\$ 29,942.76	-\$ 27,743.19	-\$ 25,426.41	-\$ 1,799.34	\$ 407.73
ACTIVOS TOTALES	\$ 208,321.43	\$ 195,904.22	\$ 182,094.90	\$ 209,272.47	\$ 215,252.04
ROA	-0.14	-0.14	-0.14	-0.01	0.00

Fuente: Elaboración Propia

Conclusión

Ejecutar el plan con un déficit del 25% en el precio de venta de los circuitos turísticos supondría problemas graves, ya que el proyecto no estaría generando utilidades. Además, que los indicadores económicos no resultan atractivos para los inversionistas, con una pérdida de \$0.08 ya que por cada dólar invertido solo se recuperan \$0.92.

c) Escenario 3: No se recibe apoyo por parte de la DOM.

En el caso que la DOM no proporcione su contribución, será necesario cubrir la parte del dinero que se esperaba recibir por parte de ésta con financiamiento externo, para lo que se seguirá utilizando el apoyo del Banco Hipotecario con el que se realizaría un préstamo de \$106,702.22, para el cual se plantea la posibilidad de que sea para 3 años.

Tabla 529 Flujo de efectivo global escenario 3

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Saldo inicial		\$11,091.47	\$ 21,318.12	\$ 32,492.37	\$ 44,435.62	\$ 85,154.44
Ingreso por ventas		\$ 224,316.00	\$ 238,464.00	\$ 252,747.00	\$ 266,949.00	\$ 281,340.00
(-)Costo de ventas		\$ 138,636.99	\$ 146,978.58	\$ 155,304.35	\$ 163,630.11	\$ 171,971.70
(-)Intereses		\$ 40,419.96	\$ 40,419.96	\$ 40,419.96	\$ -	\$ -
=Utilidad Bruta		\$ 56,350.52	\$ 72,383.58	\$ 89,515.07	\$ 147,754.51	\$ 194,522.74
(-)Gastos Administrativos		\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13
(-)Gastos de comercialización		\$ 14,198.60	\$ 14,268.44	\$ 14,338.15	\$ 14,407.85	\$ 14,477.69
(+)Depreciación		\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67
Utilidad Operativa		\$ 30,454.46	\$ 46,417.68	\$ 63,479.46	\$ 121,649.20	\$ 168,347.59
Impuesto (30%)		\$ 9,136.34	\$ 13,925.30	\$ 19,043.84	\$ 36,494.76	\$ 50,504.28
Utilidad Neta		\$ 21,318.12	\$ 32,492.37	\$ 44,435.62	\$ 85,154.44	\$ 117,843.31
Inversión	-\$ 144,334.56					
Flujo de Caja	-\$ 144,334.56	\$ 21,318.12	\$ 32,492.37	\$ 44,435.62	\$ 85,154.44	\$ 117,843.31

Fuente: Elaboración Propia

Análisis Económico

VAN = \$76,810.89 Es factible

TIR = 22% Es factible

TMAR = 8.59%

Tabla 530 B/C Escenario 3

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$224,316.00	\$238,464.00	\$252,747.00	\$266,949.00	\$281,340.00
EGRESOS	\$217,228.68	\$225,640.11	\$234,035.58	\$202,011.09	\$210,422.52
B/C	1.03	1.06	1.08	1.32	1.34

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 531 B/C consolidado Escenario 3

BENEFICIO COSTO CONSOLIDADO	
INGRESOS	\$1,263,816.00
EGRESOS	\$1,089,337.99
B/C	1.16

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 532 Análisis financiero escenario 3

ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$224,316.00	\$238,464.00	\$252,747.00	\$266,949.00	\$281,340.00
ACTIVOS TOTALES	\$189,272.51	\$176,855.30	\$163,045.98	\$209,272.47	\$215,252.04
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS	1.19	1.35	1.55	1.28	1.31
MARGEN DE UTILIDAD EN OPERACIONES					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA ANTES DE INTERESES	\$7,087.32	\$12,823.89	\$18,711.42	\$64,937.91	\$70,917.48
VENTAS NETAS	\$224,316.00	\$238,464.00	\$252,747.00	\$266,949.00	\$281,340.00
MUO	0.03	0.05	0.07	0.24	0.25
RENTABILIDAD FINANCIERA					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$4,961.12	\$8,976.72	\$13,097.99	\$45,456.53	\$49,642.23
CAPITAL SOCIAL	\$144,334.56	\$144,334.56	\$144,334.56	\$144,334.56	\$144,334.56
ROE	0.03	0.06	0.09	0.31	0.34
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$4,961.12	\$8,976.72	\$13,097.99	\$45,456.53	\$49,642.23
ACTIVOS TOTALES	\$189,272.51	\$176,855.30	\$163,045.98	\$209,272.47	\$215,252.04
ROA	0.03	0.05	0.08	0.22	0.23

Fuente: Elaboración Propia

Conclusión

Si bien al no contar con apoyo por parte de la DOM no se tienen pérdidas, al realizar el préstamo los ingresos que se tendrían los beneficios económicos que se tendrían durante los 3 años que se esté pagando el préstamo, serían mínimos, pero a pesar de ello los indicadores financieros resultan positivos, por lo que se podría sacar adelante el plan de esta manera.

d) Escenario 4: Inicio del plan con la infraestructura actual de los distritos y financiamiento externo.

Dentro de este escenario se plantea arrancar con la infraestructura actual de los distritos, únicamente mejorando la señalización y la estructura existente, para en un futuro poder incluir de manera escalonada la nueva infraestructura turística dentro de los destinos, las inversiones que se plantea realizar para echar andar el plan, como parte de este escenario son las siguientes.

Tabla 533: Consolidado de inversión fija para escenario 4

CONSOLIDADO DE INVERSIÓN FIJA ESCENARIO 4	
CONCEPTO	MONTO
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	
Terreno	\$0.00
Obra Civil	\$10,240.75
Mobiliario y Equipo	\$11,090.00
SUBTOTAL	\$21,330.75
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	
Investigación y estudios previos	\$7,880.25
Gastos para la administración del plan	\$6,263.00
Salarios del personal administrativo	\$16,530.00
Sistemas administrativos	\$625.00
Capacitación del personal administrativo y operativo	\$325.00
Formación del Comité de desarrollo turístico	\$75.00
Registró de marca distrito	\$416.00
Imprevistos de ADP	\$5,518.09
SUBTOTAL	\$37,632.34
TOTAL	\$58,963.09

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de la inversión de obra civil, para este escenario no se contempla la construcción inmediata de las siguientes infraestructuras

Tabla 534: Infraestructura no contemplada de manera inmediata escenario 4

INFRAESTRUTURA TURISTICA	CANTIDAD
Pasarela peatonal en rio Sepaquiapa	1
Baños del tipo seco	3
Plancha de Cemento Gruta del Cristo Negro	1
Mirador Cerro El Tacuazín	1
Asiento Circular Cerro el Tacuazín	1
Iluminación Playa San Marcelino	1
Vestidores en Playa San Marcelino	1
Kiosko informativo	2

Fuente: Elaboración Propia

Pero se plantea que sean construidas conforme los recursos sean recolectados, ya se mediante las ganancias del plan o mediante la gestión con organismos como la DOM u otras organizaciones, el orden en que se recomienda la construcción de estas es el siguiente.

Tabla 535: Orden recomendado de realización de infraestructura turística

ORDEN	INFRAESTRUCTURA TURISTICA
1	Kiosko informativo
2	Baños del tipo seco
3	Iluminación Playa San Marcelino
4	Pasarela peatonal en rio Sepaquiapa
5	Plancha de Cemento Gruta del Cristo Negro
6	Mirador Cerro El Tacuazín
7	Vestidores en Playa San Marcelino
8	Asiento Circular Cerro el Tacuazín

Fuente: Elaboración Propia

Para el capital de trabajo no se presentarían variaciones, por lo que la inversión inicial para el plan, bajo este escenario seria de \$70,054.56 dólares, el financiamiento de este montón se plantea se realice al 100% mediante una fuente de financiamiento externo, por lo que para dicho escenario se tendrán los siguientes indicadores.

Tabla 536: Flujo de efectivo global escenario 4

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Saldo inicial		11091.47	\$ 31,035.91	\$ 49,012.62	\$ 65,717.59	\$ 100,051.81
Ingreso por ventas		\$ 224,316.00	\$ 238,464.00	\$ 252,747.00	\$ 266,949.00	\$ 281,340.00
(-)Costo de ventas		\$ 138,636.99	\$ 146,978.58	\$ 155,304.35	\$ 163,630.11	\$ 171,971.70
(-)Intereses		\$ 26,537.40	\$ 26,537.40	\$ 26,537.40	\$ -	\$ -
=Utilidad Bruta		\$ 70,233.08	\$ 95,983.93	\$ 119,917.88	\$ 169,036.48	\$ 209,420.11
(-)Gastos Administrativos		\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13	\$ 23,973.13
(-)Gastos de comercialización		\$ 14,198.60	\$ 14,268.44	\$ 14,338.15	\$ 14,407.85	\$ 14,477.69
(+)Depreciación		\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67	\$ 12,275.67
Utilidad Operativa		\$ 44,337.02	\$ 70,018.03	\$ 93,882.27	\$ 142,931.16	\$ 183,244.96
Impuesto (30%)		\$ 13,301.11	\$ 21,005.41	\$ 28,164.68	\$ 42,879.35	\$ 54,973.49
Utilidad Neta		\$ 31,035.91	\$ 49,012.62	\$ 65,717.59	\$ 100,051.81	\$ 128,271.47
Inversión	-\$ 70,054.56					
Flujo de Caja	-\$ 70,054.56	\$ 31,035.91	\$ 49,012.62	\$ 65,717.59	\$ 100,051.81	\$ 128,271.47

Fuente: Elaboración Propia

Análisis Económico

VAN = \$208,284.23 e

TIR = 70% es factible

TMAR = 8.59%

B/C = 1.21

Tabla 537: B/C Escenario 4

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$224,316.00	\$238,464.00	\$252,747.00	\$266,949.00	\$281,340.00
EGRESOS	\$203,078.64	\$211,490.07	\$219,885.54	\$202,011.09	\$210,422.52
B/C	1.10	1.13	1.15	1.32	1.34

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 538: Consolidado B/C escenario 4

BENEFICIO COSTO CONSOLIDADO	
INGRESOS	\$1,263,816.00
EGRESOS	\$1,046,887.87
B/C	1.21

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 539: Análisis financiero Escenario 4

ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$224,316.00	\$238,464.00	\$252,747.00	\$266,949.00	\$281,340.00
ACTIVOS TOTALES	\$203,422.55	\$191,005.34	\$177,196.02	\$209,272.47	\$215,252.04
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS	1.10	1.25	1.43	1.28	1.31
MARGEN DE UTILIDAD EN OPERACIONES					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA ANTES DE INTERESES	\$21,237.36	\$26,973.93	\$32,861.46	\$64,937.91	\$70,917.48
VENTAS NETAS	\$224,316.00	\$238,464.00	\$252,747.00	\$266,949.00	\$281,340.00
MUO	0.09	0.11	0.13	0.24	0.25
RENTABILIDAD FINANCIERA					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$14,866.15	\$18,881.75	\$23,003.02	\$45,456.53	\$49,642.23
CAPITAL SOCIAL	\$144,334.56	\$144,334.56	\$144,334.56	\$144,334.56	\$144,334.56
ROE	0.10	0.13	0.16	0.31	0.34
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS					
INFORMACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	\$14,866.15	\$18,881.75	\$23,003.02	\$45,456.53	\$49,642.23
ACTIVOS TOTALES	\$203,422.55	\$191,005.34	\$177,196.02	\$209,272.47	\$215,252.04
ROA	0.07	0.10	0.13	0.22	0.23

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIÓN: Llevar a cabo el plan, con la infraestructura ya existente en los destinos turísticos y siendo financiado completamente mediante financiamiento externo, arroja resultados positivos, puesto que se tiene una TIR de 70% y se obtiene que el beneficio costo para este plan será de 21 centavos por cada dólar invertido, por lo que el plan podría echarse a andar de esta manera y realizar de manera escalonada la inversión para la construcción de más infraestructura turística en los destinos.

e) Estrategias para el análisis de sensibilidad

Tabla 540 Estrategias sugeridas para los posibles escenarios

Escenarios	Estrategias sugeridas
Escenario 1: Disminución de la afluencia turística en 25%	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de medios de publicidad adicionales. • Aumentar la propuesta de valor que se oferta a los clientes, cuidando no aumentar el precio. • Añadir actividades nuevas dentro de los circuitos.
Escenario 2: Disminución del precio de venta de los circuitos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Crear eventos en los que se pueda cobrar la entrada. • Realizar ferias en las que se comercialice souvenirs de los distritos. • Ofrecer alimentos con costo adicional dentro de los tours.
Escenario 3: No se obtiene apoyo por parte de la DOM	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el monto del préstamo que se realizara a la entidad financiera. • Analizar la posibilidad de solicitar donaciones. • Buscar mayor apoyo financiero por parte de la Alcaldía.
Escenario 4: Inicio del plan con la infraestructura actual de los distritos y financiamiento externo.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas con instituciones que puedan apoyar con la construcción de infraestructura turística. • Centrarse en promover la belleza natural de cada uno de los destinos. • Comercializar Souvenirs que permitan recaudar fondos para la construcción de infraestructura turística.

Fuente: Elaboración Propia

I. EVALUACIÓN DE GÉNERO

La equidad de género busca ofrecer un trato justo tanto a mujeres como a hombres, reconociendo y valorando sus necesidades específicas, este principio no solo implica respetar nuestros derechos como seres humanos, sino también aceptar y comprender nuestras diferencias., promover la equidad de género es fundamental para asegurar que hombres y mujeres tengan igualdad de

Ilustración 311: Ideologías de género



oportunidades en todos los sectores de la sociedad, ya sea en lo social, cultural, político o económico. Este último es especialmente crucial, ya que, si a las mujeres se les restringe el acceso a los sectores productivo, laboral y comercial, esto no solo afecta su desarrollo personal, sino que también contribuye a perpetuar la pobreza en la comunidad.

La equidad de género también implica que las mujeres puedan participar libremente en diversas actividades sin discriminación, donde todos, sin importar su género, puedan desarrollar sus habilidades. La inclusión fomenta una sociedad donde se respeta la opinión de cada persona. Sin embargo, a pesar de los avances, aún persisten desigualdades que obstaculizan el desarrollo económico y social, alcanzar esta equidad sigue siendo un desafío para los gobiernos y las sociedades.

Para evaluar el impacto de género de un plan, es importante diferenciar entre igualdad y equidad de género, la igualdad implica ofrecer las mismas condiciones y beneficios sin discriminación alguna, mientras que la equidad busca un trato justo que puede ser igualitario o diferenciado, pero siempre adaptado a las necesidades específicas de cada género, por eso, una evaluación de impacto de género busca medir las consecuencias positivas o negativas de una propuesta, como la inclusión de hombres y mujeres en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, promoviendo un desarrollo realmente inclusivo.

1. Situación de género a nivel de El Salvador

En El Salvador, la situación de género sigue presentando grandes desafíos en diversos aspectos de la vida social y económica. Aunque existen marcos legales que promueven y monitorean la igualdad de género en ámbitos como la violencia contra las mujeres, la implementación efectiva de estos sigue siendo insuficiente, lo cual impacta negativamente en el bienestar y las oportunidades de desarrollo de las mujeres. Actualmente, el 77,8% de los marcos legales cumple

con el seguimiento de las políticas de igualdad, pero esto no ha sido suficiente para eliminar la violencia y discriminación de género en el país

Las mujeres en El Salvador enfrentan desigualdades en el empleo, la salud, la educación y la participación política. Aunque ha habido avances, como un aumento en la representación política femenina, siguen existiendo barreras estructurales que limitan su acceso a oportunidades y condiciones laborales justas. Además, las personas transgénero enfrentan una alta discriminación, acoso y violencia debido a la falta de reconocimiento legal de su identidad de género, lo que limita su inclusión y seguridad en la sociedad.

a) Normativas de igualdad de género en El Salvador

En El Salvador, existen diferentes normativas y leyes que buscan promover la igualdad de género y prevenir la discriminación. Algunas de las principales normativas relacionadas con este tema son las siguientes:

1. **Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres (LEIV):** Esta ley tiene como objetivo prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en todas sus manifestaciones. Establece mecanismos de protección, atención y reparación integral para las víctimas de violencia de género.
2. **Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres:** Esta ley busca promover la igualdad de género y eliminar la discriminación contra las mujeres en todos los ámbitos de la vida. Establece principios y acciones para garantizar la igualdad de oportunidades y el ejercicio pleno de los derechos de las mujeres.
3. **Código de Trabajo:** El Código de Trabajo contiene disposiciones relacionadas con la igualdad de género en el ámbito laboral. Prohíbe la discriminación por razón de género en la contratación, el salario, las condiciones de trabajo y la promoción laboral. Además, establece la licencia de maternidad y otras medidas de protección para las trabajadoras embarazadas.
4. **Ley de Igualdad Salarial entre Mujeres y Hombres:** Esta ley tiene como objetivo garantizar la igualdad salarial entre mujeres y hombres que desempeñan un trabajo de igual valor. Prohíbe la discriminación salarial por razón de género y establece mecanismos para promover la transparencia y la equidad salarial en las empresas.
5. **Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia Política:** Esta ley busca prevenir y sancionar la violencia política contra las mujeres. Establece medidas de protección

y garantías para que las mujeres puedan participar activamente en la vida política y ejercer sus derechos políticos sin violencia ni discriminación.

Estas son solo algunas de las normativas relacionadas con la igualdad de género en El Salvador. Es importante destacar que la implementación y el cumplimiento efectivo de estas leyes son fundamentales para avanzar hacia una sociedad más igualitaria y justa en términos de género.

2. Situación de Género en los distritos

Situación de género en el distrito de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa. Según datos del Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2007

a) San Pedro Masahuat

Población total

Tabla 541 Cuadro de población de San Pedro Masahuat

Población	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Urbano	6,564	6.552	13.116	51,5%
Rural	5.722	6.608	12.33	48,5%
Total	12.286	13.16	25,446	100%

Fuente: Elaboración propia

Dentro del distrito de San Pedro Masahuat, opera ORMUSA, la cual se encarga de promover la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer, por lo que, dentro de San Pedro Masahuat, se tiene poca desigualdad con respecto a los empleos puesto que el 52.8% de las personas económicamente activas, está constituida por mujeres y el restante 47.2% por hombres, además que según el CENSO 2007, la población de San Pedro Masahuat está equilibrada entre hombres (48,3%) y mujeres (51,7%). Predomina ligeramente el área urbana con un 51,5% de la población, mientras que el área rural representa el 48,5%. Estos datos reflejan una distribución equitativa en términos de género, aunque con una leve concentración en zonas urbanas.

b) San Luis Talpa

Población total

Tabla 542 Cuadro de población de San Luis Talpa

Población	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Urbano	7	6.683	13.218	61,0%
Rural	3.838	4.619	8457	39,0%
Total	10373	11.302	22	100%

Fuente: Elaboración propia

En San Luis Talpa, el área urbana alberga al 61.0% de la población, destacando un importante desarrollo urbano. En términos de género, las mujeres representan el 52,2%, superando ligeramente a los hombres (47,8%). Esta distribución refleja una tendencia hacia la urbanización, acompañada de un equilibrio moderado en la proporción por género.

3. Contribución del plan de desarrollo a la igualdad de género

La implementación de un Plan de Desarrollo Turístico en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat tiene el potencial de transformar la economía local y ofrecer oportunidades tanto para hombres como para mujeres. Para garantizar que estas oportunidades sean equitativas y accesibles, se deben considerar diversas condiciones que promuevan la igualdad de género en todas las etapas del proyecto.

- Todos los participantes, tanto directores como indirectos, deben tener la oportunidad de aportar sus ideas y sugerencias sobre la implementación del proyecto, asegurando que sus voces sean escuchadas y consideradas en las decisiones.
- Fomentar la identificación y aprovechamiento de oportunidades para promover la equidad de género y la igualdad en todos los programas y proyectos del plan de desarrollo.
- Incrementar las oportunidades de formación para mujeres locales y para aquellas que participarán directamente en el desarrollo de los circuitos turísticos.
- Los empleados recibirán un salario igual por el mismo trabajo, sin distinción de género, garantizando que el pago se ajuste al valor establecido para cada puesto.

- Las promociones se basarán en las competencias y cualidades necesarias para el puesto, sin tomar en cuenta el género de los candidatos, asegurando que la persona seleccionada sea la más adecuada para las responsabilidades del cargo.
- Las prestaciones laborales estarán alineadas con lo estipulado por la ley, sin distinción de género. Además, las mujeres embarazadas tendrán derecho a vacaciones remuneradas y estarán protegidas contra despidos relacionados con su condición, conforme a la legislación vigente.

4. Beneficios del enfoque de género al plan de desarrollo turístico

- Creación de oportunidades laborales para hombres y mujeres, garantizando las mismas posibilidades para desempeñar las funciones.
- Establecer un ambiente de igualdad entre los empleados, basado en compañerismo, respeto y libre de discriminación.
- Asegurar salarios justos para hombres y mujeres que ocupen el mismo puesto.
- Fomentar el desarrollo profesional y ofrecer a las mujeres acceso a cargos administrativos dentro de la organización, donde puedan tomar decisiones.
- Garantizar igualdad de condiciones laborales entre hombres y mujeres.
- Establecer un ambiente de igualdad entre los empleados, basado en compañerismo, respeto y libre de discriminación.
- Creación de oportunidades laborales para hombres y mujeres, garantizando las mismas posibilidades para desempeñar las funciones.

J. EVALUACIÓN SOCIOECONOMICA

La evaluación socioeconómica es un proceso de análisis que se utiliza para determinar los efectos de un proyecto o política en el bienestar económico y social de una comunidad o región. Este tipo de evaluación va más allá de los aspectos financieros, por lo tanto, la evaluación socioeconómica permite obtener una visión integral de cómo un proyecto contribuye o afecta a la sociedad en general, para asegurarse de que realmente es beneficioso y que cumple con objetivos de desarrollo sostenible.

1. Aspectos económicos

a) Aprovechamiento de recursos

Los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste poseen una gran variedad de recursos naturales y culturales, lo que abre la posibilidad de desarrollar y promocionar distintos productos turísticos. La implementación del plan permitirá ampliar los servicios turísticos actuales.

A continuación, se detalla cómo se aprovechan los recursos en cada producto turístico que se ofrecerá.

Tabla 543 recursos aprovechados

CIRCUITO	COMUNIDAD (Cantón)	RECURSOS NATURALES APROVECHADOS
Circuito para Amantes de La Cultura	San Pedro Masahuat	La Gruta del Cristo Negro (Folklore)
Circuito para Amantes de La Cultura	Barrio El Centro (San Pedro Masahuat)	Museo Municipal (Museos y manifestaciones culturales)
Circuito para Amantes de La Cultura	Barrio El Centro (San Pedro Masahuat)	Parque Rigoberto Rodezno (Museos y manifestaciones culturales)
Circuito para Amantes de La Cultura	Barrio El Centro (San Pedro Masahuat)	Parroquia San Pedro Apóstol (Folklore)
Circuito para Amantes de La Cultura	Barrio El Centro (San Luis Talpa)	Parroquia San Luis Rey de Francia (Folklore)

Circuito para Amantes de La Cultura	Barrio El Centro (San Luis Talpa)	Plaza El Carmen (Museos y manifestaciones culturales)
Circuito para Amantes de La Cultura	Barrio El Centro (San Luis Talpa)	Casa de Jesús (Folklore)
Circuito Playa y Montaña	Cantón Zunganera	Playa La Zunganera (Sitios naturales)
Circuito Playa y Montaña	Barrio El Centro (San Luis Talpa)	Plaza El Carmen (Museos y manifestaciones culturales)
Circuito Playa y Montaña	Cantón Barahona	Cerro el Tacuazín (Sitios naturales)
Noche tropical en san Marcelino	Cantón San Marcelino	Caminata a Bocana del Río Jiboa (Acontecimientos Programados)
Noche tropical en san Marcelino		Paseo en lancha (Acontecimientos Programados)
Noche tropical en san Marcelino		Festival Gastronómico (Acontecimientos Programados)
Noche tropical en san Marcelino		Fogata (Acontecimientos Programados)
Noche tropical en san Marcelino		Karaoke (Acontecimientos Programados)
Noche tropical en san Marcelino		Baile (Acontecimientos Programados)
Noche tropical en san Marcelino		Fuegos Artificiales (Acontecimientos Programados)

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla revela que, en al menos tres cantones y dos barrios serán los beneficiados en mayor parte por la implementación del plan, por lo que las estrategias propuestas ayudaran fortalecer y aumentar su economía utilizando el turismo como motor principal de crecimiento. Estas iniciativas buscan incrementar el uso de los recursos propios de cada área, favoreciendo el desarrollo de la economía local en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, e integrando a las comunidades cercanas a través de la valorización de los recursos naturales y culturales.

b) Comportamiento del sector turismo

Se anticipa que el crecimiento en la demanda de turismo para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de la Paz Oeste estará directamente relacionado con la expansión del sector turístico en todo El Salvador. Para efectos de este análisis, se asume que el comportamiento del turismo en estos distritos seguirá patrones similares a los observados en el ámbito nacional. En la tabla siguiente se muestra un resumen de los ingresos anuales obtenidos por el turismo (en millones de dólares estadounidenses) en el país desde el año 2013 hasta 2020.

Tabla 544 ingreso en turismo en el salvador

AÑO	DEMANDA
2013	1,933,762
2014	1,787,868
2015	2,463,885
2016	3,332,408
2017	3,858,043
2018	4,601,029
2019	5,187,491
2020	4,135,397
TOTAL	27,299,883

Fuente: Elaboración propia

Se analiza la afluencia turística cada año durante el desarrollo del proyecto y se compara con las proyecciones establecidas.

Tabla 545 resumen de afluencia turística del año 0-5

MES	AÑO 0 (2024)	AÑO 1 (2025)	AÑO 2 (2026)	AÑO 3 (2027)	AÑO 4 (2028)	AÑO 5 (2029)
Enero	1,350	1,356	1,442	1,528	1,614	1,700
Febrero	1,325	1,332	1,417	1,501	1,585	1,670
Marzo	2,490	2,503	2,661	2,820	2,978	3,137
Abril	909	914	972	1,030	1,088	1,146
Mayo	1,069	1,074	1,142	1,210	1,278	1,346
Junio	1,050	1,056	1,123	1,190	1,256	1,323
Julio	1,149	1,155	1,228	1,301	1,375	1,448
Agosto	2,755	2,769	2,945	3,120	3,296	3,471
Septiembre	1,143	1,149	1,222	1,295	1,367	1,440
Octubre	1,098	1,103	1,173	1,243	1,313	1,383
Noviembre	1,097	1,102	1,172	1,242	1,312	1,382
Diciembre	4,726	4,750	5,051	5,352	5,653	5,954
Total	20,161	20,264	21,548	22,832	24,115	25,399

Fuente: Elaboración propia

c) Generación de fuentes de empleo

Con la implementación del plan y los circuitos turísticos, se fomentará la creación de múltiples oportunidades de empleo directo e indirecto en diversas comunidades, gracias a la prestación de los servicios asociados a cada producto turístico que conforman dichos circuitos.

Para su ejecución, será necesario contratar personal operativo encargado de ofrecer estos servicios turísticos. Esta mano de obra recaerá principalmente en los habitantes locales, ya que el enfoque del turismo propuesto requiere un conocimiento profundo de las raíces culturales y tradiciones de los pueblos originarios. Asimismo, el proyecto tiene como objetivo principal impulsar y dinamizar la economía local, promoviendo el desarrollo sostenible de las comunidades involucradas.

(1) Empleos directos generados

Estos empleos corresponden a puestos que interactúan directamente con los turistas durante la prestación de servicios turísticos:

Tabla 546 Empleos generados año 1 de operación

Empleos	Año 1
Guías turísticos	3
Personal de mantenimiento y limpieza	6
Expositor de Museo	1
personal administrativo	11
Motoristas	3
Total	24

Fuente: Elaboración propia

El plan de desarrollo turístico tiene prevista la creación de 24 empleos directos en el distrito durante su primer año de ejecución, estos puestos estarán mayoritariamente enfocados en las áreas de mantenimiento y limpieza, además de incluir personal administrativo, debido a la extensión territorial y la distribución de los principales atractivos turísticos, todo este personal será perteneciente a los distritos.

(2) Empleos indirectos

Se estima que, por cada empleo directo generado en el sector turístico, se crean tres empleos indirectos. Aplicando este principio, es posible calcular el número de empleos indirectos que generará el plan de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, este efecto no solo contribuye al crecimiento del empleo en el sector turístico, sino también al fortalecimiento de la economía local y la mejora de la calidad de vida de las comunidades involucradas.

Tabla 547 Empleos indirectos del plan de desarrollo

Empleos	Año 1
Empleos Directos	24
Efecto multiplicador	3
Total	72

Fuente: Elaboración propia

El plan de desarrollo impactará positivamente a 72 familias, considerando que cada una tiene un promedio de 4 miembros, de esta manera, se estima que un total de 288 personas serán beneficiadas de forma indirecta por el proyecto.

d) Aspectos sociales

(1) Educación

El plan de desarrollo también enfatiza la capacitación y formación técnica en turismo, como la preparación de guías turísticos y el fortalecimiento de habilidades empresariales en emprendedores, este enfoque permite a los habitantes no solo integrarse al sector turístico local, sino también acceder a oportunidades laborales en otras áreas donde se demanden servicios turísticos, promoviendo el crecimiento económico de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

(2) Seguridad

La expansión de actividades turísticas exige implementar rigurosas medidas de seguridad, en coordinación con la PNC y POLITUR, para proteger tanto a los turistas como a los habitantes locales, esto implica el desarrollo de estrategias de seguridad integral que promuevan un entorno estable, incentivando a los residentes de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat a participar en la economía turística y a generar actividades económicas en un entorno seguro.

(3) Conservación y Fomento del Patrimonio Cultural e Histórico

Actualmente, pocos distritos invierten en la preservación y promoción de su patrimonio histórico-cultural, este plan de desarrollo turístico busca cambiar esta tendencia mediante estrategias específicas de rescate y difusión de los aspectos identitarios de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, al identificar y destacar los elementos característicos de cada distrito, se facilita la transmisión de valores culturales y tradiciones a las nuevas generaciones, contribuyendo al fortalecimiento de la identidad local.

2. Impactos Socioeconómicos del Plan de Desarrollo

El desarrollo turístico en estos distritos conlleva diversos impactos, tanto positivos como negativos, que afectan de forma directa e indirecta a la comunidad local. A continuación, se presentan los principales efectos previstos:

a) Impactos positivos del plan

- **Generación de Empleo:** La implementación del plan generará 24 empleos directos y 72 indirectos, beneficiando a 96 familias y un total de 384 personas de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat. Esta iniciativa contribuye al fortalecimiento económico de las familias locales y a la mejora de su calidad de vida.

- El incremento de turistas en los distritos impulsará el consumo de servicios turísticos, abriendo oportunidades para que los residentes desarrollen negocios en gastronomía, artesanías, transporte local, ya futuro, en alojamientos como hostales y hoteles. Esta diversificación ayudará a reducir la dependencia de la economía local en sectores tradicionales.
- El plan atraerá inversiones hacia las zonas estratégicas de los distritos, aprovechando sus recursos naturales, y permitirá canalizar programas de apoyo social, mejorando las condiciones de vida de los habitantes.
- Aunque el plan utiliza recursos naturales, se plantea un uso responsable y sostenible. Se tomarán medidas para proteger y restaurar los ecosistemas, asegurando la preservación de los recursos a largo plazo.
- La ejecución del plan permitirá mejorar la infraestructura turística y comunitaria en ambos distritos, como senderos, caminos y servicios básicos replicables en diversas comunidades. Se espera que estas mejoras impacten positivamente el acceso a agua potable y energía eléctrica, beneficiando a los pobladores.

b) Impactos negativos del plan

- La alta demanda turística puede causar una sobreexplotación de los recursos naturales y culturales si no se gestionan adecuadamente. es esencial respetar las capacidades de carga y organizar recorridos supervisados por guías acreditados del Comité de Desarrollo Turístico de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.
- El aumento de visitantes conlleva una mayor producción de residuos en áreas urbanas y rurales, lo que plantea retos de gestión de desechos sólidos, es necesario establecer un sistema coordinado entre el CDT y la municipalidad para recolectar y tratar los residuos sin dañar el entorno natural, especialmente en zonas rurales de difícil acceso.

3. Análisis de indicadores de beneficio – costo social

A continuación, se presentan y analizan los beneficios socioeconómicos generados por la propuesta de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

Tabla 548 Análisis de Indicadores de Beneficio – Costo Social

BENEFICIO	CALCULO DEL BENEFICIO/COSTO	ANALISIS
Beneficio por empleo directo	$BC = 24/144334.56 = 0.00017$	Por cada dólar invertido, se crean aproximadamente 0.00017 empleos directos permanentes. En otras palabras, para generar un empleo directo permanente es necesario realizar una inversión de \$5,882.3
Beneficio por empleo indirecto	$BC = 72/144334.56 = 0.00050$	Por cada dólar invertido, se crea un total de 0.00050 empleos directos temporales. Esto significa que, para generar un empleo directo temporal, se requiere una inversión de \$2,000.
Beneficiados por empleos directos	$BC = 96/144334.56 = 0.00067$	por cada dólar invertido, se generan 0.00067 beneficiarios directos. Por lo tanto, para crear un beneficiario directo se requiere una inversión de \$1,492.54.
Beneficiados por empleos indirectos	$BC = 288/144334.56 = 0.00200$	por cada dólar invertido se crean 0.00200 beneficiarios indirectos. Por lo tanto, para generar un beneficiario indirecto, se requiere una inversión de \$500.

Fuente: Elaboración propia

4. Indicadores socioeconómicos

CRECIMIENTO DEL EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO

Mide la creación de empleo generado por actividades relacionadas con el turismo. Este indicador no solo considera empleos directos (hoteles, restaurantes, operadores turísticos), sino también los indirectos, como proveedores de servicios o fabricantes de bienes relacionados. Es un factor clave para evaluar el impacto social del desarrollo turístico.

Aplicación Práctica:

- Analizar la distribución de empleos por género, edad o nivel educativo.
- Identificar áreas con mayor demanda laboral.
- Medir el impacto de incentivos gubernamentales en la creación de empleo.

Fórmula Ampliada:

$$Tasa\ de\ Crecimiento\ de\ Empleo = \left(\frac{30 - 24}{24} \right) \times 100 = 25\%$$

$$Tasa\ de\ Crecimiento\ de\ Empleo = \left(\frac{Empleos\ actuales - Empleos\ iniciales}{Empleos\ Iniciales} \right) \times 100$$

Datos Iniciales:

- Empleos Año 1: 24
- Supongamos que quieres evaluar el crecimiento para un segundo año o comparar con un escenario futuro. Si me proporcionas los datos del "Año 2" o un número estimado de empleos proyectados, podré calcular la tasa de crecimiento.

Ejemplo de Proyección:

Si en el "Año 2" el número de empleos aumenta a 30, el cálculo sería:

$$Tasa\ de\ Crecimiento\ de\ Empleo = \left(\frac{30 - 24}{24} \right) \times 100 = 25\%$$

Un aumento del 25% en los empleos refleja un crecimiento significativo en el sector turístico, probablemente impulsado por mayor demanda de servicios turísticos, nuevas inversiones o políticas que han fortalecido la infraestructura turística.

SATISFACCIÓN DEL VISITANTE

Mide la percepción de los turistas sobre su experiencia en el destino, un alto nivel de satisfacción está asociado con la fidelidad de los visitantes y una mejor reputación del destino. Las encuestas de satisfacción pueden incluir variables como limpieza, calidad del servicio, seguridad y accesibilidad.

Aplicación Práctica:

- Mejorar áreas identificadas críticas por los visitantes.
- Diseñar estrategias de capacitación para el personal turístico.
- Medir el impacto de nuevas inversiones o políticas.

Fórmula Ampliada:

$$\textit{Promedio de satisfacción} = \frac{\sum \textit{Puntajes individuales}}{\textit{numero de encuestas realizadas}}$$

CRECIMIENTO EN INSTALACIONES RECREATIVAS

Evalúa el desarrollo de espacios recreativos como parques, museos, centros de convenciones y áreas de entretenimiento. Estas instalaciones son fundamentales para diversificar la oferta turística y mejorar la experiencia del visitante. Además, fomenta el turismo local y la integración de las comunidades en el desarrollo del sector.

Aplicación Práctica:

- Analizar el impacto social y económico de las nuevas instalaciones.
- Planificar estrategias de promoción turística basadas en atractivos específicos.
- Identificar necesidades de mantenimiento o ampliación.

Fórmula Ampliada:

$$\textit{Crecimiento absoluto} = \textit{Instalaciones nuevas} - \textit{Instalaciones}$$

AUMENTO DE HOTELES

Mide el crecimiento en la infraestructura hotelera, lo cual es esencial para evaluar la capacidad de un destino turístico para atender a un número creciente de visitantes, los hoteles no solo ofrecen alojamiento, sino que también son un motor económico, creando empleos directos e indirectos.

Además, el aumento en la cantidad de hoteles refleja la confianza de los inversionistas en el potencial turístico del área, se pueden incluir categorías adicionales, como la clasificación por estrellas, para obtener un análisis más detallado de la calidad de la oferta hotelera.

Aplicación Práctica:

- Comparar el crecimiento en diferentes regiones o periodos.
- Identificar áreas con mayor potencial de inversión.
- Monitorear el impacto de políticas públicas o incentivos fiscales.

Fórmula Ampliada:

$$\text{Tasa de Crecimiento de Hoteles} = \left(\frac{\text{Hoteles actuales} - \text{Hoteles iniciales}}{\text{Hoteles iniciales}} \right) \times 100$$

INGRESOS POR ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Evalúa los ingresos generados directamente por el turismo, incluyendo gastos de alojamiento, alimentación, transporte y actividades recreativas, representa la contribución económica del turismo al desarrollo local y puede analizarse por segmentos, como tipo de visitante, categoría de servicio o temporada.

Aplicación Práctica:

- Diseñar estrategias para incrementar el gasto promedio por turista.
- Identificar servicios turísticos con mayor retorno económico.
- Medir el impacto económico del turismo en el PIB local.

Fórmula Ampliada:

$$\text{Ingresos Promocionales por Turista} = \frac{\text{Ingresos totales por turismo}}{\text{Cantidad de turistas}}$$

AUMENTO DEL TURISMO INTERNACIONAL

Mide la variación en el número de turistas internacionales que visitan una región, es una medida directa del atractivo del destino en el mercado global y del impacto de estrategias como campañas publicitarias internacionales o la mejora de conexiones aéreas.

El turismo internacional suele generar mayores ingresos que el doméstico, ya que los turistas extranjeros tienden a gastar más en alojamiento, gastronomía y actividades.

Aplicación Práctica:

- Monitorear la efectividad de campañas de marketing internacional.
- Identificar mercados emisores clave.
- Evaluar el impacto de acuerdos de conectividad aérea o facilidades migratorias.

Fórmula Ampliada:

$$\begin{aligned} & \textit{Tasa de Aumento del Turismo Internacional} \\ & = \left(\frac{\textit{Visitantes actuales} - \textit{Visitantes anteriores}}{\textit{Visitantes anteriores}} \right) \times 100 \end{aligned}$$

K. EVALUACIÓN AMBIENTAL

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) es un proceso que permite identificar, predecir y analizar los efectos ambientales de un proyecto o actividad antes de que sea llevado a cabo. Su objetivo principal es asegurar que se consideren los posibles impactos sobre el medio ambiente y que se tomen medidas para mitigar o evitar los efectos negativos.

Algunos elementos clave de una EIA incluyen:

- **Identificación de impactos:** Se analizan las actividades del proyecto y se identifican los posibles impactos en el suelo, agua, aire, flora, fauna, paisajes y comunidades.

Ilustración 312: Medio ambiente



- **Predicción de efectos:** Se intenta prever cómo afectará el proyecto a corto, mediano y largo plazo. Esto puede incluir cambios en la calidad del agua o el aire, pérdida de biodiversidad, etc.
- **Mitigación:** Se proponen medidas para reducir o eliminar los efectos negativos, como la reforestación, el control de emisiones o el manejo adecuado de residuos.
- **Plan de monitoreo y seguimiento:** Se establece un programa de monitoreo para evaluar el impacto real una vez iniciado el proyecto, con el fin de tomar medidas correctivas si es necesario.

Por lo tanto, EIA es esencial para garantizar que el desarrollo sea sostenible y responsable, minimizando daños ambientales y promoviendo la convivencia entre el crecimiento económico y el cuidado del entorno natural.

Según el **Manual de Procesos Técnicos** correspondiente al **Proceso de Evaluación de Impacto Ambiental** en El Salvador menciona que **La Evaluación del Impacto Ambiental o EIA**, es 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. (Art.18 LMA).

El propósito de una Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) es proteger el medio ambiente y la salud humana al garantizar que los posibles impactos negativos de un proyecto sean identificados, evaluados y gestionados antes de que el proyecto sea aprobado y ejecutado.

En concreto, sus objetivos principales incluyen:

- **Evitar daños ambientales irreversibles:** La EIA busca prevenir impactos graves e irreversibles en el entorno natural, evaluando el riesgo antes de iniciar cualquier actividad.
- **Garantizar un desarrollo sostenible:** Al incorporar consideraciones ambientales en el proceso de planificación, se promueve un equilibrio entre desarrollo económico y protección ambiental.
- **Tomar decisiones informadas:** La EIA ofrece información crucial a las autoridades y al público, facilitando decisiones basadas en un análisis exhaustivo de los posibles efectos y alternativas del proyecto.

- **Promover la responsabilidad ambiental:** Establece un marco de trabajo para que los responsables de un proyecto asuman un compromiso con el entorno y la sociedad, proponiendo medidas de mitigación y restauración de los recursos afectados.
- **Involucrar a la comunidad:** La EIA fomenta la participación ciudadana, permitiendo que las comunidades expresen sus preocupaciones, lo cual es esencial para la aceptación social del proyecto y para asegurar que se tengan en cuenta los intereses de los afectados.

Por lo tanto, los objetivos que se buscan cumplir en el ***PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE PARA LOS DISTRITOS DE SAN PEDRO MASAHUAT Y SAN LUIS TALPA PERTENECIENTES AL MUNICIPIO DE LA PAZ OESTE***, apagándose al art.18 de La Ley de Medio Ambiente de El Salvador son los siguientes:

- Establecer si la propuesta cumple con las Leyes Medios Ambientales de El Salvador.
- Identificar, cuantificar y valorar los impactos ambientales y los riesgos que determinada actividad, obra o proyecto pueda ocasionar sobre el medio ambiente y la población.
- Determinar las medidas necesarias para prevenir, atenuar, controlar y compensar los impactos negativos e incentivar los impactos positivos, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales.
- Determinar la viabilidad ambiental de la ejecución de una actividad, obra o proyecto.
- Generar los mecanismos necesarios para implementar el programa de manejo ambiental.

Se ha seleccionado una propuesta metodológica para la evaluación de impacto ambiental a partir del libro ***“EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL DE PROYECTOS DE DESARROLLO”***.

Para realizar una evaluación del impacto ambiental en el Salvador según el ministerio de Medio Ambiente se tiene que: **Atendiendo lo dispuesto en el art.23 del Reglamento General de la Ley de Medio Ambiente, la estructura del Estudio de Impacto Ambiental comprenderá los acápite a continuación listados:**

- Título y autores.
- Resumen ejecutivo del estudio.
- Descripción del proyecto y sus alternativas.
- Consideraciones jurídicas y de normativa ambiental aplicables, relativas a la actividad, la obra o el proyecto.

- Descripción, caracterización y cuantificación del medio ambiente actual, de los componentes físicos, biológicos y socioeconómicos, del sitio y área de influencia.
- Identificación, priorización, predicción y cuantificación de los impactos ambientales.
- Interpretación de los resultados del análisis beneficio-costos, rentabilidad y eficiencia, considerando factores técnicos, económicos, sociales y ambientales (aplicables a actividades, obras o proyectos del sector público).
- Programa de Manejo Ambiental.
- Apéndice: Mapas, métodos de evaluación utilizados, estudios técnicos, tablas, gráficos, relatoría de las Consultas Públicas realizadas a iniciativa del titular, además del estudio de riesgo, si procede.

Además, se debe tomar en cuenta que según los ***Términos de referencia generales para elaboración de Estudio de Impacto Ambiental*** que brinda el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), indica en el punto **2. Lineamientos generales** específicamente en el romano III el cual especifica lo siguiente:

“Ser elaborados por un equipo interdisciplinario y evidenciar las interrelaciones e integración de los resultados de los estudios y opiniones de los miembros del equipo. El número de miembros del equipo dependerá del tamaño y complejidad del Estudio de Impacto Ambiental. Las pericias de los miembros del equipo deberán atender todas las áreas de especialización que se requieran por el tipo de actividad, obra o proyecto que se pretenda desarrollar y a la sensibilidad del medio receptor.

En todo caso, los Estudios de Impacto Ambiental, no podrán ser elaborados por un solo prestador de servicios.

Asimismo, el MARN no admitirá Estudios de Impacto Ambiental, cuando en la elaboración de estos no haya participado ningún prestador de servicios con especialidad afín a la materia que se desarrolla”.

Por lo que, para realizar la evaluación ambiental, se empleará una metodología destinada a identificar y analizar los resultados que revelen posibles riesgos y amenazas para la ejecución del plan, el cual está dirigido a la contraparte, en este caso, la alcaldía municipal de La Paz Oeste y los actores principales involucrados en los distritos de San Luis Talpa Y San Pedro Masahuat. Posteriormente, se gestionará la evaluación ambiental cumpliendo con los requisitos de participación de prestadores de servicios especializados permitidos por el MARN.

Para esta evaluación se ha seleccionado una **PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL** a partir de métodos obtenidos del libro “**EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL DE PROYECTOS DE DESARROLLO**” ya que dentro de este se desarrolla parte importante de la metodología utilizada por el MARN en las evaluaciones ambientales en el salvador las cuales son:

- Descripción, caracterización y cuantificación del medio ambiente actual, de los componentes físicos, biológicos y socioeconómicos, del sitio y área de influencia.
- Identificación, priorización, predicción y cuantificación de los impactos ambientales.
- Interpretación de los resultados del análisis beneficio-costos, rentabilidad y eficiencia, considerando factores técnicos, económicos, sociales y ambientales (aplicable a actividades, obras o proyectos del sector público).

Para esta evaluación se utilizará la **Calificación ambiental** la cual aparece en el libro **Evaluación del impacto ambiental de proyectos de desarrollo**.

Esta propuesta metodológica, desarrollada por Arboleda (1994), busca identificar y evaluar los impactos generados por la construcción y realización de obras de diferente magnitud, sobre las condiciones medioambientales que pueden resultar afectadas.

1. Metodología para la evaluación ambiental

Las etapas por seguir para realizar la evaluación ambiental del **plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa pertenecientes al municipio de La Paz Oeste** se detallan a continuación:

Desagregación del proyecto en componentes: La primera actividad que se propone abordar, es la identificación de las diferentes actividades que tienen lugar en la ejecución de la obra o proyecto; dichas actividades se agrupan en componentes.

Identificación de los impactos: Esta fase busca identificar cuáles son los impactos producidos en el ambiente, como consecuencia de las acciones que demanda un determinado componente del proyecto. Este análisis se hace para cada componente, y está compuesto por tres elementos básicos:

- **Acción:** Actividades necesarias para la ejecución o construcción de un componente o para su puesta en funcionamiento.

- **Efecto:** Proceso de tipo físico, biótico o social (económico o cultural) que puede afectarse por una acción determinada del proyecto, y que puede generar alteraciones en las relaciones que gobiernan la dinámica de los ecosistemas.
- **Impacto:** Es el resultado final (benéfico o perjudicial) que se produce en alguno de los elementos ambientales a raíz de cambios generados por una acción del proyecto.

Evaluación de los impactos: De la anterior etapa se obtuvo como resultado final, un listado de los impactos generados por cada uno de los componentes. Luego es pertinente su evaluación con base en su significancia. Cada impacto se evalúa individualmente, mediante una expresión denominada “Calificación Ambiental (Ca)”, obtenida con base en cinco factores característicos de cada impacto incluidos en ella.

Para la evaluación de impactos se necesita la siguiente fórmula:

$$Ca = C(P[aEM + bD])$$

Donde:

Ca: Calificación ambiental (0.1 - 10.0)

C: Clase (+ o -)

P: Presencia (0.0 - 1.0)

E: Evolución (0.0 - 1.0)

M: Magnitud (0.0 - 1.0)

D: Duración (0.0 - 1.0)

A continuación, se detalla un poco más cada uno de los componentes de la fórmula.

Clase (C): Es el sentido que tiene el cambio ambiental producido, pudiendo ser positivo (+) o negativo (-), según el medio se vea beneficiado o perjudicado, respectivamente.

Presencia (P): Representa la probabilidad de que el impacto que se enuncia tenga lugar efectivamente, para lo cual se expresa como el porcentaje de probabilidad de ocurrencia.

Duración (D): Corresponde al período de tiempo de existencia activa del impacto - persistencia- y sus consecuencias; su evaluación se hace conforme al tiempo que permanece el impacto (muy largo, largo, corto).

Evolución (E): Representa la velocidad de desarrollo del impacto desde su aparición hasta que se desarrolla plenamente con todas sus consecuencias; se expresa en unidades relacionadas con la velocidad con que se presenta el impacto (rápido, lento).

Magnitud (M): Evalúa la dimensión del cambio ambiental producido; se sugiere la presentación de los valores en términos de magnitud relativa (porcentaje) a través de comparaciones del valor del elemento ambiental afectado con y sin proyecto, en una determinada zona de influencia.

En el libro el autor utiliza los valores 7 y 3 para las constantes de ponderación a y b, respectivamente, para el caso de un proyecto hidroeléctrico.

A continuación, se presenta la definición de criterios para realizar la evaluación ambiental, donde se detallan las diferentes escalas de calificación y su respectiva descripción.

Rangos y valoración de los criterios de evaluación usados por EEPPM en un proyecto hidroeléctrico (Arboleda, 1994)

Tabla 549 Criterios de evaluación ambiental

CRITERIO	RANGO	VALOR
Clase	Negativo (-)	
	Positivo (+)	
Presencia	Cierta	1.0
	Muy probable	0.7
	Probable	0.3
	Poco probable	0.1
	No probable	0.0
Duración	Muy larga o permanente (>10 año)	1.0
	Larga (>7 años)	0.7-1.0
	Media (>4 años)	0.4-0.7
	Corta (>1 año)	0.1-0.4
	Muy corta (< 1 año)	0.0-0.1
Evolución	Muy rápida (<1 mes)	0.8-1.0
	Rápida (< 12 mese)	0.6-0.8
	Media (<6 meses)	0.4-0.6
	Lenta (<24 meses)	0.2-0.4

	Muy lenta (> 24 meses)	0.0-0.2
Magnitud	Muy alta: Mr > 80%	0.8-1.0
	Alta: Mr = 60-80%	0.6-0.8
	Media: Mr = 40-60%	0.4-0.6
	Baja: Mr = 20-40%	0.2-0.4
	Muy baja: Mr < 20%	0.0-0.2

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con las calificaciones asignadas a cada criterio, el valor absoluto de la calificación ambiental (Ca) será superior a cero y no mayor de diez. Este valor numérico se traduce en una expresión que refleja la importancia del impacto (muy alto, alto, medio, bajo o muy bajo), asignándole rangos específicos. La siguiente tabla muestra los rangos definidos para interpretar la calificación ambiental de cada impacto.

Importancia ambiental

Tabla 550 Rangos de calificación de la evaluación ambiental

RANGO DE CALIFICACIÓN	VALORACIÓN
0.8 – 1.0	Muy alta
0.6 – 0.8	Alta
0.4 – 0.6	Media
0.2 – 0.4	Baja
0.0 – 0.2	Muy baja

Fuente: Elaboración propia

2. Desarrollo de la evaluación ambiental de la propuesta

El desarrollo de la evaluación ambiental del **plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de san pedro Masahuat y San Luis Talpa pertenecientes al municipio de La Paz Oeste** se muestra a continuación.

a) Etapa 1: Desagregación del plan

A continuación, se presenta un desglose de las actividades del plan que serán sometidas a evaluación ambiental, debido a su relación con el impacto ambiental que producen.

Tabla 551 Desagregación del plan

FASE	ACTIVIDADES
Implementación del plan	Construcción de pasarela en gruta del cristo negro
	Construcción de baños en la gruta del cristo negro, cerro el tacuazín y Playa San Marcelino
	Construcción de plancha de cemento en gruta del cristo negro
	Construcción de Mirador cerro tacuazín
	Construcción de Asiento circular en cerro el tacuazín
	Instalación de iluminación de Playa San Marcelino
	Construcción de vestidores
	Construcción de Kiosko informativo en parque Rigoberto Rodezno y Plaza El Carmen
	Instalación de señalizaciones
	Instalación de valla publicitaria
	Realización de prueba de desempeño
	Realización de prueba piloto
Operación de la propuesta	Implementación del circuito Amante de la Cultura
	Implementación del circuito Playa y Montaña
	Implementación del Paquete Noche Tropical en San Marcelino

Fuente: Elaboración propia

b) Etapa 2: Identificación de los Impactos

Una vez identificadas las principales actividades que podrían provocar deterioro en el medio ambiente, se determinará el nivel de impacto que causarían. A continuación, se presentan dichos niveles de impacto.

Tabla 552 Identificación de impactos

FASE	ACTIVIDADES	EFECTO	IMPACTO
Implementación del plan	Construcción de pasarela en gruta del cristo negro	La actividad de construcción y el uso de la pasarela pueden contribuir a la erosión del suelo, especialmente en	La construcción de la pasarela puede requerir la remoción de vegetación y la perturbación del suelo, lo que puede

		<p>áreas cercanas a la gruta.</p>	<p>debilitar la estructura del suelo y hacerlo más susceptible a la erosión.</p>
	<p>Construcción de baños en la gruta del cristo negro, cerro el tacuazín y Playa San Marcelino</p>	<p>-La construcción puede dañar hábitats locales y afectar a la fauna y flora autóctonas debido a la remoción de vegetación y la perturbación del suelo.</p> <p>-La construcción y posterior mantenimiento de los baños pueden generar residuos que deben ser manejados adecuadamente para evitar la contaminación.</p>	<p>La remoción de vegetación durante la construcción puede destruir hábitats críticos para muchas especies, tanto flora como fauna, lo que puede llevar a una disminución de la biodiversidad en el área.</p> <p>Durante la fase de construcción, se producirán diversos tipos de residuos, incluyendo escombros, materiales de embalaje, restos de cemento y otros desechos de construcción que pueden contribuir a la contaminación si no se manejan adecuadamente.</p>

	<p>Construcción de plancha de cemento en gruta del cristo negro</p>	<p>La instalación de una plancha de cemento puede alterar la estética natural de la gruta, afectando su atractivo visual para los visitantes.</p>	<p>La introducción de una plancha de cemento puede interrumpir la continuidad del paisaje natural, creando un contraste poco armonioso con el entorno rocoso y verde de la gruta.</p>
	<p>Construcción de Mirador cerro tacuazín</p>	<p>La actividad de construcción y el aumento del tráfico de visitantes pueden provocar erosión en el suelo, especialmente si no se gestionan adecuadamente.</p>	<p>La actividad de construcción implica la remoción de la cobertura vegetal, lo que expone el suelo a la erosión. Sin las raíces de las plantas que lo mantengan en su lugar, el suelo se vuelve más susceptible a la erosión por agua y viento.</p> <p>El incremento en el tráfico de visitantes, especialmente en áreas no diseñadas para el paso de personas, puede</p>

			causar la compactación del suelo y el desgaste de la vegetación, lo que a su vez facilita la erosión.
	Construcción de Asiento circular en cerro el tacuazín	Daño a raíces de árboles y deforestación y daño, contaminación, cambios temporales de la de tierras y suelos vírgenes	La remoción o perturbación de las raíces durante la construcción puede comprometer la salud de los árboles, afectando su capacidad para absorber agua y nutrientes.
	Instalación de iluminación de Playa San Marcelino	La iluminación inadecuada puede contribuir a la contaminación lumínica, afectando el entorno natural y la experiencia de los visitantes que buscan un ambiente más natural.	La iluminación excesiva o mal dirigida puede causar contaminación lumínica, que se refiere a la presencia de luz artificial en el ambiente nocturno que interfiere con la oscuridad natural.
	Construcción de vestidores	La construcción de las instalaciones puede producir residuos que deben ser gestionados	La construcción de instalaciones genera una variedad de residuos, que incluyen

		adecuadamente para evitar la contaminación del entorno.	escombros, restos de materiales (como madera, metal, plástico y vidrio), y desechos de embalaje.
	Construcción de Kiosco informativo en parque Rigoberto Rodezno y Plaza El Carmen	La construcción y el mantenimiento del kiosco requerirán materiales y recursos, lo que puede tener un impacto ambiental si no se realiza de manera sostenible.	Si se utilizan materiales que no son reciclables o que contienen productos químicos nocivos, esto puede aumentar la huella ecológica del kiosco y contribuir a la contaminación del suelo y del agua.
	Instalación de señalizaciones	Dependiendo de la ubicación y la cantidad de señalizaciones, pueden causar disturbios en el ecosistema local, especialmente si se instalan en áreas sensibles.	La instalación de señalizaciones en áreas sensibles puede requerir la remoción de vegetación nativa, lo que altera los hábitats de la fauna local y puede llevar a la pérdida de biodiversidad.
	Instalación de valla publicitaria	La instalación de la valla puede requerir excavaciones o el uso de materiales	La remoción de la capa superior del suelo puede resultar en la pérdida de materia

		que podrían impactar negativamente el suelo y la vegetación local.	orgánica y en la degradación de la calidad del suelo, lo que puede afectar a las plantas y a los organismos del suelo.
	Realización de prueba de desempeño	Si no se gestionan adecuadamente, las pruebas pueden presentar riesgos para la seguridad de los visitantes, especialmente si involucran maquinaria o cambios temporales en la infraestructura.	Las pruebas que involucren maquinaria pesada pueden presentar riesgos significativos para la seguridad de los visitantes, como accidentes relacionados con el funcionamiento de la maquinaria o el movimiento de equipos.
	Realización de prueba piloto	Si la prueba no cumple con las expectativas, puede llevar a una percepción negativa del proyecto y afectar la aceptación de este por parte de la comunidad.	Si los resultados de la prueba son insatisfactorios, esto puede generar desconfianza en la capacidad del proyecto para cumplir con sus objetivos, lo que puede llevar a una percepción negativa general del mismo.

			Los miembros de la comunidad pueden comenzar a cuestionar la viabilidad y la efectividad del proyecto, lo que podría socavar el apoyo inicial que se había logrado.
Operación de la propuesta	Implementación del circuito Amante de la Cultura	Un flujo elevado de visitantes puede deteriorar los lugares culturales o históricos incluidos en el circuito, especialmente si no se establecen medidas de manejo y preservación adecuadas.	La continua afluencia de personas puede causar desgaste en estructuras antiguas, monumentos y áreas delicadas, acelerando su deterioro. Pisadas, roce constante y, en algunos casos, vandalismo pueden comprometer la integridad de estos lugares.
	Implementación del circuito Playa y Montaña	Los residuos sólidos generados por los turistas pueden contaminar tanto las playas como las montañas,	Los residuos no biodegradables, como plásticos, pueden infiltrarse en el suelo y eventualmente alcanzar ríos,

		afectando la calidad de los paisajes y los recursos hídricos si no se implementan políticas de manejo adecuado de residuos.	arroyos o el océano, alterando la calidad del agua y afectando tanto a los ecosistemas acuáticos como a las fuentes de agua para la comunidad.
	Implementación del Paquete Noche Tropical en San Marcelino	La realización de actividades nocturnas puede afectar la fauna local, especialmente especies nocturnas sensibles a la luz y al ruido. Animales como tortugas marinas o aves podrían verse afectados si las actividades no se gestionan adecuadamente.	Las luces artificiales pueden desorientar a especies como tortugas marinas, que dependen de la luz natural para navegar, especialmente al momento de anidar y desplazarse hacia el océano. Esto puede disminuir las tasas de supervivencia de sus crías.

Fuente: Elaboración propia

c) Etapa 3: Evaluación de los Impactos

La siguiente es la matriz de evaluación que vincula cada actividad identificada con los criterios de evaluación ambiental, con el objetivo de analizar los impactos ambientales derivados del plan.

Tabla 553 Evaluación de impacto

ACTIVIDADES	IMPACTO	CLASE	PRESENCIA	MAGNITUD	DURACIÓN	EVOLUCIÓN	C.A	IMPACTO AMBIENTAL
Construcción de pasarela en gruta del cristo negro	La construcción de la pasarela puede requerir la remoción de vegetación y la perturbación del suelo, lo que puede debilitar la estructura del suelo y hacerlo más susceptible a la erosión.	-	0.3	0.4	0.1	0.1	0.174	Muy baja
Construcción de baños en la gruta del cristo negro, cerro el tacuazín y Playa San Marcelino	La remoción de vegetación durante la construcción puede destruir hábitats críticos para muchas especies, tanto flora como fauna, lo que puede llevar a una disminución de la biodiversidad en el área.	-	0.1	0.3	0.1	0.4	0.114	Muy baja
	Durante la fase de construcción, se producirán diversos tipos de residuos, incluyendo escombros, materiales de embalaje, restos de cemento y otros desechos de construcción que pueden contribuir a la contaminación si no se manejan adecuadamente.	-	0.3	0.4	0.1	0.5	0.51	Medio
Construcción de plancha de cemento en gruta del cristo negro	La introducción de una plancha de cemento puede interrumpir la continuidad del paisaje natural, creando un contraste poco armonioso con el entorno rocoso y verde de la gruta.	-	0.3	0.4	0.1	0.4	0.426	Medio

Construcción de Mirador cerro tacuazín	La actividad de construcción implica la remoción de la cobertura vegetal, lo que expone el suelo a la erosión. Sin las raíces de las plantas que lo mantengan en su lugar, el suelo se vuelve más susceptible a la erosión por agua y viento.	-	0.3	0.4	0.1	0.3	0.342	Bajo
	El incremento en el tráfico de visitantes, especialmente en áreas no diseñadas para el paso de personas, puede causar la compactación del suelo y el desgaste de la vegetación, lo que a su vez facilita la erosión.	-	0.7	0.1	0.1	0.1	0.259	Bajo
Construcción de Asiento circular en cerro el tacuazín	La remoción o perturbación de las raíces durante la construcción puede comprometer la salud de los árboles, afectando su capacidad para absorber agua y nutrientes.	-	0.3	0.2	0.1	0.3	0.216	Bajo
Instalación de iluminación de Playa San Marcelino	La iluminación excesiva o mal dirigida puede causar contaminación lumínica, que se refiere a la presencia de luz artificial en el ambiente nocturno que interfiere con la oscuridad natural.	-	0.1	0.2	0.1	0.6	0.114	Muy bajo
Construcción de vestidores	La construcción de instalaciones genera una variedad de residuos, que incluyen escombros, restos de materiales (como madera, metal, plástico y vidrio), y desechos de embalaje.	-	0.1	0.3	0.1	0.3	0.093	Muy bajo
Construcción de Kiosko informativo en	Si se utilizan materiales que no son reciclables o que contienen productos químicos nocivos, esto	-	0.3	0.3	0.1	0.3	0.279	Bajo

parque Rigoberto Rodezno y Plaza El Carmen	puede aumentar la huella ecológica del kiosco y contribuir a la contaminación del suelo y del agua.								
Instalación de señalizaciones	La instalación de señalizaciones en áreas sensibles puede requerir la remoción de vegetación nativa, lo que altera los hábitats de la fauna local y puede llevar a la pérdida de biodiversidad.	-	0.1	0.2	0.1	0.1	0.044	Muy bajo	
Instalación de valla publicitaria	La remoción de la capa superior del suelo puede resultar en la pérdida de materia orgánica y en la degradación de la calidad del suelo, lo que puede afectar a las plantas y a los organismos del suelo.	-	0.3	0.4	0.1	0.3	0.342	Bajo	
Realización de prueba de desempeño	Las pruebas que involucren maquinaria pesada pueden presentar riesgos significativos para la seguridad de los visitantes, como accidentes relacionados con el funcionamiento de la maquinaria o el movimiento de equipos.	-	0.3	0.3	0.1	0.6	0.468	Medio	
Realización de prueba piloto	Si los resultados de la prueba son insatisfactorios, esto puede generar desconfianza en la capacidad del proyecto para cumplir con sus objetivos, lo que puede llevar a una percepción negativa general del mismo.	-	0.3	0.1	0.1	0.6	0.216	Bajo	
	Los miembros de la comunidad pueden comenzar a cuestionar la viabilidad y la efectividad del	-	0.1	0.1	0.1	0.6	0.072	Muy bajo	

	proyecto, lo que podría socavar el apoyo inicial que se había logrado.							
Implementación del circuito Amante de la Cultura	La continua afluencia de personas puede causar desgaste en estructuras antiguas, monumentos y áreas delicadas, acelerando su deterioro. Pisadas, roce constante y, en algunos casos, vandalismo pueden comprometer la integridad de estos lugares.	-	0.3	0.2	0.1	0.4	0.258	Bajo
Implementación del circuito Playa y Montaña	Los residuos no biodegradables, como plásticos, pueden infiltrarse en el suelo y eventualmente alcanzar ríos, arroyos o el océano, alterando la calidad del agua y afectando tanto a los ecosistemas acuáticos como a las fuentes de agua para la comunidad.	-	0.3	0.4	0.1	0.3	0.342	Bajo
Implementación del Paquete Noche Tropical en San Marcelino	Las luces artificiales pueden desorientar a especies como tortugas marinas, que dependen de la luz natural para navegar, especialmente al momento de anidar y desplazarse hacia el océano. Esto puede disminuir las tasas de supervivencia de sus crías.	-	0.1	0.2	0.1	0.7	0.128	Muy bajo

Fuente: Elaboración propia

3. Análisis de resultados de la evaluación ambiental

Al examinar los resultados obtenidos mediante la evaluación ambiental del plan, se destacan los siguientes aspectos:

- a) En la fase de la implementación de la propuesta se muestra que el nivel de impacto ambiental existente es de muy bajo, en el cual se destacan los 18 impactos de clase negativos.
- b) Para mitigar los impactos negativos de la fase de implementación de la propuesta se deberá tomar diferentes medidas como son:
 - Implementar técnicas de control de erosión durante la construcción, como la instalación de barreras de sedimento y el uso de mantas de erosionado para proteger el suelo expuesto.
 - Plantar vegetación nativa alrededor de la pasarela para estabilizar el suelo y restaurar el hábitat natural.
 - Realizar una evaluación de impacto ambiental exhaustiva para identificar hábitats críticos y especies en peligro antes de la construcción.
 - Desarrollar un plan integral de gestión de residuos que incluya la recolección, separación y disposición adecuada de los residuos generados durante la construcción y el mantenimiento.
 - Considerar un diseño que utilice materiales y colores que se integren mejor con el entorno natural, como el uso de piedra natural o tratamientos que imiten la textura del terreno circundante.
 - Crear senderos bien diseñados y mantenidos que dirijan el tráfico de visitantes de manera eficiente y minimicen el impacto en el suelo.
 - Implementar un plan de conservación que incluya la protección de árboles cercanos a las áreas de construcción y la reubicación de especies vulnerables si es necesario.
 - Al finalizar la construcción, restaurar el área afectada plantando especies nativas y reponiendo la vegetación para recuperar la biodiversidad.
 - Utilizar sistemas de iluminación que dirijan la luz hacia el área necesaria y eviten el desbordamiento hacia el cielo o áreas no deseadas.
 - Optar por materiales reciclados, locales y sostenibles para la construcción y el mantenimiento del kiosco, minimizando el impacto ambiental.

- Planificar la instalación de señalizaciones en áreas que minimicen el impacto sobre la vegetación y los hábitats sensibles, utilizando mapas de distribución de especies y datos ecológicos.
 - Evaluar cuidadosamente la ubicación de la valla para minimizar la perturbación del suelo y la vegetación, evitando áreas sensibles y de alta biodiversidad.
 - Desarrollar un plan de comunicación claro que informe a los visitantes sobre las pruebas programadas, sus objetivos y los posibles riesgos asociados. Esto puede incluir el uso de señalización adecuada y anuncios en el sitio.
 - Mantener una comunicación abierta y transparente con la comunidad sobre los objetivos de la prueba, los resultados y los pasos a seguir en caso de que los resultados no sean los esperados.
- c) En la fase de operación de la propuesta, se ejecutan 2 circuitos turísticos y 1 paquete turístico, cada uno con actividades que generan impactos ambientales. Estos impactos son de carácter negativo.
- d) Para reducir los impactos negativos durante la fase de operación de la propuesta, se deberán implementar diversas medidas correctivas, entre las cuales se incluyen las siguientes:
- Incluir prácticas de turismo sostenible, como la gestión de residuos, el uso de materiales ecológicos, y la creación de áreas de descanso específicas para minimizar el impacto en el entorno.
 - Educar a los visitantes sobre el respeto a las normas locales y culturales y fomentar un enfoque de turismo que priorice el respeto y la preservación del patrimonio local.
 - Incluir programas de recolección de basura, uso de materiales sostenibles, y controles de acceso para evitar la sobrecarga en ciertas áreas sensibles.
 - Brindar capacitación a la comunidad local para que puedan beneficiarse del turismo y al mismo tiempo cuidar el medio ambiente, enfocándose en prácticas ecológicas y atención al cliente.
 - Utilizar iluminación de bajo impacto y enfocada en áreas específicas para reducir la contaminación lumínica y proteger a la fauna local.
 - Ofrecer a los visitantes información sobre prácticas de turismo responsable, con programas que incluyan la protección de la fauna nocturna y la disposición correcta de residuos.

- Definir y limitar áreas específicas para el desarrollo de actividades nocturnas, preservando las zonas más sensibles del entorno costero.
- e) Los resultados de la evaluación ambiental fueron positivos, ya que no se identificaron actividades con impactos negativos de nivel medio, alto o muy alto para el medio ambiente. Por lo tanto, se puede afirmar que el plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, en el departamento de La Paz, no presenta impactos negativos significativos para el entorno. Este plan ha sido diseñado con un enfoque en la protección y conservación de los recursos naturales, los cuales son esenciales y fundamentales para la oferta de los diversos productos que componen los 2 circuitos turísticos un paquete turístico.

CAPITULO VIII

ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

A. INTRODUCCIÓN

La administración de proyectos se conforma por todas las acciones que se deben realizar para alcanzar un propósito definido dentro de un período de tiempo determinado, cumple con un enfoque metódico que se orienta a la estimación, administración y cumplimiento de objetivos específicos, medibles, alcanzables y realistas planteados por una organización durante este proceso se utilizan recursos, herramientas y personas que deben ser previstos y predeterminados en un presupuesto.

Además, la administración de proyectos es importante porque aporta liderazgo y dirección, con respecto a esto, la finalidad del profesional que se dedica a dirigir un equipo de trabajo desde esta perspectiva es administrar, diseñar y orientar los esfuerzos dentro de un proyecto corporativo, civil, tecnológico o de cualquier otra índole de principio a fin.

Por lo tanto, la importancia de la administración de proyectos radica en su capacidad para garantizar que los recursos se utilicen de manera eficiente y que los objetivos se cumplan de manera efectiva.

Para lograr una administración efectiva de un proyecto, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Cumplimiento objetivos estratégicos.
- Optimización recursos.
- Control de riesgos.
- Cumplimiento de plazos y presupuestos.
- Mejora de la calidad.

B. OBJETIVO

Diseñar la administración del proyecto para crear el "Plan de Desarrollo Turístico en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, en el departamento de La Paz", con el propósito de garantizar que los programas incluidos en este plan se lleven a cabo de forma eficiente y efectiva.

C. METODOLOGÍA

A continuación, se presenta la metodología a seguir en la administración del proyecto:

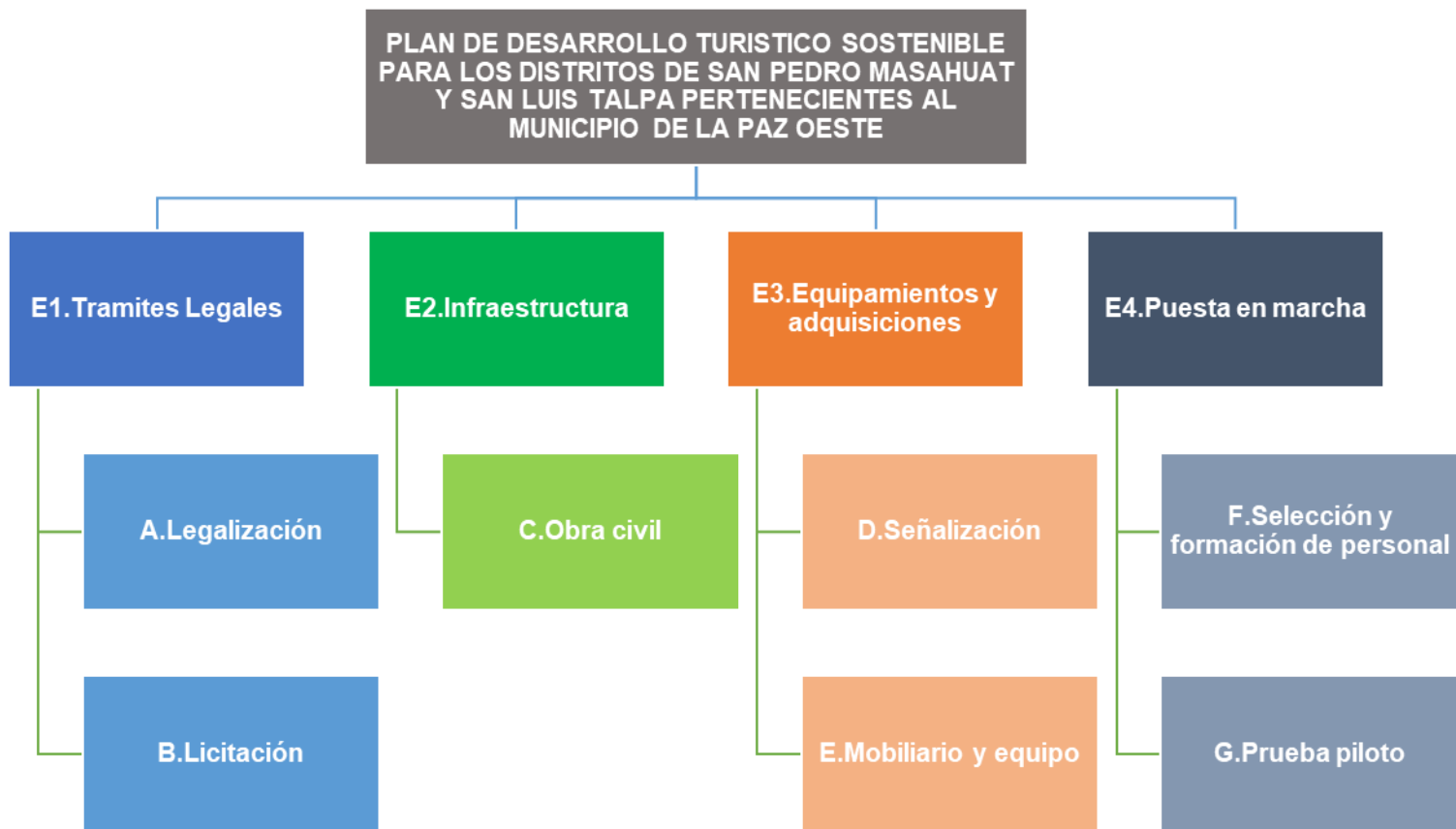
Ilustración 313: Esquema de metodología de administración del proyecto



Fuente: Elaboración Propia

1. Estructura de desglose de trabajo (EDT)

Ilustración 314: Estructura de desglose EDT



Fuente: Elaboración Propia

2. Descripción de los entregables

▪ Descripción de los niveles de la estructura

Nivel 0: El proyecto consiste en la realización de trámites legales, Infraestructura, equipamiento y puesta en marcha de un plan de desarrollo Turístico en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste en el departamento de La Paz.

Nivel 1: En este nivel se presentan los entregables que se desarrollan para llevar a cabo el objetivo del proyecto los cuales son:

- Trámites Legales
- Infraestructura.
- Equipamientos y adquisiciones.
- Puesta en marcha.

Nivel 2: Se presentan los distintos paquetes de trabajo, los cuales facilitan una mejor comprensión de los resultados esperados a lo largo de la ejecución del proyecto.

- Legalización
- Licitación
- Obra Civil
- Señalización
- Mobiliario y Equipo
- Selección y formación del personal
- Prueba Piloto

3. Diccionario EDT

Tabla 554:Entregable trámites legales

Código del entregable	Nombre del entregable	Fecha de actualización	Responsable
E1.	Trámites legales	16/11/2024	
Descripción del entregable: Su finalidad es la obtención de los documentos iniciales y permisos de las entidades gubernamentales competentes para la ejecución del proyecto. Abarca desde el acta de constitución del proyecto hasta las contrataciones.			
Duración del entregable: 85 días			
Costos estimados: \$1,950.00			
Paquetes de trabajo de los que depende:			
Código		Nombre	
A		Legalización	
B		Licitación	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 555:Entregable de Infraestructura

Código del entregable	Nombre del entregable	Fecha de actualización	Responsable
E2	Infraestructura	16/11/2024	
Descripción del entregable: Es el entregable que permitirá las mejoras infraestructurales de la planta mediante la creación de los diseños de construcción, así como el levantamiento de la estructura, la obra gris y los acabados.			
Duración del entregable: 97 días			
Costos estimados: \$84,340.00			
Paquetes de Trabajo de los que depende:			
Código		Nombre	
C		Obra Civil	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 556:Entregable equipamientos y adquisiciones

Código del entregable	Nombre del entregable	Fecha de actualización	Responsable
E3	Equipamientos y adquisiciones	16/11/2024	
Descripción del entregable: Este entregable tiene por responsabilidad efectuar las acciones necesarias para la adquisición e instalación de la maquinaria y equipo tanto productivo como administrativo. Así como también la adquisición de la materia prima e insumos necesarios.			
Duración del entregable: 68 días			
Costos estimados: \$1,695.75			
Paquetes de trabajo de los que depende:			
Código		Nombre	
D		Señalización	
E		Mobiliario, Equipo	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 557:Entregable puesta en marcha

Código del entregable	Nombre del entregable	Fecha de actualización	Responsable
E4.	Puesta en marcha	16/11/2024	
Descripción del entregable: Consiste en garantizar que la cantidad de personal que haya en los procesos de capacitación sea el adecuado y con la preparación debida para el desarrollo de actividades futurísticas. Además de realizar experimentaciones iniciales de la puesta en marcha en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat a modo de garantizar un correcto funcionamiento futuro.			
Duración del entregable: 90 días			
Costos estimados: \$1,380.00			
Sub entregables de los que depende:			
Código		Nombre	
F.		Selección y formación de personal	
G.		Prueba piloto	

Fuente: Elaboración Propia

4. Paquetes de trabajo

Tabla 558:Paquete de trabajo legalización

Código del paquete de trabajo	Nombre del paquete de trabajo	Fecha de actualización	Responsable
A.	Legalización	16/11/2024	
Descripción del paquete de trabajo: Se refiere a los tramites de legalización necesarios para poder dar inicio al plan de desarrollo.			
Actividades por realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Presentación del Plan b) Aprobación del Plan c) Visita técnica al terreno d) Obtención del permiso de lugar y línea de construcción e) Presentación de formulario ambiental f) Inspección del MARN a las instalaciones g) Obtención del permiso ambiental h) Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS i) Obtención del permiso de construcción 			
Criterios de aceptación:			
<ul style="list-style-type: none"> a) La legalización requiere que se tengan todos los permisos y solicitudes para poder echar a andar el plan de la manera adecuada. b) Las solicitudes deben ser presentadas de la manera correcta para que estén puedan ser aceptadas por las instituciones. c) La contraparte debe estar preparada en cada área de permiso solicitado para poder cumplir con las normativas. 			
Supuestos:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Aceptación de la contraparte: Se asume que la contraparte está de acuerdo en seguir el curso que se establezca, así como los resultados que puedan producirse en el proyecto. b) Exactitud en riesgos: Se asume que los riesgos que se presenten son los más probables en suceder, por lo que las medidas tomadas son basadas en solucionar dichos riesgos. 			
Riesgos que podrían presentarse:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Estructura del acta no completa o estandarizada. b) Rechazo en la solicitud de un trámite. c) No aprobación de un permiso. d) Que la contraparte no de seguimiento a los planes y estrategias. 			
Recursos asignados:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Personal administrativo b) Herramientas y equipos auxiliares 			
Duración del paquete de trabajo: 61 días			
Costos estimados: \$1,750.00			

Interdependencias:**Con otros paquetes de trabajo:**

Anterior o posterior	Código	Nombre
Posterior	B	Licitación

Tabla 559: Paquete de trabajo de licitación

Código del paquete de trabajo	Nombre del paquete de trabajo	Fecha de actualización	Responsable
B	Licitación	16/11/2024	
Descripción del paquete de trabajo: Se encarga de elaborar lo referente a la licitación desde su elaboración con la empresa ganadora.			
Actividades por realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Elaborar bases de licitación b) Publicar bases licitación c) Analizar ofertas y evaluar ofertas d) Adjudicar licitación e) Notificar al ganador de licitación f) Elaboración de contrato con empresa ganadora 			
Criterios de aceptación:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Las bases de licitación deben cumplir los reglamentos establecidos por la institución. b) Se debe incluir todos los requisitos necesarios para cada obra dentro de las bases de licitación. 			
Supuestos:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Cumplimiento de todas las reglas: Se asume que los distritos cumplen con todos los reglamentos de elaboración de bases de licitación. b) Publicación correcta de las bases: Se asume que las bases de licitación serán publicadas de manera correcta y en el tiempo adecuado. 			
Riesgos que podrían presentarse:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Omisión de requerimientos dentro de las bases. b) El papeleo tarde más días c) No contar con ofertantes hacia la licitación. 			
Recursos asignados:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Personal técnico y operativo b) Herramientas y equipos auxiliares 			
Duración del paquete de trabajo: 24 días			
Costos estimados: \$200.00			
Interdependencias:			
Con otros paquetes de trabajo:			
Anterior	A	Legalización	

Tabla 560:Paquete de trabajo obra civil

Código del paquete de trabajo	Nombre del paquete de trabajo	Fecha de actualización	Responsable
C	Obra Civil	16/11/2024	
Descripción del paquete de trabajo: Se encarga de la planeación, estudios y toma de medidas para la construcción de los baños, quioscos, pasarela, vestidores y el mirador.			
Actividades por realizar:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Establecer requerimientos de obra civil b) Inspección de área a construir c) Construcción de kioscos. d) Construcción de baños secos y baños públicos e) Construcción del mirador turístico f) Construcción de vestidero g) Construcción de asiento circular y áreas de descanso h) Instalación de Iluminación i) Construcción de pasarela j) Construcción de plancha de cemento k) Inspeccionar obras realizadas 			
Criterios de aceptación:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Las zonas que se inspeccionen deben cumplir con lo ideal para hacer estudios de suelo y toma de medidas. b) El diseño de los planos debe estar normado y evaluado bajo los materiales ideales para construcción. c) Los planos deben ser revisados y aprobados por la contraparte. 			
Supuestos:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Suelos ideales para construcción: Se asume que las zonas que se intervendrán aprobaron los estudios de suelo b) Exactitud de medidas: Se asume que las medidas tomadas son exactas y que no habrá varianza. 			
Riesgos que podrían presentarse:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Retrasos en los diseños. b) Toma errónea de medidas c) Problemas en los softwares de diseño d) Presupuesto limitado 			
Recursos asignados:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Personal de diseño b) Software y equipo 			
Duración del paquete de trabajo: 97 días			
Costos estimados: \$84,340.00			
Interdependencias:			
Con otros paquetes de trabajo:			
Anterior o posterior	Código	Nombre	
Anterior	B	Licitación	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 561: Paquete de trabajo señalización

Código del paquete de trabajo	Nombre del paquete de trabajo	Fecha de actualización	Responsable						
D	Señalización	16/11/2024							
<p>Descripción del paquete de trabajo: Asegurar una señalización clara y visible en las instalaciones de trabajo, de manera que los turistas estén debidamente informados sobre los servicios disponibles, así como sobre los riesgos existentes y las precauciones que deben seguir para su seguridad.</p>									
<p>Actividades por realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Generar requerimientos de señalización b) Realizar cotizaciones c) Analizar y seleccionar la mejor cotización d) Adjudicar proveedor seleccionado e) Generar orden de compra f) Recibir la señalización g) Instalar señalización h) Inspeccionar señalización instalada 									
<p>Criterios de aceptación:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Las señales deben de cumplir con las especificaciones establecidas en el diseño. b) Las señales deben instalarse correctamente según las instrucciones del fabricante. 									
<p>Supuestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Disponibilidad de espacio: Se asume que hay suficiente espacio físico en los sitios donde serán colocadas las señalizaciones b) Personal de mantenimiento: Se asume que hay personal capacitado disponible para mantener las señalizaciones en las condiciones óptimas necesarias. 									
<p>Riesgos que podrían presentarse:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Retrasos en la entrega de las señalizaciones. b) Problemas de calidad. c) Problemas de instalación. d) Daños en las señalizaciones durante el transporte: 									
<p>Recursos asignados:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Personal. b) Herramientas y equipos auxiliares 									
<p>Costos estimados: \$1,455.75</p>									
<p style="text-align: center;">Interdependencias:</p>									
<p>Con otros paquetes de trabajo:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Anterior o posterior</th> <th>Código</th> <th>Nombre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Anterior</td> <td>B</td> <td>Licitación</td> </tr> </tbody> </table>				Anterior o posterior	Código	Nombre	Anterior	B	Licitación
Anterior o posterior	Código	Nombre							
Anterior	B	Licitación							

Tabla 562:Paquete de trabajo mobiliario y equipo

Código del paquete de trabajo	Nombre del paquete de trabajo	Fecha de actualización	Responsable						
E	Mobiliario y Equipo	16/11/2024							
<p>Descripción del paquete de trabajo: Se refiere la parte específica del proyecto en la cual se planifica y ejecuta la adquisición de los recursos de mobiliario y equipo necesarios para el plan.</p>									
<p>Actividades por realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Generar requerimientos de mobiliario y equipo b) Realizar cotizaciones de mobiliario y equipo c) Seleccionar proveedor d) Generar orden de compra e) Recibir el Mobiliario y equipo f) Instalar Mobiliario 									
<p>Criterios de aceptación:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) El mobiliario y equipo deben de cumplir con las especificaciones establecidas en el diseño. b) El mobiliario y equipo deben instalarse correctamente optimizando el espacio disponible. 									
<p>Supuestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Disponibilidad de espacio: Se asume que hay suficiente espacio físico en los sitios donde serán colocadas el mobiliario y equipo. 									
<p>Riesgos que podrían presentarse:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Retrasos en la entrega del mobiliario y equipo. b) Problemas de calidad. c) Problemas de instalación. d) Daños del mobiliario y equipo durante el transporte: 									
<p>Recursos asignados:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Personal. 									
<p>Duración del paquete de trabajo: 15 días</p>									
<p>Costos estimados: \$240.00</p>									
<p style="text-align: center;">Interdependencias:</p> <p>Con otros paquetes de trabajo:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Anterior o posterior</th> <th>Código</th> <th>Nombre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Anterior</td> <td style="text-align: center;">B</td> <td style="text-align: center;">Licitación</td> </tr> </tbody> </table>				Anterior o posterior	Código	Nombre	Anterior	B	Licitación
Anterior o posterior	Código	Nombre							
Anterior	B	Licitación							

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 563: Paquete de trabajo selección y formación de personal

Código del paquete de trabajo	Nombre del paquete de trabajo	Fecha de actualización	Responsable
F	Selección y formación de personal	16/11/2024	
Descripción del paquete de trabajo: Este paquete se refiere a la selección y contratación del personal responsable de la ejecución del proyecto.			
Definir puesto de trabajo			
<ul style="list-style-type: none"> a) Generar requerimientos de personal b) Llevar a cabo proceso de selección de personal c) Formalizar contratos d) Gestionar capacitaciones con instituciones e) Llevar a cabo la capacitación del personal f) Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación personal operativo y administrativo 			
Criterios de aceptación:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Los candidatos deben de cumplir con todos los requisitos necesarios que se le soliciten para el puesto de trabajo. 			
Supuestos:			
<ul style="list-style-type: none"> a) Cumplimiento de todas las generalidades: Se asume que los candidatos cumplen con todos los requisitos para optar a por los puestos de trabajo. b) Que los miembros del CDT y Unidad de Turismo de los distritos aceptarán los perfiles de los candidatos seleccionados: Se asume que el CDT y la Unidad de Turismo accederán a la contratación de los candidatos seleccionados 			
Riesgos que podrían presentarse:			
<ul style="list-style-type: none"> a. No cumplir con los requisitos b. papeleo tarde más días. c. Que existan retrasos en el inicio o finalización del curso de capacitación 			
Recursos asignados:			
<ul style="list-style-type: none"> a. Personal técnico y operativo b. Herramientas y equipos auxiliares 			
Duración del paquete de trabajo: 51 días			
Costos estimados: \$530.00			
Interdependencias:			
Con otros paquetes de trabajo:			
Anterior o posterior	Código	Nombre	
Anterior	Licitación	B	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 564: Paquete de trabajo prueba piloto

Código del paquete de trabajo	Nombre del paquete de trabajo	Fecha de actualización	Responsable
G	Prueba Piloto	16/11/2024	
<p>Descripción del paquete de trabajo: Este paquete de trabajo hace referencia al diseño, planificación y ejecución de la prueba piloto, ajustes de esta y la evaluación de los resultados obtenidos en la prueba para el control a futuro con lo cual se da cierre al proyecto verificando que todos los entregables de los paquetes de trabajo se hayan realizado</p>			
<p>Actividades por realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Crear plan de prueba piloto b) Ejecutar prueba piloto c) Evaluar resultados de prueba piloto d) Realizar ajustes e) Entrega del plan 			
<p>Criterios de aceptación:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Las evaluaciones de los resultados deben ser positivas con respecto a la prueba piloto. b) Evaluar resultados de prueba piloto c) El plan debe ser óptimo para ser entregado. 			
<p>Supuestos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Que todo el personal este debidamente preparado. b) Las actividades de cada circuito y paquete turístico este preparadas al 100% para poder ejecutar la prueba piloto. 			
<p>Riesgos que podrían presentarse:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Retrasos en el inicio o finalización de cualquiera de las actividades de este paquete. b) Que alguien del personal involucrado en este paquete de trabajo se ausente y se deban de realizar ajustes de último momento. 			
<p>Recursos asignados:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Personal b) Alimentos c) Insumos 			
<p>Duración del paquete de trabajo:39 días</p>			
<p>Costos estimados: \$850.00</p>			
<p>Interdependencias:</p>			
<p>Con otros paquetes de trabajo:</p>			
Anterior o posterior	Código	Nombre	
Anterior	C	Obra Civil	

Fuente: Elaboración Propia

5. Descripción de actividades

Entregable: Trámites legales

Paquete: Legalización

Tabla 565 Descripción de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
AA	Presentar la información del proyecto	Presentar que se pretende lograr mediante el desarrollo del proyecto, las metas propuestas y por qué es necesario la implementación de este y los beneficios para los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat
AB	Aprobación del plan	Se espera la aprobación del proyecto por parte de los interesados en la realización.
AC	Visita técnica al terreno	Al haber obtenido una calificación de lugar y línea de construcción, la entidad realiza la visita técnica de forma que se apruebe el terreno.
AD	Obtención del permiso de lugar y línea de construcción	Si se cumplen las condiciones en las actividades anteriores, se les extiende a las autoridades de los distritos los registros el permiso solicitado además del pago correspondiente.
AE	Presentación de formulario ambiental	Se realiza la solicitud del permiso ambiental y el llenado de un formulario ambiental.
AF	Inspección del MARN a las instalaciones	Recibimiento de una comitiva del MARN para la evaluación del terreno y el manejo correcto del área y los desechos plásticos.
AG	Obtención del permiso ambiental	Cumplido el proceso, se recibe el permiso ambiental por parte del MARN de forma física.
AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	Se solicita el permiso de construcción a la alcaldía de La Paz Oeste para poder construir y cambiar áreas de la empresa.
AI	Obtención del permiso de construcción	Se recibe el permiso por parte de la alcaldía y se cancela la cuota de este.

Fuente: Elaboración propia

ACTIVIDADES

Tabla 566 Requerimientos de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DURACIÓN	COSTO	RRHH
AA	Presentación del Plan	1	\$25.00	1
AB	Aprobación del Plan	3	\$30.00	2
AC	Visita técnica al terreno	3		2
AD	Obtención del permiso de lugar y línea de construcción	10	\$750.00	1
AE	Presentación de formulario ambiental	1		1
AF	Inspección del MARN a las instalaciones	2		3
AG	Obtención del permiso ambiental	25	\$370.00	1
AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	1		1
AI	Obtención del permiso de construcción	15	600	1

Fuente: Elaboración propia

Entregable: Trámites legales

Paquete: Licitación

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Tabla 567 Descripción de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
BA	Elaborar bases de licitación	Se elaborarán las bases de licitación con los requisitos a solicitar para la realización de las obras.
BB	Publicas bases de licitación	Se publicará las bases de licitación, para que puedan ser descargadas por los interesados.
BC	Analizar ofertas y evaluar ofertas.	De las ofertas recibidas se realizará la evaluación y el análisis de cada una de ellas para determinar cuál es la mejor.
BD	Adjudicar licitación	Al tener definida la mejor oferta, se adjudicará la licitación.
BE	Notificar el ganador de licitación.	Se notificará al ganador mediante correo electrónico y de no dar respuesta se hará por medio telefónico.
BF	Elaboración de contrato con empresa ganadora.	Al tener contacto con la empresa, se realizará una reunión con el representante y se procederá a elaborar y firmar el contrato con la empresa a la que se le ha adjudicado.

Fuente: Elaboración propia

ACTIVIDADES

Tabla 568 Requerimientos de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DURACIÓN	COSTO	RRHH
BA	Elaborar bases de licitación	4	\$15.00	2
BB	Publicar bases licitación	7	\$5.00	1
BC	Analizar ofertas y evaluar ofertas	6	\$60.00	2
BD	Adjudicar licitación	2	\$25.00	2
BE	Notificar al ganador de licitación	3	\$55.00	1
BF	Elaboración de contrato con empresa ganadora	2	\$40.00	1

Fuente: Elaboración propia

Entregable: Infraestructura

Paquete: Obra Civil

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Tabla 569 Descripción de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
CA	Establecer requerimientos de obra civil	Se establecerán los requerimientos para las obras civiles que serán propuestas dentro de los proyectos.
CB	Inspección de área a construir	Se realizará la inspección del área en la que se construirá cada una de las infraestructuras, para verificar los tipos de suelo y determinar las áreas en las que se construirá.
CC	Construcción de kioscos.	Se procederá a realizar la construcción de los quioscos informativos dentro del parques de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat,
CD	Construcción de baños secos y baños públicos	Se realizará la construcción de los baños secos y baños públicos en los puntos establecidos dentro los distritos.
CE	Construcción del mirador turístico	Se realizará la construcción del mirador turístico en el cerro el tacuazín.
CF	Construcción de vestidero	Se llevará a cabo la construcción del vestidero en la Playa San Marcelino.
CG	Construcción de asiento circular y áreas de descanso	Se realizará la construcción de asiento circular en el cerro el tacuazín.
CH	Instalación de Iluminación	Se llevará a cabo la instalación de la iluminación en la playa san Marcelino.
CJ	Construcción de pasarela	Se realizará la construcción de la pasarela sobre el rio sepaquiapa
CJ	Construcción de plancha de cemento	Se procederá a construir la plancha de cemento frente a la gruta del cristo negro.
CK	Inspeccionar obras realizadas	Se inspeccionará cada una de las obras realizadas, para poder constatar que cumplan con los requerimientos establecidos.

Fuente: Elaboración propia

ACTIVIDADES

Tabla 570 Requerimientos de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DURACIÓN	COSTO	RRHH
CA	Establecer requerimientos de obra civil	5	\$15.00	2
CB	Inspección de área a construir	2	\$60.00	1
CC	Construcción de kioscos.	15	\$10,000.00	3
CD	Construcción de baños secos y baños públicos	10	\$14,325.00	3
CE	Construcción del mirador turístico	20	\$11,500.00	3

CF	Construcción de vestidero	3	\$1,130.00	2
CG	Construcción de asiento circular y áreas de descanso	7	\$7,620.00	3
CH	Instalación de Iluminación	5	\$1,130.00	3
CJ	Construcción de pasarela	20	\$28,000.00	5
CJ	Construcción de plancha de cemento	5	\$10,500.00	4
CK	Establecer requerimientos de obra civil	5	\$95.00	2

Fuente: Elaboración propia

Entregable: Equipamientos y Adquisiciones

Paquete: Señalizaciones

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Tabla 571 Descripción de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
DA	Generar requerimientos de señalización.	Investigar y evaluar las opciones disponibles en el mercado para la señalización necesaria. Se seleccionará señalizaciones que se ajusten a los requisitos del proyecto.
DB	Realizar cotizaciones	Iniciar y llevar a cabo negociaciones con los proveedores de las señalizaciones para obtener las mejores condiciones en términos de precio, garantía y condiciones de entrega.
DC	Analizar y seleccionar la mejor cotización	Se analizará cada uno de los proveedores, para seleccionar la mejor cotización que cumpla mejor los requerimientos y tenga menor costo.
DE	Generar orden de compra	Emitir órdenes de compra a los proveedores seleccionados de acuerdo con los términos alcanzados durante las negociaciones.
DF	Recibir señalización	Recibir las señales y acondicionar el lugar donde se resguardarán, para luego ser instaladas.
DG	Instalación señalización	Llevar a cabo la instalación física de las señalizaciones en los sitios ya seleccionados.
DH	Inspeccionar señalización instalada.	Verificar que las señalizaciones quedaron instaladas correctamente, de lo contrario realizar la instalación nuevamente.

Fuente: Elaboración propia

ACTIVIDADES

Tabla 572 Requerimiento de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DURACIÓN	COSTO	RRHH
DA	Generar requerimientos de señalización	3	\$60.00	2
DB	Realizar cotizaciones	6	\$40.00	1
DC	Analizar y seleccionar la mejor cotización	4	\$35.00	1

DE	Adjudicar proveedor seleccionado	3	\$25.00	1
DF	Generar orden de compra	2	\$995.75	1
DG	Recibir la señalización	2	\$15.00	2
DH	Instalar señalización	25	\$250.00	4

Fuente: Elaboración propia

Entregable: Equipamientos y Adquisiciones

Paquete: Mobiliario y Equipo

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Tabla 573 Descripción de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
EA	Generar requerimientos de señalización.	Investigar y evaluar las opciones disponibles en el mercado para comprar el mobiliario y equipo necesario. Seleccionar mobiliario y equipo que se ajusten a los requisitos del proyecto.
EB	Realización de cotizaciones	Iniciar y llevar a cabo negociaciones con los proveedores del mobiliario y equipo para obtener las mejores condiciones en términos de precio, garantía y condiciones de entrega.
EC	Seleccionar proveedor	Se analizará cada uno de los proveedores, para seleccionar la mejor cotización que cumpla mejor los requerimientos y tenga menor costo.
EE	Generar orden de compra	Emitir órdenes de compra a los proveedores seleccionados de acuerdo con los términos alcanzados durante las negociaciones.
EF	Recibir el mobiliario y equipo.	Recibir el mobiliario y equipo luego acondicionar el lugar donde se resguardarán, para luego ser instaladas.
EG	Instalar el mobiliario y equipo	Llevar a cabo la instalación física del mobiliario y equipo en los sitios estipulados.

Fuente: Elaboración propia

ACTIVIDADES

Tabla 574 Requerimientos de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DURACIÓN	COSTO	RRHH
EA	Generar requerimientos de mobiliario y equipo	3	\$25.00	2
EB	Realizar cotizaciones de mobiliario y equipo	5	\$40.00	1
EC	Seleccionar proveedor	3	\$30.00	1
ED	Generar orden de compra	2	\$9,425.00	1
EE	Recibir el Mobiliario y equipo	2	\$25.00	2
EF	Instalar Mobiliario	4	\$90.00	3
EG	Generar requerimientos de mobiliario y equipo	3	\$25.00	2
EH	Realizar cotizaciones de mobiliario y equipo	5	\$40.00	1

Fuente: Elaboración propia

Entregable: Puesta en Marcha

Paquete: Selección y formación de personal.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Tabla 575 Descripción de actividades

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
FA	Generar requerimientos de personal	Se define el cumulo de tareas y responsabilidades que asume el trabajador dentro de la ejecución del proyecto.
FB	Llevar a cabo el proceso de selección de personal	Se entrevista al personal, y luego se contacta a la persona elegida después de la entrevista para que pueda entregar todos los documentos necesarios para su contratación.
FC	Formalizar contratos	Firmar el contrato laboral para el proyecto.
FD	Gestionar capacitaciones con instituciones.	Gestionar las capacitaciones necesarias con las instituciones correspondientes.
FE	Llevar a cabo la capacitación del personal.	Capacitar al personal para que pueda desempeñarse de manera adecuada durante el plan.
FF	Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación del personal operativo y administrativo.	Realizar evaluaciones sobre los contenidos impartidos durante las capacitaciones.

Fuente: Elaboración propia

ACTIVIDADES

Tabla 576 Requerimientos por actividad

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DURACIÓN	COSTO	RRHH
FA	Generar requerimientos de personal	4	\$18.00	2
FB	Llevar a cabo el proceso de selección de personal	5	\$20.00	3
FC	Formalizar contratos	5	\$150.00	2
FD	Gestionar capacitaciones con instituciones.	15	\$60.00	1
FE	Llevar a cabo la capacitación del personal.	20	\$225.00	4
FF	Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación del personal operativo y administrativo.	2	\$60.00	2

Fuente: Elaboración propia

Entregable: Puesta en marcha

Paquete: Prueba Piloto

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
GA	Crear plan de prueba piloto	Se establecerá una fecha y se diseñarán estrategias para la implementación de una prueba piloto que permita realizar un análisis detallado de los resultados.
GB	Ejecutar prueba piloto	Se llevará a cabo una prueba piloto que incluirá la participación de todos los elementos implicados en el plan.
GD	Evaluación de resultados de prueba piloto.	Se llevará a cabo una evaluación detallada de todos los indicadores, con el objetivo de obtener un análisis que refleje el grado de eficacia alcanzado por el plan.
GD	Realizar ajustes.	Se efectuarán los ajustes necesarios derivados de la prueba piloto, enfocándose en corregir los factores clave que, de manera evidente, estén contribuyendo al mal funcionamiento del plan.
GE	Entrega del plan	El plan será entregado de acuerdo con los términos establecidos en el contrato, garantizando el cumplimiento de cada actividad pactada.

Fuente: Elaboración propia

ACTIVIDADES

CÓDIGO	ACTIVIDAD	DURACIÓN	COSTO	RRHH
GA	Crear plan de prueba piloto	5	\$35.00	4
GB	Ejecutar prueba piloto	15	\$500.00	4
GD	Evaluación de resultados de prueba piloto.	7	\$65.00	4
GD	Realizar ajustes.	10	\$150.00	4
GE	Entrega del plan	2	\$100.00	2

Fuente: Elaboración propia

6. Precedencias de las actividades

A continuación, se presenta la tabla de precedencia de las actividades

Tabla 577 Precedencias de actividades

ENTREGABLE	PAQUETE DE TRABAJO	COD.	ACTIVIDAD	PRECEDENCIA	TIEMPO (DÍAS)
TRAMITES LEGALES	LEGALIZACIÓN	AA	Presentación del Plan		1
		AB	Aprobación del Plan	AA	3
		AC	Visita técnica al terreno	AB	3
		AD	Obtención del permiso de lugar y línea de construcción	AC	10
		AE	Presentación de formulario ambiental	AD	1
		AF	Inspección del MARN a las instalaciones	AE	2
		AG	Obtención del permiso ambiental	AF	25
		AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	AG	1
		AI	Obtención del permiso de construcción	AH	15
	LICITACIÓN	BA	Elaborar bases de licitación	AB	4
		BB	Publicar bases licitación	BA	7
		BC	Analizar ofertas y evaluar ofertas	BB	6
		BD	Adjudicar licitación	BC	2
		BE	Notificar al ganador de licitación	BD	3
		BF	Elaboración de contrato con empresa ganadora	BE	2
		INFRAESTRUCTURA	OBRA CIVIL	CA	Establecer requerimientos de obra civil
CB	Inspección de área a construir			CA	2
CC	Construcción de kioscos.			CB	15
CD	Construcción de baños secos y baños públicos			CB	10
CE	Construcción del mirador turístico			CB	20
CF	Construcción de vestidero			CB	3
CG	Construcción de asiento circular y áreas de descanso			CB	7
CH	Instalación de Iluminación			CB	5
CI	Construcción de pasarela			CB	20
CJ	Construcción de plancha de cemento			CB	5
CK	Inspeccionar obras realizadas	CC, CD, CE, CF, CG, CH, CI, CJ	5		

EQUIPAMIENTO	SEÑALIZACIÓN	DA	Generar requerimientos de señalización	AI, BF	3
		DB	Realizar cotizaciones	DA	6
		DC	Analizar y seleccionar la mejor cotización	DB	4
		DD	Adjudicar proveedor seleccionado	DC	3
		DE	Generar orden de compra	DD	2
		DF	Recibir la señalización	DE	2
		DG	Instalar señalización	DF	25
		DH	Inspeccionar señalización instalada	DG	4
	MOBILIARIO Y EQUIPO	EA	Generar requerimientos de mobiliario y equipo	AI, BF	3
		EB	Realizar cotizaciones de mobiliario y equipo	EA	5
		EC	Seleccionar proveedor	EB	3
		ED	Generar orden de compra	EC	2
		EE	Recibir el Mobiliario y equipo	ED	2
		EF	Instalar Mobiliario	EE	4
PUESTA EN MARCHA	SELECCIÓN Y FORMACIÓN DE PERSONAL	FA	Generar requerimientos de personal	AI, BF	4
		FB	Llevar a cabo proceso de selección de personal	FA	5
		FC	Formalizar contratos	FB	5
		FD	Gestionar capacitaciones con instituciones	FC	15
		FE	Llevar a cabo la capacitación del personal	FD	20
		FF	Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación personal operativo y administrativo	FE	2
	PRUEBA PILOTO	GA	Crear plan de prueba piloto	CK, DH, EF, FF	5
		GB	Ejecutar prueba piloto	GA	15
		GC	Evaluar resultados de prueba piloto	GB	7
		GD	Realizar ajustes	GD	10
	GE	Entrega del plan	GE	2	

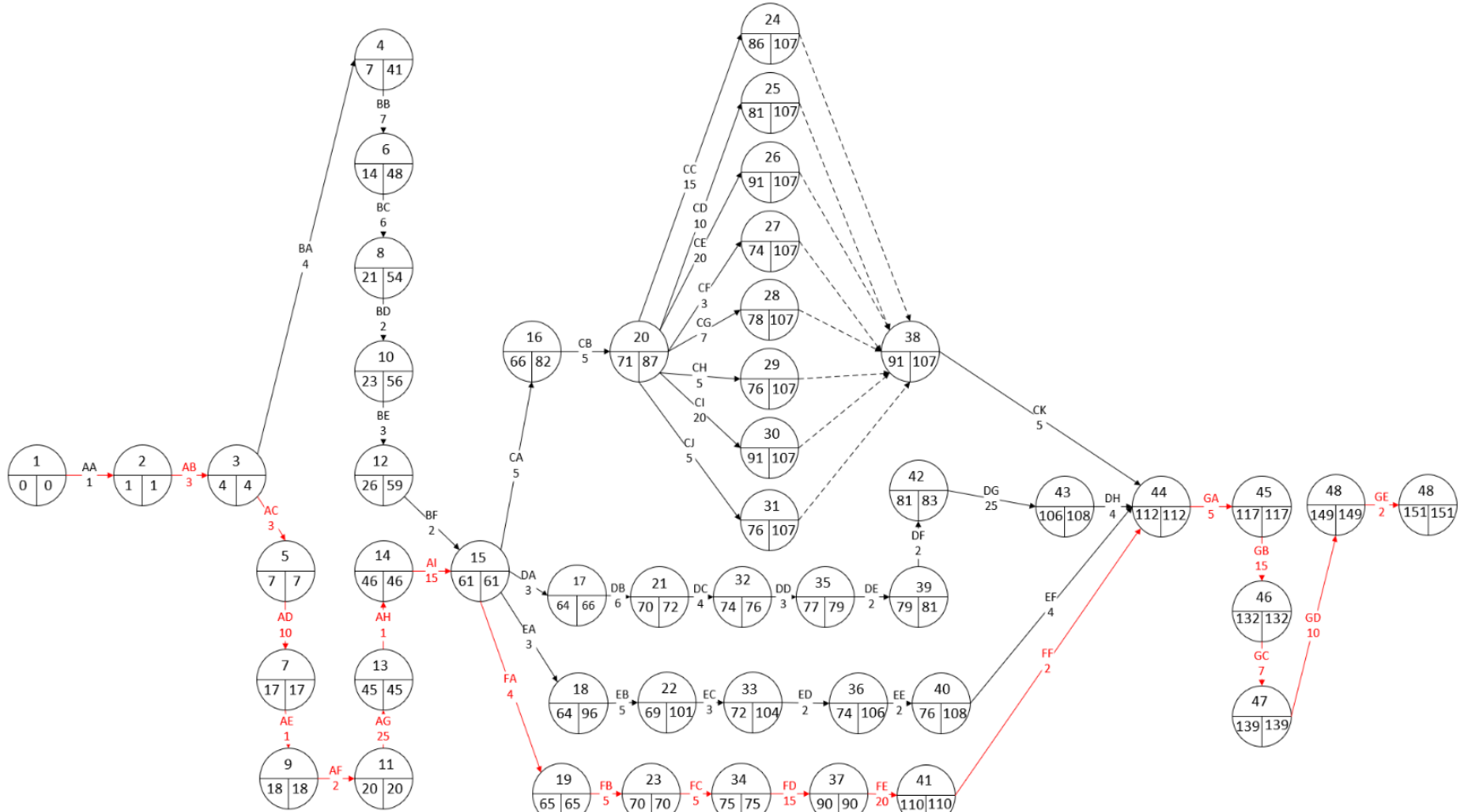
Fuente: Elaboración propia

7. Red del plan

Plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos
de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat
Fecha: 20/11/2024

RED GLOBAL DEL PLAN

Duración del plan: 151 días
Ruta crítica: AA-AB-AC-AD-AE-AF-AG-AH-AI-FA-FB-FC
FD-FE-FF-GA-GB-GC-GD-GE



8. Cálculo de Holgura

A continuación, se presenta el cálculo de la holgura de las actividades.

Tabla 578 Holguras de las actividades

CODIGO	Duración	TEi	TEj	Tli	TLj	HL	HT	CRITICA
AA	1	0	1	0	1	0	0	SI
AB	3	1	4	1	4	0	0	SI
AC	3	4	7	4	7	0	0	SI
AD	10	7	17	7	17	0	0	SI
AE	1	17	18	17	18	0	0	SI
AF	2	18	20	18	20	0	0	SI
AG	25	20	45	20	45	0	0	SI
AH	1	45	46	45	46	0	0	SI
AI	15	46	61	46	61	0	0	SI
BA	4	4	7	4	41	34	0	
BB	7	7	14	41	48	34	34	
BC	6	14	21	48	54	33	34	
BD	2	21	23	54	56	33	33	
BE	3	23	26	56	59	33	33	
BF	2	26	61	59	61	0	33	
CA	5	61	66	61	82	16	0	
CB	2	66	71	82	87	16	16	
CC	15	71	86	87	107	21	16	
CD	10	71	81	87	107	26	16	
CE	20	71	91	87	107	16	16	
CF	3	71	74	87	107	33	16	
CG	7	71	78	87	107	29	16	
CH	5	71	76	87	107	31	16	
CI	20	71	91	87	107	16	16	
CJ	5	71	76	87	107	31	16	
CK	5	91	112	107	112	0	16	
DA	3	61	64	61	66	2	0	
DB	6	64	70	66	72	2	2	
DC	4	70	74	72	76	2	2	
DD	3	74	77	76	79	2	2	
DE	2	77	79	79	81	2	2	
DF	2	79	81	81	83	2	2	
DG	25	81	106	83	108	2	2	
DH	4	106	112	108	112	0	2	
EA	3	61	64	61	96	32	0	
EB	5	64	69	96	101	32	32	
EC	3	69	72	101	104	32	32	

ED	2	72	74	104	106	32	32	
EE	2	74	76	106	108	32	32	
EF	4	76	112	108	112	0	32	
FA	4	61	65	61	65	0	0	SI
FB	5	65	70	65	70	0	0	SI
FC	5	70	75	70	75	0	0	SI
FD	15	75	90	75	90	0	0	SI
FE	20	90	110	90	110	0	0	SI
FF	2	110	112	110	112	0	0	SI
GA	5	112	117	112	117	0	0	SI
GB	15	117	132	117	132	0	0	SI
GC	7	132	139	132	139	0	0	SI
GD	10	139	149	139	149	0	0	SI
GE	2	149	151	149	151	0	0	SI

Fuente: Elaboración propia

D. COSTOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO

Al momento de realizar la implementación de un plan es importante contar con una estimación de los costos en los que se incurrirá al momento de implementar el mismo, a continuación, se presenta el detalle de los costos que implica el implementar el plan, detallando el costo de las actividades a realizar y de los salarios necesarios para administrativo que se encargará de llevar a cabo la implementación.

1. Costos directos de los entregables

Tabla 579 Actividades de trámites legales

TRÁMITES LEGALES		
Legalización		
CODIGO	ACTIVIDAD	COSTO
AA	Presentación del Plan	\$25.00
AB	Aprobación del Plan	\$30.00
AC	Visita técnica al terreno	
AD	Obtención del permiso de lugar y línea de construcción	\$750.00
AE	Presentación de formulario ambiental	
AF	Inspección del MARN a las instalaciones	
AG	Obtención del permiso ambiental	\$370.00
AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	
AI	Obtención del permiso de construcción	\$600.00
Licitación		
CODIGO	ACTIVIDAD	COSTO
BA	Elaborar bases de licitación	\$15.00

BB	Publicar bases licitación	\$5.00
BC	Analizar ofertas y evaluar ofertas	\$60.00
BD	Adjudicar licitación	\$25.00
BE	Notificar al ganador de licitación	\$55.00
BF	Elaboración de contrato con empresa ganadora	\$40.00
TOTAL		\$1,975.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 580 Actividades de infraestructura

INFRAESTRUCTURA		
OBRA CIVIL		
CODIGO	ACTIVIDAD	COSTO
CA	Establecer requerimientos de obra civil	\$15.00
CB	Inspección de área a construir	\$60.00
CC	Construcción de kioscos.	\$10,000.00
CD	Construcción de baños secos	\$14,325.00
CE	Construcción del mirador turístico	\$11,500.00
CF	Construcción de vestidero	\$1,130.00
CG	Construcción de asiento circular	\$7,620.00
CH	Instalación de Iluminación	\$1,130.00
CI	Construcción de pasarela	\$28,000.00
CJ	Construcción de plancha de cemento	\$10,500.00
CH	Inspeccionar obras realizadas	\$95.00
TOTAL		\$84,375.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 581 Actividades de equipamiento

EQUIPAMIENTO		
SEÑALIZACIÓN		
CODIGO	ACTIVIDAD	COSTO
DA	Generar requerimientos de señalización	\$60.00
DB	Realizar cotizaciones	\$40.00
DC	Analizar y seleccionar la mejor cotización	\$30.00
DD	Adjudicar proveedor seleccionado	\$25.00
DE	Generar orden de compra	\$995.75
DF	Recibir la señalización	\$15.00
DG	Instalar señalización	\$250.00
DH	Inspeccionar señalización instalada	\$60.00
MOBILIARIO Y EQUIPO		
CODIGO	ACTIVIDAD	COSTO
EA	Generar requerimientos de mobiliario y equipo	\$25.00
EB	Realizar cotizaciones de mobiliario y equipo	\$40.00

EC	Seleccionar proveedor	\$30.00
ED	Generar orden de compra	\$9,425
EE	Recibir el Mobiliario y equipo	\$25.00
EF	Instalar Mobiliario	\$90.00
TOTAL		\$11,115.75

Fuente: Elaboración propia

Tabla 582 Actividades puesta en marcha

PUESTA EN MARCHA		
SELECCIÓN Y FORMACIÓN DE PERSONAL		
CODIGO	ACTIVIDAD	COSTO
FA	Generar requerimientos de personal	\$18.00
FB	Llevar a cabo proceso de selección de personal	\$20.00
FC	Formalizar contratos	\$150.00
FD	Gestionar capacitaciones con instituciones	\$60.00
FE	Llevar a cabo la capacitación del personal	\$225.00
FF	Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación personal operativo y administrativo	\$60.00
PRUEBA PILOTO		
CODIGO	ACTIVIDAD	COSTO
GA	Crear plan de prueba piloto	\$35.00
GB	Ejecutar prueba piloto	\$500.00
GC	Evaluar resultados de prueba piloto	\$65.00
GD	Realizar ajustes	\$150.00
GE	Entrega del plan	\$100.00
TOTAL		\$1,383.00

Fuente: Elaboración propia

▪ **Consolidado de costos directos**

A continuación, se presenta el resumen de los costos directos de cada uno de los entregables para la implementación del plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis Talpa.

Tabla 583 Consolidado de costos directos

COSTOS DIRECTOS	
ENTREGABLE	TOTAL
Trámites legales	\$1,975.00
Infraestructura	\$84,375.00
Equipamiento	\$11,115.75
Puesta en marcha	\$1,383.00
TOTAL	\$98,848.75

Fuente: Elaboración propia

2. Costos indirectos para la implementación del plan

A continuación, se presentan las estimaciones de los costos variables para el plan de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

Tabla 584 Costos indirectos de la implementación

COSTOS INDIRECTOS VARIOS			
Insumos	Costo mensual	Meses	Total
Agua potable para el consumo	\$25.00	5.8	\$145.00
Electricidad	\$10.00	5.8	\$58.00
Combustible	\$100	5.8	\$580.00
Teléfono e internet	\$35.00	5.8	\$203.00
Vigilancia	\$600	5.8	\$3,480.00
TOTAL			\$4,466.00

Fuente: Elaboración propia

3. Salarios para la implementación del plan

Tabla 585 Salarios para la administración del plan

ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO		
Días totales del proyecto	Días por mes	Total, de Meses
120	26	5.8
Concepto	Costo mensual	Costo total
Gerente de proyecto	\$1250.00	\$7,250.00
Gerente administrativo	\$750.00	\$4,350.00
Gerente de Operaciones	\$ 850.00	\$4,930.00
TOTAL		\$ 16,530.00

Fuente: Elaboración propia

4. Consolidado de costos de la implementación del plan

Tabla 586 Consolidado de costos de la implementación

CONCEPTO	COSTO
Costos Directos provenientes de entregables	\$98,848.75
Costos Indirectos de la implementación	\$4,466.00
Salarios	\$16,530.00
Imprevistos (5.00%)	\$5,518.09
TOTAL	\$125,362.84

Fuente: Elaboración propia

Dentro de este total, aun faltaría añadir el capital de trabajo y los gastos por estudios anteriores para que sea igual al total de la inversión total del plan.

E. ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

1. Tipos de organización

Desde el punto de vista del proyecto existen diferentes tipos:

- Estructura organizacional funcional.
- Estructura organizacional por proyectos
- Estructura organizacional matricial.

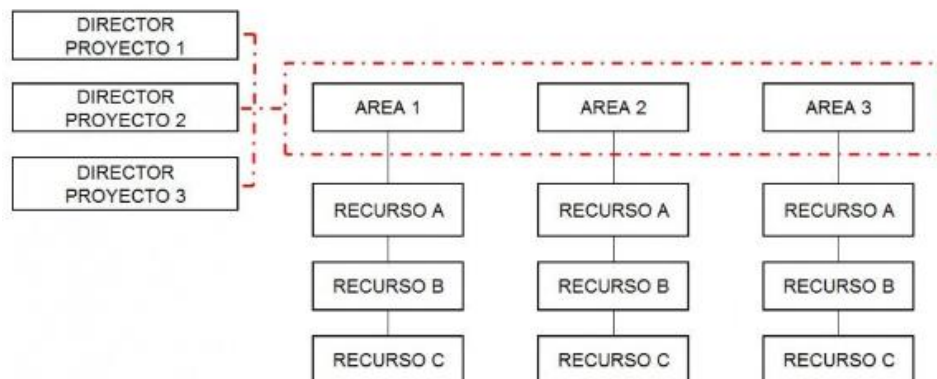
A continuación, se explicará de manera breve en que consiste cada una de estas estructuras organizacionales.

▪ Organización funcional

Una organización funcional se divide en diferentes áreas en base a la especialización o función de los recursos. Por ejemplo, en una empresa de ingeniería podríamos encontrar el área de ingeniería mecánica, de fluidos, de ventilación, de ingeniería civil, etc. En cada una de las áreas encontramos un conjunto de personas (o recursos) especializados en una determinada función, los cuales reportan al responsable del área, el cual organiza y define los trabajos a realizar dentro del área.

En una organización de este tipo el director de proyectos no tiene ninguna autoridad sobre los recursos que participan en el proyecto, ya que estos reportan únicamente a su responsable de área. En la práctica esto implica que todas las comunicaciones y decisiones referentes a los recursos asignados van a pasar a través de los responsables de área, dejando al director de proyecto como un coordinador entre áreas a merced de los intereses y prioridades de estas.

Ilustración 315: Organización funcional



Fuente: Elaboración propia

Ventajas:

- La especialización en cada área es mayor.
- Facilita el desempeño y eficiencia de cada trabajador.
- Mejor comunicación.
- Cada departamento realiza eficientemente su actividad específica.
- El trabajo manual es separado del trabajo intelectual.
- Disminuye la presión sobre una sola persona (jefe) y se comparten las responsabilidades.

Desventajas:

- Se pierde el principio de unidad en el mando, lo que genera conflictos de autoridad.
- Se presentan problemas en la delegación autoridad y la delimitación de responsabilidades.
- Presenta una tendencia a la competencia entre los especialistas, ya que los diversos órganos o cargos se especializan en determinadas actividades; ellos tienden a imponer a la organización su punto de vista y su enfoque.
- Se presenta tensión y conflictos por la rivalidad y la competencia, que afecta la moral y la disciplina de los trabajadores.
- Se presta a la confusión y multiplicidad en los objetivos, ya que exige la subordinación múltiple y da autonomía de decisión, generando conflictos en las funciones generales de la empresa.
- Existencia de dudas en la cadena de mando que ocasiona dificultades para la orientación, dificultad en la coordinación de actividades de manera productiva y confusión en cuanto a los objetivos por alcanzar, que siempre deben ir en función general de la rentabilidad de la empresa.

▪ **Organización por proyectos**

Se utiliza en empresas que trabajan en varios proyectos a la vez, no elaboran productos estándar. Las personas son contratadas para trabajar en un proyecto específico y cada equipo de proyecto se dedica a un solo proyecto. Un gerente de proyecto de tiempo completo tiene autoridad total sobre el proyecto y administrativa sobre el equipo del proyecto

Esta estructura se encuentra sobre todo en empresas que trabajan con proyectos muy grandes, costosos y con duración muy larga. Para el director de proyectos, ya que en una organización enfocada a los proyectos toda la autoridad y capacidad de gestión de los recursos recae sobre

este. En este tipo de organizaciones los recursos se asignan directamente a los proyectos y reportan únicamente al director de proyectos

Ilustración 316: Organización por proyecto



Fuente: Elaboración propia

Ventajas:

- Organización de proyectos eficiente.
- Lealtad del equipo al proyecto.
- Las comunicaciones son más efectivas que en las funcionales.

Desventajas:

- Falta de especialización en las disciplinas.
- Duplicación de instalaciones y de funciones de trabajo.
- Puede resultar en un uso menos eficiente de los recursos.

▪ Organización matricial

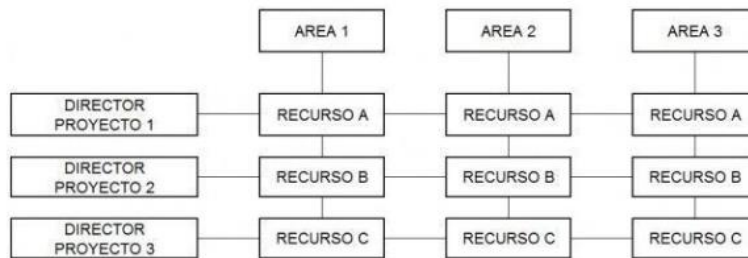
Una de las principales características de la organización matricial es que cuenta con dos o más estructuras jerárquicas; o sea, en la cadena de mando cada equipo de trabajo funciona bajo las órdenes de más de un líder. De esta manera se fomenta una comunicación más abierta entre los integrantes de los equipos y se facilita la colaboración entre diferentes especialidades y departamentos.

En práctica, cada equipo informa a un gerente de departamento o funcional, como sucede en una estructura empresarial tradicional, pero también rinde cuenta a los gerentes de proyectos que se encargan de dirigir a profesionales de varios departamentos. A su vez, ambos gerentes informan a los líderes de cada división, siguiendo la escala en la pirámide de mando de la empresa hasta llegar al CEO.

Además, esta estructura se divide en tres tipos los cuales son los siguientes:

- **Matriz débil:** En una matriz débil la influencia de poder del gerente del proyecto está subordinada a la del gerente funcional. Esto limita su autoridad sobre el proyecto pues tanto el presupuesto como el cronograma quedan en manos del responsable del departamento.
- **Matriz equilibrada:** En este tipo de matriz el gerente del proyecto y el gerente funcional cuentan con la misma autoridad y los miembros del equipo rinden cuentas a ambos por igual. El poder y las decisiones están equilibrados, por lo que existe una buena comunicación que facilita el avance del proyecto.
- **Matriz fuerte:** Esta matriz se caracteriza por conceder mayor poder al gerente del proyecto mientras el gerente funcional ejerce una autoridad más limitada. Esto crea una estructura organizacional liderada por el gerente del proyecto mientras que el jefe del departamento supervisa el programa sin tomar decisiones claves.

Ilustración 317: Organización matricial



Fuente: Elaboración propia

Ventajas:

- Objetivos del proyecto altamente visibles.
- Mejor control de los recursos por parte del director del proyecto.
- Mas apoyo de las áreas funcionales.
- Máxima utilización de los recursos.
- Coordinación mejorada.

Desventajas:

- Se requiere de administración adicional.
- Los miembros del equipo del proyecto tienen más de un jefe.
- Dar seguimiento y control resulta más complejo.
- La asignación de recursos es más compleja.

2. Características de los tipos de estructuras organizacionales

A continuación, se presentará una tabla donde se mostrará ciertas características de las estructuras organizacionales antes mencionadas, dicha tabla se tomó del libro PMBOK, 6th edición.

Tabla 587 Características de los tipos de estructura

Tipo de Estructura Organizacional	Características del Proyecto					
	Grupos de trabajo ordenas por:	Proyecto del gerente Autoridad	Proyecto del gerente Rol	Recurso Disponibilidad	Quien gestiona el proyecto (Presupuesto)	Proyecto Gestión Administrativo
Funcional	Trabajo hecho (por ejemplo, ingeniería, fabricación)	Poco o nada	Tiempo parcial; puede o no ser un puesto de trabajo designado como coordinador	Poco o nada	Gerente funcional	Tiempo parcial
Matricial Fuerte –	Por función laboral, teniendo como función el director del proyecto.	Moderado o alto	Puesto de trabajo designado a tiempo completo	Moderado o alto	Gerente del proyecto	Tiempo completo
Matricial – Débil	Función laboral	Bajo	Tiempo parcial; hecho como parte de otro trabajo y no como un rol laboral designado como coordinador.	Bajo	Gerente funcional	Tiempo parcial
Matricial Equilibrada -	Función laboral	Bajo a moderado	Tiempo parcial; incorporado en las funciones como una habilidad y puede no ser un rol laboral designado como coordinador.	Bajo o moderado	Mezclado	Tiempo parcial
Orientada Proyectos a	Proyecto	Alto a casi total	Puesto de trabajo a tiempo completo	Alto a casi total	Gerente de proyecto	Tiempo completo

Fuente: PMBOK, 6th edición

3. Selección del tipo de organigrama

Tabla 588 Descripción de factores

FACTORES	DESCRIPCIÓN
Incertidumbre	La incertidumbre es la manifestación de la limitación del conocimiento existente sobre aspectos clave para el proyecto. La incertidumbre y sus formas se manifiestan en la variabilidad de los resultados y en la indeterminación de escenarios.
Tecnología	Representa el grado de complejidad que tendrán los empleados del proyecto para el manejo de la tecnología inmersa dentro de este.
Complejidad	Representa la dificultad que se tendrá para poder gestionar e implantar el proyecto, ya sea por conocimientos técnicos, disponibilidad de tiempo, organización del personal, manejo de recursos, etc.
Duración	Este factor hace referencia al espacio temporal en el cual se desarrolla el estado transigente del proyecto.
Dimensión	Magnitud de alcance geográfico principal que tendrán las actividades de la gestión del proyecto.
Importancia	Se trata del grado de relevancia del proyecto en cuanto a los beneficios que se lleguen a generar dentro de este.
Cliente	Este factor hace referencia a los tipos de usuarios que potencialmente quieran adquirir los productos, según sus características.
Interdependencia	Se refiere a la importancia de las relaciones entre paquetes de trabajo.
Carácter crítico en el tiempo	Este factor representa la posibilidad que existe en que se dé un retraso en la duración calculada para realizar el proyecto.
Carácter crítico de los recursos	Son las limitaciones que se tengan para la recepción, manejo y distribución de los recursos (maquinaria, equipos, herramientas, etc.).
Diferenciación	Si la naturaleza del proyecto es bastante única con respecto a otros proyectos.
Costo de inversión	Se refiere al monto total que se invertirá en el proyecto para su puesta en marcha.
Estricticidad de la supervisión	Este factor hace referencia a la frecuencia con las que la gerencia del proyecto inspecciona y controlan las actividades que se realizan.

Fuente: Elaboración propia

- **Criterios por considerar por cada factor de evaluación**

Se definió para cada factor cuantitativo para la selección del criterio relacionado con la realidad del proyecto y en el caso de los factores cualitativos, las características que definen el criterio.

Tabla 589 Criterio de incertidumbre

INCERTIDUMBRE	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
BAJO	Representa una baja importancia o un riesgo menor < 35% probabilidad de impacto
ALTO	Representa una alta importancia o un riesgo crítico.> 35% probabilidad de impacto

Fuente: Elaboración propia

Para asignar un valor al criterio de la incertidumbre, se determinará uno de los factores más importantes para su evaluación que se puede redimir de los riesgos identificados en un proyecto, ya que se centra en la importancia de proteger los recursos, cumplir los objetivos, garantizar la calidad y mantener a las partes interesadas satisfechas. Al dar prioridad a los riesgos identificados, se contribuye al éxito general del proyecto y a su capacidad para enfrentar desafíos imprevistos de manera efectiva.

Tabla 590 Criterio de tecnología

TECNOLOGÍA	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
INACEPTABLE	No cumple con los requisitos de rendimiento mínimos y es completamente insatisfactoria para los objetivos del proyecto.
MODERADA	Cumple con la mayoría de los requisitos de rendimiento, pero puede haber algunas áreas en las que se necesita mejora.
ACEPTABLE	Cumple con la mayoría de los requisitos de rendimiento y es adecuada para el proyecto.

Fuente: Elaboración propia

En este criterio se resalta la importancia del rendimiento de la tecnología en la consecución de los objetivos del proyecto y su impacto en diversos aspectos, desde la eficiencia operativa hasta la satisfacción del cliente. La evaluación cuidadosa de este criterio proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas sobre la tecnología a utilizar en el proyecto.

Tabla 591 Criterio de complejidad

COMPLEJIDAD	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
BAJA	El proyecto tiene plazos que permiten un margen adecuado para realizar el trabajo de manera efectiva, sin ningún grado de complejidad.
MEDIA	El proyecto tiene plazos que están dentro de lo razonable, pero aún requieren una gestión eficaz para mantenerse en la línea de tiempo, manteniendo una complejidad baja-media.
ALTA	El proyecto tiene plazos sumamente restrictivos que generan una presión significativa sobre el equipo y los recursos disponibles para realizar la gestión adecuada de la ejecución del proyecto, que mantiene un grado de complejidad elevado

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis de los rasgos de los criterios a evaluar en la complejidad del desenvolvimiento y ejecución del proyecto se abordan los desafíos que implica un cronograma ajustado y con limitación de recursos disponibles. Esta evaluación proporciona una base sólida para la planificación y la gestión efectiva del proyecto, ayudando a garantizar que se cumplan los plazos de manera realista y que se minimicen los riesgos asociados a la presión temporal.

Tabla 592 Criterio de duración

DURACIÓN	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
CORTO	Menor o igual a 6 meses
MEDIANO	De 6 meses a 1 año
PROLONGADO	Mas de un año

Fuente: Elaboración propia

La duración del proyecto es medible del cumplimiento de plazos por lo tanto es fundamental para el éxito del proyecto, ya que afecta la planificación, la calidad del trabajo y la satisfacción de las partes interesadas. Proporciona una base sólida para tomar decisiones informadas y gestionar el proyecto de manera eficaz dentro del tiempo establecido.

Tabla 593 Criterio de dimensión

DIMENSIÓN	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
MINIMA	El proyecto tiene un alcance muy limitado y se enfoca en un conjunto muy reducido de tareas y entregables.
MODERADA	El proyecto tiene un alcance que abarca una variedad razonable de tareas y entregables, pero no es excesivamente amplio.

AMPLIA	El proyecto tiene un alcance que abarca una amplia gama de tareas y entregables, lo que lo hace significativamente más extenso.
---------------	---

Fuente: Elaboración propia

La evaluación de la dimensión del proyecto es esencial para garantizar una gestión de proyectos efectiva, la asignación adecuada de recursos y la satisfacción de las partes interesadas. Al asignar una calificación al criterio, evalúa cuán extenso es el alcance del proyecto en comparación con las expectativas y los requisitos. También es importante considerar cómo el alcance del proyecto se alinea con los objetivos y las necesidades de las partes interesadas.

Tabla 594 Criterio de importancia

IMPORTANCIA	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
MINIMA	El proyecto se espera que genere beneficios mínimos o que no tenga un impacto significativo en la organización, ya sean tangibles o intangibles.
MEDIANA	El proyecto se espera que genere beneficios moderados, tanto tangibles como intangibles, que pueden ser significativos en cierta medida.
ALTA	El proyecto se espera que genere beneficios sustanciales, ya sea en términos financieros, de eficiencia, de mejora de la imagen de la marca u otros, que tendrán un impacto significativo en la organización.

Fuente: Elaboración propia

La evaluación de los beneficios tangibles e intangibles es esencial para determinar la importancia del proyecto, ya que ayuda a entender cómo el proyecto puede agregar valor a la organización y justificar la inversión de recursos en su ejecución. Al asignar una calificación al criterio, considera la magnitud de los beneficios esperados y cómo estos beneficios contribuyen al éxito y los objetivos de la organización en términos tanto cuantitativos como cualitativos.

Tabla 595 Criterio de clientes

CLIENTE	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
DIVERSOS	No se tienen restricciones en las características del cliente, es decir cualquier persona puede adquirir el producto.
MEDIANO	Hay pocas restricciones en las personas para que quieran adquirir el producto.
BAJO	Los clientes tienen características y comportamientos muy específicos.

Fuente: Elaboración propia

Al realizar esta evaluación se asigna un valor en la participación del tipo de clientes dentro del proyecto, por lo que se evalúa si la utilización de todos los productos va dirigidos a una línea de clientes en específico o no se considera especificación alguna.

Tabla 596 Criterio de interdependencias

INTERDEPENDICIA	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
BAJA	Existen 36 interdependencias entre paquetes de trabajo o menos.
MEDIANA	Existen 72 interdependencias o menos entre paquetes de trabajo.
ALTA	Existen más de 72 interdependencias entre paquetes de trabajo.

Fuente: Elaboración propia

Al asignar una calificación, considera la cantidad y la complejidad de las relaciones de interdependencia dentro del proyecto y cómo esto afecta la ejecución general del proyecto. Una alta calificación indica una mayor interdependencia.

Tabla 597 Criterio de carácter crítico del tiempo

CARÁCTER CRÍTICO DEL TIEMPO	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
BAJO	<50%
MEDIO	50 % - 80 %
ALTO	>80%

Fuente: Elaboración propia

Al asignar una calificación, considera la disponibilidad de recursos clave como personal, equipo, financiamiento y materiales en relación con los plazos establecidos. También es importante tener en cuenta cualquier acción que se haya tomado para mitigar la falta de recursos si se ha identificado una insuficiencia.

Tabla 598 Criterio de carácter crítico en los recursos

CARÁCTER CRÍTICO EN LOS RECURSOS	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
INSUFICIENTE	Existe una insuficiencia significativa de recursos clave que podría afectar la ejecución del proyecto, y se requiere una gestión activa para mitigar los riesgos.
RAZONABLE	Los recursos clave están en general disponibles, pero podrían requerir una gestión eficiente y medidas preventivas para garantizar que se utilicen de manera óptima.
ADECUADO	Los recursos clave están disponibles en la cantidad necesaria para cumplir con los plazos, y se están gestionando de manera efectiva.

Fuente: Elaboración propia

Al asignar una calificación, se considera la disponibilidad de recursos claves específicos, como personal altamente calificado, tecnología especializada, equipos críticos o financiamiento en relación con los plazos establecidos.

Tabla 599 Criterio de diferenciación

DIFERENCIACIÓN	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
POCA	El proyecto incorpora elementos mínimos de innovación o creatividad, pero no se destaca de manera significativa en estos aspectos.
MEDIANA	El proyecto muestra un grado razonable de innovación y creatividad en ciertos aspectos, lo que lo diferencia en cierta medida de la competencia.
ALTA	El proyecto es notablemente innovador y creativo en varios aspectos, lo que lo diferencia significativamente de otras iniciativas.

Fuente: Elaboración propia

Al asignar una calificación considera cómo el proyecto aborda la innovación y la creatividad en sus características, funcionalidades, procesos o enfoques en comparación con otras iniciativas similares. Evalúa si el proyecto introduce nuevas ideas, enfoques originales o soluciones creativas que lo hacen destacar en el mercado o la industria.

Tabla 600 Criterio de inversión

INVERSIÓN	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
BAJO	< \$ 200,000.00
MEDIANO	\$ 200,000.00 - \$ 800,000.00
ALTO	>\$ 800,000.00

Fuente: Elaboración propia

Al asignar una calificación, considera la profundidad y la precisión del análisis de costos, así como su capacidad para identificar y cuantificar todos los costos asociados con el proyecto. Un análisis de costos sólidos es esencial para evaluar adecuadamente la viabilidad financiera del proyecto y tomar decisiones informadas sobre la inversión.

Tabla 601 Criterio de Estricticidad

ESTRICTICIDAD EN LA SUPERVISIÓN	
CRITERIO	DESCRIPCIÓN
INSUFICIENTE	El seguimiento del progreso del proyecto es inadecuado o no se lleva a cabo, lo que resulta en una falta de visibilidad sobre el cumplimiento de los estándares y objetivos

MODERADO	Se realiza algún seguimiento, pero es pasivo o no es lo suficientemente riguroso para identificar desviaciones importantes de los estándares y objetivos.
RAZONABLE	El seguimiento es adecuado y se realiza de manera regular, lo que permite detectar desviaciones en comparación con los estándares y objetivos.

Fuente: Elaboración propia

Al asignar una calificación considera la frecuencia y la profundidad del seguimiento activo del progreso del proyecto en relación con los estándares y objetivos establecidos. Un seguimiento activo es esencial para garantizar que el proyecto se mantenga en línea con los estándares y objetivos, lo que facilita la toma de decisiones oportunas y la corrección de cualquier desviación identificada.

4. Matriz de criterios que se adaptan a cada tipo de organigrama

Tabla602 Criterios según organigrama

CRITERIO	ESTRUTUCTURA MATRICIAL	ESTRUCTURA FUNCIONAL	ESTRUCTURA DE PROYECTO
Incertidumbre	Alta	Alta	Alta
Tecnología	Aceptable	Inaceptable	Moderada
Complejidad	Mediana	Baja	Alta
Duración	Mediana	Corto	Prolongada
Dimensión	Moderado	Mínima	Amplia
Importancia	Mediana	Mínima	Alta
Cliente	Mediana	Diversa	Bajo
Interdependencia	Mediana	Baja	Alta
Carácter crítico en el tiempo	Bajo	Mediana	Alto
Carácter crítico de los recursos	Adecuado	Insuficiente	Razonable
Diferenciación	Alta	Poca	Mediana
Costo de inversión	Mediano	Bajo	Alto
Estricticidad de la supervisión	Razonable	Insuficiente	Moderado

Fuente: Elaboración propia

Considerando los anteriores criterios mencionados se realizó la siguiente evaluación para determinar qué tipo de organigrama se asimilaba más al proyecto:

Tabla603 Evaluación de los criterios

FACTORES	MATRICIAL	FUNCIONAL	POR PROYECTO	JUSTIFICACIÓN
Incertidumbre	Alta	Alta	Alta	Debido a que el plan se desarrolla con alta incertidumbre, es esencial tener flexibilidad y adaptabilidad en la estructura organizativa para abordar cambios imprevistos o desafíos inesperados. Tanto la estructura matricial, funcional y la estructura por proyecto permiten esta flexibilidad.
Tecnología		Inaceptable		Debido a que el plan desarrolla una tecnología aceptable debido a la incorporación de un software para gestionar las reservaciones y el inventario.
Complejidad		Baja		El plan se desarrolla en una complejidad baja, por lo tanto, podría manejarse tanto con una estructura funcional debido a que los requisitos no son extremadamente complejos o difíciles de abordar
Duración		Corto		El plan debido a que se desarrollara en 151 días, aproximadamente 5 meses, se establece en un rango de duración corta, por lo tanto, la estructura correspondiente sería funcional.

Dimensión	Moderada			Debido a que las dimensiones del proyecto se comprenden en financieras, de alcance, calidad, riesgo, recursos humanos, comunicaciones etc., se aborda un criterio de dimensión moderada ya que no requiere necesariamente una estructura altamente especializada. Por lo tanto, el enfoque a desarrollar será matricial.
Importancia			Alta	La alta importancia en la que se desarrolla el plan sugiere que se debe dar prioridad a la eficiencia y el enfoque para desarrollar de manera adecuada las actividades, lo que puede favorecer una estructura por proyecto.
Cliente		Diverso		Como en la estructura el cliente tiene un papel diverso en el plan, una estructura funcional puede ser más adecuada.
Interdependencia			Alta	Una alta interdependencia favorece una estructura por proyecto, ya que permite una mayor coordinación y comunicación directa entre los miembros del equipo del proyecto.
Carácter crítico en el tiempo		Medio		Debido a que el tiempo es un factor crítico en el

				desarrollo del plan, se puede optar por una estructura funcional que permita una gestión más equilibrada de los recursos.
Carácter crítico de los recursos	Adecuado			Un nivel adecuado de crítico de los recursos sugiere que el enfoque del proyecto se desarrolle con el modelo matricial.
Diferenciación			Mediana	Ya que la diferenciación del proyecto se encuentra en un rango moderado puede manejarse con una estructura matricial.
Costo de inversión		Bajo		Ya que el monto de la inversión es de \$144,334.56 se encuentra en un rango bajo puede influir en la elección de la estructura, ya que la estructura que más se adecua es la funcional.
Estricticidad de la supervisión	Razonable			Ya que el plan sugiere un grado de supervisión razonable puede favorecer una estructura matricial, ya que permite un equilibrio entre el control y la autonomía.

Fuente: Elaboración propia

5. Elección del tipo de organización a utilizar para el plan

Tomando en cuenta las características, ventajas y desventajas de las tres estructuras organizacionales antes presentada, además de tomar en cuenta el resultado de la evaluación de los factores según cada estructura aplicada al proyecto en estudio, la estructura organizacional que se definió para el plan será **funcional**.

- **Estructura de organización**

El tipo de organigrama que se adecua a las características del proyecto del "Plan de Desarrollo Turístico en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, en el departamento de La Paz", de acuerdo con la evaluación anteriormente hecha el tipo de organigrama a implementar será el funcional

A continuación, se presenta el organigrama para la implementación de la propuesta, el cual se organiza en tres áreas principales: Gerencia del Proyecto, Gerencia Administrativa, Gerencia de Operaciones. Cada una de estas áreas será responsable de la ejecución y supervisión de diferentes aspectos del proyecto, cabe destacar que la implementación del plan será gestionada directamente por el comité de desarrollo turístico que se formará dentro de los distritos.

Ilustración 318:Esquema de organización del proyecto



Fuente: Elaboración propia

Gerencia de la implementación

Tabla604 Descripción de las gerencias

GERENCIAS	OCUPACIÓN
Gerente del Proyecto	El gerente del proyecto es el supervisor general de la implementación, todos los gerentes deben informar, consultar o solicitar aceptación de parte de esta gerencia y es el enlace directo con el interesado en implementar el plan, por lo que debe presentar informes acerca del avance y desempeño de las actividades cada cierto tiempo para revisar cómo va la puesta en marcha del plan.
Administrativo	Esta gerencia se encarga de asegurar que todos los miembros del equipo comprendan claramente su función dentro del plan y tengan la capacidad de ejecutarla correctamente. Para ello, se garantiza que cuenten con los recursos disponibles, así como con la información necesaria para entender el alcance y las limitaciones de cada tarea y actividad en la que participarán de manera activa.

Operativo	La Gerencia de Operaciones estará compuesta por los responsables de la supervisión y ejecución de la obra civil, así como de las actividades relacionadas con el equipamiento, la organización y la legalización del proyecto, estos integrantes clave se encargan de coordinar las acciones necesarias para que todas las actividades operativas se lleven a cabo de forma eficiente y cumpliendo con los plazos y requisitos establecidos para el desarrollo exitoso del proyecto.
------------------	--

Fuente: Elaboración propia

6. Manuales para la administración de la propuesta

Para la administración de la propuesta del plan de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, se propone la elaboración de manuales administrativos. Estos documentos sistemáticos recopilan los elementos administrativos esenciales para informar y guiar a los integrantes del proyecto, unificando los criterios de desempeño y los procedimientos a seguir para garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos.

En consecuencia, se considerará la creación de un manual que contemple lo siguiente:

- La estructura organizativa
- La descripción de los puestos de trabajo
- La definición de las funciones correspondientes a cada puesto.

MANUAL DE LA ORGANIZACIÓN



**San Luis Talpa y San Pedro
Masahuat**



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

**SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO
MASAHUAT**

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

**MES:
DICIEMBRE**

AÑO: 2024

-

INDICE

Introducción Pág. 2
Objetivos Pág. 3
Estrategias de implementación Pág. 4
Campo de aplicación Pág. 5
Organigrama Pág. 6
Funciones Pág. 7
Perfil de Puestos Pág. 11
Procesos de Selección y Contratación de Personal. Pág.- 17

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

2

INTRODUCCIÓN

Este Manual de Organización tiene como objetivo proporcionar claridad en las responsabilidades y funciones de cada área involucrada en el proyecto del plan de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste. Su función primordial es ser una herramienta de consulta que evita duplicidades de funciones, define líneas de autoridad y suministra los recursos necesarios para garantizar la excelencia en el desempeño de las actividades. Además, este manual ofrece una visión completa de la estructura organizativa, incluyendo atribuciones, objetivos y funciones de cada área, lo que lo convierte en una guía esencial para la implementación del proyecto y facilita la toma de decisiones informadas. Es importante destacar que su aplicabilidad está limitada al período de ejecución del proyecto, ya que los puestos abordados dentro de la estructura están sujetos al tiempo que se desarrolle el proyecto, es por eso por lo que contiene la validez la organización durante su tiempo de ejecución.

Este documento constituye un recurso valioso para la gestión efectiva del proyecto del plan de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, brindando una comprensión clara de la estructura organizativa y un marco de referencia sólido para todas las partes involucradas.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

3

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Proporcionar un manual técnico para la gestión eficiente de la estructura organizativa donde se desempeñan los roles, responsabilidades y procesos, que contribuye a su funcionamiento correcto y a la consecución de sus objetivos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Detallar la jerarquía de la organización, identificando claramente los niveles de autoridad y las relaciones entre departamentos.
- Definir con precisión las responsabilidades y funciones de cada puesto o área, evitando duplicación de tareas.
- Especificar los flujos de autoridad y comunicación, asegurando que las decisiones se tomen de manera eficiente y basada en los roles organizativos
- Garantizar que todas las áreas de la organización operen de acuerdo con los estándares y políticas establecidos.
- Identificar las habilidades y competencias requeridas para cada puesto.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

4

ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN

- Priorización de trabajo para las actividades críticas.
- Evitar atrasos a través de la correcta presentación de documentos y llenado de formularios.
- Evitar atrasos a través de planes de contingencia previamente planificados.
- Generar acuerdos que beneficien a la empresa y permitan el nivel de calidad e inocuidad para la que fue diseñada.
- Realizar publicidad más enfocada al cliente objetivo
- Contratar personas que residan en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat para generar mayor beneficio social a la comunidad.
- Proporcionar capacitación a los empleados sobre cómo desarrollar y poner en práctica planes de contingencia en caso de contratiempos o interrupciones en las operaciones.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

5

CAMPO DE APLICACIÓN

La utilidad de este manual abarca el período previsto para la ejecución del proyecto, el cual ha sido establecido en un plazo de 151 días. Sin embargo, es importante destacar que su vigencia se extiende para abordar cualquier tiempo adicional que pudiera surgir debido a retrasos debidamente justificados. Este documento es de aplicación obligatoria para todos los niveles de la estructura organizativa que participan en la ejecución del proyecto, y se espera que se cumplan rigurosamente las directrices y disposiciones establecidas en él.

Este manual se erige como una herramienta esencial durante todo el ciclo del proyecto, desde su inicio hasta su finalización. Su alcance abarca la totalidad de las fases y actividades involucradas en la implementación, y su propósito es garantizar la eficiencia y la calidad en todas las operaciones relacionadas con el proyecto. Además, se considera como un marco de referencia sólido para abordar cualquier eventualidad que pueda surgir, asegurando que todas las partes interesadas estén alineadas con los objetivos y estándares establecidos. La aplicación y el cumplimiento de este manual son esenciales para el logro exitoso de los resultados deseados en el marco del proyecto.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

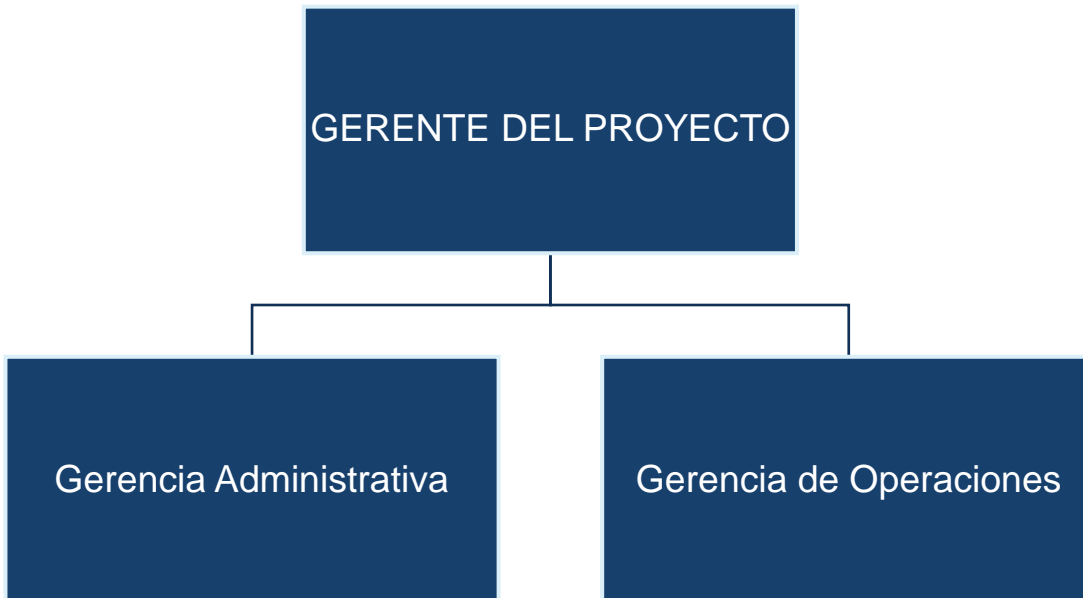
No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

6

ORGANIGRAMA



ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

**SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO
MASAHUAT**

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	FECHA DE ELABORACIÓN		No. PAGINA
	MES: DIEMBRE	AÑO: 2024	7

FUNCIONES

GERENTE DEL PROYECTO.

- Elaborar planes detallados para la ejecución del proyecto, definiendo objetivos, entregables y plazos.
- Identificar y asignar los recursos necesarios para el proyecto, incluyendo personal, presupuesto y equipo.
- Identificar, evaluar y gestionar los riesgos asociados al proyecto para minimizar impactos negativos.
- Monitorear constantemente el progreso del proyecto y realizar ajustes según sea necesario para mantenerlo en curso.
- Facilitar la comunicación efectiva entre los equipos funcionales y los miembros del proyecto, asegurando que todos estén alineados.
- Evaluar y gestionar los cambios en el alcance o los requisitos del proyecto.
- Preparar y presentar informes de estado del proyecto a la alta dirección y otras partes interesadas.
- Abordar y resolver conflictos entre equipos funcionales y resolver problemas que puedan surgir durante la ejecución del proyecto.
- Implementar procesos de aseguramiento de calidad para garantizar que el proyecto cumpla con los estándares establecidos.
- Realizar el cierre formal del proyecto, incluyendo la documentación de lecciones aprendidas y la entrega de entregables al cliente.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

8

FUNCIONES

GERENTE DE ADMINISTRATIVO

- Definir los recursos necesarios para el proyecto, gestionar la asignación de tareas y organizar los flujos de trabajo administrativos
- Supervisar el equipo administrativo, asegurando que los miembros del equipo estén capacitados, informados y alineados con los objetivos del proyecto.
- Desarrollar y mantener los manuales administrativos, informes, contratos y otros documentos necesarios para el funcionamiento del proyecto.
- Asegurar que los entregables del proyecto se completen a tiempo y cumplan con los estándares establecidos, coordinando con los equipos correspondientes.
- Asegurarse de que todas las actividades del proyecto se realicen conforme a las leyes, normativas y procedimientos internos establecidos.
- Identificar y mitigar los riesgos administrativos que puedan surgir durante la ejecución del proyecto, buscando soluciones efectivas.
- Realizar evaluaciones periódicas del progreso administrativo del proyecto y presentar informes detallados a la alta gerencia o a las partes interesadas.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

9

FUNCIONES

GERENTE DE OPERACIONES


- Desarrollar planes operativos detallados para la ejecución de actividades diarias, asegurando que todos los recursos (humanos, materiales, tecnológicos) estén disponibles y bien coordinados para cumplir con los plazos establecidos.
- Supervisar y coordinar las actividades del proyecto en el terreno, asegurándose de que todas las operaciones se realicen conforme al plan y dentro de los estándares de calidad, tiempo y presupuesto.
- Coordinar la adquisición, almacenamiento y distribución de materiales y equipos necesarios para la ejecución del proyecto, garantizando su disponibilidad oportuna para las distintas fases operativas.
- Implementar procedimientos de control de calidad para garantizar que todas las operaciones cumplan con los estándares establecidos y la satisfacción del cliente. Supervisar la correcta ejecución de los trabajos y resolver problemas operativos cuando sea necesario.
- Coordinar la asignación de personal operativo, supervisando las tareas diarias y asegurándose de que los empleados cuenten con los conocimientos y habilidades necesarios para realizar su trabajo de manera efectiva.
- En el entregable de infraestructura, supervisar y coordinar las actividades relacionadas con la obra civil, asegurando que se cumplan los plazos, costos y especificaciones técnicas.
- Asegurar que se obtengan todos los permisos y licencias necesarios para la operación del proyecto, gestionando su tramitación ante las autoridades locales y organismos pertinentes.

- Gestionar los inventarios de materiales, equipos y recursos necesarios para la operación del proyecto, asegurándose de que no haya desabastecimientos ni exceso de existencias que puedan generar costos innecesarios.
- Identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados con las operaciones del proyecto. Esto incluye riesgos relacionados con la seguridad, el incumplimiento de plazos, o problemas con los proveedores y contratistas.
- Monitorear el avance de las actividades operativas en relación con el cronograma del proyecto. Esto implica la implementación de indicadores de desempeño y la generación de informes periódicos sobre el estado de las operaciones.
- : Resolver cualquier problema o desviación que surja durante la ejecución del proyecto. Esto puede incluir problemas logísticos, fallas técnicas o conflictos entre el equipo operativo.
- Asegurar que todas las actividades operacionales se realicen conforme a las normativas locales, nacionales e internacionales aplicables, además de los procedimientos internos establecidos por la organización.
- Coordinar y supervisar las relaciones con proveedores, contratistas y subcontratistas, asegurando que cumplan con los términos de los contratos y entreguen los productos y servicios de acuerdo con lo pactado.
- Proporcionar informes periódicos a la gerencia del proyecto sobre el estado de las operaciones, incluyendo avances, retos y propuestas para mejorar el rendimiento operativo.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023

 <p>SAN LUIS TALPA & SAN PEDRO MASAHUAT</p>	<p>CIRCUITOS Y PAQUETE TURISTICO</p>	<p>SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT</p>	
<p>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</p>	<p>FECHA DE ELABORACIÓN</p>		<p>No. PAGINA</p>
	<p>MES: DICIEMBRE</p>	<p>AÑO: 2024</p>	<p>11</p>
<p>PERFIL DE PUESTOS</p>			
<p>GERENTE DEL PROYECTO:</p> <p>Puestos a su cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerente Administrativo • Gerente de Operativo • Gerente de Contabilidad <p>Dependencia: CDT y Unidad de Turismo</p> <p>Objetivo: Administrar los recursos asignados para la implementación del proyecto y tomar de decisiones estratégicas para dirigir y controlar el desempeño del plan.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planes detallados para la ejecución del proyecto, definiendo objetivos, entregables y plazos. • Identificar y asignar los recursos necesarios para el proyecto, incluyendo personal, presupuesto y equipo. • Identificar, evaluar y gestionar los riesgos asociados al proyecto para minimizar impactos negativos. • Monitorear constantemente el progreso del proyecto y realizar ajustes según sea necesario para mantenerlo en curso. • Facilitar la comunicación efectiva entre los equipos funcionales y los miembros del proyecto, asegurando que todos estén alineados. • Evaluar y gestionar los cambios en el alcance o los requisitos del proyecto. • Preparar y presentar informes de estado del proyecto a la alta dirección y otras partes interesadas. 			
<p>ELABORO: RS18014</p>	<p>DISEÑO: FR18020</p>	<p>AUTORIZO: PM17023</p>	



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

**SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO
MASAHUAT**

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

12

PERFIL DE PUESTOS

- Abordar y resolver conflictos entre equipos funcionales y resolver problemas que puedan surgir durante la ejecución del proyecto.
- Implementar procesos de aseguramiento de calidad para garantizar que el proyecto cumpla con los estándares establecidos.
- Realizar el cierre formal del proyecto, incluyendo la documentación de lecciones aprendidas y la entrega de entregables al cliente.

Educación: Título de ingeniero Industrial o de Administrador de empresas.

Experiencia laboral: Se espera que un gerente de proyectos tenga al menos 5-7 años de experiencia en la gestión de proyectos similares.

Habilidades técnicas:

- Planificación y programación de proyectos.
- Gestión del alcance, tiempo y costos del proyecto.
- Análisis de riesgos y gestión de riesgos.
- Conocimiento de metodologías de gestión de proyectos (PMP).
- Uso de software de gestión de proyectos (por ejemplo, Microsoft Project).


Habilidades interpersonales:


- Comunicación efectiva y habilidades de presentación.
- Liderazgo y gestión de equipos multidisciplinarios.
- Resolución de conflictos y toma de decisiones.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023

 <p>SAN LUIS TALPA & SAN PEDRO MASAHUAT</p>	<p>CIRCUITOS Y PAQUETE TURISTICO</p>	<p>SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT</p>	
<p>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</p>	<p>FECHA DE ELABORACIÓN</p>		<p>No. PAGINA</p>
	<p>MES: DICIEMBRE</p>	<p>AÑO: 2024</p>	<p>13</p>
<p>PERFIL DE PUESTOS</p>			
<p>GERENTE OPERATIVO:</p> <p>Dependencia: Gerente del proyecto.</p> <p>Objetivo: Liderar y dirigir todas las actividades relacionadas con la construcción civil, desde la planificación inicial hasta la finalización, garantizando que el proyecto se ejecute de manera efectiva, segura y dentro de los parámetros de tiempo y costos establecidos.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar planes de construcción detallados, incluyendo cronogramas y asignación de recursos. • Coordinar y supervisar a los contratistas y subcontratistas en el sitio de construcción. • Asegurarse de que la construcción cumpla con los estándares de calidad y especificaciones técnicas. • Implementar políticas y procedimientos de seguridad en el lugar de trabajo para garantizar la seguridad de los trabajadores. • Gestionar los costos asociados con la construcción y mantenerse dentro del presupuesto asignado. • Asegurarse de que la construcción se complete dentro de los plazos establecidos. • Supervisar la preparación y entrega de documentación técnica, como planos y especificaciones. • Coordinar y gestionar los permisos y regulaciones locales necesarios para la construcción. 			
<p>ELABORO: RS18014</p>	<p>DISEÑO: FR18020</p>	<p>AUTORIZO: PM17023</p>	

 <p>SAN LUIS TALPA & SAN PEDRO MASAHUAT</p>	<p>CIRCUITOS Y PAQUETE TURISTICO</p>	<p>SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT</p>	
<p>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</p>	<p>FECHA DE ELABORACIÓN</p>		<p>No. PAGINA</p>
	<p>MES: OCTUBRE</p>	<p>AÑO: 2024</p>	<p>14</p>
<p>PERFIL DE PUESTOS</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las regulaciones ambientales y garantizar prácticas de construcción sostenibles. • Resolver problemas técnicos y desafíos que surjan durante la construcción. 			
<p>Educación:</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Carrera de Ingeniería Civil. • Edad: 25- 40 años. • Estudios adicionales acerca de coordinación de proyectos y logística 			
<p>Experiencia laboral: Debe tener al menos 7-10 años de experiencia en proyectos de construcción civil.</p>			
<p>Habilidades técnicas:</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en construcción civil y normativas locales. • Planificación y programación de proyectos de construcción. • Gestión de costos y presupuestos de construcción. 			
<p>Habilidades interpersonales:</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de contratistas y subcontratistas. • Control de calidad y seguridad en el lugar de trabajo. • Supervisión de la ejecución de la obra civil. • Resolución de problemas técnicos en la construcción. 			
<p>ELABORO: RS18014</p>	<p>DISEÑO: FR18020</p>	<p>AUTORIZO: PM17023</p>	



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

15

PERFIL DE PUESTOS

GERENTE ADMINISTRATIVO:

Dependencia: Gerente del proyecto.

Objetivo: Liderar y dirigir todas las actividades administrativas dentro de una organización o proyecto, garantizando que se alcancen los objetivos administrativos de manera efectiva, eficiente y segura, y que se mantenga la calidad y la innovación en las operaciones técnicas.

Funciones:

- Asegurar que haya una comunicación clara y efectiva entre todos los miembros del equipo administrativo, así como con otras áreas del proyecto y partes externas. Esto incluye la transmisión de información clave, directrices y actualizaciones.
- Asegurar que todos los aspectos legales del proyecto estén debidamente documentados, incluyendo permisos, licencias, contratos con proveedores y subcontratistas, acuerdos de confidencialidad, entre otros.
- Supervisar que todas las actividades administrativas se realicen conforme a las políticas y procedimientos internos de la organización, garantizando el cumplimiento de normas éticas, operativas y de seguridad.
- Implementar auditorías internas y controles de calidad administrativos para garantizar que las operaciones del proyecto se realicen de acuerdo con los procedimientos establecidos, y detectar posibles áreas de mejora.
- Asegurar sé que los pagos a empleados, proveedores y contratistas se realicen puntualmente, de acuerdo con los términos establecidos en los contratos.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

**SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO
MASAHUAT**

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

16

PERFIL DE PUESTOS

- Establecer y actualizar las políticas y procedimientos administrativos que guían el funcionamiento del proyecto, asegurando que sean claros, accesibles y eficaces para todos los miembros del equipo.
- Asegurar que se sigan los protocolos de seguridad tanto en la gestión de la documentación como en la administración de recursos humanos, protegiendo la información sensible del proyecto y garantizando la integridad de las operaciones.

Educación: Título de ingeniero industrial

Experiencia laboral: Se espera que tenga al menos 5-7 años de experiencia en un campo administrativo relevante.

Habilidades técnicas:

- Manejo de Software Administrativo.
- Gestión de Recursos Humanos.
- Gestión de Riesgos Administrativos.
- Análisis de Datos

Habilidades interpersonales:

- Comunicación técnica efectiva.
- Colaboración en equipos multidisciplinarios.
- Resolución de problemas técnicos.

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023



**CIRCUITOS Y
PAQUETE
TURISTICO**

SAN LUIS TALPA Y SAN PEDRO MASAHUAT

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA DE ELABORACIÓN

No. PAGINA

MES:
DICIEMBRE

AÑO: 2024

17

PROCESOS DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

1	Identificación de la vacante.	Gerente Operativo
2	Publicación de la oferta de empleo.	Gerente Operativo
3	Recepción de solicitudes.	Gerente Operativo
4	Revisión de solicitudes.	Gerente del proyecto
5	Entrevistas iniciales.	Gerente Operativo
6	Evaluación de competencias.	Gerente Operativo
7	Entrevistas finales.	Gerente del proyecto
8	Verificación de referencias.	Gerente Operativo
9	Oferta de empleo.	Gerente del proyecto
10	Aceptación de la oferta.	Gerente del proyecto
11	Preparación para la integración.	Gerente del proyecto
12	Contratación y documentación legal.	Gerente del proyecto
13	Seguimiento y evaluación.	Gerente Operativo

ELABORO: RS18014

DISEÑO: FR18020

AUTORIZO: PM17023

F. EVALUACIÓN DE RIESGOS PARA IMPLEMENTACIÓN

Cada actividad que se planee ejecutar siempre implicará algún tipo de riesgo, por lo tanto, es esencial anticipar los posibles riesgos asociados con la ejecución de cada tarea. A continuación, se presentan las actividades clave para tener en cuenta al planificar los riesgos:

Tabla605 Número de actividades críticas

Número de actividades críticas	20 de 51 (39.22%)
Actividades de la ruta crítica	AA, AB, AC, AD, AE, AF, AG, AH, AI, FA, FB, FC, FD, FE, FF, GA, GB, GC, GD, GE

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta las actividades que corresponden a la ruta crítica del proyecto:

1. Ruta crítica:

Tabla606 Listado de actividades críticas

Nº	CÓDIGO	ACTIVIDAD	PRECEDE	TIEMPO
1	AA	Presentación del Plan		1
2	AB	Aprobación del Plan	AA	3
3	AC	Visita técnica al terreno	AB	3
4	AD	Obtención del permiso de lugar y línea de construcción	AC	10
5	AE	Presentación de formulario ambiental	AD	1
6	AF	Inspección del MARN a las instalaciones	AE	2
7	AG	Obtención del permiso ambiental	AF	25
8	AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	AG	1
9	AI	Obtención del permiso de construcción	AH	15
10	FA	Generar requerimientos de personal	AI BF	4
11	FB	Llevar a cabo proceso de selección de personal	FA	5
12	FC	Formalizar contratos	FB	5
13	FD	Gestionar capacitaciones con instituciones	FC	15
14	FE	Llevar a cabo la capacitación del personal	FD	20

15	FF	Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación personal operativo y administrativo	FE	2
16	GA	Crear plan de prueba piloto	AI CH DH EF FF	5
17	GB	Ejecutar prueba piloto	GA	15
18	GC	Evaluar resultados de prueba piloto	GB	7
19	GD	Realizar ajustes	GD	10
20	GE	Entrega del plan	GE	2

Fuente: Elaboración propia

2. Identificación de riesgos

Para el Plan de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste, se hace necesario la identificación y descripción de riesgos con el fin de disminuir la incertidumbre en la ejecución del plan, para ellos se ha realizado un listado de las actividades de la ruta crítica del plan.

Descripción de los riesgos

Tabla607 Riesgo de actividades críticas

LISTADO DE ACTIVIDADES CRITICAS		
CODIGO	ACTIVIDAD	RIESGO
AA	Presentación del Plan	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de datos incorrectos o incompletos. Falta de claridad en la comunicación de los detalles del plan.
AB	Aprobación del Plan	<ul style="list-style-type: none"> Resistencia de las partes interesadas. Carencia de datos o estudios.
AC	Visita técnica al terreno	<ul style="list-style-type: none"> Falta de acceso al terreno.
AD	Obtención del permiso de lugar y línea de construcción	<ul style="list-style-type: none"> Requerimientos adicionales impuestos por las autoridades. Procesos burocráticos lentos.
AE	Presentación de formulario ambiental	<ul style="list-style-type: none"> Falta de documentación adecuada en el formulario. Falta de conocimiento actualizado sobre los requisitos del formulario.

AF	Inspección del MARN a las instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Incumplimiento de los estándares ambientales. • Impacto negativo en el entorno durante la inspección.
AG	Obtención del permiso ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Demoras en la revisión del expediente. • Rechazo del permiso por parte de la entidad reguladora.
AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	<ul style="list-style-type: none"> • Rechazo de la solicitud de permiso. • Demoras en el proceso de revisión.
AI	Obtención del permiso de construcción	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las condiciones del permiso. • Inconsistencias en la documentación del permiso.
FA	Generar requerimientos de personal	<ul style="list-style-type: none"> • Definición inadecuada de los roles. • Desconocimiento del mercado laboral.
FB	Llevar a cabo proceso de selección de personal	<ul style="list-style-type: none"> • Desigualdad en el proceso de contratación. • Presupuesto insuficiente.
FC	Formalizar contratos	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de claridad en las cláusulas. • Falta de asesoría legal.
FD	Gestionar capacitaciones con instituciones	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de alineación entre las necesidades del proyecto y el contenido de la capacitación. • Selección inadecuada de la institución capacitadora.
FE	Llevar a cabo la capacitación del personal	<ul style="list-style-type: none"> • Baja asistencia del personal. • Costos no previstos.
FF	Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación personal operativo y administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluaciones mal diseñadas. • Problemas para coordinar tiempos o recursos para aplicar la evaluación.
GA	Crear plan de prueba piloto	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura del plan deficiente • Resistencia del personal a participar
GB	Ejecutar prueba piloto	<ul style="list-style-type: none"> • La prueba piloto puede no reflejar de manera fiel las condiciones reales que se presentarán en la implementación completa del plan. • Desviaciones respecto al plan de la prueba piloto.
GC	Evaluar resultados de prueba piloto	<ul style="list-style-type: none"> • Mala interpretación de resultados • Análisis muy superficial
GD	Realizar ajustes	<ul style="list-style-type: none"> • Los ajustes no abordan los problemas correctos. • Se requiere recursos extra.
GE	Entrega del plan	<ul style="list-style-type: none"> • Si Plan elaborado de manera confusa • Plan no alineado con los objetivos

Fuente: Elaboración propia

3. Causas y efectos de los riesgos

Tabla608 Causas y efectos de los riesgos

CÓDIGO	ACTIVIDAD	R	RIESGO	CAUSA	EFECTO
AA	Presentación del Plan	R1	Presentación de datos incorrectos o incompletos.	<ul style="list-style-type: none"> Los errores pueden ocurrir debido a la falta de capacitación, distracciones o negligencia al ingresar, analizar o presentar los datos. Si el personal no tiene el conocimiento adecuado sobre cómo recopilar, procesar o presentar los datos, es más probable que cometan errores. 	<ul style="list-style-type: none"> Datos incorrectos o incompletos pueden llevar a decisiones incorrectas que afecten el éxito de las estrategias o de la operación. La presentación de datos incorrectos o incompletos puede hacer que los stakeholders pierdan confianza en la calidad del trabajo o en la capacidad del equipo para gestionar la información.
		R2	Falta de claridad en la comunicación de los detalles del plan.	<ul style="list-style-type: none"> El uso de un lenguaje técnico o jerga especializada que no es comprendido por todos los stakeholders puede generar confusión. Si el equipo encargado de la presentación del plan no recibe retroalimentación de los involucrados, podría faltar información relevante que ellos consideran importante. 	<ul style="list-style-type: none"> La falta de comprensión de los detalles del plan puede llevar a que los miembros del equipo o los stakeholders no ejecuten las tareas de manera adecuada. La falta de claridad en los detalles del plan puede generar descoordinación entre los diferentes equipos involucrados en el proyecto, afectando la sinergia necesaria para un buen funcionamiento.

AB	Aprobación del Plan	R3	Resistencia de las partes interesadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Las partes interesadas pueden resistirse a los cambios debido a la incertidumbre sobre cómo estos afectarán su situación actual. • Si los líderes del plan o los encargados de la toma de decisiones no han establecido previamente una buena relación de confianza, las partes interesadas pueden desconfiar de sus intenciones y resistirse a las decisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • La resistencia puede causar demoras significativas en el cronograma del plan, ya sea por la necesidad de más tiempo para resolver conflictos o por la interrupción de actividades clave. • Si la resistencia no se maneja adecuadamente, algunas partes interesadas pueden perder el interés en el proyecto, lo que puede llevar a la pérdida de apoyo crucial para su éxito.
		R4	Carencia de datos o estudios.	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de presupuesto adecuado puede ser una causa principal de no realizar estudios o recopilar datos necesarios para el plan. • El tiempo disponible para obtener información o realizar estudios es limitado, lo que puede llevar a decisiones basadas en suposiciones en lugar de datos reales. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de datos confiables puede llevar a tomar decisiones sin una base sólida, lo que puede tener consecuencias negativas a largo plazo. • La carencia de estudios previos puede llevar a la implementación de estrategias ineficaces, lo que puede generar un alto costo de corrección o ajustes en fases posteriores del plan.

AC	Visita técnica al terreno	R5	Falta de acceso al terreno.	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de planificación para contingencias climáticas. • Falta de monitoreo constante de las condiciones del terreno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información inexacta sobre las condiciones del terreno. • Interrupción de la visita debido a condiciones climáticas adversas.
AD	Obtención del permiso de lugar y línea de construcción	R6	Requerimientos adicionales impuestos por las autoridades.	<ul style="list-style-type: none"> • Las autoridades pueden introducir nuevas leyes, regulaciones o políticas que impacten al plan, exigiendo cambios o nuevos requisitos para cumplir con las disposiciones legales. • Si en las primeras etapas del proyecto no se consideraron todos los requisitos legales o normativos, las autoridades pueden imponer condiciones adicionales durante su desarrollo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los nuevos requerimientos pueden implicar costos adicionales para estudios, permisos, modificaciones o implementaciones necesarias. • El cumplimiento de los requerimientos adicionales puede retrasar las etapas del proyecto, especialmente si implica realizar estudios o ajustes complejos.
		R7	Procesos burocráticos lentos.	<ul style="list-style-type: none"> • Las instituciones gubernamentales o reguladoras pueden tener una cantidad excesiva de trámites pendientes debido a recursos humanos o tecnológicos limitados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los plazos del proyecto pueden extenderse significativamente, afectando su viabilidad y el cumplimiento de objetivos. • Las comunidades locales, socios o equipos de trabajo pueden

				<ul style="list-style-type: none"> • Los sistemas burocráticos suelen estar diseñados con múltiples pasos, revisiones y aprobaciones, lo que puede ralentizar el proceso. 	perder la motivación o el interés debido a la falta de avances.
AE	Presentación de formulario ambiental	R8	Falta de documentación adecuada en el formulario.	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en la presentación de formularios ambientales. • Cambios frecuentes en la legislación ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Retrasos en la obtención del permiso ambiental. • Incumplimiento de los requisitos legales.
		R9	Falta de conocimiento actualizado sobre los requisitos del formulario.	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación del personal encargado de la presentación. • Falta de revisión y control de calidad del formulario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de multas o sanciones. • Desgaste de la relación con la entidad reguladora.
AF	Inspección del MARN a las instalaciones	R10	Incumplimiento de los estándares ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento de los estándares del MARN. • Cambios en la normativa ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanciones y multas por incumplimiento ambiental. • Daño a la reputación de la organización.

		R11	Impacto negativo en el entorno durante la inspección.	<ul style="list-style-type: none"> Falta de mantenimiento de las instalaciones. Falta de protocolos de preparación para inspecciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Retrasos en la operación de las instalaciones. Retrasos en la operación de las instalaciones.
AG	Obtención del permiso ambiental	R12	Demoras en la revisión del expediente.	<ul style="list-style-type: none"> Falta de cumplimiento de los requisitos del permiso. Cambios en la legislación ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> Retrasos en el inicio del proyecto. Costos adicionales para cumplir con los requisitos del permiso.
		R13	Rechazo del permiso por parte de la entidad reguladora.	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación deficiente con la entidad reguladora. Procesos burocráticos lentos. 	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo de litigios y conflictos legales. Impacto en la imagen pública de la organización.
AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	R14	Rechazo de la solicitud de permiso.	<ul style="list-style-type: none"> Falta de cumplimiento de los requisitos de solicitud. Cambios en la normativa de construcción. Errores en la documentación presentada. 	<ul style="list-style-type: none"> Costos adicionales para cumplir con los requisitos. Impacto en la imagen pública del proyecto.
		R15	Demoras en el proceso de revisión.	<ul style="list-style-type: none"> Procesos burocráticos lentos en O PAMSS. Falta de comunicación efectiva con OPAMSS. 	<ul style="list-style-type: none"> Retrasos en el inicio de la construcción. Riesgo de litigios y conflictos legales.

AI	Obtención del permiso de construcción	R16	Cambios en las condiciones del permiso.	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la normativa de construcción. • Falta de comunicación efectiva con la entidad emisora del permiso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incumplimiento de las restricciones del permiso. • Costos adicionales para hacer frente a los cambios en el permiso.
		R17	Inconsistencias en la documentación del permiso.	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de documentación adecuada en la solicitud. • Falta de protocolos de seguimiento del estado del permiso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Confusión sobre las condiciones del permiso. • Posible paralización de la obra debido a problemas legales.
FA	Generar requerimientos de personal	R18	Definición inadecuada de los roles.	<ul style="list-style-type: none"> • No se dedica tiempo suficiente para definir y documentar claramente las funciones y responsabilidades de cada miembro del equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los miembros del equipo no saben qué tareas son su responsabilidad, lo que lleva a omisiones o duplicación de esfuerzos.
		R19	Desconocimiento del mercado laboral.	<ul style="list-style-type: none"> • No se realizan estudios ni análisis de datos sobre las características del mercado laboral, como demanda, oferta y tendencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se dificulta encontrar candidatos adecuados para las posiciones disponibles.
FB	Llevar a cabo proceso de selección de personal	R20	Desigualdad en el proceso de contratación.	<ul style="list-style-type: none"> • Los responsables de la contratación tienen sesgos relacionados con género, edad, origen étnico, apariencia física, nivel 	<ul style="list-style-type: none"> • Se excluyen candidatos altamente calificados que podrían haber contribuido significativamente a la organización.

				socioeconómico u otros factores.	
		R21	Presupuesto insuficiente.	<ul style="list-style-type: none"> • El presupuesto inicial se elabora sin considerar todos los costos necesarios o posibles imprevistos. • Los fondos inicialmente asignados al plan se utilizan para cubrir necesidades no relacionadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los equipos enfrentan mayor presión para lograr resultados con recursos limitados, afectando su motivación y desempeño.
FC	Formalizar contratos	R22	Falta de claridad en las cláusulas.	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de términos vagos, ambiguos o excesivamente técnicos que dificultan la comprensión. • Redacción y firma apresurada de los contratos, sin un análisis minucioso de cada cláusula. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las partes tienen interpretaciones diferentes sobre sus derechos y obligaciones. • La ambigüedad en los términos puede derivar en desacuerdos que terminen en litigios o arbitrajes.
		R23	Falta de asesoría legal.	<ul style="list-style-type: none"> • No contar con un abogado o experto en contratos para revisar y estructurar adecuadamente los términos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolver problemas legales o administrativos generados por contratos deficientes implica gastos adicionales.

FD	Gestionar capacitaciones con instituciones	R24	Falta de alineación entre las necesidades del plan y el contenido de la capacitación.	<ul style="list-style-type: none"> No se realiza un análisis previo para identificar las habilidades específicas requeridas para el plan. Los encargados de diseñar el contenido de la capacitación no reciben información clara sobre los objetivos y metas del plan. 	<ul style="list-style-type: none"> El personal no capacitado adecuadamente requiere más tiempo para adaptarse o aprender por su cuenta. Los empleados abandonan sus puestos al sentirse incapaces de cumplir con las expectativas del plan.
		R25	Selección inadecuada de la institución capacitadora.	<ul style="list-style-type: none"> Falta de investigación previa sobre la reputación y experiencia de la institución. Expectativas poco claras, lo que lleva a una selección basada en criterios ambiguos. 	<ul style="list-style-type: none"> Calidad deficiente de la capacitación, lo que afecta el desempeño del personal. Aumento de costos operativos por necesidad de capacitaciones adicionales o consultoría externa.
FE	Llevar a cabo la capacitación del personal	R26	Baja asistencia del personal.	<ul style="list-style-type: none"> El personal puede enfrentar problemas personales o de salud que dificultan su asistencia regular. 	<ul style="list-style-type: none"> Perdida de conocimiento ya que al ausentarse a algunas capacitaciones provocara que no adquiriera el conocimiento al 100%.
		R27	Costos no previstos.	<ul style="list-style-type: none"> La falta de una planificación detallada o un análisis exhaustivo de los costos al inicio del plan puede llevar a subestimar los gastos. 	<ul style="list-style-type: none"> El presupuesto originalmente asignado al plan aumenta significativamente, lo que puede poner en riesgo la viabilidad financiera del proyecto.

FF	Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación personal operativo y administrativo	R28	Evaluaciones mal diseñadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Si no se definen claramente los objetivos de aprendizaje, las evaluaciones no podrán medir de manera precisa si se alcanzaron esos objetivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Una evaluación mal diseñada puede no medir de manera precisa si los participantes realmente han adquirido los conocimientos o habilidades esperadas.
		R29	Problemas para coordinar tiempos o recursos para aplicar la evaluación.	<ul style="list-style-type: none"> • Si la evaluación no se planifica con suficiente antelación, puede ser difícil coordinar los tiempos de los participantes y los recursos necesarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los retrasos en la evaluación pueden prolongar innecesariamente la duración del proceso de capacitación.
GA	Crear plan de prueba piloto	R30	Estructura del plan deficiente.	<ul style="list-style-type: none"> • Si el plan de prueba piloto no tiene objetivos definidos de manera precisa, se corre el riesgo de que no se cubran las áreas clave necesarias para evaluar el éxito del plan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si el plan no se enfoca en los aspectos clave o no está bien estructurado, los resultados de la prueba piloto no serán válidos o aplicables a la totalidad de este.
		R31	Resistencia del personal a participar.	<ul style="list-style-type: none"> • Si no se explica adecuadamente por qué es importante participar en la prueba piloto, las personas pueden no ver el valor de su participación. 	<ul style="list-style-type: none"> • La resistencia puede llevar a una participación insuficiente o nula, lo que hace que la prueba piloto no tenga una muestra representativa ni datos útiles para evaluar el plan.

GB	Ejecutar prueba piloto	R32	La prueba piloto puede no reflejar de manera fiel las condiciones reales que se presentarán en la implementación completa del plan.	<ul style="list-style-type: none"> • Si la prueba piloto no se realiza a una escala adecuada o no incluye un número representativo de participantes o situaciones, no podrá reflejar las condiciones reales a gran escala. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si los resultados de la prueba piloto no son representativos de las condiciones reales, las conclusiones que se saquen no serán válidas, lo que puede llevar a decisiones erróneas.
		R33	Desviaciones respecto al plan de prueba piloto	<ul style="list-style-type: none"> • Si la prueba piloto no se planifica adecuadamente, pueden surgir imprevistos que obliguen a cambiar el enfoque durante su ejecución. La falta de planificación detallada es una causa común de desviación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando los métodos de evaluación o la forma de implementación cambian durante la prueba piloto, los resultados obtenidos pueden no ser representativos de la ejecución real, lo que afecta la fiabilidad de las conclusiones.
GC	Evaluar resultados de prueba piloto	R34	Mala interpretación de resultados.	<ul style="list-style-type: none"> • si el equipo encargado de analizar los resultados de la prueba piloto no tiene la formación o experiencia necesaria en análisis de datos, es probable que los resultados sean mal interpretados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tomar decisiones equivocadas por interpretar mal los resultados puede llevar a la implementación de un plan que no funciona correctamente, lo que resulta en un desperdicio de tiempo y recursos.
		R35	Análisis muy superficial	<ul style="list-style-type: none"> • Si la recopilación de datos durante el piloto no se realiza de manera adecuada o con suficiente detalle, algunos problemas pueden no quedar 	<ul style="list-style-type: none"> • i los problemas o áreas de mejora no se identifican adecuadamente, las decisiones que se tomen basadas en esos resultados pueden ser

				reflejados en los resultados iniciales.	incorrectas, lo que puede afectar la viabilidad y el éxito del plan.
GD	Realizar ajustes	R36	Los ajustes no abordan los problemas correctos.	<ul style="list-style-type: none"> Si no se recopilan suficientes datos durante la prueba piloto o no se usan métodos adecuados para analizarlos, no habrá información clara sobre qué aspectos realmente necesitan ajustes. 	<ul style="list-style-type: none"> Si los ajustes se basan en información incompleta o mal interpretada, pueden resultar innecesarios o ineficaces, lo que lleva a una pérdida de tiempo y recursos.
		R37	Se requiere recursos extras.	<ul style="list-style-type: none"> Cuando no se realiza una planificación adecuada al inicio del plan, no se anticipan todos los posibles ajustes que podrían ser necesarios, lo que puede generar la necesidad de más recursos de los inicialmente presupuestados. 	<ul style="list-style-type: none"> La necesidad de más recursos (como tiempo, personal y presupuesto) puede llevar a un aumento inesperado en los costos del plan, lo que puede comprometer el presupuesto y afectar la rentabilidad o viabilidad de este.
GE	Entrega del plan	R38	Plan elaborado de manera confusa.	<ul style="list-style-type: none"> Si el plan no se comunica de manera clara, con lenguaje comprensible para todos los involucrados, se pueden generar malentendidos sobre los objetivos, tareas y responsabilidades. 	<ul style="list-style-type: none"> Los involucrados pueden sentirse perdidos o desorientados respecto a sus tareas y responsabilidades, lo que puede resultar en un trabajo desorganizado o en la falta de cumplimiento de las metas.

		R39	Plan no alineado con los objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Si el equipo no tiene una visión clara y bien definida de los objetivos estratégicos desde el comienzo, el plan puede desviarse de estos objetivos durante su desarrollo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de alineación con los objetivos estratégicos puede generar que el proyecto se enfoque en aspectos incorrectos o secundarios, lo que impide alcanzar los resultados deseados.
--	--	------------	-------------------------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia

4. Análisis de riesgos

A continuación, se muestra el proceso empleado para la calificación de los riesgos presentados anteriormente. Se definen las variables de probabilidad de ocurrencia e impacto sobre las actividades asociadas a cada riesgo. Se asigna un número que califica el nivel de riesgo con el fin de dar le prioridad y evaluar el posible impacto en la ejecución del proyecto como se explica en las siguientes tablas.

Tabla609 Probabilidad de riesgo

PROBABILIDAD		
NIVEL	CALIFICACION	DESCRIPCIÓN
0.9	MUY ALTA	Es seguro que se produzca y/o tenga consecuencias importantes
0.7	ALTA	Es casi seguro que ocurra y/o que tenga consecuencias importantes
0.5	MEDIA	Es probable que ocurra y/o tenga consecuencias graves
0.3	BAJA	Es posible que ocurra y/o que tenga consecuencias moderadas
0.1	MUY BAJA	Es poco probable que ocurra y/o tiene consecuencias menores o insignificantes

Fuente: Elaboración propia

Tabla610 Impacto del riesgo

IMPACTO		
NIVEL	CALIFICACION	DESCRIPCIÓN
0.9	MUY ALTA	Puede retrasar tiempo y aumentar los costos de una manera excesiva por lo cual el proyecto podría fracasar
0.7	ALTA	Puede causar retrasos de tiempo o aumento de costos que requieren atención inmediata
0.5	MEDIA	Puede causar retrasos de tiempo o aumento de costos que requieren atención limitada.
0.3	BAJA	Puede causar retrasos de tiempo o aumento de costos, pero de forma leve.
0.1	MUY BAJA	No causara retrasos de tiempo o aumentos de costos

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta esta calificación se procede a calificar bajo estas dos variables (probabilidad e impacto) el comportamiento de los riesgos en el proyecto (solo de la ruta crítica) como se muestra a continuación:

- **Análisis cualitativo de riesgo**

Criticidad = Probabilidad x Impacto; Alto riesgo > 0.1

Tabla611 Marcador de riesgos

MARCADOR DE RIESGOS PARA RIESGOS ESPECIFICOS					
IMPACTO / PROBABILIDAD	0.1	0.3	0.5	0.7	0.9
0.9	0.09	0.27	0.45	0.63	0.81
0.7	0.07	0.21	0.35	0.49	0.63
0.5	0.05	0.15	0.25	0.35	0.45
0.3	0.03	0.09	0.15	0.21	0.27
0.1	0.01	0.03	0.05	0.07	0.09

Fuente: Elaboración propia

Interpretación de severidad del riesgo

Tabla612 Severidad del Riesgo

NIVEL	CALIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
0.1 - 0.9	ALTO	Inaceptable, reducir el riesgo
0.06 - 0.09	MEDIO	Reducir riesgo, transferir
0.01 - 0.05	BAJO	Asumir el riesgo

Fuente: Elaboración propia

5. Evaluación de riesgos

Tabla 613 Evaluación de riesgos

CÓDIGO	ACTIVIDAD	R	RIESGO	PROBABILIDAD (P)	IMPACTO I (CONSECUENCIA)	P X I	NIVEL DE RIESGO
AA	Presentación del Plan	R1	Presentación de datos incorrectos o incompletos.	0.3	0.2	0.06	MEDIO
		R2	Falta de claridad en la comunicación de los detalles del plan.	0.2	0.2	0.04	BAJO
AB	Aprobación del Plan	R3	Resistencia de las partes interesadas.	0.5	0.5	0.25	ALTO
		R4	Carencia de datos o estudios.	0.3	0.3	0.09	MEDIO
AC	Visita técnica al terreno	R5	Falta de acceso al terreno.	0.5	0.3	0.15	ALTO
AD	Obtención del permiso de lugar y línea de construcción	R6	Requerimientos adicionales impuestos por las autoridades.	0.3	0.2	0.06	MEDIO
		R7	Procesos burocráticos lentos.	0.3	0.2	0.06	MEDIO
AE	Presentación de formulario ambiental	R8	Falta de documentación adecuada en el formulario.	0.2	0.2	0.04	BAJO
		R9	Falta de conocimiento actualizado sobre los requisitos del formulario.	0.2	0.3	0.06	MEDIO
AF	Inspección del MARN a las instalaciones	R10	Incumplimiento de los estándares ambientales.	0.3	0.3	0.09	MEDIO
		R11	Impacto negativo en el entorno durante la inspección.	0.2	0.4	0.08	MEDIO
AG		R12	Demoras en la revisión del expediente.	0.2	0.2	0.04	BAJO

	Obtención del permiso ambiental	R13	Rechazo del permiso por parte de la entidad reguladora.	0.2	0.4	0.12	ALTO
AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	R14	Rechazo de la solicitud de permiso.	0.3	0.2	0.04	BAJO
		R15	Demoras en el proceso de revisión.	0.2	0.2	0.04	BAJO
AI	Obtención del permiso de construcción	R16	Cambios en las condiciones del permiso.	0.2	0.4	0.08	MEDIO
		R17	Inconsistencias en la documentación del permiso.	0.3	0.3	0.09	MEDIO
FA	Generar requerimientos de personal	R18	Definición inadecuada de los roles.	0.2	0.3	0.06	MEDIO
		R19	Desconocimiento del mercado laboral.	0.3	0.3	0.09	MEDIO
FB	Llevar a cabo proceso de selección de personal	R20	Desigualdad en el proceso de contratación.	0.5	0.5	0.25	ALTO
		R21	Presupuesto insuficiente.	0.4	0.5	0.20	ALTO
FC	Formalizar contratos	R22	Falta de claridad en las cláusulas.	0.3	0.4	0.12	ALTO
		R23	Falta de asesoría legal.	0.2	0.5	0.1	ALTO
FD	Gestionar capacitaciones con instituciones	R24	Falta de alineación entre las necesidades del plan y el contenido de la capacitación.	0.4	0.3	0.12	ALTO
		R25	Selección inadecuada de la institución capacitadora.	0.3	0.4	0.12	ALTO
FE	Llevar a cabo la capacitación del personal	R26	Baja asistencia del personal.	0.2	0.3	0.06	MEDIO
		R27	Costos no previstos.	0.5	0.3	0.15	ALTO

FF	Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación personal operativo y administrativo	R28	Evaluaciones mal diseñadas.	0.2	0.3	0.06	ALTO
		R29	Problemas para coordinar tiempos o recursos para aplicar la evaluación.	0.2	0.3	0.06	MEDIO
GA	Crear plan de prueba piloto	R30	Estructura del plan deficiente.	0.3	0.5	0.15	ALTO
		R31	Resistencia del personal a participar.	0.5	0.5	0.25	ALTO
GB	Ejecutar prueba piloto	R32	La prueba piloto puede no reflejar de manera fiel las condiciones reales que se presentarán en la implementación completa del plan.	0.2	0.5	0.1	ALTO
		R33	Desviaciones respecto al plan de prueba piloto	0.3	0.5	0.15	ALTO
GC	Evaluar resultados de prueba piloto	R34	Mala interpretación de resultados.	0.3	0.5	0.15	ALTO
		R35	Análisis muy superficial	0.2	0.5	0.1	ALTO
GD	Realizar ajustes	R37	Los ajustes no abordan los problemas correctos.	0.2	0.5	0.1	ALTO
		R38	Se requiere recursos extra	0.4	0.5	0.20	ALTO
GE	Entrega del plan	R39	Plan elaborado de manera confusa.	0.3	0.5	0.15	ALTO
		R40	Plan no alineado con los objetivos.	0.3	0.5	0.15	ALTO

Fuente: Elaboración propia

6. Tratamiento del riesgo

El tratamiento del riesgo para el Plan de desarrollo turístico sostenible en los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat pertenecientes al municipio de La Paz Oeste., consiste en determinar los pasos a seguir según el análisis realizado anteriormente, el cual se determina la gravedad de los riesgos para el plan, permitiendo definir estrategias que garanticen la mitigación de estos. Para decidir sobre las acciones a seguir el nivel de riesgo detectado en el inciso anterior se tienen las siguientes opciones:

- **Aceptar el riesgo (AC):** No se necesitan medidas adicionales a las que lleva el proyecto para prevenir el riesgo.
- **Transferir el riesgo (T):** Consiste en involucrar al personal encargado de cada proceso, para afrontar las pérdidas ocasionadas por los riesgos y establecer unas medidas de control para reducir estos.
- **Retener pérdidas (R):** Se afrontan las consecuencias de los riesgos, buscando alternativas para responder a estos sin generar grandes pérdidas para la ejecución del proyecto.
- **Eliminar el riesgo (E):** Se debe eliminar la probabilidad de ocurrencia para lograr disminuir el riesgo.

R - T	E - R	E	E	E
T	R	E - R	E	E
A - T	R	R	E	E
A	T	T	R	E - R
A	A	A - T	T	R - T

TRATAMIENTO									
CÓDIGO	ACTIVIDAD	R	RIESGO	PXI	NIVEL DE RIESGO	AC	T	R	E
AA	Presentación del Plan	R1	Presentación de datos incorrectos o incompletos.	0.06	MEDIO		X		
		R2	Falta de claridad en la comunicación de los detalles del plan.	0.04	BAJO	X			
AB	Aprobación del Plan	R3	Resistencia de las partes interesadas.	0.25	ALTO			X	
		R4	Carencia de datos o estudios.	0.09	MEDIO		X		
AC	Visita técnica al terreno	R5	Falta de acceso al terreno.	0.12	ALTO		X		
AD	Obtención del permiso de lugar y línea de construcción	R6	Requerimientos adicionales impuestos por las autoridades.	0.1	ALTO		X		
		R7	Procesos burocráticos lentos.	0.25	ALTO			X	
AE	Presentación de formulario ambiental	R8	Falta de documentación adecuada en el formulario.	0.15	ALTO			X	
		R9	Falta de conocimiento actualizado sobre los requisitos del formulario.	0.15	ALTO			X	
AF	Inspección del MARN a las instalaciones	R10	Incumplimiento de los estándares ambientales.	0.06	MEDIO		X		
		R11	Impacto negativo en el entorno durante la inspección.	0.06	MEDIO		X		
AG	Obtención del permiso ambiental	R12	Demoras en la revisión del expediente.	0.04	BAJO	X			
		R13	Rechazo del permiso por parte de la entidad reguladora.	0.06	MEDIO		X		
AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	R14	Rechazo de la solicitud de permiso.	0.09	MEDIO		X		
		R15	Demoras en el proceso de revisión.	0.08	MEDIO		X		

AI	Obtención del permiso de construcción	R16	Cambios en las condiciones del permiso.	0.04	BAJO	X			
		R17	Inconsistencias en la documentación del permiso.	0.04	BAJO	X			
FA	Generar requerimientos de personal	R18	Definición inadecuada de los roles.	0.12	ALTO		X		
		R19	Desconocimiento del mercado laboral.	0.04	BAJO	X			
FB	Llevar a cabo proceso de selección de personal	R20	Desigualdad en el proceso de contratación.	0.08	MEDIO		X		
		R21	Presupuesto insuficiente.	0.09	MEDIO		X		
FC	Formalizar contratos	R22	Falta de claridad en las cláusulas.	0.06	MEDIO		X		
		R23	Falta de asesoría legal.	0.09	MEDIO		X		
FD	Gestionar capacitaciones con instituciones	R24	Falta de alineación entre las necesidades del plan y el contenido de la capacitación.	0.25	ALTO			X	
		R25	Selección inadecuada de la institución capacitadora.	0.20	ALTO			X	
FE	Llevar a cabo la capacitación del personal	R26	Baja asistencia del personal.	0.12	ALTO		X		
		R27	Costos no previstos.	0.1	ALTO		X		
FF	Evaluar los conocimientos adquiridos en la capacitación personal operativo y administrativo	R28	Evaluaciones mal diseñadas.	0.12	ALTO		X		
		R29	Problemas para coordinar tiempos o recursos para aplicar la evaluación.	0.12	ALTO		X		

GA	Crear plan de prueba piloto	R30	Estructura del plan deficiente.	0.06	MEDIO		X		
		R31	Resistencia del personal a participar.	0.15	ALTO			X	
GB	Ejecutar prueba piloto	R32	La prueba piloto puede no reflejar de manera fiel las condiciones reales que se presentarán en la implementación completa del plan.	0.1	ALTO		X		
		R33	Desviaciones respecto al plan de prueba piloto	0.06	MEDIO		X		
GC	Evaluar resultados de prueba piloto	R34	Mala interpretación de resultados.	0.15	ALTO			X	
		R35	Análisis muy superficial	0.25	ALTO			X	
GD	Realizar ajustes	R37	Los ajustes no abordan los problemas correctos.	0.1	ALTO		X		
		R38	Se requiere recursos extra	0.15	ALTO			X	
GE	Entrega del plan	R39	Plan elaborado de manera confusa.	0.15	ALTO			X	
		R40	Plan no alineado con los objetivos.	0.1	ALTO		X		

Fuente: Elaboración propia

7. Estrategias del tratamiento de riesgos

Tabla 614 Estrategias del tratamiento de riesgos

ESTRATEGIAS								
CODIGO	ACTIVIDAD	R	RIESGO	AC	T	R	E	ESTRATEGIAS
AA	Presentación del Plan	R1	Presentación de datos incorrectos o incompletos.		X			Implementar un protocolo para recopilar datos desde fuentes confiables y validar su precisión antes de incluirlos en presentaciones o informes.
		R2	Falta de claridad en la comunicación de los detalles del plan.	X				Elaborar un documento principal que explique de manera estructurada el plan, utilizando un lenguaje sencillo y claro.
AB	Aprobación del Plan	R3	Resistencia de las partes interesadas.			X		Incorporar a los stakeholders en las etapas tempranas del proyecto para que sientan que su opinión y experiencia son valoradas.
		R4	Carencia de datos o estudios.		X			<ul style="list-style-type: none"> Diseñar y ejecutar estudios básicos que recopilen datos iniciales necesarios para el proyecto. Buscar estudios, reportes o estadísticas previas de instituciones gubernamentales, académicas o privadas relacionadas con el plan.
AC	Visita técnica al terreno	R5	Falta de acceso al terreno.		X			Identificar rutas o métodos alternativos para llegar al terreno, como caminos secundarios o medios de transporte distintos.
AD	Obtención del permiso de lugar y	R6	Requerimientos adicionales impuestos por las autoridades.		X			Realizar un análisis exhaustivo de las normativas locales, regionales o nacionales aplicables al plan.

	línea de construcción	R7	Procesos burocráticos lentos.			X		Investigar y listar todos los permisos, aprobaciones y documentación necesarios desde las primeras etapas del plan.
AE	Presentación de formulario ambiental	R8	Falta de documentación adecuada en el formulario.			X		Revisar las instrucciones o guías proporcionadas por las autoridades o instituciones para asegurarse de entender qué documentos se necesitan.
		R9	Falta de conocimiento actualizado sobre los requisitos del formulario.			X		Verificar periódicamente los portales web, manuales y comunicaciones de las instituciones responsables para estar al tanto de los cambios en los requisitos.
AF	Inspección del MARN a las instalaciones	R10	Incumplimiento de los estándares ambientales.			X		Llevar a cabo un análisis para identificar los impactos del plan en el medio ambiente y proponer medidas de mitigación.
		R11	Impacto negativo en el entorno durante la inspección.			X		Preparar un plan de inspección que minimice el impacto ambiental, asegurando que las actividades sean realizadas de forma controlada y respetuosa con el entorno.
AG	Obtención del permiso ambiental	R12	Demoras en la revisión del expediente.	X				Designar a un equipo o persona específica para la revisión del expediente, asegurando que todos los documentos requeridos vayan según lo solicitado.
		R13	Rechazo del permiso por parte de la			X		Modificar el proyecto, plan o solicitud para cumplir con las condiciones y requerimientos que no fueron aceptados.

			entidad reguladora.				
AH	Solicitud de permiso de construcción en OPAMSS	R14	Rechazo de la solicitud de permiso.		X		Modificar el proyecto, plan o solicitud para cumplir con las condiciones y requerimientos que no fueron aceptados.
		R15	Demoras en el proceso de revisión.		X		Designar a un equipo o persona específica para la revisión del expediente, asegurando que todos los documentos requeridos vayan según lo solicitado.
AI	Obtención del permiso de construcción	R16	Cambios en las condiciones del permiso.	X			Identificar los aspectos del plan que requieren ajustes, como cambios en el diseño, en la infraestructura, en las prácticas ambientales, o en los plazos, y tomar las medidas correctivas necesarias.
		R17	Inconsistencias en la documentación del permiso.	X			Asegurarse de que toda la documentación esté completa, bien organizada y presentada de forma clara, lo que facilita una revisión más rápida.
FA	Generar requerimientos de personal	R18	Definición inadecuada de los roles.		X		Desarrollar una descripción detallada de los roles que sea fácil de entender y accesible para todos los participantes del plan.
		R19	Desconocimiento del mercado laboral.	X			Mantener contacto directo con representantes dedicadas al área de turismo para resolver dudas y recibir información de primera mano.
FB	Llevar a cabo proceso de selección de personal	R20	Desigualdad en el proceso de contratación.		X		Utilizar entrevistas estructuradas, evaluaciones objetivas y pruebas de habilidades para garantizar que todos los candidatos sean evaluados de manera equitativa, sin sesgos personales.

		R21	Presupuesto insuficiente.		X		Asegurarse de que el presupuesto se ajuste regularmente a medida que avanza el proyecto, teniendo en cuenta nuevos costos o posibles imprevistos.
FC	Formalizar contratos	R22	Falta de claridad en las cláusulas.		X		Asegurarse de que un abogado con experiencia redacte, revise y asesore sobre el contrato, para garantizar que todas las cláusulas sean claras, precisas y legalmente válidas.
		R23	Falta de asesoría legal.		X		En caso de que se deban incluir términos técnicos, es útil proporcionar ejemplos o explicaciones detalladas que aseguren que todas las partes comprendan lo que se está
FD	Gestionar capacitaciones con instituciones	R24	Falta de alineación entre las necesidades del plan y el contenido de la capacitación.			X	Realizar un análisis profundo para identificar las habilidades y conocimientos específicos que el personal necesita para cumplir con los objetivos del plan.
		R25	Selección inadecuada de la institución capacitadora.			X	Realizar un análisis exhaustivo de las instituciones capacitadoras, revisando sus antecedentes, especialización, experiencia y reputación en el sector.
FE	Llevar a cabo la capacitación del personal	R26	Baja asistencia del personal.		X		Proporcionar opciones de capacitación en horarios convenientes
		R27	Costos no previstos.		X		Incluir en el presupuesto un porcentaje destinado a cubrir posibles costos no previstos.
FF	Evaluar los conocimientos adquiridos	R28	Evaluaciones mal diseñadas.		X		Asegurarse de que las preguntas sean específicas, claras, bien estructuradas y directamente

	en la capacitación personal operativo y administrativo						relacionadas con los contenidos de la capacitación. Evitar preguntas ambiguas o fuera de contexto.
		R29	Problemas para coordinar tiempos o recursos para aplicar la evaluación.		X		Realizar una planificación detallada y con suficiente antelación, definiendo las fechas clave para la evaluación y asegurándose de que los recursos necesarios estén disponibles.
GA	Crear plan de prueba piloto	R30	Estructura del plan deficiente.		X		Definir indicadores claros y medibles para evaluar el éxito de la prueba piloto, como tiempos, costos, rendimiento o satisfacción, para obtener resultados comparables y valiosos.
		R31	Resistencia del personal a participar.			X	Asegurarse de que los stakeholders participen en la planificación de la prueba piloto, permitiéndoles expresar sus inquietudes y asegurar que sus necesidades sean consideradas.
GB	Ejecutar prueba piloto	R32	La prueba piloto puede no reflejar de manera fiel las condiciones reales que se presentarán en la implementación completa del plan.			X	Asegurarse de que se asignen los mismos recursos (tiempo, personal, tecnología) que se utilizarán en la fase de implementación completa, para obtener una evaluación más precisa de la viabilidad y efectividad del plan.
		R33	Desviaciones respecto al plan de prueba piloto		X		Implementar un sistema de monitoreo y seguimiento en tiempo real para detectar desviaciones rápidamente y poder corregirlas a medida que

							surgen, manteniendo el enfoque en los objetivos originales.
GC	Evaluar resultados de prueba piloto	R34	Mala interpretación de resultados.			X	Asegurarse de que las personas responsables de interpretar los datos tengan la formación y las habilidades necesarias para realizar un análisis profundo y preciso.
		R35	Análisis muy superficial			X	Realizar análisis de los resultados durante todo el proceso de prueba piloto, no solo al final, para poder identificar posibles áreas de mejora y hacer ajustes a lo largo del camino.
GD	Realizar ajustes	R37	Los ajustes no abordan los problemas correctos.			X	Involucrar a diferentes expertos y partes interesadas en el proceso de análisis de los resultados, de modo que los ajustes sean respaldados por diversas perspectivas y conocimientos.
		R38	Se requiere recursos extra			X	Implementar un sistema de seguimiento y control de los recursos asignados a los ajustes, asegurando que se mantengan dentro de los límites del presupuesto y el tiempo disponibles.
GE	Entrega del plan	R39	Plan elaborado de manera confusa.			X	Evitar el uso de jerga técnica innecesaria y asegurarse de que todos los documentos del plan sean comprensibles para todas las partes involucradas, independientemente de su nivel de conocimiento.
		R40	Plan no alineado con los objetivos.			X	Utilizar KPIs para medir el progreso hacia los objetivos estratégicos, lo que permite una supervisión continua y la corrección de rumbo cuando sea necesario.

Fuente: Elaboración propia

8. Costos asociados a riesgos

Los costos que se considerarán si suceden los riesgos identificados anteriormente serán los siguientes:

Tabla 615 Reservas por Riesgos

RESERVAS POR RIESGOS		
PROYECTO	Plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos de San Pedro Masahuat y San Luis talpa pertenecientes al municipio de la paz oeste.	
CÓDIGO	RIESGO	RESERVA
R01	Presentación de datos incorrectos o incompletos	\$25.00
R02	Falta de claridad en la comunicación de los detalles del plan.	\$28.09
R03	Resistencia de las partes interesadas.	\$350.00
R04	Carencia de datos o estudios.	\$25.00
R05	Falta de acceso al terreno.	\$45.00
R06	Requerimientos adicionales impuestos por las autoridades.	\$400.00
R07	Procesos burocráticos lentos.	\$600.00
R08	Falta de documentación adecuada en el formulario.	\$35.00
R09	Falta de conocimiento actualizado sobre los requisitos del formulario.	\$25.00
R10	Incumplimiento de los estándares ambientales.	\$370.00
R11	Impacto negativo en el entorno durante la inspección.	\$30.00
R12	Demoras en la revisión del expediente.	\$35.00
R13	Rechazo del permiso por parte de la entidad reguladora.	\$500.00
R14	Rechazo de la solicitud de permiso.	\$25.00
R15	Demoras en el proceso de revisión.	\$35.00
R16	Cambios en las condiciones del permiso.	\$25.00
R17	Inconsistencias en la documentación del permiso.	\$35.00
R18	Definición inadecuada de los roles.	\$50.00

R19	Desconocimiento del mercado laboral.	\$45.00
R20	Desigualdad en el proceso de contratación.	\$40.00
R21	Presupuesto insuficiente.	\$600.00
R22	Falta de claridad en las cláusulas.	\$150.00
R23	Falta de asesoría legal.	\$50.00
R24	Falta de alineación entre las necesidades del plan y el contenido de la capacitación.	\$60.00
R25	Selección inadecuada de la institución capacitadora.	\$150.00
R26	Baja asistencia del personal.	\$65.00
R27	Costos no previstos.	\$100.00
R28	Evaluaciones mal diseñadas.	\$60.00
R29	Problemas para coordinar tiempos o recursos para aplicar la evaluación.	\$25.00
R30	Estructura del plan deficiente.	\$35.00
R31	Resistencia del personal a participar.	\$35.00
R32	La prueba piloto puede no reflejar de manera fiel las condiciones reales que se presentarán en la implementación completa del plan.	\$350.00
R33	Desviaciones respecto al plan de prueba piloto	\$150.00
R34	Mala interpretación de resultados.	\$65.00
R35	Análisis muy superficial	\$50.00
R36	Los ajustes no abordan los problemas correctos.	\$100.00
R37	Se requiere recursos extra	\$150.00
R39	Plan elaborado de manera confusa.	\$100.00
R40	Plan no alineado con los objetivos.	\$500.00
TOTAL		\$5,518.09

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- El principal problema identificado dentro de los distritos es el desaprovechamiento del potencial turístico y esto debido a 5 causas principales las cuales son: Escasos fondos para el desarrollo turístico de los distritos, formación y organización turística deficiente en los distritos, limitada oferta de productos turísticos en los distritos, infraestructura turística inadecuada, deficiente promoción de la oferta turística de los distritos.
- Los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat, se enfrentan a un periodo de transición en el cual se encuentran uniéndose para formar un solo distrito, por lo que aún no se cuentan con unidades de turismo que permitan contar con información de primera mano sobre la afluencia turística hacia los distritos.
- Dentro de los distritos se tiene historial del Festival del Sambo y el Camarón, Festival de La Piscucha, Festival del loroco y el plátano, pero estos llevan tiempo sin realizarse según manifestaron los pobladores y algunos trabajadores de la alcaldía, la no realización de dichos festivales implica una pérdida de la identidad de los distritos
- Mediante la elaboración del inventario turístico de los distritos, se determinó que existen 27 recursos turísticos, entre los que destacan 12 Sitios naturales,
- El distrito no tiene una organización enfocada al turismo a pesar del interés que muestra la municipalidad y otros actores, en desarrollar el turismo en todo el distrito, siendo el principal obstáculo los escasos de financiamiento que se posee para este rubro.
- La mayor parte de los restaurantes y hoteles que se encuentran en las playas de los distritos, en estas se ubican 5 hoteles y 7 restaurantes, pero al tomar en cuenta que los distritos poseen 5 playas, se observa que se cuenta con poca oferta para el turista que visita las playas.
- Se determinó que los distritos no cuentan con posicionamiento frente a los consumidores, en el área del sector turismo, puesto que gran parte de los encuestados en el estudio de mercado manifestó no conocer o no haber escuchado de los distritos, por lo que los distritos afrontaran el reto de poder introducirse al sector turismo y competir con distritos que ya se han desarrollado turísticamente a lo largo del tiempo.
- Mediante el análisis de la información obtenida en la investigación de campo, se identificó que los turistas prefieren en primer lugar el turismo de sol y playa y en segundo lugar el turismo cultura, además se determinó que los principales requerimientos que espera encontrar en los destinos que visita es alojamiento, restaurante y seguridad.

- Dentro de los distritos se tiene un déficit en calidad turística, lo que se será subsanado mediante un programa de formación y organización turística, en el que se impartirán conocimientos sobre calidad a los emprendedores, esto deberá realizarse siguiendo las normativas instauradas por la OSN.
- Como parte del programa mejora a la infraestructura turística, se incluirán un proyecto de conservación de los recursos turísticos, ya que se debe garantizar que no se dañen los recursos turísticos y que la infraestructura sea amigable con el entorno natural.
- La calidad turística es un aspecto indispensable para el buen funcionamiento de diferentes servicios involucrados en el rubro turístico, por lo que es importante que sigan una serie de normas de calidad; en El Salvador es el Organismo Salvadoreño de Normalización el ente regulador de los estándares para la certificación en calidad turística por lo que se debe garantizar trabajar bajo los estándares definidos por esta institución
- Se identificaron algunas instituciones que brindan apoyo y soporte al sector turístico en materia de capacitaciones, soporte económico, soporte de calidad y servicios de seguridad turística en El Salvador las cuales son clave para poder alcanzar los objetivos propuestos, cabe destacar que muchas de ellas son gubernamentales
- Para poder solventar el problema principal encontrado en los distritos, se han propuesto la elaboración de 5 programas, compuestos de 16 proyectos, con los que se espera cubrir la mayor parte de los problemas detectados en el diagnóstico.
- Se hizo un análisis y posteriormente una evaluación de algunas de las tour operadoras salvadoreñas que ofrecen turismo de sol y playa, y turismo de naturaleza y cultura y se pudo comprobar que la mayor parte de estas a pesar de ofertar los tipos de turismo correspondientes a los distritos, gran parte de ellas no incluye a San Pedro Masahuat y San Luis Talpa dentro de su oferta, sin embargo, tienen la disposición de hacer futuras alianzas.
- El Principal medio que utilizan los consumidores para informarse acerca de atractivos turísticos son las redes sociales, por lo que es vital que se tenga una gran presencia en ellas.
- El programa de gestión de la cooperación entre las instituciones adquiere una gran relevancia dentro del plan, ya que en él se presentan pasos a seguir para poder obtener cooperación en el ámbito financiero, de capacitación y seguridad.
- Las construcciones en infraestructura que apoyen toda iniciativa de desarrollo turístico sostenible en un destino deben considerar dentro de sus diseños la protección del entorno

donde se encuentran de manera que sea lo menos invasiva y dañina posible para el medio ambiente

- Toda iniciativa turística en la que se vea involucrada el uso del medio ambiente debe llevar en paralelo el diseño de buenas prácticas de turismo con el propósito de salvaguardar tanto la integridad del turista como salvaguardar la integridad del medio ambiente
- El desconocimiento de cualquier destino turístico es la principal razón de no contar con afluencia de turistas a él, un distrito exitoso, involucra el enfoque a la promoción y publicidad a través de la creación de una marca distrito detallando los pasos para su legalización, componente del logo, restricciones entre otros.
- El gasto promedio diario de los turistas internos, ronda entre 21 a 30 dólares, por lo que se fijó el precio de los circuitos en \$27 dólares, permitiendo obtener un margen de ganancia de \$5.5 por cada persona que asista a los circuitos, puesto que el costo por asistente a los circuitos es de \$21.5.
- Toda iniciativa turística en la que se vea involucrada el uso del medio ambiente debe llevar en paralelo el diseño de buenas prácticas de turismo con el propósito de salvaguardar tanto la integridad del turista como salvaguardar la integridad del medio ambiente de los patrimonios culturales con los que cuenta un destino.
- La institución financiera con la que se gestionara el financiamiento es con el Banco Hipotecario, puesto que es la que maneja una menor tasa de interés y ofrece mejores beneficios según la naturaleza del plan.
- La inversión requerida para que el plan de desarrollo turístico se lleve a cabo se desglosa de la siguiente manera: Inversión fija tangible: \$95,610.75, Inversión intangible: \$37,632.34 y Capital de Trabajo: \$11,091.47.
- El punto de equilibrio para el plan de desarrollo turístico es de 2,289 viajes en los diferentes circuitos al año, con un precio de venta de \$27.00 dólares cada uno.
- Las evaluaciones económicas para el plan de desarrollo turístico sostenible resultan positivas y favorables, lo que indica que el plan es factible.
- El método de costeo propuesto dentro del plan es el costeo por absorción ya que debido a su naturaleza es el que más se adapta a este.
- Dentro del plan de desarrollo en su etapa de operatividad permitirá que tanto hombres y mujeres tengan las mismas oportunidades en términos de trabajo, capacitación y todo lo relacionado a la puesta en marcha, generando un trato equitativo entre los pobladores.
- Mediante la administración de la implementación del plan se determinó que deberá ejecutarse en 151 días.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner énfasis en contar con un registro de la afluencia turística a los distritos, ya que de esta manera se puede tener una base para medir el funcionamiento de las estrategias que se implemente para aumentar el flujo turístico hacia los distritos y la colocación de estos como opciones elegibles fácilmente por los turistas.
- Se recomienda el desarrollo de una estructura organizativa que vele por el desarrollo del turismo en los distritos, además que se integre por los diferentes actores, involucrándolos en la toma de decisiones de manera que tengan una participación activa.
- Aumentar en gran proporción la promoción que se le da a los distritos a nivel nacional, para contrarrestar el desconocimiento que se tiene sobre los recursos y atractivos turísticos con los que cuentan los distritos.
- Velar por que el inventario turístico se mantenga actualizado, para tener pleno conocimiento de los atractivos que surgen en los distritos y contar con una base para la realización de futuros estudios en los distritos.
- Se recomienda gestionar con las instituciones de apoyo al sector turismo, programas para la población del distrito, para que conozcan la importancia que representa este rubro en la economía local.
- Gestionar alianzas con tour operadoras que aseguren que los distritos sean incluidos en la oferta de estas.
- Se recomienda que los comités de desarrollo turístico estén comprendidos por personas residentes en el lugar en el que actuara el comité para que estas tengan conocimiento pleno del área donde actuara.
- Es importante que no se deje de lado el tema de la conservación de los recursos turísticos, al momento de que se genere nueva infraestructura turística o cuando se le de mantenimiento a la infraestructura turística ya existente.
- Se recomienda potenciar los recursos turísticos de los distritos en especial aquellos con mayor abundancia como son los naturales, a fin de transformarlos en atractivos o productos turísticos.
- Se recomienda que los programas propuestos sean ejecutados por personal calificado, para que los resultados que estos arrojen sean los mejores.

- Se recomienda generar controles de la afluencia turística que se tiene a los diferentes distritos, para que se pueda tener datos para tomar de base al momento de realizar futuros estudios.
- Se recomienda que el proceso de capacitaciones se involucre a personas tanto del área urbana como del área rural, para que todos posean igualdad de oportunidades.
- Se recomienda que al momento de realizar las capacitaciones se busque encarecidamente el apoyo de las instituciones pertinentes puesto que estas manejan la información actualizada y cuenta con personal calificado para la impartir las capacitaciones.
- Es importante que las personas que formen parte del comité de desarrollo turístico tengan verdadero compromiso en poder llevar a cabo de plan de desarrollo turístico sostenible para los distritos.
- Se recomienda que los productos a adquirir para la realización de los circuitos, en lo posible, sean adquiridos a personas de los distritos, para poder generar ingresos para los mismos.
- Se recomienda que como parte de la mano de obra que será requerida para realizar la obra civil, se contrate a personas residentes de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.
- Se recomienda que con el pasar de los años del plan, poco a poco se comiencen a integrar nuevos destinos turísticos que se encuentran dentro de los distritos, y que no se tomaron en cuenta dentro del plan, con el objetivo de aumentar la oferta turística de los distritos.
- Se recomienda dar prioridad a los proyectos de promoción de los distritos y al de formación turística, puesto que de esta manera se comienza rápidamente a dar a conocer los distritos a los turistas.
- El personal que conforme la unidad de turismo, mantenerse en constante comunicación con el comité de desarrollo turístico, para que juntos puedan velar por el desarrollo turístico de los distritos.
- Los precios de los insumos listados dentro del documento son un promedio del mercado, por lo que se recomienda la cotización con diferentes proveedores ya que podrían existir mejores precios, los cuales pueden significar un ahorro adicional.

BIBLIOGRAFIA

- Acerenza, M. A. (2009). *entornoturistico.com*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/la-competitividad-los-destinos-turisticos/>
- Adriana Jaqueline Calvache Mogro, M. F. (Marzo de 2017). *Eumed.net*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/03/mindo.html>
- BANCOMEXT. (2022). *bancomext.com*. Obtenido de <https://www.bancomext.com/blog-bancomext/mejora-tu-hotel/las-clasificaciones-del-turismo-y-las-nuevas-tendencias/>
- CESUMA. (2024). *cesuma.mx*. Obtenido de <https://www.cesuma.mx/blog/clasificacion-de-los-recursos-turisticos.html>
- CEUPE. (2014). *ceupe.com*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/attractivo-turistico.html>
- Corporación Salvadoreña de Turismo. (10 de 03 de 2021). *CORSATUR*. Obtenido de <https://www.corsatur.gob.sv/servicios/registro-nacional-de-turismo/>
- CORSATUR, Migración y Extranjería. (2023). *Encuesta de movimientos turísticos en fronteras terrestres y aeropuerto*.
- Edgar Ortigón, J. F. (Julio de 2005). *repositorio.cepal.org*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2d86ecfb-f922-49d3-a919-e4fd4d463bd7/content>
- EHPM. (2022). *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples*.
- González, G. (06 de Abril de 2020). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-diagnostica/>
- Gregorio, J. R. (14 de Marzo de 2022). Obtenido de Linked in: <https://es.linkedin.com/pulse/el-inventario-de-recursos-tur%C3%ADsticos-moda-o-necesidad-terry-gregorio#:~:text=El%20inventario%20de%20recursos%20tur%C3%ADsticos%20es%20un%20sistema%20din%C3%A1mico%20que,garantiza%20la%20toma%20de%20decisiones.>
- HubSpot, I. (27 de Noviembre de 2023). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-analisis-pestel>
- ILERNA. (09 de Agosto de 2023). *ilerna.es*. Obtenido de <https://www.ilerna.es/blog/tipos-servicios->

TURISMO, S. D. (2022). *edomex.gob.mx*. Obtenido de https://ihaem.edomex.gob.mx/sites/ihaem.edomex.gob.mx/files/files/DESCARGAS/2022/Presentacion_Turismo.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Reunión con el ingeniero encargado de la UAPI de la Alcaldía de La Paz Oeste



Anexo 2: Inventario Turístico Preliminar de los distritos de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat

	OFERTA TURISTICA	DIRECCIÓN
SAN LUIS TALPA	Aeropuerto Internacional	Autopista a Comalapa
	Hotel Quality	Autopista a Comalapa Km 40
	La Montañona	Hacienda Santa Clara, Cantón Tecualuya
	Las Bocanitas	Final de Lotificación Amatecampo
	Playa Amatecampo	Final de Lotificación Amatecampo
	Playa La Zunganera	Calle Principal a la Zunganera
	Playa Pimental	Frente a Estero
	Rancho Estero y Mar	Frente a Playa El Pimental y Estero
	Rancho Pato Canales	Km 40 1/2 Autopista a Comalapa. Desvío San Luis Talpa
	Rancho Steven	Playa Las Hojas, Caserío El Salamar
	Restaurante La Esquina	Km 34 1/2 Carretera CA-2
	Restaurante Sendy	Entrada a San Luis Talpa, B El Calvario
	Rio Comalapa (playón)	Hacienda Santa Clara
	Taller Jícara	Lotificación Miraflores 3
	Vivero de Tortugas	Playa Zunganera, San Luis Talpa
Ausoles	Rio Tilapa Cantón El Sichauite	

SAN PEDRO MASAHUAT	Restaurante Goyita	Barrio El Centro, Frente a Parque Municipal
	Restaurante Las Brasas	Carretera a Comalapa, 25 metros antes de llegar a gasolinera Puma
	Hotel Brisas Marinas	Km 61 1/2 Boulevard Costa del Sol frente a Playa Costa del Sol
	Hotel Las Hojas Resort	Playa Las Hojas Calle N° 95, San Pedro Masahuat
	Parroquia San Pedro Apóstol	B El Centro frente a Alcaldía Municipal
	La Gruta del Cristo Negro	Final Calle Buena Vista Barrio Concepción
	Mirador Natural Buena Vista	Cantón Buena Vista
	Parque Acuático Atlantis	Km 51 1/2 Carretera a la Costa
	Playa Las Hojas	Costa del Sol Calle Principal a Playa Las Hojas
	Playa San Marcelino	Calle Principal a Playa San Marcelino
	Restaurante Kenny Mar	Playa Marcelino
	Restaurante Yessenia	Playa San Marcelino Final
	Rancho de Playa Costanova	Calle ppal. San Marcelino
	Museo Municipal	Kilómetro 52 1/2 Carretera a Costa del Sol
	Cerro Quezalapa o tucuacín	Barrio El Centro 400 metros del Parque Municipal
Rio Sepaquiapa	Cantón Barahona	

Anexo 3: Visita de campo a Princess One



Anexo 4: Levantamiento de información en restaurante Yessenia



Anexo 5: Levantamiento de información en Rancho Costanova



Anexo 6: Entrada principal de Playa San Marcelino



Anexo 7: Calle de acceso a playa Las Hojas



Anexo 8: Levantamiento de información en San Luis Talpa



Anexo 9: Reunión con propietario de Julio tours



Anexo 10: Levantamiento de información de tour operadora



Anexo 11: Levantamiento de información de tour operadora



Anexo 12: Levantamiento de información en CONAMYPE



Anexo 13: Levantamiento de información en MITUR



Anexo 14: Levantamiento de Información en CORSATUR



Anexo 15: Levantamiento de información en San Luis Talpa



Anexo 16: Reunión con profesor de turismo y Chef Patiño



Anexo 17: Levantamiento de información en gruta del cristo negro



Anexo 18: Levantamiento de información en rio Sepaquiapa



Anexo 19: Levantamiento de información en Museo Municipal San Pedro Masahuat



Anexo 20: Entrada a San Pedro Masahuat



Anexo 21: Levantamiento de información en Malecón de playa La Zunganera



Anexo 22: Levantamiento de información en Hotel Pimental Beach



Anexo 23: Levantamiento de información y reunión con encargado de Hotel Estero y Mar



Anexo 24: Levantamiento de información Playa El Pimental



Anexo 25: Levantamiento de información en Parroquia San Luis Rey de Francia



Anexo 26: Medio de transporte hacia Playas El Pimental, La Zunganera y Amatecampo.



Anexo 27: Invitación a la mesa de honor, junto a los representantes de cada distrito, en exposiciones sobre el turismo en La Paz Oeste a cargo de los alumnos de bachillerato en turismo del INSAL



Anexo 28: Invitación a la mesa de honor, junto a los representantes de cada distrito, en exposiciones sobre el turismo en La Paz Oeste a cargo de los alumnos de bachillerato en turismo del INSAL



Anexo 29: Levantamiento de Información en Hotel y Restaurante Amaré Mar



Anexo 30: Levantamiento de información en Bocana El Pimental



Anexo 31: Estado de la Bocana del Rio Jiboa



Anexo 32: Estado de la Bocana del Rio Jiboa





Anexo 34: Tabulación entrevista ADESCO San Marcelino

ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
ENTREVISTADO	ADESCO de San Marcelino
PREGUNTAS	
¿Qué fechas consideran como temporada alta?	
Las fechas que consideramos buenas (temporada alta), son las fechas de vacaciones en las cuales tenemos más visitas por parte de los turistas ya que la mayoría de las personas para ese tiempo se encuentran de vacaciones aprovechan a visitar las diferentes playas del país entre ellas nuestra playa de San Marcelino.	
¿Cuál es el aproximado de afluencia turística en temporada alta?	
No le podríamos dar un número exacto ya que no contamos con un registro que nos ayude a saber el dato, pero le podríamos dar un aproximado de 1,000 a 2,000 personas en la temporada buena (temporada alta).	
¿Qué fechas consideran como temporada baja?	
Las fechas malas serían más que todos los días restantes donde no hay vacaciones claro no es que no se tenga una presencia de turistas, pero no es como en la temporada buena.	
¿Cuál es el aproximado de afluencia turística en la temporada baja?	
En esta temporada a lo mucho se recibe unas 75 a 100 personas por día.	

Anexo 35: Tabulación entrevista comerciantes del Malecón de Playa La Zunganera

ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
ENTREVISTADO	Comerciantes del Malecón Playa La Zunganera
PREGUNTAS	
¿Qué fechas consideran como temporada alta?	
La temporada alta para nosotros es sobre todo para los días de vacaciones como por ejemplo semana santa que es cuando las familias aprovechan a salir a refrescar se a las playas.	
¿Cuál es el aproximado de afluencia turística en temporada alta?	
No le podríamos dar un número exacto porque no contamos con ellos, pero tanteando (aproximado) se reciben unas 1,500 a 2,000 personas en los días buenos.	
¿Qué fechas consideran como temporada baja?	
Los días donde no hay vacaciones porque la mayoría de las personas trabajan y de esos días solo sábado y domingo es donde se ve más movimiento de personas.	
¿Cuál es el aproximado de afluencia turística en la temporada baja?	
En los días malos a lo mucho nos visita de unas 100 a 300 personas por día.	

Anexo 36: Tabulación entrevista comerciantes de la bocana El Pimental

ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA	
ENTREVISTADO	Comerciantes de La Bocana El Pimental
PREGUNTAS	
¿Qué fechas consideran como temporada alta?	
Las fechas donde se ve más movimiento (temporada alta) son los días como la semana santa o las vacaciones agostinas que son las fechas que recibimos más turistas.	
¿Cuál es el aproximado de afluencia turística en temporada alta?	
Como aproximado bien nos visitan unas 3,000 personas	
¿Qué fechas consideran como temporada baja?	
Los días donde vemos menos turista son de lunes a viernes que son los días que se trabaja	
¿Cuál es el aproximado de afluencia turística en la temporada baja?	
En los días malos viene alrededor de 200 a 300 personas.	

Anexo 37: Iteración 1 flujo de efectivo sin capital de trabajo

	MES 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Saldo inicial			\$ 1,194.93	\$ 1,946.38	\$ 6,181.51	\$ 4,115.62	\$ 3,171.77	\$ 2,456.98	\$ 2,265.72	\$ 7,247.33	\$ 5,603.51	\$ 4,306.02	\$ 3,397.77
Ingreso por ventas		\$ 15,039.00	\$ 14,742.00	\$ 27,702.00	\$ 10,125.00	\$ 11,880.00	\$ 11,691.00	\$ 12,771.00	\$ 30,645.00	\$ 12,717.00	\$ 12,204.00	\$ 12,204.00	\$ 52,596.00
(-)Costo de ventas		\$ 9,410.97	\$ 9,236.85	\$ 16,834.51	\$ 6,530.19	\$ 7,559.04	\$ 7,448.24	\$ 8,081.38	\$ 18,559.81	\$ 8,049.72	\$ 7,748.98	\$ 7,748.98	\$ 31,428.34
(-)Intereses		\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92
=Utilidad Bruta		\$ 3,847.11	\$ 4,919.16	\$ 11,032.96	\$ 7,995.41	\$ 6,655.66	\$ 5,633.61	\$ 5,365.68	\$ 12,569.99	\$ 10,133.69	\$ 8,277.61	\$ 6,980.12	\$ 22,784.52
(-)Gastos Administrativos		\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76
(-)Gastos de comercialización		\$ 1,165.28	\$ 1,163.82	\$ 1,227.44	\$ 1,141.16	\$ 1,149.78	\$ 1,148.85	\$ 1,154.15	\$ 1,241.88	\$ 1,153.88	\$ 1,151.37	\$ 1,151.37	\$ 1,349.62
(+)Depreciación		\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97
Utilidad Operativa		\$ 1,707.04	\$ 2,780.55	\$ 8,830.73	\$ 5,879.45	\$ 4,531.09	\$ 3,509.97	\$ 3,236.74	\$ 10,353.32	\$ 8,005.01	\$ 6,151.45	\$ 4,853.96	\$ 20,460.11
Impuesto (30%)		\$ 512.11	\$ 834.16	\$ 2,649.22	\$ 1,763.84	\$ 1,359.33	\$ 1,052.99	\$ 971.02	\$ 3,106.00	\$ 2,401.50	\$ 1,845.44	\$ 1,456.19	\$ 6,138.03
Utilidad Neta		\$ 1,194.93	\$ 1,946.38	\$ 6,181.51	\$ 4,115.62	\$ 3,171.77	\$ 2,456.98	\$ 2,265.72	\$ 7,247.33	\$ 5,603.51	\$ 4,306.02	\$ 3,397.77	\$ 14,322.08
Inversión	-\$144,334.56												
Flujo de Caja	-\$144,334.56	\$ 1,194.93	\$ 1,946.38	\$ 6,181.51	\$ 4,115.62	\$ 3,171.77	\$ 2,456.98	\$ 2,265.72	\$ 7,247.33	\$ 5,603.51	\$ 4,306.02	\$ 3,397.77	\$ 14,322.08

Anexo 38: Iteración 2 flujo de efectivo con capital de trabajo

	MES 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Saldo inicial		\$ 11,091.47	\$ 8,958.96	\$ 7,381.20	\$ 9,985.89	\$ 6,778.68	\$ 5,035.91	\$ 3,761.88	\$ 3,179.15	\$ 7,886.73	\$ 6,051.09	\$ 4,619.32	\$ 3,617.09
Ingreso por ventas		\$ 15,039.00	\$ 14,742.00	\$ 27,702.00	\$ 10,125.00	\$ 11,880.00	\$ 11,691.00	\$ 12,771.00	\$ 30,645.00	\$ 12,717.00	\$ 12,204.00	\$ 12,204.00	\$ 52,596.00
(-)Costo de ventas		\$ 9,410.97	\$ 9,236.85	\$ 16,834.51	\$ 6,530.19	\$ 7,559.04	\$ 7,448.24	\$ 8,081.38	\$ 18,559.81	\$ 8,049.72	\$ 7,748.98	\$ 7,748.98	\$ 31,428.34
(-)Intereses		\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92	\$ 1,780.92
=Utilidad Bruta		\$ 14,938.58	\$ 12,683.19	\$ 16,467.78	\$ 11,799.78	\$ 9,318.72	\$ 7,497.75	\$ 6,670.58	\$ 13,483.42	\$ 10,773.09	\$ 8,725.19	\$ 7,293.43	\$ 23,003.83
(-)Gastos Administrativos		\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76	\$ 1,997.76
(-)Gastos de comercialización		\$ 1,165.28	\$ 1,163.82	\$ 1,227.44	\$ 1,141.16	\$ 1,149.78	\$ 1,148.85	\$ 1,154.15	\$ 1,241.88	\$ 1,153.88	\$ 1,151.37	\$ 1,151.37	\$ 1,349.62
(+)Depreciación		\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97	\$ 1,022.97
Utilidad Operativa		\$ 12,798.51	\$ 10,544.58	\$ 14,265.55	\$ 9,683.83	\$ 7,194.16	\$ 5,374.11	\$ 4,541.64	\$ 11,266.75	\$ 8,644.41	\$ 6,599.04	\$ 5,167.27	\$ 20,679.42
Impuesto (30%)		\$ 3,839.55	\$ 3,163.37	\$ 4,279.67	\$ 2,905.15	\$ 2,158.25	\$ 1,612.23	\$ 1,362.49	\$ 3,380.03	\$ 2,593.32	\$ 1,979.71	\$ 1,550.18	\$ 6,203.83
Utilidad Neta		\$ 8,958.96	\$ 7,381.20	\$ 9,985.89	\$ 6,778.68	\$ 5,035.91	\$ 3,761.88	\$ 3,179.15	\$ 7,886.73	\$ 6,051.09	\$ 4,619.32	\$ 3,617.09	\$ 14,475.60
Inversión	-\$144,334.56												
Flujo de Caja	-\$144,334.56	\$ 8,958.96	\$ 7,381.20	\$ 9,985.89	\$ 6,778.68	\$ 5,035.91	\$ 3,761.88	\$ 3,179.15	\$ 7,886.73	\$ 6,051.09	\$ 4,619.32	\$ 3,617.09	\$ 14,475.60

Anexo 39: Listado de lugares donde se realizó cotizaciones

COTIZACIONES REALIZADAS DE INSUMOS Y MATERIALES	
CONCEPTO	LUGAR DE COTIZACIÓN
Plumones	Office depot
Resma papel bond	Office depot
Jabón liquido	Vidri
Papel higiénico	Walmart
Bolsa plástica	Plásticos Cruz
Caja de lapiceros	Walmart
Internet	CLARO
Alquiler de Microbús	Empresario de Microbuses
Guía turístico	Remuneraciones ISTU
Pulsera sintética	Publiimpresos
Botellas con agua	Super Selectos
Salvavidas	Cruz Verde
Soda lata	Super Selectos
Batería de luces	Luces el Sol
Alquiler de lancha	Pescadores del lugar
Sillas Plásticas	Salvaplastic
Mesas rectangulares plástica	Salvaplastic
Pizarra	Office depot
Proyector	Siman
Impresora multifuncional	Office depot
Silla ejecutiva	Office depot
Escritorio Personal	Office depot
Archivero 5 gavetas	Office depot
Computadoras (LAPTOP)	Siman
Sillas de espera	Ferrohogar
Basureros tipo papelera	Salvaplastic
Teléfono Celular	Siman
Panel Solar	Anchor Energy.

GLOSARIO TECNICO

Gasto Turístico: Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino.

Oferta turística: Aquella que está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística. (Organización Mundial de Turismo).

Producto turístico: Se puede sintetizar como la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y eventos), las facilidades (alojamiento, alimentación, recreación y otros) y accesibilidad (infraestructura de transporte). (Acerenza, 1982).

Promoción Turística: Implica la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los "clientes" potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas, infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita.

Recurso turístico: Son los elementos naturales, culturales, tradiciones, costumbres y acontecimientos que posee una determinada zona o área con potencial que podría captar el interés de los visitantes.

Ruta turística: También conocida como ruta temática, es un recorrido o circuito, terrestre específico (ruta, camino o vía de agua), que permite sobre un ámbito geográfico variable descubrir y apreciar la belleza natural, los productos, la historia, la cultura, el estilo de vida o el folclore de los sitios y lugares visitados o atravesados.

Servicio turístico: Son todos los servicios que el turista requiere y consume mientras está de viaje, como el alojamiento, alimentación, transporte, agencias de viajes, otros

Actividad turística: Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista.

Alojamiento: Se entiende por actividad turística de alojamiento la ejercida por las empresas que presten servicios de hospedaje al público mediante precio, de forma profesional, bien sea de modo permanente o temporal, con o sin prestación de servicios complementarios.

Atractivo turístico: Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo.

Centro de Amigos del Turista (CAT): Los Centros de Amigos del Turista, son oficinas ubicadas en las regiones turísticas más importantes del país, en donde se cuenta con personal especializado para brindar atención, información y asistencia tanto a los turistas, como a empresarios del sector turístico, para beneficiar a los visitantes de las zonas que se atienden.

Comité de Desarrollo Turístico (CDT): Grupos de personas organizadas y representativas de una localidad, cuya principal labor es coordinar la actividad turística en sus localidades, elaborando planes de trabajo encaminados a mostrar la belleza y riqueza de los pueblos a los que pertenecen.

Estadísticas De Turismo: Es una herramienta que se utiliza para el estudio de los fenómenos relacionados con el sector turismo, mediante un conjunto de procedimientos de recolección, procesamiento, clasificación, análisis y difusión de información, para conocer el comportamiento de la actividad turística, describiéndolo cuantitativamente para la toma de decisiones en materia de políticas turísticas.

Empresa turística: Por extensión, unidad de organización dedicada a la prestación de servicios turísticos, entre otras, Aerolíneas, Hoteles, Agencias de Viaje, Restaurantes, Arrendadoras de Vehículos etc.

Demanda turística: Es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes.

Circuito turístico: Recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido

Capacitación turística: Actividad que tiene por objeto la formación profesional a distintos niveles del recurso humano que atenderá, tanto a los visitantes, como a los residentes que utilizan los servicios turísticos