

# ***Universidad Tecnológica de El Salvador***

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

TÉCNICO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS.



TEMA:

PROPUESTA DE UN PAQUETE TURÍSTICO PARA LA RUTA FRESCA CHALATENANGO

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

JORGE DAGOBERTO, MANCIA DIAZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA.

ABRIL, 2016

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.**

**AUTORIDADES ACADÉMICAS**

ING. NELSON ZARATE SÁNCHEZ

**RECTOR**

LIC. JOSE MODESTO VENTURA

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

LIC. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMÍREZ

**DECANA**

**JURADO EXAMINADOR**

LIC. VILMA ELIZABETH MORALES DE SANABRIA

**PRESIDENTE**

ING. NELSON RIQUELMY ALVARADO TEJADA

**PRIMER VOCAL**

LIC. LARISSA GUADALUPE MARTI DE HENRÍQUEZ

**SEGUNDO VOCAL**

ABRIL, 2016

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMEICA



## ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Ing. Nelson Riquelmy Alvarado Tejada, Licda. Larrissa Guadalupe Marti de Henriquez, Licda. Vilma Elizabeth Morales de Sanabria, a la 12:30a.m. del día Viernes, 4 de diciembre de dos mil quince.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DEL ALUMNO:

1- Jorge Dagoberto Mancía Díaz

Carnet 06-2850-2010

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:  
"Propuesta de paquete turístico para la ruta fresca Chalatenango"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

### **TECNICO EN ADMINISTRACION TURISTICA**

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO. POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

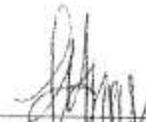
YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 4 de diciembre de dos mil quince.

F. 

PRIMER VOCAL

Ing. Nelson Riquelmy Alvarado Tejada

F. 

SEGUNDO VOCAL

Licda. Larrissa Guadalupe Marti de Henriquez

F. 

PRESIDENTE

Licda. Vilma Elizabeth Morales de Sanabria

## Índice

<b>Introducción .....</b>	<b>i</b>
<b>Capítulo I Planteamiento del Problema.....</b>	<b>1</b>
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Planteamiento: .....	3
1.3 Objetivo General: .....	3
1.4 Objetivo Específico: .....	3
1.5 Justificación: .....	4
1.6 Limitaciones.....	6
<b>Capítulo II Marco Teórico .....</b>	<b>8</b>
2.1 Turismo.....	8
2.1.1 Historia del turismo .....	8
2.1.2 Tipos de Turismo.....	11
2.2 Empresas de Servicio Turístico.....	13
2.2.1 Empresa de Alojamiento.....	14
2.2.1.1 Hoteles .....	14
2.2.1.2 Pensiones .....	14
2.2.2 Empresas de Servicio de Restaurante .....	15
2.2.2.1 Restaurantes .....	15
2.2.2.2 Cafeterías .....	15
2.2.2.3 Bar .....	16
2.2.3 Agencia de Viajes .....	16
2.2.4 Tour Operadoras.....	16
2.3 Rutas turísticas en El Salvador.....	17
2.4 Ruta Fresca .....	19
2.4.1 La Palma .....	19
2.4.2 San Ignacio .....	22
2.4.3 Citalá .....	24

2.5 Paquete Turístico.....	26
2.6 FODA.....	27
<b>Capítulo III Metodología.....</b>	<b>32</b>
3.1 Tipo de Investigación.....	32
3.2 Población y Muestra.....	32
3.3 Técnicas e Instrumentos.....	34
3.4 Procedimiento.....	34
3.5 Estrategia de Análisis.....	34
<b>Capítulo IV Análisis de resultados .....</b>	<b>36</b>
4.1 Encuesta .....	36
4.1.1 Cuestionario.....	37
4.1.2 Tabulación de Encuestas.....	40
<b>Capítulo V Conclusiones .....</b>	<b>66</b>
5.1 Conclusiones de la Investigación.....	66
5.2 Recomendaciones de la Investigación. ....	68
5.3 FODA Ruta Fresca Chalatenango.....	69
5.4 Propuesta de un Paquete Turístico para la Ruta Fresca Chalatenango .....	70
Referencias.....	71
<b>Anexos .....</b>	<b>74</b>
Anexo No.1 detalles de los Centros Turísticos existentes en el municipio de La Palma. .....	75
Anexo No. 2 detalle de los Centros Turísticos que posee el municipio de San Ignacio. .....	79
Anexo No. 3 detalle de los centros turísticos que posee el municipio de Citalá. ....	82
Anexo No. 4 Propuesta de Paquete Turístico de La Ruta Fresca Chalatenango .....	83

## **Agradecimientos**

### **A Dios Todopoderoso**

Agradecido por llegar hasta este punto y haberme dado salud y fuerzas para alcanzar mis metas, además por su protección, amparo y amor en los momentos más difíciles de mi vida.

### **A mis padres.**

A quienes les debo la vida, por ser esos ejemplos de tenacidad y perseverancia, por los valores inculcados y sobre todo porque siempre están ahí dándome ánimos en todo momento, a fin de superar los obstáculos que se presentan y sobre todo por tenerlos junto a mí.

### **A mi familia**

Mis hermanos, tías, tíos y sobrinos porque siempre he contado con ellos para todo, por su ayuda incondicional y esos ánimos brindados.

### **A mi asesora y jurados**

Lcda. Larissa Martí de Henríquez, por su apoyo, paciencia y dedicación que me brindó en todo momento para culminar mis estudios; así como, a los jurados Lcda. Vilma Elizabeth Morales de Sanabria e Ing. Nelson Riquelmy Alvarado agradeciéndoles su comprensión y recomendaciones, ya que sin ellos no estaría en este punto, ya que fueron un apoyo importante en este proceso.

### **Un agradecimiento muy especial a mi hermano**

Por todo el apoyo y el siempre estar a mi lado durante este proceso de investigación y durante toda mi carrera universitaria.

**Jorge Dagoberto Mancía Díaz**

## Introducción

Con la presente investigación se demuestra la importancia que presenta el turismo para el desarrollo económico, al mismo tiempo, es uno de los rubros que más divisas genera en muchos países del mundo, debido a la necesidad que las personas tienen de salir de la rutina diaria que viven en sus trabajos y hogares, entonces con la necesidad de salir de esa rutina, se lanzan a explorar el mundo con expectativas diversas de lo que pueden encontrar; asimismo, con los turistas, nace los profesionales en materia de turismo que surgen con la finalidad de satisfacer las necesidades de esos viajeros.

Además para dinamizar el mercado se ha tomado este trabajo para impulsar el progreso de los mismos habitantes de la población que son nuestros entes referentes como La Palma, San Ignacio y Citalá, que unidos representan La Ruta Fresca.

Este tipo de investigación brindará otras maneras de esparcimiento para la población local como internacional ayudando a nuestra propuesta de La Ruta Fresca Chalatenango; así también, el conocimiento que los turistas pueden obtener de los pueblos y como ellos visualizan el trabajo realizado y desarrollado en un futuro por las mismas Alcaldías para promover este tipo de actividades.

## **Capítulo I Planteamiento del Problema**

### *1.1 Antecedentes*

Actualmente se está modificando cada vez más el entorno económico debido a los cambios estructurales que estos están sufriendo y por ello todos los mercados adyacentes cambian drásticamente por un dinamismo e incertidumbre creciente.

Por lo tanto, en diversos países del mundo, el Turismo es uno de los pilares fundamentales de la economía, a tal grado que es un alto generador de divisas y cubre un buen porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) de cada nación, ayudando al desarrollo económico de cada país; así como también, a que las personas tengan una mayor calidad de vida, ya que el turismo es un fuerte generador de empleos, tanto directos como indirectos, y quienes se ven especialmente beneficiados son los pobladores que residen en los destinos turísticos.

El rápido crecimiento del sector turismo en las últimas 4 décadas ha hecho de este rubro, una de la primera industria del mundo y de forma muy especial para los países como España, Francia, Italia, Estados Unidos, México y Brasil, entre otros; pero sin embargo, no ha habido hasta muy pocos años una planificación estratégica para plantear las mejores alternativas para dinamizar este rubro.

Por lo tanto, estos cambios generan nuevos riesgos y oportunidades y, por lo tanto, la búsqueda de rentabilidad por parte de las empresas, las cuales no pueden basarse exclusivamente en la rebaja de precios, como ocurría anteriormente. El éxito a largo

plazo de la empresa turística debe basarse en la mejora continua de las condiciones de competitividad, entendida esta como: “La capacidad de obtener beneficios y de mantenerlos en circunstancias cambiantes” (SGT, 1992).

Una transformación del turismo se está orientando a nuevas formas de organización y gestión para lograr una mayor efectividad y que lleven inmersos la calidad, flexibilidad, desarrollo integrado en su entorno, atención personalizada al cliente, innovación e integración diagonal.

El Salvador no es la excepción, es un país en el que anualmente se observa aproximadamente 1 millón 875 mil turistas entre los cuales buscan conocer el país de maneras distintas a como son las playas, los bosques, entre otros.

Existen muchas rutas turísticas en nuestro territorio y que de hecho son las encargadas de mostrar las distintas virtudes que podemos observar en El Salvador, las cuales se analizaran y son parte de nuestra investigación, ya que está conformada por los pueblos de Citalá, La Palma y San Ignacio. Dicha ruta es llamada “Ruta Fresca” y esta ubicada en el departamento de Chalatenango.

Esta ruta en la actualidad es visitada en viajes de día y en la cual difícilmente se llegan a conocer los tres pueblos; prácticamente la mayoría de la gente tiende a visitar solo un sitio olvidando lo que los otros dos pueblos puedan ofrecer como destinos turísticos.

Dos de estos pueblos también forman parte de otra ruta turística llamada “Ruta Artesanal” debido a sus florecientes cultivos y sus antiguas construcciones que ofrecen una variada historia.

Los climas frescos de estos pueblos hacen posible el crecimiento de varios tipos de hortalizas, que no son apreciables en ningún otro lugar de El Salvador, debido a que necesitan de un clima fresco durante el año para crecer.

Debido a lo mucho que se puede observar en cada uno de estos pueblos hacen que “La Ruta Fresca” sea demasiado extensa para turismo de día, lo cual obliga a la gente a realizar su viaje a un solo sitio turístico.

### *1.2 Planteamiento:*

¿Cuál es la propuesta de un paquete turístico para la “Ruta Fresca” en Chalatenango?

### *1.3 Objetivo General:*

- Identificar el potencial turístico de los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá, con el fin de crear el paquete turístico de la Ruta Fresca de Chalatenango.

### *1.4 Objetivo Específico:*

- Descubrir el potencial turístico de la Ruta Fresca de Chalatenango y sus distintas características a fin de determinar lo que estos pueblos puedan ofrecer como un todo.

- Describir por medio del FODA como está actualmente la Ruta Fresca de Chalatenango y así determinar cómo se puede ayudar al desarrollo del potencial turístico de esos pueblos.
- Proponer un paquete turístico basado en el potencial turístico de los 3 pueblos unidos.

### *1.5 Justificación:*

Hoy en día vemos que el turismo ya sea doméstico como el internacional, están cambiando su forma de evolucionar y cambiar y en la actualidad 3,4 billones de dólares es lo que aporta el turismo según datos del PIB a nivel mundial y es hoy por hoy unos de los principales motores del crecimiento en el mundo.

Las previsiones apuntan a que el turismo seguirá creciendo en los próximos años y su aportación a la economía ira ligada al crecimiento de la misma. También se provee que la aparición de cambios cualitativos que pueden no afectar a todas las aéreas por igual, ya que existen destinos emergentes con gran potencial turísticos que irán obteniendo mayor cuota con el paso del tiempo, solo para el 2020 se prevé que 1,602 millones de personas viajen.

Y como se dijo anteriormente, El Salvador también busca dinamizar este rubro. En la actualidad la “Ruta Fresca de Chalatenango” es solo una ruta con tres pueblos incluidos, pero no existe ningún paquete turístico que incluya los tres lugares, a pesar que estos lugares por si solos poseen varios atractivos para ser lugares de turismos, estos son vistos más que todo como viajes para conocer de un día.

Entre estos tres pueblos el más conocido es “La Palma”, haciendo que incluso en los medios publicitarios sea al que en la mayoría de las veces le dan publicidad.

Dadas las circunstancias, se planea en este trabajo llegar a una propuesta en la cual se logre formular un paquete turístico en el cual se tomen en cuenta los tres pueblos, para así dar a conocer más los sitios turísticos que conforman los lugares más altos en el país y que a su vez mantienen su frescura la mayor parte del año, haciendo de ellos un lugar agradable para visitar.

También cabe destacar la historia que ofrecen estos pueblos y el desarrollo artesanal que presentan haciendo que éstos formen parte de la “Ruta Artesanal” debido a sus artesanías talladas en madera que se fabrican en los diversos talleres de estos pueblos y que a su vez, forman una parte importante del crecimiento de los mismos.

Asimismo, estos pueblos están fuertemente desarrollados en su entorno natural aprovechando la variedad de su vegetación, fauna y la alta diversidad de orquídeas que se pueden observar en estos lugares.

Todo esto junto a las distintas actividades que se pueden encontrar en la zona como puede ser, las excursiones, los paseos en bicicleta, la oportunidad de escalar y de experimentar el canopy, entre otros.

Todas estas actividades ayudan a que se pueda experimentar y apreciar los distintos pueblos y hacer de ellos, lugares de gran potencial para realizar un paquete turístico en el cual se vean unificados estos tres pueblos.

Adicional a todo lo mencionado, aún hace falta explorar a mayor profundidad, cada región de estos pueblos en los cuales cada uno posee un mayor desarrollo tal es el caso de Citalá donde se puede apreciar un mayor conocimiento histórico de la ciudad, mientras que en San Ignacio y La Palma, poseen un mayor desarrollo para disfrutar de la mejor manera la naturaleza que estos poseen.

Estos pueblos poseen distintas situaciones que con un paquete turístico adecuado podría mejorar enormemente el turismo y la economía en estos pueblos.

### *1.6 Limitaciones*

Durante el tiempo de investigación se pretendió llevar a cabo entrevistas, con los representantes de las municipalidades, los cuales debido al poco tiempo del que poseían los Alcaldes, no se pudieron llevar a cabo. Esto junto a la corta duración de la investigación (24 de agosto hasta 20 de noviembre 2015) no fue de ayuda para programarla en un tiempo posterior donde los Alcaldes tuvieran el tiempo suficiente para conocer los planes que ellos poseen sobre el tema de la Ruta Fresca de Chalatenango.

La situación turística en los pueblos no ha sido próspera en el ámbito internacional debido a la temporada baja en la que se encuentra el país respecto al turismo provocando así, una mayor fluidez de turistas nacionales en el tiempo que se desarrolló el estudio.

Se visitó el CAT (Centro de Amigos del Turista), ubicado en el Municipio de La Palma, a fin de obtener información sobre los turistas que visitan la zona, habiendo manifestado persona de ese centro de trabajo, que debido a que la mayoría de turistas son nacionales,

no se tiene registro de los sitios turísticos que visitan ya que van directamente al lugar seleccionado; por otra parte, los hoteles y hostales, entre otros, no reportan al CAT, los visitantes que tienen y su estadía.

## Capítulo II Marco Teórico

### 2.1 Turismo

Según Walter Hunziker – KurtKrapf, 1942 dicen que “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamiento y permanencia no estén motivadas por una actividad lucrativa”.

Con lo anterior el turismo se puede decir que es todo viaje y estancia que realice una o varias personas para relajarse y divertirse fuera de su entorno habitual y que no tenga nada que ver por motivos de negocios.

#### 2.1.1 Historia del turismo

El turismo ha existido desde que empezó la historia de la humanidad, desde los primeros humanos nómadas que buscaban lugares donde poder habitar, hasta la actualidad donde la curiosidad y el interés hacia otras culturas motivan a la gente para viajar.

El turismo ha ido cambiando desde el inicio de los tiempos cada vez evolucionando para satisfacer las necesidades. A lo largo de la historia se pueden observar distintas etapas del turismo que iban cambiando en cada época de las cuales se encuentran:

- Época Griega

Donde se observaban los juegos olímpicos en honor al dios Zeus en Olimpia la cual se realizaba cada cuatro años. Duraba alrededor de cinco días, donde el primer y quinto día, se realizaban procesiones y sacrificios en honor a Zeus y

durante los tres días restantes, se realizaban distintas competencias donde solo participaban hombres.

También existían distintas fiestas las cuales se encontraban en el Calendario de Atenas, donde se observan desde fiestas religiosas, competencias y hasta sacrificios.

- Época del Imperio Romano

Caracterizada primeramente por motivos de expandir sus territorios y llevar su religión a lugares lejanos, también por viajes de descanso, los cuales en su mayoría eran realizados por emperadores o personas de alto estatus social y por sus fiestas hacia sus dioses. Durante esta época los romanos ya poseían itinerarios de viajes, prosperidad y paz en el interior de su imperio.

- Siglo XVI

Se caracteriza por la educación abierta a todos y por lo que se empieza a generar los centros vacacionales exclusivos para los estudiantes así como los viajes juveniles conocidos en aquel tiempo como “Grand Tour”.

- Siglo XVII

Durante este tiempo se empiezan a desarrollar varios centros turísticos termales, debido a sus aguas curativas que ayudaban en la salud y relajaban a sus huéspedes.

- Siglo XVIII

Se empiezan a hacer frecuentes los viajes a las playas y motivar a los pioneros de hotelerías y turismo a explotar estos lugares turísticos.

- Siglo XIX

Debido a la revolución industrial de este tiempo, se expanden los lugares donde disfrutar las vacaciones de los estudiantes como de empleados, haciendo que existan mayor demanda de hoteles, alojamientos y posadas. En esta época también nacen las agencias turísticas que eran mejor conocidas como intermediarios.

- Siglo XX

La necesidad de cada ser humano de convivir junto a otros, salud, religión, negocios, estudios, acontecimientos y la curiosidad de explorar lugares nuevos para experimentar lugares distintos a las ciudades contaminadas de estos tiempos hacen que el turismo exista en todos los países promocionando y expandiendo las riquezas que poseen cada uno y motivando a las sociedades a viajar a cada uno de estos.

El turismo ha ido cambiando en cada época a pesar que en un comienzo ni siquiera se consideraba turismo, simplemente eran viajes que se realizaban debido a las necesidades que se presentaban en cada época y que hoy en día se vuelve el anhelo de cada persona el viajar y experimentar cosas nuevas día a día.

(<http://html.rincondelvago.com/historia-del-turismo.html>)

### *2.1.2 Tipos de Turismo*

El turismo se puede dividir en:

- Turismo Emisor: es el turismo empleado por los turistas residentes en zonas fuera del territorio económico nacional.
- Turismo Receptor: es el turismo de los visitantes no residentes dentro del territorio económico nacional.

Dependiendo de la combinación de estos tipos de turismo, se pueden conseguir tres categorías más, las cuales son:

- Turismo internacional: compuesto tanto por el turismo receptor como del emisor
- Turismo nacional: es el turismo de los visitantes residentes dentro y fuera del territorio económico del país; incluye el turismo interno y el turismo emisor.
- Turismo interno: es el turismo de los visitantes tanto residentes como no residentes dentro del territorio económico del país.

Debido al interés de este trabajo nos enfocaremos y profundizaremos en el turismo interno de El Salvador.

Dentro del turismo interno también podemos definir distintas categorías de turismo las cuales son:

- Turismo Urbano: Esta forma de turismo consiste en visitas realizadas a centros urbanos de distintas dimensiones con el fin de conocer o revisar sus lugares de

interés, entre los cuales se pueden incluir: parques, museos, edificios de valor arquitectónico o histórico, comercios, restaurantes, etc.

- Turismo Cultural: consiste en dar a conocer aspectos de la cultura de los antiguos y/o actuales habitantes del lugar visitado, tales como: costumbres, arquitectura, manifestaciones artísticas, gastronomía, etc. Este se puede dar tanto en el medio urbano como rural.
- Turismo de “resort” o complejo turístico: es de las tendencias turísticas que más peso a ganado en los últimos tiempos, consiste en un complejo turístico en el cual ofrecen variedad de actividades sin necesidad de salir del lugar. Estos lugares suelen estar ubicados en zonas de abundante vegetación frente al mar.
- Turismo de Naturaleza: Se caracteriza por promover actividades relacionadas con la naturaleza pura en atractivos paisajes naturales poco intervenidos, preferiblemente en áreas protegidas. Las actividades que se pueden realizar van desde observación de la flora y fauna hasta el turismo de aventura.
- Turismo de Aventura: este turismo corresponde a “actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física, en ocasiones entrañan verdadero riesgo”. Es considerado como una forma de turismo activo, la cual presenta cierto riesgo si la comuna donde se encuentra no velan por un uso sostenible de los recursos naturales.
- Ecoturismo: es una forma de turismo especializado en la naturaleza, centrado en actividades a pequeña escala, con excursiones a zonas naturales; puede incluir visitas a lugares de interés cultural tradicional.

- Agroturismo: Es cuando se realiza turismo en explotaciones agrarias que complementan sus ingresos con alguna forma de turismo, facilitando por lo general, alojamiento, comidas y oportunidad de familiarizarse con trabajos agropecuarios.
- Turismo de Pueblos: esta forma de turismo consiste en que los turistas que residen en pueblos o cerca de ellos se familiaricen con las formas de vida tradicional de la población. El pueblo puede servir también de base para que los turistas exploren la zona colindante.
- Turismo de Camping: esta forma de turismo hace referencia a aquellas zonas de camping para uso de turistas que viajan por la zona o permanecen en ella.
- Turismo Gastronómico: para ser preciso, es considerado como excursionismo gastronómico, ya que por lo general cuando lo motivante es alguna especialidad culinaria, los viajes duran menos a un día. El turismo gastronómico consiste en visitas que se hacen a lugares urbanos o rurales motivadas por el deseo de consumir alguna especialidad de la cocina local.

## *2.2 Empresas de Servicio Turístico*

Para facilitar los viajes de los turistas cada vez se van creando más empresas turísticas, las cuales se encargan de brindar a estos los servicios que requieran en sus viajes.

Entre las empresas turísticas podemos ver las que se encargan de producir bienes y servicios y las encargadas de distribuirlos.

Entre las encargadas de producir podemos observar:

- Empresas de alojamiento
- Empresas de servicio de restaurante

### *2.2.1 Empresa de Alojamiento*

Son empresas que prestan servicios de hospedaje a cambio de prestaciones económicas.

Entre estas podemos observar los hoteles que pueden ser desde cuatro hasta una estrella y las pensiones que van desde tres hasta una estrella. Estas estrellas representan el nivel de servicio y comodidad de los alojamientos, estas estrellas suelen ser doradas para los hoteles y plateadas para las pensiones.

#### *2.2.1.1 Hoteles*

Son establecimiento que comúnmente cuentan desde uno hasta varios edificios para brindar servicio a grandes cantidades de personas, entre los servicios que ofrecen se encuentran: alojamiento, alimentación, piscinas múltiples, servicios de relajación. También estos lugares suelen ofrecer servicios de eventos.

#### *2.2.1.2 Pensiones*

Al igual que los hoteles prestan servicios de alojamiento, a diferencia de los hoteles, estos establecimientos suelen ser más pequeños y poseen menor capacidad de alojamiento que los hoteles, así como también presentan menor cantidad de servicios en comparación a los hoteles.

### *2.2.2 Empresas de Servicio de Restaurante*

Son establecimientos que disponen de cocina y comedor. En estos establecimientos su fin es ofrecer el servicio de alimentación a las personas.

Estos establecimientos se clasifican entre:

- Restaurantes
- Cafeterías
- Bar

#### *2.2.2.1 Restaurantes*

El tipo de servicio en este establecimiento depende del tipo de alimento que se preparen. Comúnmente cuentan con variedad de platillos, pero existen restaurantes que se especializan en un tipo de alimento, ya sea en carne roja, mariscos o aves. Estos establecimientos suelen ser frecuentados por grupos familiares para disfrutar un tiempo.

#### *2.2.2.2 Cafeterías*

Estos establecimientos tienden a poseer únicamente cocina y una barra donde comer. El tipo de alimento que se suelen servir son alimentos fríos que no necesitan mucho tiempo de preparación. Suelen ser visitados en su mayoría por empleados y diversas personas cuyo fin, es no ocupar mucho tiempo.

### *2.2.2.3 Bar*

Establecimiento cuyos alimentos suelen ser en su mayoría acompañamientos y que su fin es disfrutarlos junto a diversas bebidas en su mayoría alcohólicas. Suele constar al igual que las cafeterías con una cocina y barra, pero suelen haber bares con comedores donde puedan estar grupos de personas. La mayoría de su clientela suelen ser gente mayor de edad.

Entre las encargadas de distribuir se encuentran:

- Agencia de viajes
- Tour Operadoras

### *2.2.3 Agencia de Viajes*

Estos sitios sirven de intermediarios para la organización y planeación de proyectos turísticos, entre los clientes y los proveedores. Entre las agencias de viajes se pueden encontrar aquellas que proveen paquetes turísticos de nivel local, nacional e internacional. Suelen ofrecer sus servicios hacia empresas que están afiliadas a ellos.

En estos sitios se puede conseguir desde la compra de boletos de avión, tren, barcos; paquetes turísticos, hasta hospedajes en hoteles.

### *2.2.4 Tour Operadoras*

Al igual que las agencias de viajes tienen como fin ser intermediarias entre el mayorista que vende hacia el cliente final. La principal característica es de proveer un servicio

basado en la facilitación y contemplación de los recursos y atractivos turísticos en la estadía del destino. Estos productos tienden a ser excursiones o tours.

Estos funcionan como representantes de las agencias emisoras en los mercados ante los usuarios de servicio en zonas geográficas y se encargan de gestionar sus peticiones.

Comúnmente en cada país se suelen observar varios pueblos o ciudades que están ubicados entre estas categorías de turismo al punto de realizar viajes que agrupen estas zonas similares. Estas agrupaciones se pueden clasificar como:

- Tours: es un viaje o excursión que cuenta con un plan previamente realizado por una agencia o empresa de turismo.
- Circuito: Un circuito turístico, es un paquete organizado con traslados, hotel, régimen de comidas, y excursiones, pueden abarcar varios países o puntos dentro de un país.
- Ruta: es un viaje en el cual su punto de salida no es el mismo que el de llegada y enlaza varios lugares que poseen algo en común para fortalecer entre ellos.

(<http://es.scribd.com/doc/86214015/TIPOS-DE-EMPRESAS-TURISTICAS#logout>)

### *2.3 Rutas turísticas en El Salvador*

En la actualidad en El Salvador existen seis rutas turísticas las cuales son:

- Ruta de las Flores: esta ruta comprende los pueblos de Nahuizalco, Salcoatitan, Juayúa, Apaneca, y Concepción de Ataco. Es un recorrido que busca mezclar las

tradiciones e historia de cada uno de ellos y que poseen un hermoso paisaje entre pueblos.

- Ruta Artesanal: Esta ruta parte desde San Salvador hasta la zona más alta del país que se encuentra en el cerro El Pital a 2730 m.s.m. En este recorrido se busca mostrar al turista las zonas arqueológicas del país, así también, llevarle a aquellos pueblos que están mayor desarrollado en las artesanías e historia. Esta ruta es buena para practicar el agroturismo y ecoturismo. A Esta ruta también se le conoce como Ruta Paraíso Artesanal.
- Ruta de las Mil Cumbres: esta ruta empieza desde la zona costera oriental de El Salvador hasta la cumbre de la Sierra Tecapa. Su mayor atractivo se encuentran en el bosque Chahuantique en el cual se puede observar en el hábitat al mono araña.
- Ruta Arqueológica: esta ruta lleva al turista por todos los sitios arqueológicos de El Salvador, que forman parte del mundo maya.
- Ruta Sol y Playa: Ruta dirigida a lo largo de la zona costera de El Salvador el cual abarca 300 km de playa, en el cual se puede encontrar arrecifes rocosos, arenas doradas, grises y negra en playas de origen volcánico. Entre sus playas se pueden encontrar dos que se encuentran entre las mejores del mundo para practicar el surf las cuales son el Sunzal y playa La Paz.
- Ruta de Paz: se llama de esta manera por la tranquilidad actual que se observa en los habitantes del departamento de Morazán. En esta ruta se puede observar entre su naturaleza, ríos de agua pura, cascadas y cuenta con sitios de camping.

(<http://elsalvadoreshermoso.com/2009/12/rutas-turisticas-de-el-salvador.html>)

## *2.4 Ruta Fresca*

En la actualidad existe una ruta más en El Salvador la cual se conoce como Ruta Fresca. El nombre de esta ruta es debido a que los pueblos que la conforman se caracteriza por estar ubicados en la zona más alta del país, haciendo que el clima que se siente en esos lugares permanezca fresco la mayor parte del año. Esta ruta está ubicada en el departamento de Chalatenango y consta de los pueblos de:

- La Palma
- San Ignacio
- Citalá

(<http://elsalvadoreshermoso.com/2011/07/ruta-fresca-la-ruta-mas-alta-al-norte-de-el-salvador.html>)

### *2.4.1 La Palma*

Este municipio tiene una superficie de 131 km cuadrados posee una población aproximada de 24,000 habitantes se encuentra a 920 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra ubicada a 84 km. De San Salvador y esta delimitada al norte por Citalá y San Ignacio, al noreste por la república de Honduras, al este por San Fernando, al sureste por la Reina, al Sur por Agua Caliente, al Sur este por Agua Caliente y al este por Metapán y el municipio está dividido en 8 cantones y 87 caseríos en el área rural y 6 barrios en el área urbana.

El 1 de julio de 1956, se estimó la población de La Palma en 5,337 habitantes, 2,780 masculinos y 2,957 femeninos. En 2006 se calculó una población de 24,000 habitantes en las áreas urbanas y rurales

En 1815 era conocida como Dulce Nombre de La Palma y se dice que en aquella época antes de la independencia era una aldea de muy pocos habitantes y que eran domiciliarios con los de San Ignacio y Citalá.

El pueblo de La Palma jugó un papel histórico en la solución de la guerra civil en El Salvador. Desde 1980 el municipio fue plataforma del trabajo ideológico de la guerrilla y posteriormente sirvió como escenario de combate entre los insurgentes y el ejército.

El 15 de octubre de 1984 el Presidente José Napoleón Duarte y los líderes del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional tuvieron el primer encuentro, iniciando los diálogos que culminarían con los Acuerdos de Paz; dicho encuentro, fue realizado frente a su Iglesia Parroquia Dulce Nombre de María, que fue construida en 1956 y debido a este acontecimiento a la ciudad se le conoce como “Cuna de la Paz”.

Sus fiestas patronales son celebradas del 10 al 18 de febrero en honor al Dulce Nombre de María.

La economía de La Palma se basa principalmente en las artesanías; el 70% de la población vive de las artesanías y el turismo, y el otro 30% de la agricultura, dedicándose al cultivo de hortalizas, maíz, frijol y café.

En la década de 1970, Fernando Llorc se radicó en el municipio, desarrollando una industria artesanal que se constituye en el principal generador de empleo local. El *estilo palmeño* que implantó, se caracteriza fundamentalmente por usar como materia prima la semilla de copinol, decorada con pintura brillante y dibujos abstractos, con motivos de la vida cotidiana. Además, algunos artesanos han variado la técnica e incluido artesanías de otro tipo.

Existen alrededor de 100 talleres de artesanías en la localidad, la mitad de los cuales se dedican mayoritariamente a la exportación. El crecimiento de la exportación artesanal en el municipio no corresponde a la tendencia nacional, estando muy por encima del resto de municipios del país.

Forma parte de los pueblos más visitados en el departamento de Chalatenango, debido a que las paredes de sus casas están pintadas como las artesanías que fabrican en él. El pueblo es de los lugares más frescos en El Salvador con una temperatura promedio de 12°C. Además junto a sus inmensos bosques La Palma permite experimentar a los turistas un encuentro junto a la naturaleza la cual parece nunca acabar al adentrarse en los bosques que el pueblo tiene.

Existen varios hoteles permitiendo que así los turistas puedan salir a conocer el lugar.

Entre los lugares a conocer en la palma se encuentran:

- Miramundo: es un cerro dentro del bosque desde donde se puede observar el territorio nacional.

([https://es.wikipedia.org/wiki/La\\_Palma\\_\(El\\_Salvador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/La_Palma_(El_Salvador)))

En anexo No.1 se detalla los Centros Turísticos existentes en el municipio de La Palma.

#### *2.4.2 San Ignacio*

Está ubicado en el departamento de Chalatenango, a una distancia de 92 kilómetros desde San Salvador, tomando la carretera Troncal del Norte, y a 8 kilómetros de la frontera con Honduras, conocida como "El Poy". San Ignacio se encuentra limitado al noroeste por Citalá y al suroeste por La Palma, se encuentra a 1,010 metros sobre el nivel del mar y en el municipio se encuentra el Cerro El Pital, la montaña más alta del país con 2,730 m.s.m. Posee una extensión de 69.15 kilómetros cuadrados y un aproximado de 8,611 habitantes.

San Ignacio fue fundado en el siglo XVIII por familias emigrantes de Citalá, posterior a esto los ranchos de paja y de palma se fueron multiplicando y una de las chozas llegó a albergar la imagen de San Ignacio de Loyola el cual es el patrono de la localidad y cuya fiesta se celebra del 23 al 31 de julio de cada año.

Por esto en la actualidad se pueden observar casas de distintos estilos que van desde adobe, bahareque, mixto y algunas con estilos modernos, en el centro de su ciudad se pueden abordar transportes hacia sus montañas.

Este pueblo se encuentra a 8 km de la Palma, posee varios hoteles y presta a su vez varias actividades agroturísticas las cuales no fueran posibles si no fuera por su clima

fresco que se encuentra presente debido a la altura del lugar con respecto al nivel del mar.

Los climas frescos que hay en este pueblo hacen posible el crecimiento de varios tipos de hortalizas que no se pueden cosechar en ningún otro lugar de El Salvador debido a que necesitan de un clima fresco durante el año para crecer.

Dentro del pueblo también se pueden apreciar varios talleres donde preparan artesanías a base de madera y a su vez locales que preparan platos típicos de la zona, basados en los distintos cultivos que crecen debido al ambiente fresco que les rodea.

En San Ignacio existen distintos lugares para conocer la naturaleza pero debido a la gran extensión que poseen también forman parte del municipio de La Palma.

Además de ello en San Ignacio también se encuentra

- Las Pilas: aquí se encuentra parte del bosque nebuloso junto a una extensión de cultivos del municipio de La Palma.
- El Pital: es una montaña que se encuentra en el centro del bosque nebuloso y es el punto más alto de El Salvador.
- “El Peñón de Cayaguanca” este sitio se encuentra al límite de la frontera y que forma parte tanto de Honduras como de El Salvador y que a su vez, debido a la elevación que esta tiene permite observar el paisaje de ambos países. En semana santa los habitantes y visitantes de la zona acostumbrar subir al peñón y acampar ahí durante una noche.

*([https://es.wikipedia.org/wiki/San\\_Ignacio\\_\(El\\_Salvador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/San_Ignacio_(El_Salvador)))*

En anexo No. 2 se detalla los Centros Turísticos que posee el municipio de San Ignacio.

### *2.4.3 Citalá*

Situada a 718 m.s.m. colinda al este con San Ignacio y al suroeste por La Palma, pueblos que también pertenecen a la Ruta Artesanal. El río Lempa pasa cerca del pueblo.

El clima de Citalá es cálido, las elevaciones orográficas más importantes son los cerros: Los Papeles, San Silvestre, Piedra Menuda, Chaparro, El Chaparon, El Chivo, Cayaguanca, Copete, Gómez, La Piedrota y El Cuje, otros rasgos orográficos son las montañas: Montecristo, El Ocotillo, La Llorona y El Llano de la Virgen; cuenta con una población de 3,500 habitantes y su área de extensión es de 79.36 Km cuadrados.

Este es el pueblo más al norte del país junto a la frontera El Poy. El nombre de Citalá también es conocido como “Rio de Estrellas” debido a que cerca del pueblo es donde entra el Rio lempa al país y circula cerca del pueblo.

En el pueblo se pueden apreciar las distintas artesanías que se producen, a su vez se destaca por poseer una de las joyas arquitectónicas más antiguas del país como lo es “La Iglesia del Pilar”, la cual fue construida por un estilo neoclásico en 1804 y que en su interior se encuentran imágenes y documentos parroquiales que datan del siglo XVIII.

Este municipio posee un origen antiguo y se dice que en ese lugar estuvieron establecidos los mayas-chortis y toltecas desde antes del siglo X, durante el siglo XVIII su mayor producción agraria correspondía al azúcar y en ese mismo siglo se conocía como San Francisco Citalá y pertenecía al territorio de Tejutla.

En esta zona se observa mucho movimiento cada día, debido al comercio que se genera al estar ubicado junto a la frontera con Honduras observándose así una mezcla de culturas de ambos países.

Las fiestas patronales son celebradas entre el tres y cuatro de octubre y en honor a la Virgen de La Concepción celebrada cada ocho de diciembre.

Por otro lado, la población trabaja en las tierras sembrando frijol y maicillo y fabricando lácteos, pero también hay muchas familias que viven de las remesas que llegan de los Estados Unidos. Tiene una población estimada de 4,270 habitantes para el año 2013.

Citalá, es una población con alto fervor religioso y dedicado al trabajo, los pobladores de esta Villa viven en un ambiente de tranquilidad.

Es verdaderamente raro encontrar cualidades como las que reúne, donde el turista rápidamente se familiariza, por el ambiente de hermandad y hospitalidad que brindan todos los Citaltecos, lo cual para todos nosotros es un orgullo contar con estos grandes dotes que nos coloca en un plan halagador.

(<http://elsalvadoreshermoso.com/2010/08/citala-chalatenango-ruta-artesanal.html>)

En anexo No. 3 se detallan los Centros Turísticos que posee el municipio de Citalá.

## *2.5 Paquete Turístico*

Un paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

### Características de un Paquete Turístico

Según la ley de viajes combinados, se entiende como paquete turístico a la combinación: previa de por lo menos los siguientes servicios:

- Transporte
- Alojamiento
- Otros servicios turísticos (diversiones)

Esto ocurre siempre y cuando dicha prestación pase las 24 horas o incluya una noche de estancia.

### Componentes de un Paquete Turístico:

Atractivos: son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro.

Constituyen la materia prima en la cual el núcleo se organiza.

Facilidades: son un complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.

Accesos: son indispensables para que el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.

Herencia cultural de un pueblo: es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc. Es una importante motivación para los turistas.

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

Demanda: Comprender las necesidades de los consumidores, y la identificación de los grupos homogéneos de un producto turístico.

Oferta: evaluar los componentes del producto turístico e identificar al conjunto de elementos que sean que sean ofrecidos a la clientela de un destino.

(<https://www.clubensayos.com/Negocios/Definicion-De-Paquete-Tur%C3%ADstico-Y-Caracter%C3%ADsticas/152866.html>)

## 2.6 FODA

FODA es una sigla que significa Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Es el análisis de variables controlables (las debilidades y fortalezas que son internas de la organización y por lo tanto se puede actuar sobre ellas con mayor facilidad), y de variables no controlables (las oportunidades y amenazas las presenta el contexto y la

mayor acción que podemos tomar con respecto a ellas es preverlas y actuar a nuestra conveniencia).

En tal sentido, el FODA lo podemos definir como una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos a la empresa y por tanto controlables, tales como fortaleza y debilidades, además de factores externos a la misma y por tanto no controlables, tales como oportunidad y amenazas.

Para una mejor comprensión de dicha herramienta estratégica, definiremos las siglas de la siguiente manera:

- **Fortaleza:** Son todos aquellos elementos positivos que me diferencian de la competencia
- **Debilidades:** Son los problemas presentes que una vez identificado y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.
- **Oportunidades:** Son situaciones positivas que se generan en el medio y que están disponibles para todas las empresas, que se convertirán en oportunidades de mercado para la empresa cuando ésta las identifique y las aproveche en función de sus fortalezas.
- **Amenazas:** Son situaciones o hechos externos a la empresa o institución y que pueden llegar a ser negativos para la misma.

El análisis de esta herramienta, consiste en evaluar las Fortalezas y Debilidades que están relacionadas con el ambiente interno (recursos humanos, técnicos, financieros,

tecnológicos, etcétera) y Oportunidades y Amenazas que se refieren al entorno externo (Microambiente: Proveedores, competidores, los canales de distribución, los consumidores) (Macroambiente: economía, ecología, demografía, etcétera) de la empresa.

La importancia en la realización de este análisis, consiste en poder determinar de forma objetiva, en que aspectos la empresa o institución tiene ventajas respecto de su competencia y en qué aspectos necesita mejorar para poder ser competitiva

Las áreas funcionales de todas las organizaciones tienen fuerzas y debilidades. Ninguna empresa o institución tiene las mismas fuerzas o debilidades en todas sus áreas. Las fuerzas y debilidades internas, sumadas a las oportunidades y amenazas externas, así como un enunciado claro de la misión, son las bases para establecer objetivos y estrategias.

Los objetivos y las estrategias se establecen con la intención de capitalizar las fuerzas internas y de superar las debilidades

En tal sentido, el análisis FODA es una herramienta que se utiliza para comprender la situación actual de una empresa u organización. El objetivo de esta herramienta es ayudarlo a diagnosticar para, en función de ello, poder pronosticar y decidir.

El FODA Interactivo constituye una herramienta útil para potenciar los puntos fuertes de un determinado negocio y neutralizar los débiles, así como para aprovechar eficazmente las oportunidades que el entorno le brinda y esquivar hábilmente las amenazas que se

presenten. Para eso es importante aprender a mirar, y ésta es la gran ayuda que le proporciona el FODA Interactivo

Con el FODA se podrá detectar:

- Las Fortalezas de su empresa: los recursos y las destrezas que ha adquirido su empresa; aquello en lo que tiene una posición más consistente que la competencia.
- Las Oportunidades en el entorno: variables que están a la vista de todos pero que, si no son reconocidas a tiempo, significan la pérdida de una ventaja competitiva.
- Las Debilidades de su empresa: aquellos factores en los que se encuentra en una posición desfavorable respecto de sus competidores.
- Las Amenazas en el entorno: variables que ponen a prueba la supervivencia de su empresa y que, reconocidas a tiempo, pueden esquivarse o ser convertidas en oportunidades

¿Cuál es el objetivo del FODA interactivo?

El objetivo del FODA Interactivo es ayudarlo a diagnosticar para, en función de ello, poder pronosticar y decidir sobre diferentes cuestiones que le servirán como herramienta para percibir qué condiciones actuales del entorno constituyen para su empresa una amenaza y cuáles una oportunidad. Además, en el plano interno, podrá determinar las fortalezas y debilidades de su empresa frente a sus competidores.

## Técnica FODA

La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades (aprovechadas y no aprovechadas) y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo.

	Positivos	Negativos
Internos	Fortalezas	Debilidades
Externos	Oportunidades	Amenazas

(<http://html.rincondelvago.com/analisis-foda.html>)

## Capítulo III Metodología

### *3.1 Tipo de Investigación*

Para la recopilación de información relacionada con el trabajo se llevó a cabo una investigación aleatoria simple que permitiera conocer más a fondo el problema y las bondades que se presentan en la incorporación de los pueblos de Cítala, San Ignacio y La Palma al momento de conformar el paquete turístico “Ruta Fresca de Chalatenango”.

Para la recopilación de datos se optó por realizar una encuesta para así tomar en cuenta las distintas características que comúnmente influyen en los turistas a la hora de impartir un viaje y como las clasifican a la hora que ellos deciden viajar.

El análisis de datos se realizó de manera cuantitativa ya que por medio de la cantidad de respuestas similares que se obtuvieron se elaboraron las conclusiones con las que se determinó la situación para la mayoría de las personas que podrían estar interesadas en el paquete turístico.

### *3.2 Población y Muestra*

La población a la cual se dirigió la encuesta son:

- Turistas: tanto nacionales como extranjeros siendo el sujeto potencial al cual va dirigido el paquete, los cuales pueden brindar la información más esencial sobre los problemas; así como, los beneficios e intereses en el viaje, siendo estos a los que más se buscó preguntar

Para conocer el tamaño de la muestra a entrevistar para la recaudación se usó la formula siguiente:

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

Dónde:

“n” es el tamaño de la muestra buscada

“N” es el tamaño total del espacio o región a entrevistar

“Z” es la desviación del valor medio que se llega a aceptar para un nivel de confianza

“e” es el margen de error máximo.

“P” proporción de aceptación que se desea obtener.

Para efectuar el cálculo se optó por llevar a un caso en el cual el valor “P” fuera de 0.8 indicando así que esperamos obtener buenos resultados y que estos proporcionen información que en el análisis pueda ser positivo para preparar de la mejor forma el paquete. También se asume un nivel de confianza del 95% haciendo que el valor “Z” sea de 1.96. El margen de error máximo en este tipo de encuestas no debe exceder el 5% y el tamaño total del espacio muestra es de 106,028. (CORSATUR, 2015)

Con ello se llegó a la conclusión de que el tamaño de la muestra a entrevistar es de 253 sujetos.

### *3.3 Técnicas e Instrumentos*

La investigación se llevó a cabo mediante la técnica de encuestas y cuyo instrumento de utilización que ocupamos fue el cuestionario, el cual se elaboró a base de preguntas enfocadas en las características más importantes a considerar en los viajes y se formularon como preguntas cerradas, semi-cerradas y abiertas para lograr indagar sobre lo que podría sentir el encuestado acerca de las dudas que se tiene sobre el paquete turístico a proponer.

### *3.4 Procedimiento*

Una vez obtenido el cuestionario se procedió a realizar las encuestas en los pueblos de La Palma, San Ignacio y Citalá, donde se escogieron personas al azar y en su mayoría turistas que se encontraran en la zona, a fin de conocer sus opiniones sobre el paquete turístico a proponer.

Una vez obtenida la información se procedió a ordenarla para facilitar el análisis y lograr plantear las conclusiones del estudio.

### *3.5 Estrategia de Análisis*

Para realizar el análisis se recopiló la información de cada pregunta en forma tabular, y se organizó la información con sus debidas respuestas; se observó cuáles de ellas podrían ser mejor explotadas a la hora de elaborar el paquete turístico.

Una vez se llegó a depurar las características más influyentes respecto al paquete turístico se procedió a comparar entre ellas a modo de obtener el factor predominante y

que será la base para organizar el paquete turístico, alrededor de esta actividad y considerar que podría ser lo más llamativo durante el viaje.

## **Capítulo IV Análisis de resultados**

### *4.1 Encuesta*

Se realizó la encuesta para ver el conocimiento de los turistas sobre los pueblos que conforman la Ruta Fresca de Chalatenango e identificar aquellas zonas atractivas para ellos. La muestra que se tomó fue de 253 personas y el cuestionario que se utilizó fue el que se muestra en la página siguiente.

#### 4.1.1 Cuestionario

**Universidad Tecnológica  
de El Salvador**



Soy estudiante de la carrera Técnico en Administración de Empresas Turísticas y estoy realizando la siguiente encuesta para indagar acerca de: “El conocimiento que tienen sobre los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá”

1. Género:

Masculino \_\_\_\_\_

Femenino \_\_\_\_\_

2. Edad:

• 18 años a 25 años \_\_\_\_\_

• 36 años a 45 años \_\_\_\_\_

• 26 años a 35 años \_\_\_\_\_

• 46 años en adelante \_\_\_\_\_

3. Lugar de procedencia:

Nacional \_\_\_\_\_ Extranjero \_\_\_\_\_

4. Nivel Académico:

• Primaria \_\_\_\_\_

• Secundaria \_\_\_\_\_

• Bachiller \_\_\_\_\_

• Universitario \_\_\_\_\_

• Otros \_\_\_\_\_

5. Ocupación: \_\_\_\_\_

6. Que busca usted en un viaje turístico

Diversión \_\_\_\_\_ Relajamiento \_\_\_\_\_ Conocimientos \_\_\_\_\_

Experimentar cosas nuevas \_\_\_\_\_ Explorar la vegetación \_\_\_\_\_

7. Cuando realiza un viaje lo hace

En familia \_\_\_\_\_ Solo \_\_\_\_\_

8. Conoce o ha visitado alguna vez estos municipios?

La Palma \_\_\_\_\_ San Ignacio \_\_\_\_\_ Citalá \_\_\_\_\_ Todos \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál municipio considera que es reconocido turísticamente?

La Palma \_\_\_\_\_ San Ignacio \_\_\_\_\_ Citalá \_\_\_\_\_ Todos \_\_\_\_\_

10. ¿Usted sabe que lugares turísticos posee el municipio?

La Palma \_\_\_\_\_

San Ignacio \_\_\_\_\_

Citalá \_\_\_\_\_

11. De las opciones de la pregunta anterior ¿Cuál lugar recomendaría a un visitante?

\_\_\_\_\_ ¿Porque? \_\_\_\_\_

12. Si hubiera un paquete turístico que involucre los pueblos de La Palma, San Ignacio y Citalá con alimentación y alojamiento incluido estaría dispuesto a comprarlo.

Si \_\_\_ No \_\_\_ ¿Porque? \_\_\_\_\_

13. En que rango de precio en dólares estaría dispuesto a pagar por dicho paquete  
50-100 \_\_\_\_\_ 100-150 \_\_\_\_\_ 150-200 \_\_\_\_\_

14. ¿Cree usted que la Alcaldía municipal de los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá está realizando una buena participación en pro del desarrollo turístico del municipio?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

15. ¿Cree que el municipio de La Palma, Citalá y San Ignacio está teniendo una adecuada promoción a nivel nacional? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

16. ¿Sabe usted si los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá han participado en la feria de Pueblos Vivos? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

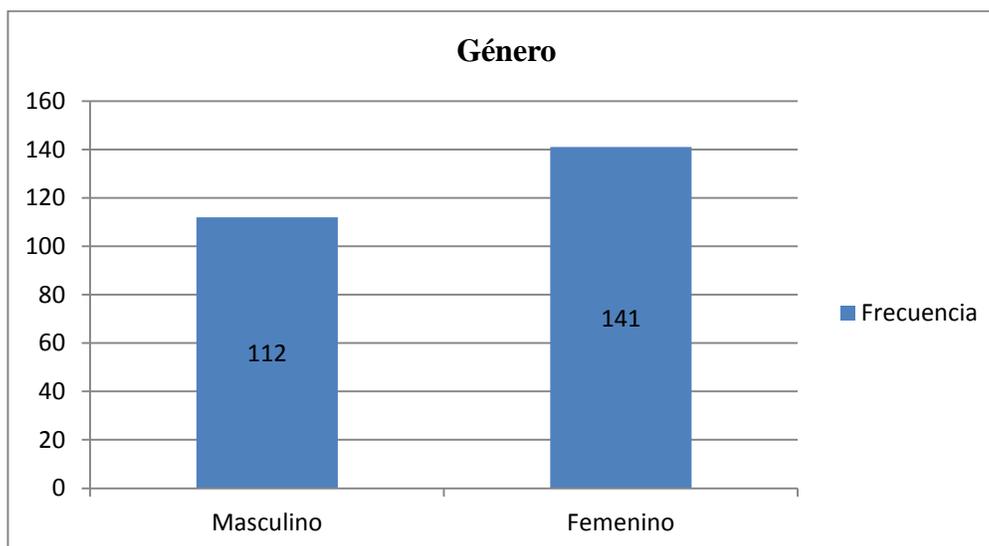
17. ¿Considera que la inseguridad es un problema que afecta al turismo del municipio en esos municipios? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

#### 4.1.2 Tabulación de Encuestas

##### Pregunta 1: Género

Objetivo: tener un balance de respuesta entre ambos géneros para llegar a una equivalencia de lo que gusta a ambos sujetos de análisis.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	112	44
Femenino	141	56
Total	253	100

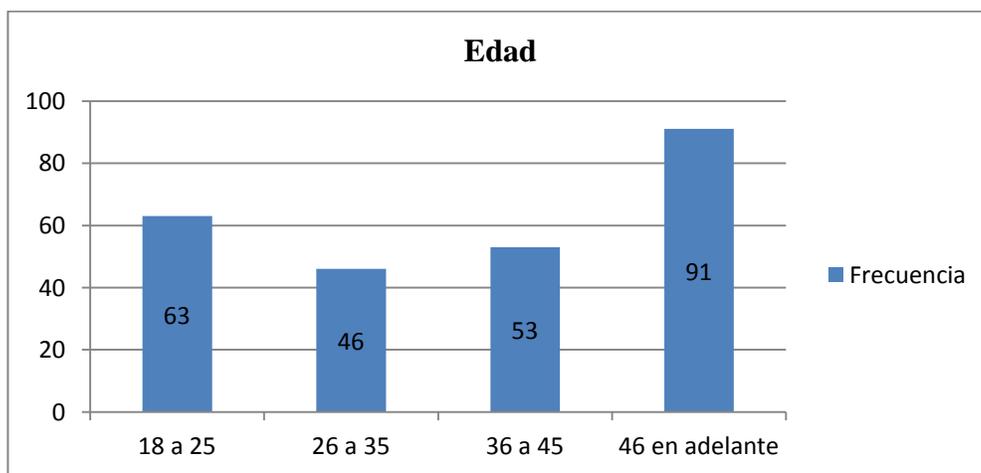


Análisis: 141 personas de las entrevistadas eran mujeres; mientras que los 112 restantes eran hombres.

## Pregunta 2: Edad

Objetivo: Tener un modo de distribución de los sujetos a investigar al momento de analizar las respuestas de cada uno.

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25	63	25
26 a 35	46	18
36 a 45	53	21
46 en adelante	91	36
Total	253	100

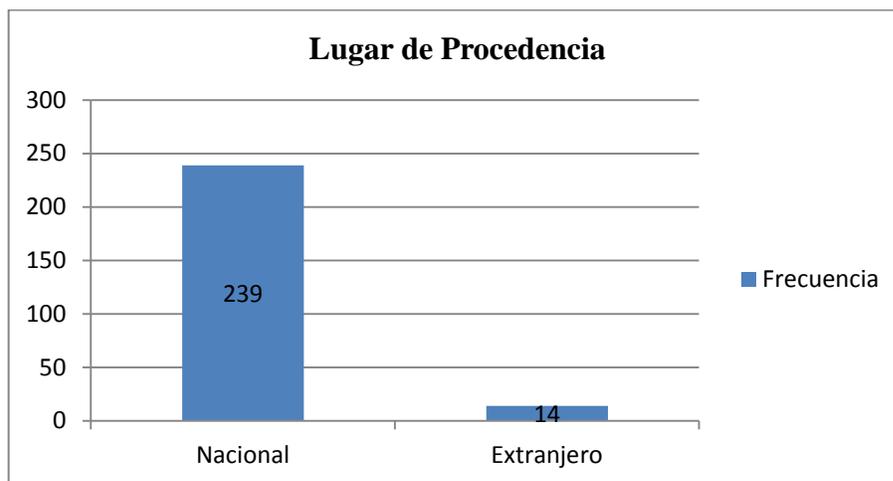


Análisis: La mayoría de los sujetos entrevistados fueron de los de 46 años en adelante, siguiéndole los de 18 a 25 años con 63 sujetos, posterior a esos se encuentran los de 36 a 45 años y por último los de 26 a 35 años.

### Pregunta 3: Lugar de Procedencia

Objetivo: Conocer más sobre el tipo de turista que se puede observar con mayor frecuencia en el país.

Lugar de procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	239	94
Extranjero	14	6
Total	253	100

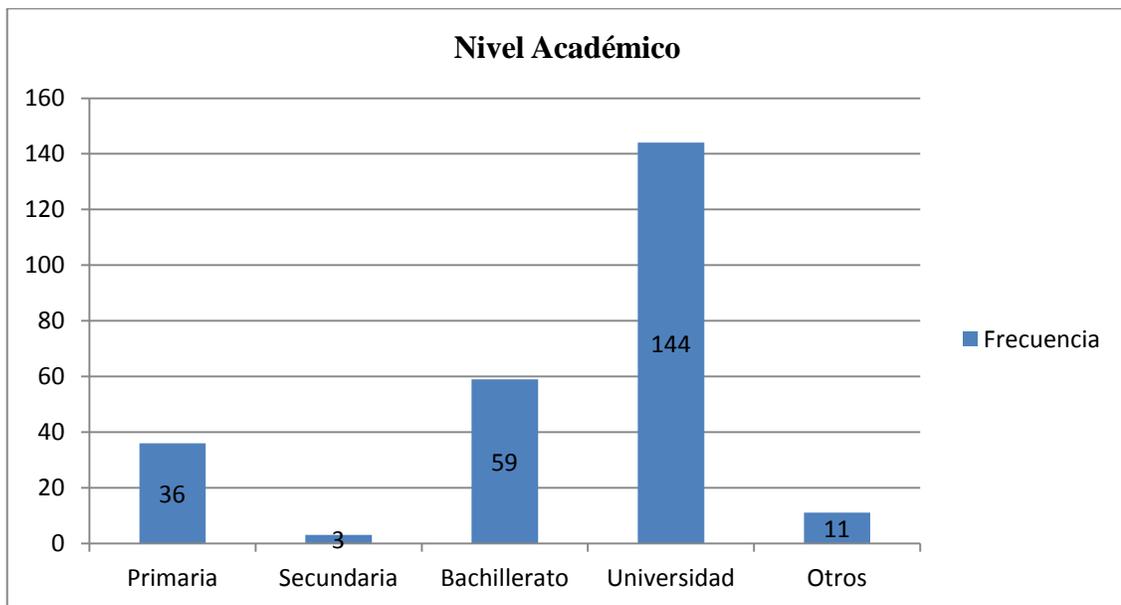


Análisis: El turista más influyente en los alrededores de los lugares de estudios era casi en su totalidad nacional con 239 sujetos, esto debido a que al momento de pasar esta encuesta la época esta clasificada como temporada baja y con escasos turistas extranjeros.

#### Pregunta 4: Nivel Académico

Objetivo: Saber el nivel de conocimiento que poseen los sujetos de estudio que colaboraron en las encuestas.

Nivel Académico	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	36	14
Secundaria	3	2
Bachillerato	59	23
Universidad	144	56
Otros	11	5
Total	253	100



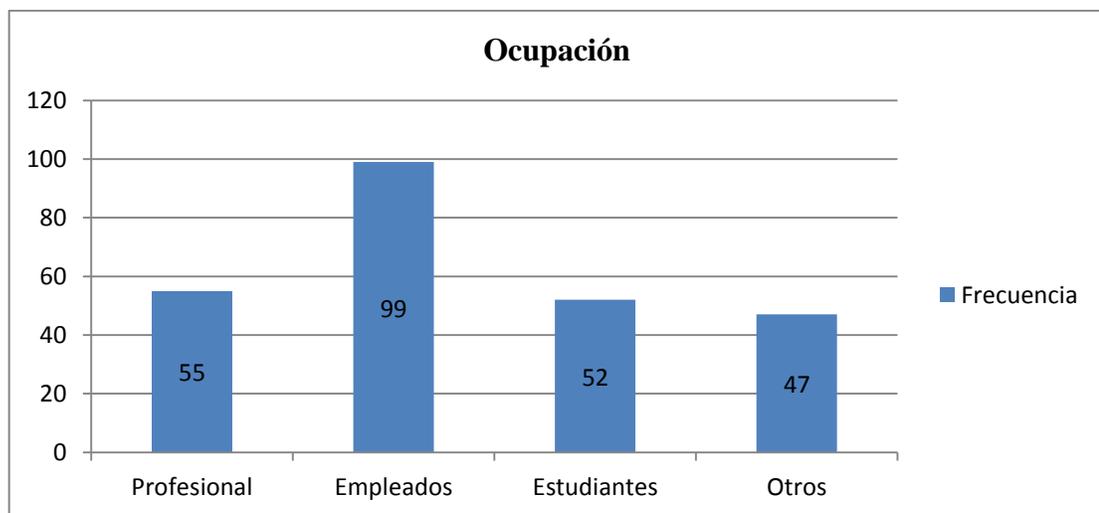
*Continúa en la siguiente página.*

Análisis: La mayoría de personas se encuentra cursando o ya poseen un nivel de estudio universitario siendo estos 144 sujetos, posterior a eso se pueden observar 59 bachilleres y 39 sujetos que presentan un nivel académico de primaria y por ultimo 14 sujetos que presentan niveles entre secundario y algún otro tipo de estudio.

### Pregunta 5: Ocupación

Objetivo: Saber sobre la actividad en la que se desarrolla diariamente las personas que se sometieron a la encuesta; así como también, ver la tendencia de aquellos que tienen la facilidad de viajar más frecuente con dinero propio y aquellos que dependen aún de alguna otra persona.

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	55	22
Empleados	99	40
Estudiantes	52	20
Otros	47	18
Total	253	100



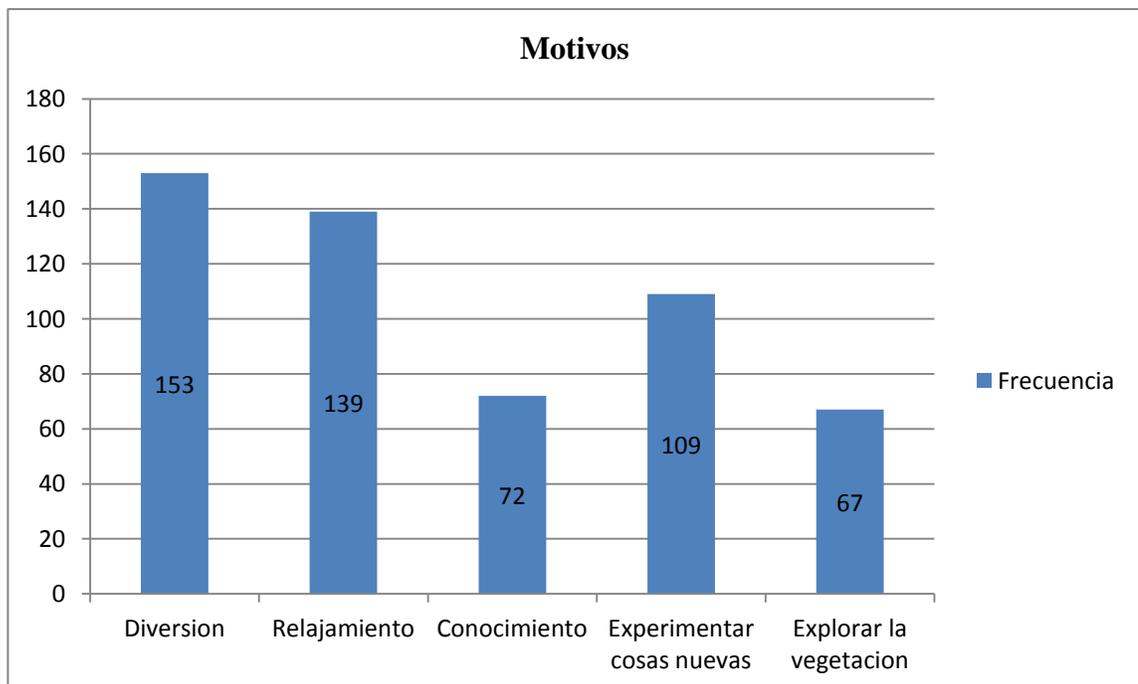
*Continúa en la siguiente página.*

Análisis: 55 personas se desempeñan en cargos como profesionales mientras que 99 se desarrollan como secretarías y empleados de transporte público, cargos en los que tienen a un superior a su cargo. También 52 de ellos son estudiantes que aún no poseen una facilidad económica para costearse este tipo de viaje y 47 que son poseedores de negocios y/o son trabajadores independientes.

Pregunta 6: ¿Qué busca usted en un viaje turístico?

Objetivo: identificar los factores más comunes a la hora de emprender un viaje turístico.

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Diversión	153	28
Relajamiento	139	25
Conocimiento	72	14
Experimentar cosas nuevas	109	20
Explorar la vegetación	67	13



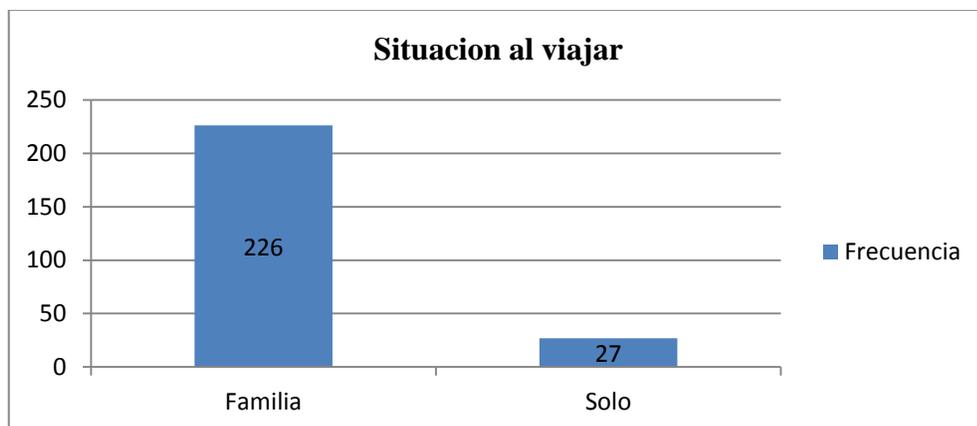
*Continúa en la siguiente página.*

Análisis: El factor que más busca la gente es la diversión a la hora de emprender un viaje siendo estos 153, seguido de lugares donde pueda encontrar la tranquilidad para relajarse siendo estos 139 y experimentar cosas nuevas que llamen su atención siendo estos 109; hay otros que buscan conocerla zona siendo estos 72 y una pequeña parte explorar la naturaleza siendo estos 67. Los datos obtenidos son distintos a 253 encuestados, esto debido a que una misma persona respondió más de un motivo a la hora de salir de viaje.

Pregunta 7: ¿Cuándo realiza un viaje lo hace?

Objetivo: Conocer con quien hace su viaje, si lo hace en compañía o solo.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Familia	226	89
Solo	27	11
Total	253	100

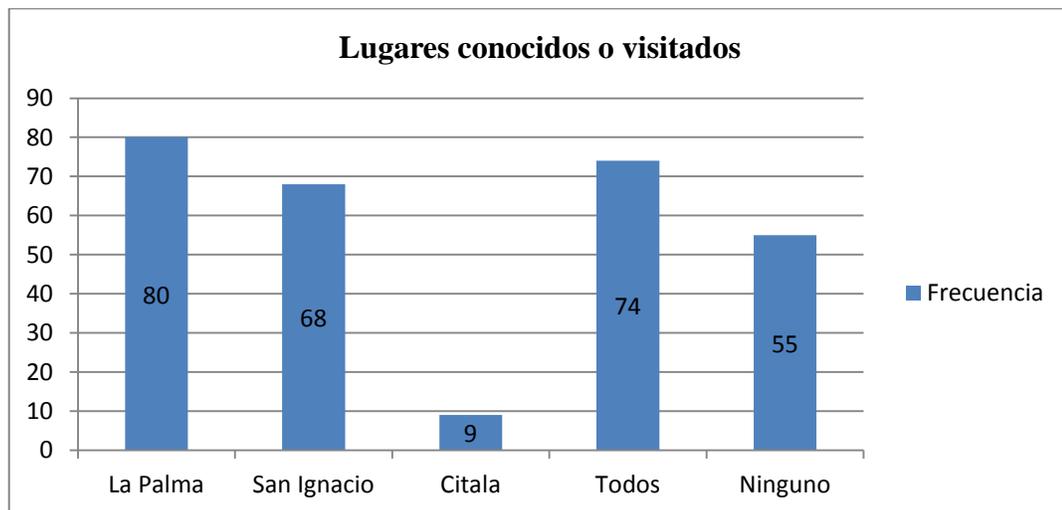


Análisis: La mayoría de las personas les gusta viajar en grupos (familia), ya que a la hora de decidir, mencionaban también los amigos pero por motivos de no estar presente la opción se colocaba como familia. Con lo anterior se comprueba que las personas buscan movilizarse en grupos a la hora de emprender un viaje siendo estas 226 personas; mientras que 27 les gusta viajar solos.

Pregunta 8: Conoce o ha visitado alguna vez los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá

Objetivo: Saber que tan conocidas son cada uno de los municipios y cuántos de ellos conocen las personas.

Lugares	Frecuencia	Porcentaje
La Palma	80	28
San Ignacio	68	23
Citalá	9	4
Todos	74	26
Ninguno	55	19



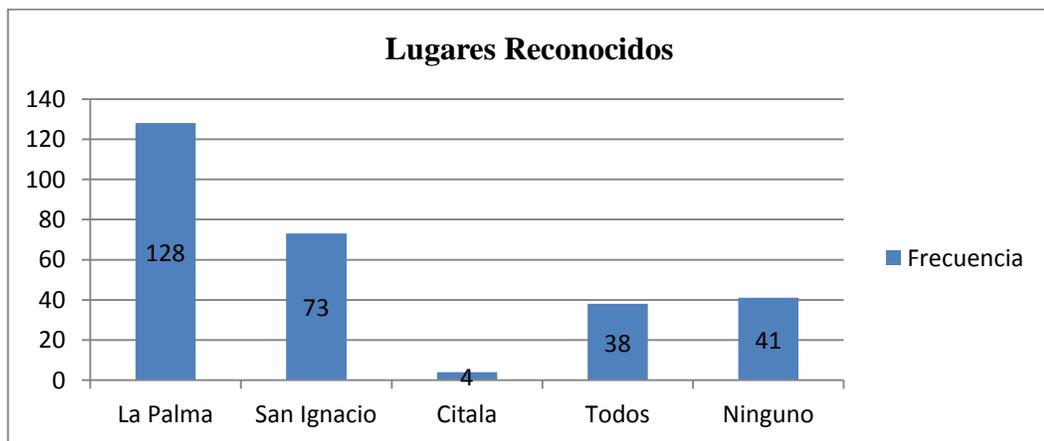
*Continúa en la siguiente página.*

Análisis: 74 personas tienen conocimientos de los tres municipios; mientras que 55 desconocen de ellos. De ahí los demás tienen conocimiento de uno o dos de los lugares siendo los datos de La Palma, San Ignacio y Citalá relativos ya que una persona que conozca La Palma puede que también conozca San Ignacio o Citalá. A pesar de ello se puede ver que 154 personas en total conocen La Palma siendo esta la más conocida entre los tres, seguido de San Ignacio con 68 personas.

Pregunta 9: ¿Cuál municipio considera que es reconocido turísticamente?

Objetivo: Identificar aquel municipio del que más se encuentra atractivo a la hora de impartir un viaje turístico.

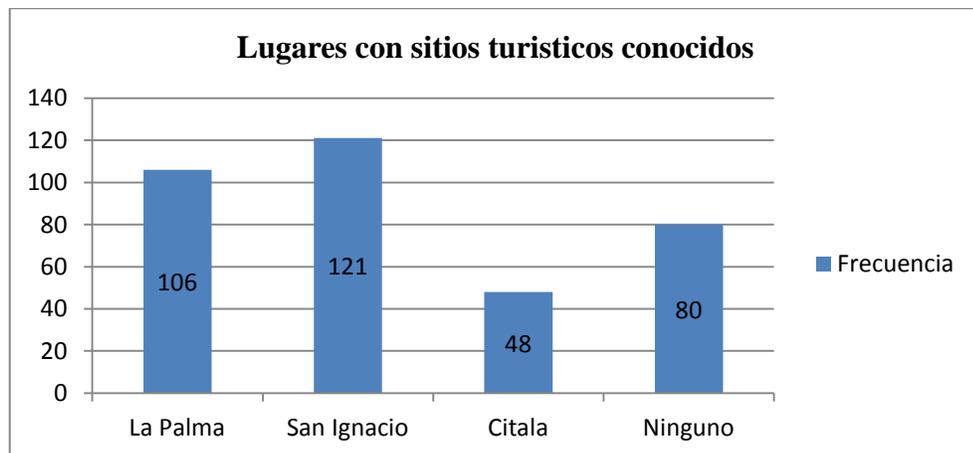
Lugares	Frecuencia	Porcentaje
La Palma	128	45
San Ignacio	73	26
Citalá	4	2
Todos	38	13
Ninguno	41	14



Análisis: al observar los datos de la pregunta anterior se puede ver que La Palma sigue siendo aquel sitio turístico que más es reconocido en comparación de los otros dos pero a la vez hay 41 personas que desconocen los lugares.

Pregunta 10: ¿Usted sabe que lugares turísticos posee el municipio?

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
La Palma	106	30
San Ignacio	121	34
Citalá	48	13
Ninguno	80	23

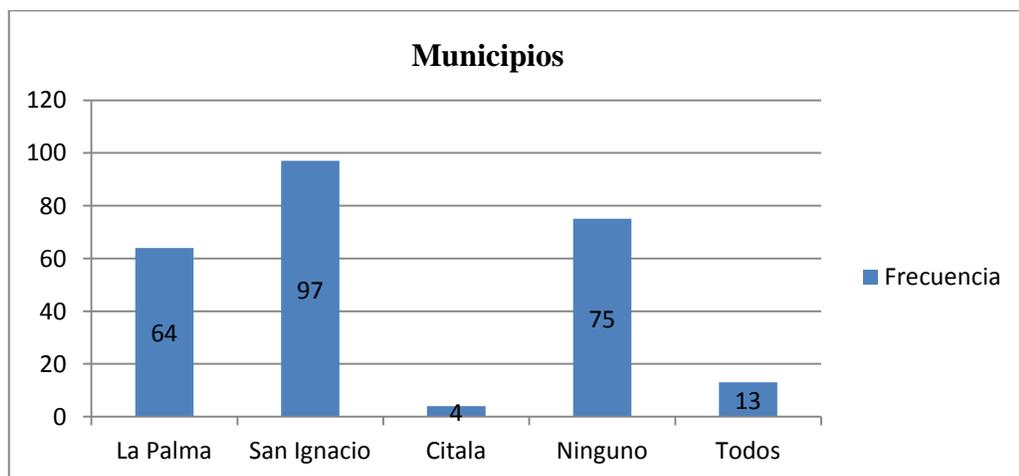


Análisis: A pesar que la mayoría de personas en las preguntas anteriores conocía y consideraba como reconocido a La Palma durante esta pregunta se observaba como confundían El Pital como parte de La Palma; sin embargo, este pertenece a San Ignacio. De la tabulación se comprueba que San Ignacio es al final el municipio del cual se posee más información entre los encuestados siendo estos 121. Pero existen personas que no conocían sobre los lugares turísticos que poseen estos municipios, siendo estos los que simplemente escuchan de estos sitios pero los desconocen.

Pregunta 11: De las opciones de la pregunta anterior ¿Cuál lugar recomendaría a un visitante?

Objetivo: Identificar aquellos sitios que más gustaron a los entrevistados y que podrían tener una mayor aceptación para futuros turistas.

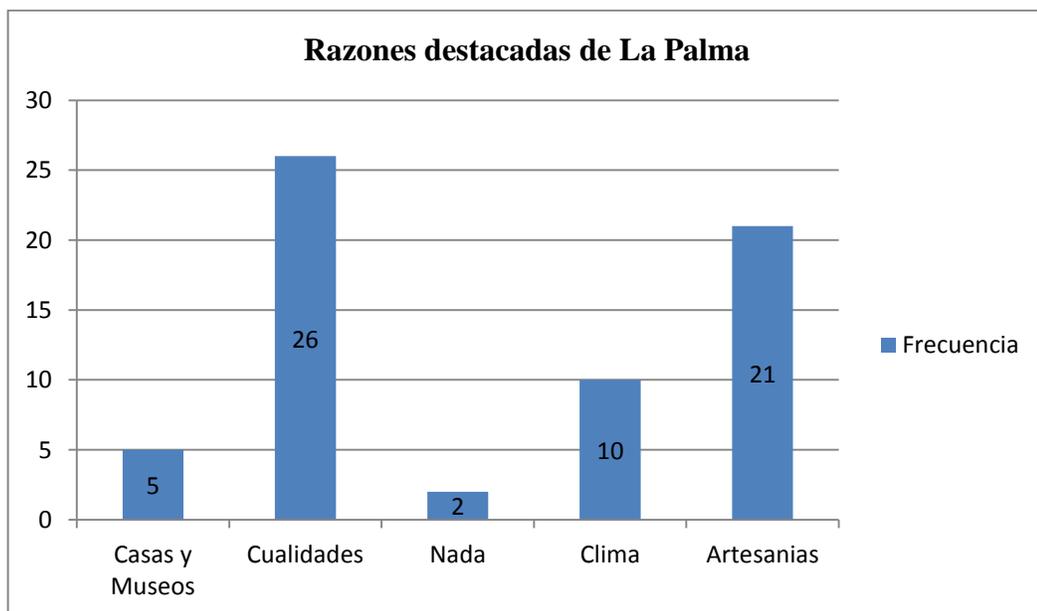
Municipios	Frecuencia	Porcentaje
La Palma	64	25
San Ignacio	97	39
Citalá	4	2
Ninguno	75	29
Todos	13	5



Análisis: San Ignacio es el municipio más recomendado entre los encuestados; seguido por La Palma; mientras que 75 personas se abstuvieron de comentar por su falta de conocimiento, sobre los destinos turísticos existentes.

De las personas que recomendaron La Palma(64) su opinión fue:

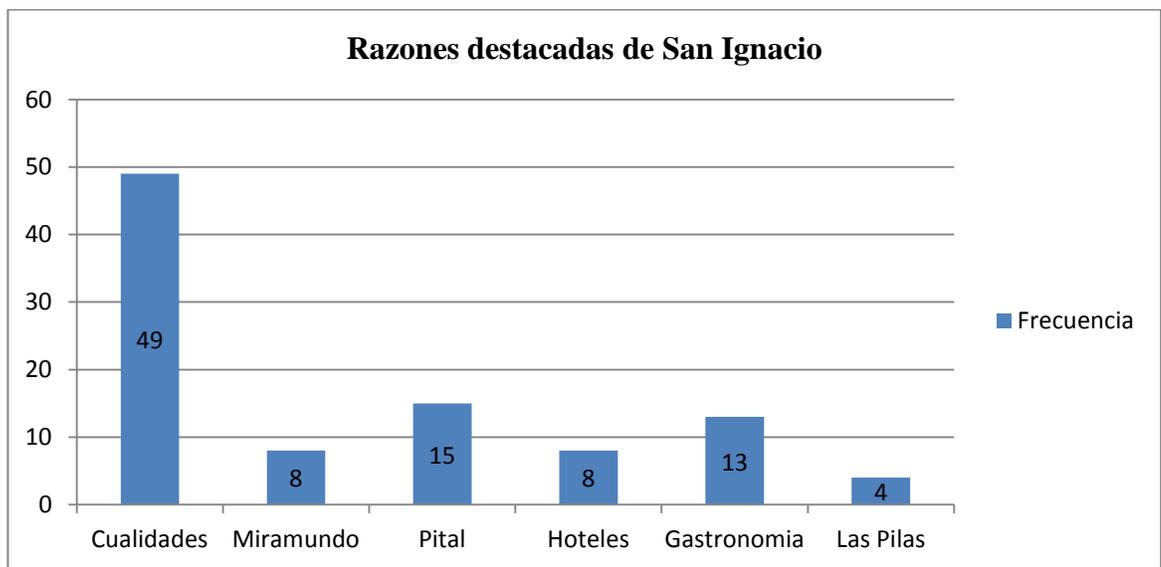
La Palma	Frecuencia	Porcentaje
Casas y Museos	5	8
Cualidades	26	40
Nada	2	5
Clima	10	15
Artesanías	21	32



Análisis: de las 64 personas que opinaron sobre La Palma 26 destacaban sus cualidades entre las que se tienen: su belleza, gastronomía, naturaleza, etc. Luego 21 de ellas lo destacaban por sus artesanías y los restantes opinaron por sus casas, museos y su clima.

De las personas que recomendaron San Ignacio(97) su opinión fue:

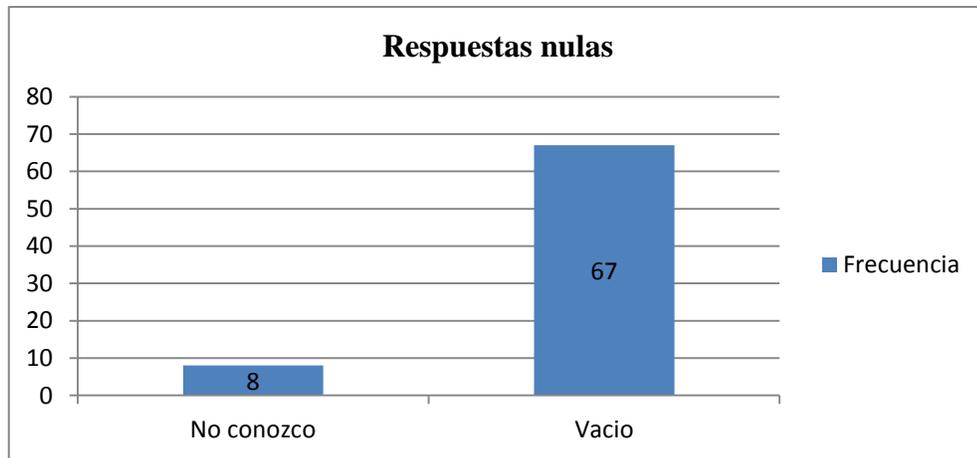
San Ignacio	Frecuencia	Porcentaje
Cualidades	49	51
Miramundo	8	8
El Pital	15	16
Hoteles	8	8
Gastronomía	13	13
Las Pilas	4	4



Análisis: de las 97 personas que opinaron de San Ignacio 49 destacaban sus cualidades (clima fresco, belleza, naturaleza, etc.), 15 destacaban al sitio turístico El Pital, 13 destacaban su gastronomía y en igualdad de opiniones destacaban el sitio de Miramundo y los hoteles y en menor escala lo relacionada a Las Pilas.

De las personas que no recomendaron ninguno de los municipios(75) su opinión fue:

Ninguno	Frecuencia	Porcentaje
No conozco	8	11
Vacío	67	89

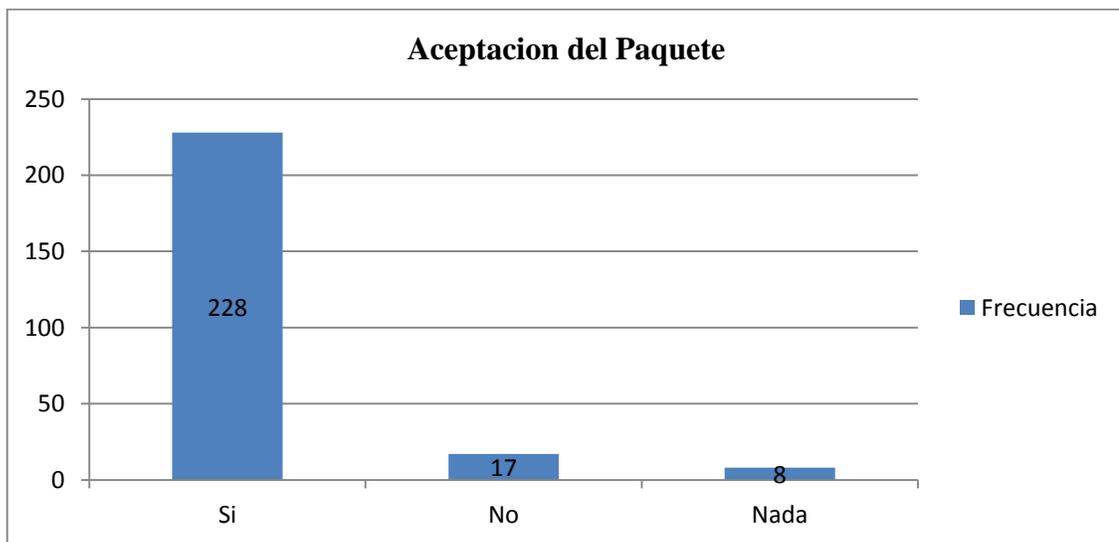


Análisis: de un total de 75 personas que se abstuvieron de opinar, la mayoría lo dejaron vacío (67) y 8 porque no conocían el lugar.

Pregunta 12: Si hubiera un paquete turístico que involucre los pueblos de La Palma, San Ignacio, Citalá con alimentación y alojamiento incluido estaría dispuesto a aceptarlo.

Objetivo: Saber el nivel de aceptación de la muestra sobre si le interesaría realizar un viaje hacia estos municipios.

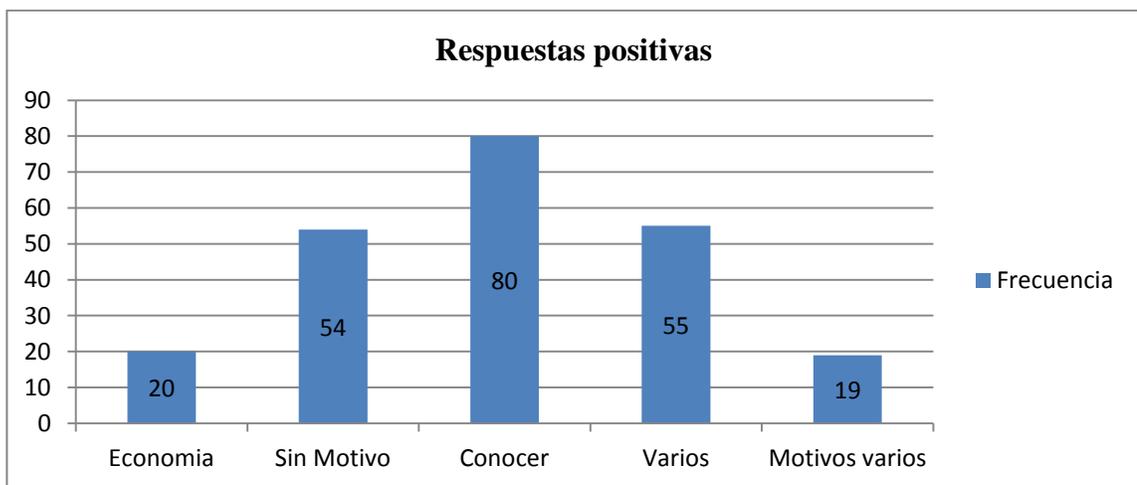
Aceptación	Frecuencia	Porcentaje
Si	228	90
No	17	7
Nada	8	3
Total	253	100



Análisis: del total de personas encuestadas (253), 228 aceptarían dicho paquete; mientras que 17 no les pareció o no les interesa y 8 que se abstenían de comentar.

De las personas que aceptaban el paquete(228) su opinión fue:

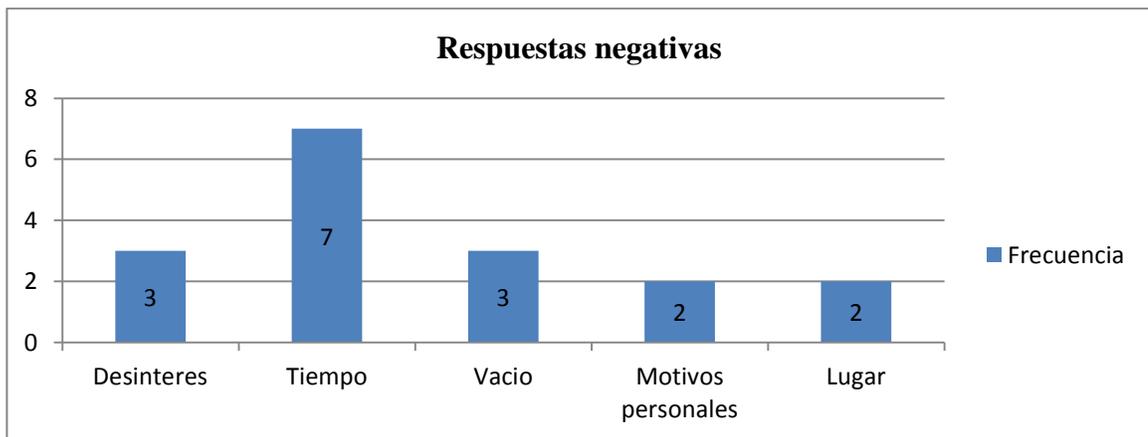
Si	Frecuencia	Porcentaje
Economía	20	9
Sin Motivo	54	23
Conocer	80	36
Varios	55	24
Motivos varios	19	8



Análisis: de las personas que aceptarían los paquetes turísticos (228), 80 de ellas lo harían para conocer el lugar, 55 por varios (motivos personales), 54 sin motivo, 20 por motivos económicos y 19 sin interés.

De las personas que rechazaban el paquete(17) su opinión fue:

No	Frecuencia	Porcentaje
Desinterés	3	18
Tiempo	7	42
Vacío	3	18
Motivos personales	2	11
Lugar	2	11

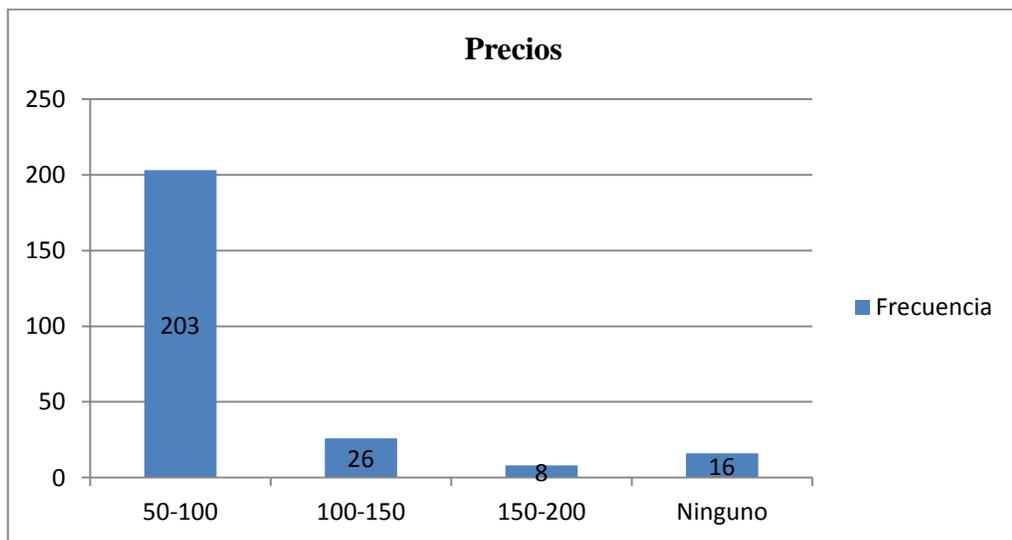


Análisis: de las respuestas negativas (17) destacaban el tiempo (falta de), 3 manifestaron desinterés, 3 se abstuvieron de comentar, 2 por motivos personales y 2 debido al lugar.

Pregunta 13: Que rango de precios estaría dispuesto a pagar por el paquete.

Objetivo: conocer un rango aproximado del precio en el cual estarían dispuestos y pueda ser grata como oferta al público.

Rango (Precios)	Frecuencia	Porcentaje
50-100	203	80
100-150	26	10
150-200	8	3
Ninguno	16	7
Total	253	100

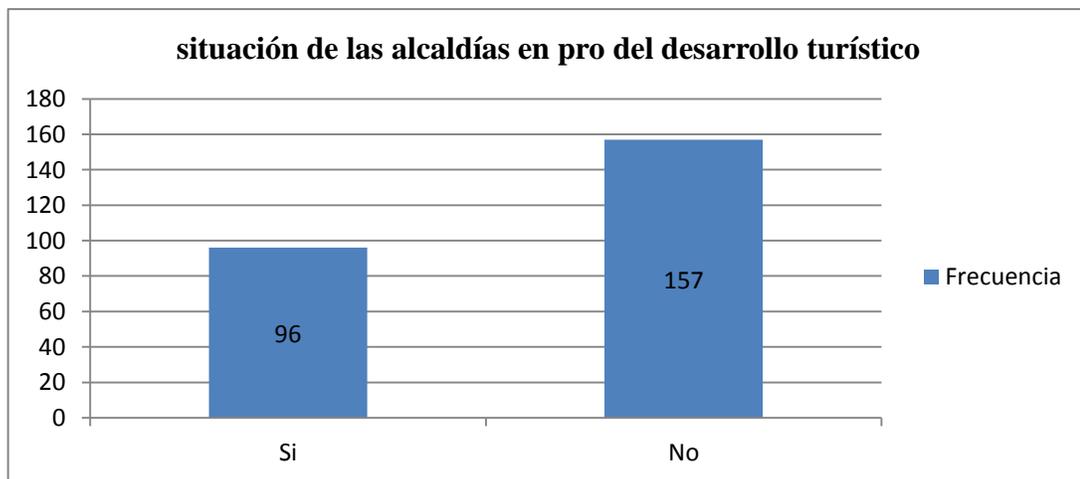


Análisis: La mayoría de las personas consideran que un paquete de ese tipo sería aceptable si anda en un promedio de 50 a 100 dólares los cuales estarían dispuestos a pagar un total de 203 personas.

Pregunta 14: ¿Cree usted que la Alcaldía de La Palma, San Ignacio y Citalá está realizando una buena participación en pro del desarrollo turístico del municipio?

Objetivo: identificar lo que consideran las personas sobre las Alcaldías mencionadas y su efectividad en el desarrollo turístico.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	38
No	157	62
Total	253	100

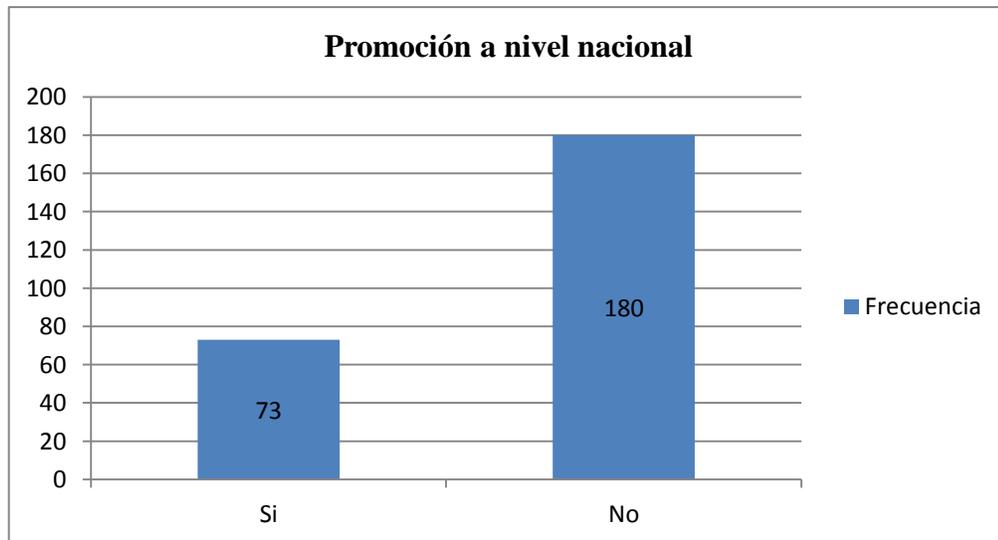


Análisis: más de la mitad de personas consideran que las Alcaldías no están realizando el mejor trabajo necesario para desarrollar el turismo en sus municipios siendo estas 157 personas; mientras que 96 consideran que están haciendo un buen trabajo.

Pregunta 15: ¿Cree que el municipio de La Palma, San Ignacio y Citala está teniendo una adecuada promoción a nivel nacional?

Objetivo: Observar cómo perciben la publicidad nacional de los municipios las personas encuestadas y si estos logran impactar y promover la inquietud por viajar.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	29
No	180	71
Total	253	100

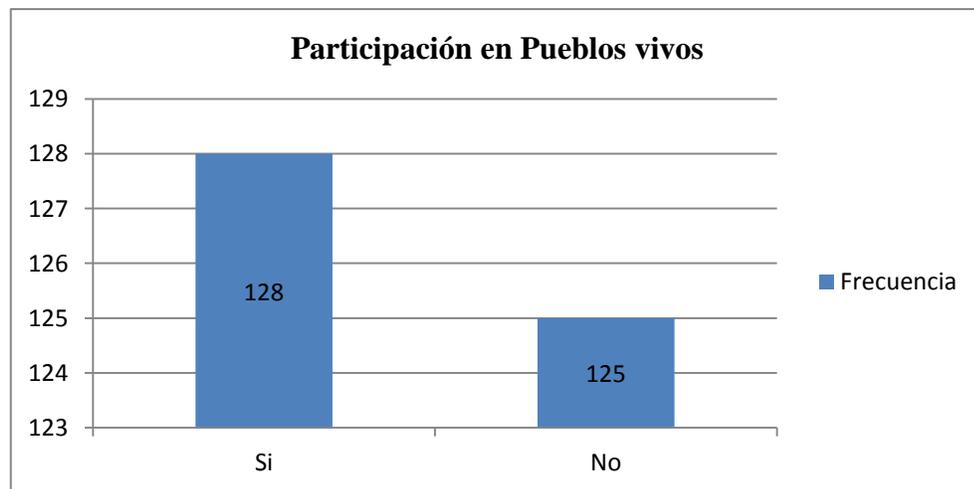


Análisis: La mayoría de las personas no creen que la Alcaldías de los municipios hagan publicidad a nivel nacional para atraer turistas hacia los municipios siendo estos 180 mientras que 73 consideran que si la tienen.

Pregunta 16: ¿Sabe usted si los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá han participado en la Feria de Pueblos Vivos?

Objetivo: Conocer si han escuchado de los municipios han formado parte de la feria que se celebra una vez al año y si observan la promoción que se les da durante ella.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	128	51
No	125	49
Total	253	100

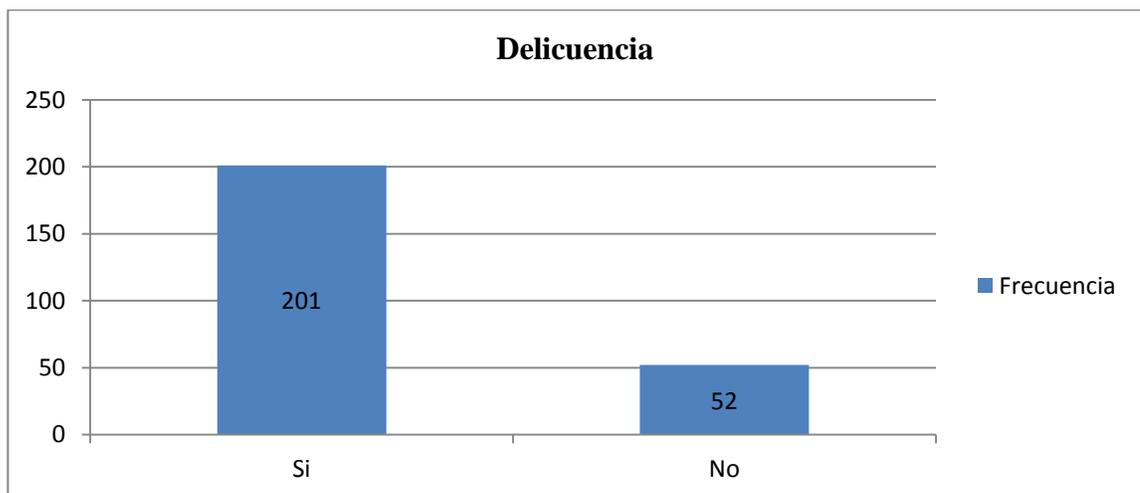


Análisis: del total de personas encuestadas 128 manifestaron que los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá han participado en la Feria de Pueblos Vivos; sin embargo, los restantes 125 manifestaron que no han participado.

Pregunta 17: ¿Considera que la inseguridad es un problema que afecta al turismo del municipio?

Objetivo: conocer cómo afecta a las personas este problema que se puede dar en cualquiera de estos municipios durante la realización de un viaje turístico.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	201	79
No	52	21
Total	253	100



Análisis: la mayoría (201) de las personas consideran que al momento de realizar un viaje turístico la inseguridad de la zona afecta el turismo de esta, los restantes (52) manifestaron que eso no les afecta.

## Capítulo V Conclusiones

### 5.1 Conclusiones de la Investigación.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación realizada en los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá, mediante la aplicación de la encuesta, se ha recolectado la información necesaria, para llegar a las siguientes conclusiones, siendo estas:

- Hay muy poca promoción turística y cultural a nivel nacional de las actividades que se realizan y de los sitios turísticos que poseen, los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá.
- Mediante el proceso de investigación se determinó, que estos municipios como tal, no han sido debidamente aprovechados ni valorados turísticamente y no están reorientados adecuadamente para ser puesto a disposición a la sociedad salvadoreña y turistas extranjeros, sino que son conocidos por cada uno por su interrelación con aspectos naturales y culturales que cada uno posee.
- Existe disposición de las alcaldías en cuanto a aportar fondos para la promoción de los lugares turísticos que ellos poseen, prueba de ello es la participación en la feria de pueblos vivos, publicidad y proyectos de infraestructura, entre otros.
- Una de las dificultades que se tuvo en la investigación fue que cada una de las entidades municipales no tenía tiempo para ser entrevistada y además no hay una

unificación de estas con la empresa privada, la cual es básico para la continuidad del desarrollo del estudio.

- No existe una claridad en cuanto a los límites geográficos donde se ubican los atractivos turísticos que cada uno de los municipios poseen, ya que confunden los lugares turísticos de un municipio con los de otro.
- La inseguridad es un problema que afecta a los 3 municipios, al igual que a otros municipios del país, y esa problemática hace que el turismo no se desarrolle como tal en nuestro territorio.
- El paquete turístico a proponer para la Ruta Fresca de Chalatenango, debe estar orientada a: personas que poseen un empleo; que lo que buscan es diversión, relajamiento y obtener nuevas experiencias; que les gusta viajar en familia y que sean de las edades de 36 años en adelante.

## *5.2 Recomendaciones de la Investigación.*

- Hacer alianzas y unificara través de la Ruta Fresca de Chalatenango, los 3 municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá, con el fin de promoverlos turísticamente como un todo.
- Preparar distintos paquetes turísticos de acuerdo a la capacidad económica de las personas, partiendo que la mayoría de visitantes son de origen nacional y que también poseen la categoría de empleados y considerar promociones para aquellas épocas en donde haya menor afluencia.
- Incluir en la descripción del paquete turístico Ruta Fresca Chalatenango aspectos colaterales tales como: lugares de compra, lugares históricos, lugares comerciales y entretenimiento, si existen.
- Promover a través del paquete turístico, la gastronomía, alojamiento y otros atractivos de la zona a nivel nacional, con énfasis en aquellos rubros que posean potencial de la zona.
- Diseñar un plan publicitario agresivo apoyándose en el CAT existente en La Palma, en coordinación con el Ministerio de Turismo y las Asociaciones Privadas que forman parte del turismo de esa zona, a fin de dar a conocer el potencial turístico existente en los municipios que conforman la Ruta Fresca Chalatenango. Esta publicidad puede realizarse principalmente atreves de las redes sociales.
- Capacitar al personal que se involucre en actividades del turismo de tal manera que el turista venga satisfecho de la atención que se le brinda y haber alcanzado los objetivos propuestos en ese vía

### 5.3 FODA Ruta Fresca Chalatenango

FORTALEZA	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversidad de Atractivos Turísticos</li> <li>• El Clima</li> <li>• Vía de Acceso en buenas condiciones</li> <li>• Cercanía entre los municipios que conforman la Ruta Fresca</li> <li>• La Gastronomía</li> <li>• Existencia de personal conocedor de la zona y su historia</li> <li>• Existencia de Asociaciones relacionadas con el turismo</li> <li>• Existencia del CAT en La Palma</li> <li>• Existencia de fronteras terrestres</li> <li>• Existe apoyo a nivel gubernamental para la promoción turística de los municipios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento del turismo en la zona</li> <li>• Incremento económico y mejores oportunidades laborales.</li> <li>• Desarrollar el turismo externo</li> <li>• Elaboración de distintos paquetes turísticos orientados a distintos segmentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de integración entre la municipalidad y el sector privado relacionado con el turismo</li> <li>• Indiferencia de la municipalidades en cuanto al desarrollo del turismo</li> <li>• Inseguridad en los sitios turísticos</li> <li>• Desconocimiento de su propio turismo</li> <li>• Falta de promoción agresiva de sitios turísticos de la zona</li> <li>• Falta de integración del sector relacionado al turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de nuevas rutas turísticas</li> <li>• Contaminación y disminución de las fuentes hídricas por el uso de agua en regadíos de la zona.</li> </ul>
ACCIONES	ACCIONES	ACCIONES	ACCIONES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener las</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar apoyo para</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar</li> </ul>

fortalezas existentes	las oportunidades que los municipios ofrecen para incrementar el turismo en la zona.	la promoción de los sitios turísticos existentes.	reuniones con los tres municipios y sus alcaldías para trabajar de la mano
--------------------------	--	---	---

#### *5.4 Propuesta de un Paquete Turístico para la Ruta Fresca Chalatenango*

El desarrollo de la Propuesta de un Paquete Turístico para la Ruta Fresca de Chalatenango es detallado en el anexo No.4 del presente documento.

## Referencias

Adrianalbis. (2012). *Definición de paquete turístico y características*. Recuperado de <https://www.clubensayos.com/Negocios/DefinicionDePaqueteTur%C3%ADstico-Y-Character%C3%ADsticas/152866.html>

CORSATUR. (2015). *Directorio de mypes de circuito turístico*. Recuperado de [www.elsalvador.travel/](http://www.elsalvador.travel/)

Fundación wikipedia.inc. (2006). *La Palma (El Salvador)*. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/La\\_Palma\\_\(El\\_Salvador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/La_Palma_(El_Salvador))

Fundación wikipedia.inc. (2007). *San Ignacio (El Salvador)*. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/San\\_Ignacio\\_\(El\\_Salvador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/San_Ignacio_(El_Salvador))

Leiva, V. (1997). *Turismo y gestión municipal*. Santiago: Asociación Chilena de Municipalidades

Martínez, A; Castillo, E. & Aragón, L. (2012). *Propuesta para la implementación del turismo 2.0 en las agencias de viaje, caso particular*. (Tesis inédita de Técnico).  
Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador.

MITUR. (2009). *El Salvador es hermoso-rutas turísticas de El Salvador*. Recuperado de  
<http://elsalvadoreshermoso.com/2009/12/rutas-turisticas-de-el-salvador.html>

MITUR. (2010). *El Salvador es hermoso-Citalá, Chalatenango en la ruta artesanal*.  
Recuperado de <http://elsalvadoreshermoso.com/2010/08/citala-chalatenango-ruta-artesanal.html>

MITUR. (2011). *Ruta fresca- la ruta más alta de El Salvador*. Recuperado de  
<http://elsalvadoreshermoso.com/2011/07/ruta-fresca-la-ruta-mas-alta-al-norte-de-el-salvador.html>

Ochoa, C. (2013). *¿Qué tamaño de muestra necesito?* Recuperado de  
<http://www.netquest.com/blog/es/que-tamano-de-muestra-necesito/>

Rincondelvago.com (2008). *Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)*. Recuperado de <http://html.rincondelvago.com/analisis-foda.html>

Rincondelvago.com (2008). *Orígenes del Turismo*. Recuperado de <http://html.rincondelvago.com/historia-del-turismo.html>

Scribd.com (2012). *Tipos de empresas turísticas*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/86214015/TIPOS-DE-EMPRESAS-TURISTICAS#logout>

# **ANEXOS**

Anexo No.1 detalles de los Centros Turísticos existentes en el municipio de La Palma.

Hoteles, Hostales y Cabañas					
1	Hotel y Restaurante El Roble	H&R	2309-8503 2329-3665	hotelroble@hotmail.com	Km 79 Carretera a La Palma, La Palma Chalatenango
2	Hotel y Restaurante La Palma	H&R	2335-9012	<a href="mailto:hotellapalma@yahoo.com">hotellapalma@yahoo.com</a>	2a Ave. Sur. entrada a La Palma, Chalatenango
3	Hotel Alexandra	Hotel	7945-4905 7582-6607 2352-4250	sism16loritish@aol.com	km.83, Carretera Troncal del Norte, La Palma, Chalatenango
4	Hotel y Restaurante Maya	H&R	2543-2559	<a href="mailto:hotelyrestaurante.maya@gmail.com">hotelyrestaurante.maya@gmail.com</a>	Km 77 Carretera a La Palma, La Palma Chalatenango
5	Hotel y Restaurante Paso del Pital	H&R	2305-9344	violewasquez@hotmail.com	Barrio el Centro, La Palma, Chalatenango
6	Hostal Ves Al Viento	H&R	7744-4628	No tiene	Carretera Troncal del Norte, km.83, Comunidad Tierra Blanca, La Palma, Chalatenango
7	La Posada Real	H&R	2335-9009	<a href="mailto:posadareal.lapalma@hotmail.com">posadareal.lapalma@hotmail.com</a>	Carretera Troncal del Norte, Km. 84. Barrio el Centro, La Palma, Chalatenango
8	Hostal Quechela'h	Hostal	2305-9328	quechelah@hotmail.com	Urb. Monte María, La Tejera, La Palma, Chalatenango.
9	Hotel y Restaurante Miramundo.	H &R.	2219-6251	<a href="mailto:hostal.miramundo@gmail.com">hostal.miramundo@gmail.com</a>	Zona Alta Ctn. Aguacatal, Miramundo, La Palma, Chalatenango.
10	La Posada del Cielo	H&R	2289-2843 2300-9181 7598-4102	info@hotellaposadadelcielo.com	Calle Principal de Miramundo, La Palma, Chalatenango
11	Cabañas Allá Arriba	Cabañas y Rest.	2305-3123 2252-8201	allaarriba.miramundo@gmail.com	Zona alta, Miramundo, La Palma, Chalatenango
12	Finca y Cabañas el Pinabete	Alojamiento y Rest.	2276-1852	elpinabete@hotmail.com	Ctn. Granadillas, La Palma, Chalatenango.
13	Cabañas Eterna Primavera	Cabañas y Aliment	72703200	No tiene	Cantón Las Pilas, San Ignacio, Chalatenango.

		ación			
14	Pinares del Sumpul	Cabañas & Camping	7281-2986	No tiene	Cantón Los Planes, La Palma, Chalatenango
15	Cabañas Piedra del Bosque y Restaurante y café Sorbos	Cabañas y Restaurante.	2335-9067 7722-2465	tienda_gardu@yahoo.com	Loma Larga, La Palma, Chalatenango
16	Finca & Cabañas Pasatiempo	Cabañas, Cascadas, fincas de café	2300-5251 7523-1687	No tiene	Ctn. Aguacatal, Las Cruces, La Palma Chalatenango
17	Mi Casa de Campo	Alojamiento en Casas	2264-7828 7887-8024	diconst@integra.com.sv	Ctn. Granadillas, la Cumbre, La Palma, Chalatenango
18	Hostal Veguitas del Sumpul	Hostal	2301-4195 7532-0176	joserperez03@yahoo.com	Ctn. Granadillas, La Palma, Chalatenango
19	Villa Montana	Restaurante, camping	7894-9061	yaniramontano@yahoo.com	Cantón Aguacatal-Miramundo La Palma, Chalatenango
20	Cabañas Buena Vista	Cabañas, Rest. y Camping	7013-1377 2301-6513	hoteldemontana@live.com; nahomy.tours@gmail.com	Miramundo, Ctn. Aguacatal, La Palma Chalatenango
21	Casa hotel	Alojamiento		No tiene	2a Ave. Sur. entrada a La Palma, Chalatenango
22	Casa San Francisco de Asís	Centro de Retiros	2298-9179; 2305-9427, 73414954, 2305-9428	casa.sanfrancisco@yahoo.com	Caserío Tierra Blanca, desvío en km 83.5, La Palma Chalatenango
Cafés, Restaurantes, Bar y Comedor.					
23	Rancho La Teja	Restaurante	7681-1223	wilfredoteja2410@hotmail.com	Barrio El Centro, La Palma, Chalatenango
24	Café D Café	Café	2335-9190	cafedcafe@hotmail.com	Calle Gerardo Barrios, La Palma, Chalatenango

25	Restaurante Punto X	Restaurante	2305-8620	No tiene	Km. 81 y medio El Gramal, La Palma, Chalatenango
26	Milano's	Restaurante-Café-Bar	7945-4905 7582-6607	sism16loritish@aol.com	Bo. El Centro, La Palma, Chalatenango, (inició operaciones abril 2015)
27	Pupusería La Palma	Comedor	2335-9063	No tiene	Carretera Troncal del Norte, Km. 84, Calle Principal, La Palma Chalatenango.
28	Típicos La Palma	Comedor	7212-2739	No tiene	Carretera Troncal del Norte, km. 84, Calle 22 de Junio, La Palma, Chalatenango.
29	Restaurante La Curva	Restaurante	2335-9009	No tiene	La Palma, Chalatenango
30	Antojitos caseros - comida a la vista-	Restaurante	2305-8669	No tiene	Bo. El Centro, costado Pte. Parque Central, La Palma. Chalatenango
31	Cafetería Lilian	Cafetería	2305-9482	pedidos@panlilian.com	Bo. El Centro Calle Libertad, La Palma Chalatenango
32	Comedor Maná	Comedor	7734-7966	No tiene	Bo. El Centro, Calle Libertad, La Palma Chalatenango
33	Restaurante La Curva	Restaurante	2335-9009	No tiene	Caserío Tierra Blanca, Bo. El Tránsito, La Palma, Chalatenango
Talleres y Artesanías					
34	Artesanías PATY : Taller y venta	Taller interactivo	2335-9083	estelitaportillo@yahoo.com	Barrio San Antonio, #24, La Palma, Chalatenango.
35	Taller La Semilla de Dios	Taller con vista de Procesos	2335-9010 2335-9098	coopsem@navegant.e.com.sv www.cooperativase milladedios.com	Barrio San Antonio, La Palma, Chalatenango.
36	Placita Artesanal	Mercado artesanal	2335-90-44	No tiene	2ª. Av. Norte, Barrio El Centro La Palma, Chalatenango.
37	Creaciones Artística	Artesanía en Pluma(Especiali	7229-6107	WWW.creacionesartisticaslapalma.com	Placita Artesanal, atrás de Iglesia Católica. La Palma, Chalatenango.

		dad)			
38	Madero de Jesús	Artesanía La Palma	2335-9217	Edgar_maf@hotmail.com	Bo. San Antonio No. 100, La Palma, Chalatenango
Operadores Turísticos					
39	Mi Palma Tours	Guía Bilingüe - Operador local.	7554-2608 7113-9311	f/mipalmatours; mipalmatours@gmail.com	Bo. El centro La Palma Chalatenango,
40	COACTUR de RL	Animación con <i>paintball</i>	7567-5102 7225-5443	coacturlapalma@gmail.com	Bo El Centro La Palma Chalatenango,
41	Centro Obrero Dr. Mario Rivas Zamora	Gubernamental	2301-1506, 2357-5248		Cantón El Gramal, km 80 Carretera Troncal del Norte, La Palma . Chalatenango
42	Centro Cultural Payaquín	Arte y Cultura	70088824	Moris.aguilar@hotmail.com	Bo. El Tránsito, La Palma, Chalatenango (abril-2015)
43	Pedro.	Asistencia al T-mecánico	2352-9045		Bo El Centro La Palma Chalatenango,
44	Edgar Benjamín Romero.	Asistencia al T-cerrajerero	7513-1507		Bo El Centro La Palma, Chalatenango
45	COOPALMA	Beneficiario de Café	7211-6134 /7939-6212	Alberto Salvador Reyes Cruz /Félix Alberto Posada (presidente)	Km78 Ctn, El Túnel La Palma, Chalatenango

Fuente: CAT La Palma al 6 de noviembre del 2015 [www.elsalvador.travel/](http://www.elsalvador.travel/)

Anexo No. 2 detalle de los Centros Turísticos que posee el municipio de San Ignacio.

Hoteles, Hostales y Cabañas					
1	Hotel y Restaurante Entre Pinos	H & R	2335-9312	entrepinosresort@yahoo.com	Km 87 Carretera a San Ignacio, Chalatenango
				mlentrepinos@gmail.com	Victor Manuel Lucero.
2	Praderas de San Ignacio/Estefany Carranza	H & R	2350-9229	praderasanignacio@hotmail.com	Carretera Troncal del Norte, San Ignacio, Chalatenango
3	La Posada de Don Emilio y Rest "Las Tilapias	H & R	2355-9189 7852-9805	restaurantelastilapias@hotmail.com	El Pinar, km 88, San Ignacio, Chalatenango.
4	El Pital Highland	H & R	2221-6954 2100-9416 7894-4349	pitalhighland@yahoo.com	Cantón Río Chiquito, calle que conduce al Pital, San Ignacio, Chalatenango.
5	Hostal El Pital - Lecho de Flores.	H & R- Transp ®	2313-5470 7214-6740 7937-7678	contacto@elpitallechodeflores.com	Cantón Río Chiquito, San Ignacio, Chalatenango
6	Cabañas Prashanti	Alojamiento		No tiene	Carretera Troncal del Norte. Km.87; San Ignacio, Chalatenango
7	Posada de Reyes	H & R	2335-9318	Facebook/Hotel posada de Reyes	Barrio El Centro, San Ignacio, Chalatenango.
8	Hotel- Restaurante y Vivero Árbol de La Paz.	H & R- vivero.	2313-2830	No tiene	Entrada a San Ignacio, Chalatenango.
9	Hacienda Los Dos Sauces	Casas turísticas	7875-6979	Ca.bondanza@yahoo.com; haciendalossauces@gmail.com	Carretera que conduce a Las Pilas. San Ignacio, Chalatenango
10	Hacienda Casa Grande	Agroturismo.	2219-6251 2219-6252	hostal.miramundo@gmail.com	Cantón Las Pilas de La Hacienda Comunal Sisimiles, San Ignacio, Chalatenango.
11	Cabañas del TíoWicho	Cabañas	2274-4065	No tiene	Zona Alta de San Ignacio, hacia el Norte, a 12 Kms. del Casco Urbano de San Ignacio, Chalatenango
12	San Ignacio de Compostela	Cabañas -Rest., Canopy y	2521-1800 7861-8939	administracion@chalatecountryclub.com www.chalatecountryclub.com	Km. 89 Carretera Troncal del Norte, desvío Cantón El Rosario, San Ignacio, Chalatenango.

		Camping			
13	Cabañas Eterna Primavera	Cabañas y Alimentación	72703200	reservacion@eternaprimaverahotel.com	Cantón Las Pilas, San Ignacio, Chalatenango.
14	Cabañas y restaurante Normita	Cabañas y Restaurante	7215-8676	deysiguevara@hotmail.com	Cantón Río Chiquito, San Ignacio, Chalatenango
15	Cabañas y Camping "Los Encinos"	Cabañas - Camping.	7488-1313	No tiene	Cantón Río Chiquito, San Ignacio, Chalatenango
16	Hostal Única Vista	Cabañas y Restaurante & transporte.	7553-2042 7561-6904	unica_vista@hotmail.com, aquilino_posada@hotmail.es	Cas. Milingo, Cantón Las Pilas, San Ignacio, Chalatenango.
17	Campamento El Pital	Camping,	7949-5871 7237-2652	No tiene	Cerro El Pital, Cantón Río Chiquito, San Ignacio, Chalatenango
<b>Comedores, Pupusería y Tour Operadores</b>					
18	Comedor Amigos Nice	Comedor	7896-9386	alejandrosalazar1971@hotmail.com	3a. Calle Poniente, San Ignacio, Chalatenango
19	Playas del Sumpul, Los Sosa	Comedor- Río Sumpul	7559-5251	gatc@navegante.com.sv	Caserío Río Abajo, Ctn. Las Pilas, San Ignacio, Chalatenango
20	La Casona	Comedor	2352-9267	No tiene	Barrio El Centro San Ignacio, Chalatenango.
21	Pupusería Lucy	Pupusería	2352-9377	No tiene	Barrio El Centro, Calle Principal que conduce a Las Pilas, San Ignacio, Chalatenango
22	Tikucos Tours -	Operador Local	2352-9580 7478-9853	guiller_tiku@hotmail.com; tukucosturismo@hotmail.com	Bo. El Centro San Ignacio, Chalatenango.
23	Campo Escuela ATLATL	Camping y deportes extremo	7841-1019 7367-1748	impeessa@yahoo.com	Cantón El Pinar, San Ignacio Chalatenango

		s		
--	--	---	--	--

Fuente: CAT La Palma al 6 de noviembre del 2015, [www.elsalvador.travel/](http://www.elsalvador.travel/)

Anexo No. 3 detalle de los centros turísticos que posee el municipio de Citalá.

Hotel y Tour Operador					
1	Hotel y restaurante Montecristo	Hotel	7473-9660	No tiene	Calle San Francisco a una cuadra de la Alcaldía Municipal de Citalá, Chalatenango.
2	Citaltour	Operador Local	7475-7473 2350-9010	Angyflores3101@hotmail.com	Barrio El Centro Calle Principal llegada desde El Poy, Citalá. Chalatenango

Fuente: CAT La Palma al 6 de noviembre del 2015, [www.elsalvador.travel/](http://www.elsalvador.travel/)

## Anexo No. 4 Propuesta de Paquete Turístico de La Ruta Fresca

### Chalatenango

#### **EL ESPLENDOR DE LA RUTA FRESCA**

En la zona norte del departamento de Chalatenango se cuenta con un clima realmente agradable durante todo el año, mientras en la ciudad capital hace calor con aproximadamente 35 grados centígrados, en esta región se disfruta de una temperatura promedio de 18 grados, pudiendo llegar abajo de los 10 grados durante la noche y en temporada de fin de año.

Te invitamos a visitar y recorrer esta región de nuestro país y conocer la Ruta Fresca que incluye los municipios de La Palma, San Ignacio y Citalá.

#### **Día 1. San Salvador la Palma**



Temprano por la mañana a las 7 am cita en la

Terminal de la gasolinera Texaco Los Héroes, Salida desde San Salvador vía troncal del Norte hacia uno de los parajes naturales más importantes de El Salvador y llegada en Horas de la media mañana a La Palma nuestro primero destino, se hará un recorrido a pie por el pueblo visitando su iglesia y alrededores para luego poder degustar un almuerzo de comida regional en el restaurante de Piedra del Bosque.

Después a las 2:30 pm. nos dirigiremos a uno de los talleres más famosos del lugar la Semilla de Dios , 1 taller creado por su precursor Fernando Llort quien ha realizado importantes exposiciones alrededor del mundo y su trabajo más importante hasta la fecha ha sido el pintar la fachada de la catedral metropolitana de San Salvador y además donde podremos apreciar las artesanías propias de este estilo de La Palma así llamado por su creador, pero luego nos conduciremos a otro taller de Doña Carolina Lemus que este se caracteriza por su innovación en las artesanías propias del lugar trabajando en varias técnicas de la arena, resina, luciado, no luciado entre otros y acá podremos hacer una artesanía bajo la supervisión de los obreros del lugar.

Al final de la tarde nos dirigimos hacia nuestro segundo destino San Ignacio donde está ubicado el Hotel entre Pinos para su alojamiento donde degustaremos el coctel de bienvenida, cena Libre.

## **Dia 2. San Ignacio**



### **Entrada principal de Entre Pinos Hotel & Spa**

Entre las opciones de alojamiento en San Ignacio contamos con opciones sobre la carretera como Hotel y Spa Entre Pinos, es un hotel de montaña que cuenta con un

innovador concepto, lleno de detalles y dentro de un ambiente totalmente natural pensando en la comodidad de sus visitantes.

Desayuno en el hotel. Temprano por la mañana, salimos en el transporte llegamos hasta el río chiquito, acá se dan dos opciones para el cliente: si le gusta la adrenalina y la pasión de la naturaleza se puede ir a una caminata que dura alrededor de 1.30 horas para llegar al destino, se recomienda el uso de calzado antideslizante y ropa para clima frío. Pero si no está apto para este tipo de recorrido tenemos la segunda opción donde puede irse en el microbús que nos estará esperando en El Pital (es la cima más montañosa y elevada de El Salvador). Es uno de los cerros más importantes en el departamento de Chalatenango y tiene una elevación de 2,730 metros sobre el nivel del mar. Además de clima fresco, tiene un bosque húmedo conformado por árboles como pino, roble, encino y ciprés, donde se recomienda un descanso mientras llega la otra parte del grupo.

Luego cuando el grupo esté completo, nos dirigiremos y visitaremos un campo de cultivo de hortalizas y almorzaremos al aire libre preparado por los lugareños al estilo del Pital, y de ahí media tarde libre para disfrutar del clima



Por la noche nos alojaremos en el Hostal El Pital Highlandes un lugar donde se pueden efectuar

muchas actividades al aire libre entre ellas: observación de aves, orquídeas, escalada, bicimontaña o simplemente disfrutar de los maravillosos paisajes que nos ofrece la naturaleza.

Y además es una de las opciones ideales para pasar en familia o con los amigos en uno de los puntos más elevados de El Salvador



### **Día 3. Pital - Citalá**

En horas de la mañana después del desayuno seguiremos nuestro recorrido hacia nuestro tercer y último destino Citalá nos conduciremos hacia el Río Lempa (el río más largo del país) se encuentran a pocos minutos al norte de San Ignacio. El desvío hacia Citalá se encuentra cercano a la frontera con Honduras y tomar esta ruta conllevará atravesar por el puente sobre río Lempa.



Además, por ser un lugar fronterizo existe mucho comercio, cerca de la frontera El Poy. Poco después llegaremos al pueblo de Citalá donde habrá un almuerzo libre.



Por la tarde junto con el guía local seguiremos nuestro recorrido en el pueblo visitando: la iglesia colonial también conocida como Iglesia del Pilar, es una joya arquitectónica, en el parque principal, ubicado frente a la entrada principal de la iglesia parroquial, se encuentra una cruz que data del año 1892. Además, existen tres árboles de amate los cuales dan sombra a los lugareños y al visitante y desde ahí se podrá apreciar una excelente vista hacia el Peñón de Cayagua y el Cerro El Pital. Por la tarde, aproximadamente a las 4 pm., es la salida de regreso a San Salvador. Llegada en horas del atardecer.

#### EL PRECIO INCLUYE:

- Alojamiento en hotel producto Superior (2 Estrellas), incluyendo los impuestos y tasas hoteleras respectivas.
- Alimentación basándose en 1 desayuno especificado según el Programa, mayormente brindados en el Hotel.
- Transportación terrestre en Microbus con A/C con moderno sistemas Audio-video según el Microbús, en el trayecto propios del Tour de acuerdo al número de pasajeros, con guía acompañante y/o motorista, en todo el recorrido, así como guía local de cada pueblo, según convenga para las visitas

- Paseos programados con guía local según Programa, con las entradas incluidas en los lugares donde sea necesario.
- Asistencia por nuestro Tour Operador Terrestre: Guías Turísticos para todo el recorrido desde San Salvador- La Palma-San Ignacio- Citalá- regreso.
- Seguro Médico, o Asistencia lleva Travel Ice

NO INCLUYE:

- Extras de ningún tipo en el Hotel, (lavado ropa, telefonemas, servicio Cuartos, etc.)
- Comidas o bebidas que no estén especificadas en el programa
- Extras no mencionados en el programa.
- Propinas a maleteros o guía



Hoteles a visitar	Ciudad	Categoría
<b>Entre Pinos</b>	San Ignacio	3 estrellas
<b>El Pital Highland</b>	El Pital	3 estrellas

Base a habitación	Precios por persona en
<b>SGL</b>	\$ 180.00
<b>DBL</b>	\$ 135.00
<b>TPL</b>	\$ 125.00
<b>Niños 3 a 11 años</b>	\$ 95.00

Mayor información

Nota: Acá va la información de la Tour operadora en este caso puede ser receptiva o emisora con sus datos nombre logo, dirección, teléfono y pág. Web si tiene.