

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA: TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA



TEMA:

**“EVALUAR EL APROVECHAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS
DEL CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE SANTA ANA, DEPARTAMENTO
DE SANTA ANA”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

NANCY NICOLLE AYALA CRIOLLO

MARIEL LISETH MARTINEZ GARCIA

KAREN ADRIANA TEOS AREVALO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ABRIL, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AUTORIDADES ACADEMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA ROMERO

VICERRECTOR ACADÈMICO

LICDA. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMIREZ

DECANA

JURADO EXAMINADOR

ING. CARLOS ALBERTO ESCOBAR FLORES

PRESIDENTE

LIC. ERNESTO AHMED MENJIVAR MARTÍNEZ

PRIMER VOCAL

INGA. KAREN VANESA CRUZ CHANTA

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

Índice

Introducción	i
Capítulo I Planteamiento del Problema	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Justificación	5
Capitulo II Marco Teórico	7
2.1 Concepciones Básicas de Fundamentación	7
2.1.1 Evaluar	7
2.1.2 Casco urbano	7
2.1.3 Patrimonio	7
2.1.4 Destino turístico	7
2.1.5 Producto turístico	8
2.2 Clasificación de los Recursos Reales y Potenciales Turísticos	10
2.2.1 Inventario de los recursos reales y potenciales	12
2.2.2 Esquema metodológico del inventario de recursos y atractivos turísticos	13
2.2.3 Proceso de ordenar, clasificar y registrar los recursos o atractivos turísticos	13
2.2.4 Proceso de evaluación y jerarquización de los recursos o atractivos turísticos	15
2.3 Historia de los Atractivos del Casco Urbano del Municipio de Santa Ana	17
2.3.1 Centro Histórico	17
2.3.2 Teatro de Santa Ana	17
2.3.3 Iglesia Catedral	19
2.3.4 Iglesia de El Calvario	20
2.3.5 Iglesia católica El Carmen	21
2.3.6 Iglesia de San Lorenzo	21
2.3.7 Alcaldía Municipal (Palacio Municipal)	21
2.3.8 Parque Libertad	23
2.3.9 Casino Santaneco	24
2.3.10 Museo Regional de Occidente	24

Capitulo III Metodología	25
3.1 Método	25
3.1.1 Tipo de investigación	26
3.1.2 Diseño de la investigación	27
3.2 Participantes	28
3.2.2 Diseño de la muestra	28
3.3 Métodos de Recolección de Datos	31
3.3.1 Técnicas e instrumentos	31
3.3.2 Administración de instrumentos y estrategias para la recolección	34
3.4 Procesamiento de Información	34
3.4.1 Sistematización de la información	34
3.5 Análisis de Datos	35
3.5.1 Proceso de análisis	35
Capitulo IV Análisis de Resultados	37
4.1 Procesamiento de Técnicas	37
4.1.1 Entrevistas	37
4.1.2 Fichas de observación	46
4.1.3 Encuesta de sondeo de opinión	46
4.1.4 Revisión bibliográfica	46
4.2 Análisis de la Situación Actual Turística del Casco Urbano	47
4.2.1 Análisis de la demanda turística	47
4.2.2 Análisis de la superestructura turística	50
4.2.3 Análisis de la oferta	51
4.2.4 Evaluación de los atractivos	59
Capitulo V Conclusiones	65
Referencias	67
Anexos	70

Introducción

La actividad turística, se ha ido convirtiendo en los últimos años en parte importante del desarrollo económico de El Salvador, en la mayoría de sus municipios, el progreso viene dado por la realización de Planes, programas y proyectos, que aprovechan y revalorizan los recursos y atractivos turísticos, articulando a los distintos actores y sectores locales, generando las sinergias y los aportes para ello.

Ante este panorama, es primordial señalar que para orientar adecuadamente la gestión turística, una de las distinciones en el diseño de estas herramientas de planificación, es que deben ser generadas a partir del estado actual en el uso de los recursos turísticos del territorio, por tanto el presente trabajo de investigación denominado “Evaluar el aprovechamiento de los atractivos turísticos del casco urbano del Municipio de Santa Ana”, brinda una caracterización de la problemática existente, de forma que mediante la aplicación de diferentes herramientas metodológicas, de codificación y análisis, se identifiquen los factores que inciden en el aprovechamiento de los recursos turísticos naturales y de patrimonio histórico cultural, asimismo se aporten las líneas base, que permitan añadirles valor, generar o acentuar ventajas competitivas, que impulsen el diseño de productos turísticos únicos, que mejoren la oferta turística del centro del Municipio de Santa Ana, elevando con ello su posicionamiento como un referente de desarrollo turístico en occidente; vinculado de manera sostenible al desarrollo económico local.

Capítulo I Planteamiento del Problema

1.1 Antecedentes

El municipio de Santa Ana está ubicado al occidente de El Salvador, es conocida como La Ciudad Morena, población que data de la civilización maya-Pocomanes; los pipiles la llamaron Sihuatehuacán, que en Náhuatl significa “Lugar de Mujeres Sacerdotisas”. Sin embargo, en 1569, el obispo Bernardino Villalpando construyó una ermita en honor a nuestra Señora Santa Ana, cambiándole el nombre Náhuatl por el de Santa Ana, La Grande.

Es conocida como la segunda ciudad de la República por su ubicación y su fuerza económica. Desde la época colonial fue un lugar atrayente por sus tierras, gente y paisajes. Por los años 1555 se establecieron aquí las primeras ciudades españolas por ser de las tierras adecuadas para el cultivo del cacao. En la época del oro del café en El Salvador, Santa Ana fue la ciudad más próspera del país, debido a que muchos empresarios cafetaleros vivían allí y contaba con importantes plantas beneficiadoras que preparaban el café para su venta.

En la actualidad, cuenta con joyas arquitectónicas muy importantes, como la Catedral de Santa Ana, principal atractivo de la ciudad, de estilo neogótico, lo que le impregna un ambiente ceremonioso y místico, declarada Patrimonio Cultural en 1995, en la torre Norte hay tres campanas manuales y la gran campana ha sido bautizada como Ana.

Desde hace 442 años celebran cada 26 de julio las fiestas julias en honor a su patrona, Santa Ana conmemoración que instauró el Obispo español Villalpando, para recordar según la tradición católica, a la abuela de Jesús, estos festejos comienzan el 16 y finalizan 26 de julio, donde se puede saborear toda la variedad de dulces que producen en este lugar, herencia que va de generación en generación, de las cuales se destacan dulces en conserva como el mazapán, dulces de leche y de algunas frutas como toronja, naranja, papaya y el chilacayote.

1.2 Planteamiento del Problema

El casco urbano del Municipio de Santa Ana cuenta con una diversidad de atractivos turísticos que le favorecen, sin embargo, estos no han sido potencializados adecuadamente, de forma que permitan el desarrollo sostenible.

Si bien es cierto lo más emblemático de la ciudad morena es la Catedral de Santa Ana, se descuidan otros atractivos turísticos que también son de gran valor arquitectónico y de atracción para el turista dentro del casco urbano, como la Iglesia el Calvario, Iglesia Nuestra Señora del Carmen, Centro de Artes de Occidente, parque Libertad entre otros.

Es de destacar que el casco urbano del municipio es dichoso al poseer atractivos turísticos con elevada riqueza histórica, pero al no existir un interés que vaya más allá de enfocarse en la Catedral o el Teatro Nacional, el casco

urbano posee una imagen descuidada en plazas, parques y aceras, por falta de mantenimiento, aseo, deficiente iluminación, falta de equipamientos de uso público y accesibilidad, asimismo esto se profundiza al no contarse con señalizaciones turísticas visibles para que el turista se ubique u oriente hacia otros atractivos dentro de la ciudad.

Es notable la falta de espacios adecuados de atención hacia los turistas, solo existe una oficina de información turística, la cual carece de personal idóneo y capacitado en el manejo la oferta turística del territorio, de forma se está desaprovechando este recurso para incidir de manera positiva en la experiencia de los turistas, para difundir la riqueza natural, cultural y los sucesos relevantes que marcaron la historia de la ciudad morena.

Por otra parte, el deficiente nivel organizativo de los actores locales y los distintos sectores públicos y privados, limita que la gestión turística sea más efectiva y potencialice los recursos del municipio, brindando al turista productos turísticos de calidad en los que se sienta atraído de regresar e incentivar a más personas los visiten.

Finalmente, en el municipio es marcada la existencia de una débil comunicación y articulación entre la alcaldía municipal y diferentes instituciones que trabajan en pro del turismo estas diferencias unidas al tema de organización, abona a la falta de acuerdos en el fomento del desarrollo turístico, estancado así la competitividad turística de este destino. Por tanto, se precisa de un involucramiento armonioso de todos los interesados para lograr erradicar

el desaprovechamiento de los recursos turísticos existentes, disminuir la estacionalidad de la demanda turística e impulsar la cultura empresarial y de inversión que aporte al desarrollo local.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Evaluar el grado de aprovechamiento de los atractivos turísticos del casco urbano del Municipio de Santa Ana, para maximizar su potenciamiento como un destino turístico competitivo en occidente, que promueva el desarrollo local.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los factores que impiden el aprovechamiento idóneo de los diferentes atractivos turísticos del casco urbano del municipio de Santa Ana, para definir su situación actual.
- Elaborar fichas de inventario de los atractivos turísticos previamente seleccionados del casco urbano del municipio de Santa Ana.
- Definir propuestas para mejorar el aprovechamiento de los atractivos turísticos del casco urbano del municipio de Santa Ana.

1.4 Justificación

Debido a que el turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de los Municipios de El Salvador, el potencial turístico de la Ciudad de Santa Ana no puede verse de manera aislada, sino como un factor clave que contribuye a su desarrollo, dando así una opción integral que abarca su historia, su patrimonio cultural y costumbres, destinos culturales reconocidos, tal como la Catedral de Santa Ana y el Teatro Nacional, y sitios con recreativos, ubicados en el casco urbano.

Por tanto se pretende con la presente investigación brindar a la Alcaldía Municipal y a la organización turística local, un insumo para la toma de decisiones estratégicas, que permita conocer el estado actual de utilización y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos presentes en el casco urbano, esto con el fin de orientar la visión a futuro, estableciendo la línea base para la definición de herramientas de Planificación para el desarrollo turístico, así como la formulación de proyectos que los potencialicen a un nivel superior, de forma que la actividad turística se fortalezca, se convierta en una opción de inversión, trayendo con ello, una mejora en la oferta turística y de la imagen urbana de la ciudad, que le permita diferenciarse de los territorios competidores que están al mismo nivel, y a su vez logre beneficiar al sector económico, cultural y social del municipio.

Por otra parte, es de destacar que esta evaluación transversalmente buscara también, crear una sensibilización y cambio turístico; el cual lleve a los

diferentes actores y sectores locales del municipio a comprender la riqueza natural e histórica que poseen en el casco urbano, guiándoles a estimular una cultura turística.

Capítulo II Marco Teórico

2.1 Concepciones Básicas de Fundamentación

2.1.1 Evaluar

Verbo cuya etimología se remonta al francés évaluer y que permite indicar, valorar, establecer, apreciar o calcular la importancia de una determinada cosa o asunto. (Pérez, 2001)

2.1.2 Casco urbano

Es normalmente el espacio de mayor atracción social, económica, política y cultural; encierra la mayor parte de la historia de una ciudad. A partir de este, se comienza a construir cualquier ciudad. (Entorno Turístico, 2018)

2.1.3 Patrimonio

El patrimonio, relacionado con la herencia, es un concepto que alude a la historia, que se enlaza con la esencia misma de la cultura y es asumido directamente por los grupos locales. Es la síntesis de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios. Ello implica un proceso de reconocimiento intergeneracional de unos elementos (desde el territorio a la ruina) como parte del bagaje cultural, y su vinculación a un sentimiento de grupo (Santana, 2003).

2.1.4 Destino turístico

Es un espacio geográfico determinado con características y rasgos particulares. Cuenta con: Atractivos y servicios que motivan y facilitan la estadía

del turista. Medios que posibilitan su accesibilidad en adecuadas condiciones precio-valor. Respaldo de la población local, involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita del turista. Una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. (Mincetur, PromPerú, 2012, pag. 9)

2.1.5 Producto turístico

Es el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores. (OMT, 1998).

De recurso a atractivo: El recurso turístico por sí mismo no garantiza actividad turística. Si se le incorpora instalaciones, equipamiento y servicios de calidad que agregan valor, el recurso turístico se convierte en un atractivo turístico.

De atractivo a producto: Esto sucede cuando el atractivo turístico, en conjunto con la planta turística y la infraestructura, se unen para conformar un producto turístico.

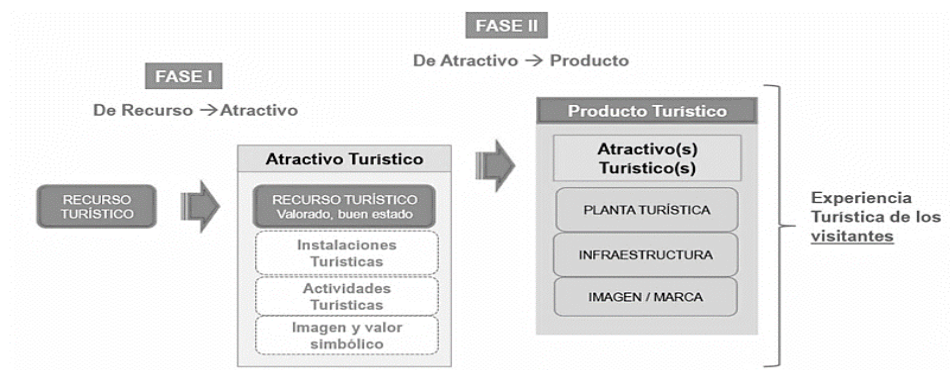


Figura 1, Fases del Producto Turístico. (Elaboración propia)

El producto turístico puede incluir diferentes tipos de atractivos: naturales o hechos por el hombre, hoteles, resorts, restaurantes, teatros, actividades, festividades y eventos. De acuerdo a la OMT, el desarrollo de un producto turístico es un proceso en el que los bienes de un destino en particular se adecuan a las necesidades del mercado (Mincetur, PromPerú, 2012, pag. 11)

Según OMT (2012, pag 54-63) las principales clasificaciones de productos turísticos son:

1. *Producto insignia*: es aquel que goza de un fuerte atractivo capaz de influir en la decisión de viajar del turista, y en su elección del destino. Por tanto, la función de estos productos es vital para los destinos. Las atracciones insignia pueden beneficiar a todos los integrantes del sector turístico: generan demanda adicional de alojamiento ya que las visitas a estas atracciones suponen normalmente pernoctar en el destino.
2. *Circuitos y Rutas turísticas (Productos Agrupados)*: este tipo de producto puede aplicarse en el caso de que un destino no tenga una atracción natural sobresaliente o un aspecto cultural exclusivo. El desarrollo de productos agrupados puede ser de los siguientes tipos: 1) Agrupamiento de atracciones y actividades en una zona geográfica situada en una ruta de fácil acceso; si no está vinculado a un producto insignia, el número de elementos ha de ser mayor; 2) Agrupamiento de atracciones y actividades vinculadas por un tema o interés común, como un estilo de vida rural tradicional o rutas de ciclismo, equitación o senderismo.

3. *Eventos y festivales*: la organización de estos puede satisfacer varios objetivos del sector de los destinos turísticos 1) Compensar los desequilibrios estacionales mediante la celebración de eventos en temporadas medias y bajas, 2) Mejorar la percepción y la imagen internacionales del país, o de un territorio dentro de un país, 3) Atraer segmentos de visitantes no interesados en las demás atracciones del destino.

2.2 Clasificación de los Recursos Reales y Potenciales Turísticos

Es importante indicar que existen varias posibilidades de clasificación de los recursos turísticos, ya que son múltiples los criterios de agrupamiento o categorización. (Gómez y Palomeque, 2002). Dentro de estas clasificaciones de los recursos turísticos se destaca la propuesta del Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) y la Organización de Estados Americanos (OEA), la cual ha sido aplicada de modo generalizado en la planificación turística del área iberoamericana, que permite la clasificación y, lo más importante, la jerarquización de los recursos turísticos. Este método parte, como todos los demás, de una recopilación sistemática de los datos sobre los atractivos turísticos del área objeto de planificación, ordenados según un sistema de clasificación que establece la existencia de cinco grandes categorías (subdivididas a su vez en tipos y subtipos). Esta clasificación de los recursos

turísticos que ha resultado muy completa, será el fundamento para realizar los inventarios de atractivos turísticos de la presente investigación.

La clasificación es la siguiente:

1. *Sitios naturales*: engloba los diferentes lugares del área considerada sobre la base de su interés paisajístico, que, por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico. Se incluye, montañas, planicies, volcanes, playas, arrecifes, lagos, ríos, caídas de agua, grutas y cavernas; sitios de pesca y caza, observación de flora y fauna, parques nacionales, termas, etc.
2. *Manifestaciones culturales*: recoge todo el conjunto de recursos de naturaleza cultural que tienen un valor artístico, histórico o monumental para un país, región, localidad o pueblo, desde épocas ancestrales, tales como sitios históricos y arqueológicos, museos, obras de arte, ciudades o pueblos construidos con sistemas o estilos propios.
3. *Folklore*: comprende todas aquellas manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y tradiciones de la población residente en el ámbito de aplicación del inventario. Contándose entre ellas, manifestaciones religiosas y populares, ferias y mercados, música, danzas, artesanías, grupos étnicos, gastronomía típica.
4. *Realizaciones técnicas y científicas*: abarca solamente aquellos elementos que por su singularidad tienen interés turístico y un carácter más actual que histórico. Teniéndose las explotaciones agropecuarias,

mineras e industriales, obras de ingeniería como puentes y represas y centros de investigación científica.

5. *Acontecimientos programados*: Incluye distintas actividades organizadas, actuales o tradicionales, donde el turista puede participar como actor o espectador, por ejemplo: de música, teatro, deporte, fiestas religiosas o profanas, ferias populares y exposiciones, vida nocturna, carnavales, rodeos, congresos, etc.

2.2.1 Inventario de los recursos reales y potenciales

Este corresponde tanto a un Inventario de Atractivos turísticos, como a un Inventario de Recursos turísticos, ambos constituyen el primer paso en el análisis del potencial turístico de un territorio, facilitando la identificación de aquellos elementos o actividades que tienen un cierto poder actual o potencial para atraer la demanda turística.

Retomando la concepción de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Ecuador (MINCETUR, 2012) el inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso de trabajo para la planificación turística, sirviendo como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico, a fin que motiven la inversión pública y privada. Asimismo, es de

destacar su importancia en propiciar el desarrollo de productos turísticos y la integración de los mismos, en base a la información que contiene.

2.2.2 Esquema metodológico del inventario de recursos y atractivos turísticos

La secuencia metodológica a seguir para la realización del trabajo de campo en el inventario de recursos ya sean reales o potenciales debe establecerse mediante fichas o cuestionarios, para identificar, cuantificar y evaluar los diferentes recursos agrupados homogéneamente. (Camara, J. & Morcate, F. 2014, pag. 10)

Tomando como referencia el levantamiento del inventario de recursos turísticos de MINCETUR (2012), este comprende dos fases de trabajo:

- *Fase I.-* Ordenar, clasificar y registrar los recursos o atractivos turísticos del país, región o área determinada. Proceso que se refiere a la recopilación de información, ordenamiento y clasificación de los datos.
- *Fase II.-* Evaluación y jerarquización de los recursos turísticos, que comprende el proceso de ponderación de los recursos, con el fin de determinar su grado de importancia.

2.2.3 Proceso de ordenar, clasificar y registrar los recursos o atractivos turísticos

Esta fase comprende tres pasos de acuerdo a MINCETUR (2017):

Identificación y Clasificación de atractivos turísticos: Se deberá identificar los

atractivos que estén registrados a nivel municipal y añadir otros que estén generando visitación. Una vez identificados los atractivos turísticos, se deberá establecer la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece. Esta información será colocada de acuerdo a los descriptores e indicaciones especificadas en la Clasificación de Atractivos Turísticos previamente descritos.

Levantamiento de Información Primaria: para ello se requiere del diseño de una Ficha de inventario, donde se establezcan condiciones mínimas que debe tener un atractivo. Esta información se recopilará en territorio y deberá ser complementada con entrevistas a responsables de instituciones, comunidades locales e informantes clave. Es importante generar respaldos documentales como: entrevistas, fotografías, videos y demás que sustenten la visita realizada al atractivo.

Verificación con Información Secundaria: La verificación de toda la información levantada en territorio se la debe realizar apoyado en información oficial nacional, bibliografía existente y otras fuentes documentales (incluida la información de organismos técnicos especializados). Esto permitirá analizar y contrastar la información registrada y obtener datos con un mínimo de error. Entre la información secundaria a revisar y verificar se tiene: características climatológicas, planta turística, declaratorias, amenazas naturales, políticas, regulaciones y medios de promoción del atractivo. De encontrarse inconsistencias en la información registrada se debe realizar la respectiva inspección de campo o de fuentes secundarias y proceder con las correcciones

correspondientes.

2.2.4 Proceso de evaluación y jerarquización de los recursos o atractivos turísticos

En esta fase se analizarán los aspectos propuestos en la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos en función de un conjunto de criterios diseñados para determinar las condiciones que presente el atractivo levantado y su valoración con base a una jerarquía.

Se considera a esta fase como clave debido a que mediante una calificación se permitirá identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo de productos turísticos. A la vez será posible diagnosticar el potencial que presente el atractivo levantado y sugerir acciones concretas para mejorar sus condiciones y coadyuvar a su desarrollo. (MINTUR, 2017)

Uno de los pasos más importantes es la Definición de criterios de evaluación, de forma que para evaluar al atractivo turístico se tendrá que definir un conjunto de criterios relacionados con los atributos mínimos que deben tener un atractivo para desarrollarse en producto turístico. Los criterios a utilizar en la presente investigación tienen sustento tanto en *Criterios de Evaluación definidos por MINCETUR bajo los parámetros de CICATUR/OEA* (particularidad, publicaciones, reconocimientos, estado de conservación, flujo de turistas, representatividad territorial, inclusión en la visita turística, y demanda potencial) y los *Índices de Competitividad Turística publicado por el*

Foro Económico Mundial (Accesibilidad y conectividad, Planta turística /Servicios, Estado de conservación e integración atractivo / entorno, Higiene y seguridad turística, Políticas y regulaciones, Actividades que se practican), como una forma de complementarse y de reducir la subjetividad pueda existir en el proceso de evaluación.

Por último es importante destacar que el equipo encargado de evaluar deben ser expertos, respecto a su campo de actuación, para dar pautas o parámetros sobre el valor de los atractivos, por ejemplo encargados de casa de cultura que conocen del valor del patrimonio cultural, o personas cuya opinión también es de gran importancia y orientación, son los expertos en turismo que trabajan en el rubro, ellos pueden apreciar los atractivos con mayor objetividad desde el punto de vista de su operación turística. En esta etapa, el procedimiento que se sigue es el de elegir a los especialistas, por grupos, de acuerdo a los TIPOS de atractivos y luego solicitarles su criterio, ayudándose con la Ficha de Jerarquización. Para proceder a la jerarquización es necesario que el grupo sea multidisciplinario, es decir un especialista en la característica del atractivo (natural, cultural, etc), un especialista en turismo, y un especialista en la operación turística. (Viceministerio de turismo Bolivia, 2011)

2.3 Historia de los Atractivos del Casco Urbano del Municipio de Santa Ana

(Oficina de información turística)

2.3.1 Centro Histórico

El Centro Histórico de la Ciudad de Santa Ana es el núcleo urbano original de la ciudad y desde donde se inició la expansión de la misma. Los límites del Centro histórica son aproximadamente los siguientes: la 4º calle poniente y oriente al norte, la 9º calle poniente y oriente al sur, la 7º avenida sur y norte al este y la Avenida José Matías Delgado al este (incluyendo la Iglesia Santa Lucia); extendiéndose en un área total de 157 cuadras o manzanas. El Ministerio de Cultura catalogó los inmuebles de la ciudad como bienes culturales ubicados en el centro histórico de la ciudad, de los cuales 210 son de estilos neoclásicos, 5 de estilo gótico, 64 de estilos neocoloniales, 102 de estilos tradicionales y 170 de estilos actuales.

El Centro Histórico, durante sus inicios en la época colonial, fue diseñado al estilo de una ciudad colonial española ubicándose en el centro la Plaza Mayor (donde actualmente está el Parque Libertad) y rodeado por las estructuras principales de esa época, tales como la Casa Consistorial (ubicada donde actualmente está la Alcaldía Municipal), la iglesia parroquial (ubicada donde actualmente está la Iglesia Catedral) y la Casa del Convento.

2.3.2 Teatro de Santa Ana

A mediados del año 1800 la seguridad y bonanza económica debida al café ha permitido la creación de Juntas de Fomento en Santa Ana, cuya

finalidad era velar por el engrandecimiento y ornato de las ciudades. Los santanecos amantes del arte crearon una Junta en 1889, con miras a construir un teatro que fuera representante del Arte y de la Cultura; ya que todo tipo de presentaciones las hacían en casas particulares debido a que no existía un lugar adecuado para la presentación de las manifestaciones artísticas.

El Gobierno para ayudar a la creación del Teatro de Santa Ana, puso a la disposición de la Junta de Fomento la cantidad de 50, 000.00 pesos en bonos que se amortizarían con las patentes y ventas de licores, con esta ayuda se buscó un terreno apropiado, seleccionando el que estaba ubicado al costado norte del Parque Central y que era conocido como el Portal de Los Bernal, comprando también un terreno anexo para jardín del teatro conocido en 1900 como Parque Kessels.

En el año 1901 el Gobierno asignó nuevos fondos extraídos del Impuesto del Café de 0.12 centavos de peso por quintal exportado y en una cesión histórica de la Junta Directiva y el Ministerio de Fomento destina 100, 000.00 pesos para la obra de un teatro que debía tener la capacidad para 800 personas. Se le encargara la primera etapa a la Constructora de Occidente, bajo la dirección del Ing. Domingo Call y Aurelio Fuentes.

Un año más tarde se colocó la primera piedra el 9 de Febrero, dos años concluida y se saca a concurso la segunda etapa; la decoración fue ganada por el Arq. Francisco Durini y Cristobal Molinari, bajo la dirección de ellos se

contrataron los artistas italianos: Luigi Arcangelli, Gugleriano Aronne, quien hizo el estucado decorativo de las diferentes áreas, Antonio Rovescalli diseño el telón de boca estilo Art Noveu, Luigi Picossi, como Ingeniero Tramoyista.

2.3.3 Iglesia Catedral

Fue por los años de 1894, que el Dr. Federico Vides le comunicó al Obispo Diocesano Monseñor Pérez y Aguilar, la necesidad de reconstruir la iglesia parroquial de la ciudad de Santa Ana, pero hasta 1904, se autorizó dicha petición.

Siendo el 21 de Enero de 1906 aproximadamente a las 4:00 pm cuando se colocó la primera piedra. Una característica principal que posee la Catedral en su estilo arquitectónico que presenta un estilo gótico. Este estilo tiene como fundamento en la Monumentalidad, porque su intención también que esas construcciones se levanten con un menor espesor de los muros y que estos estén abiertos al exterior por amplios vanos. De esta manera la luz natural puede alcanzar el interior del templo con facilidad. Dios es Luz, y nada mejor que se la luz la que presida la casa de Dios, se crea en el interior un ambiente casi celestial.

Dentro de los elementos esenciales característicos de la Iglesia Catedral se encuentran:

- La bóveda de crecería: se basa en el empleo, al menos, de seis arcos apuntados (cuatro de ellos. uno a cada lado, y los otros dos cruzándose

diagonalmente), es un elemento estructural importante del edificio.

- El arco ojival: (que afecta a las formas exteriores): tiene presiones laterales menores que las del arco de medio punto. Da una sensación de empuje hacia arriba ya que permite alturas mayores que las de arco de medio punto. Sirve para ventanas y pórticos.

2.3.4 Iglesia de El Calvario

La iglesia El Calvario fue construida entre 1824 y 1825 bajo la idea del párroco de Santa Ana Manuel María Ceceña. Posteriormente colapsó la fachada y parte de las paredes de la iglesia debido a los materiales usados en su construcción, siendo reparada posteriormente. En 1833 un huracán destruyó totalmente la iglesia. En 1859 se inició la reconstrucción bajo el párroco Juan Francisco Chávez, pero fue suspendida por la muerte del contratista.

Posteriormente, en 1868, el párroco Guadalupe Recinos inició la reconstrucción de la iglesia, en lo cual trabajó hasta 1880 cuando se suspendió debido a la falta de fondos. En abril de 1882, el obispo Luis Cárcamo y Rodríguez encomendó la reedificación a Fray Felipe de Jesús Moraga, quien terminó la obra, siendo bendecida el 6 de diciembre de 1882. En el año 2001, debido a los terremotos que asolaron al país, se desplomó una gran parte del templo, iniciándose nuevamente su reconstrucción hasta su total finalización.

2.3.5 Iglesia católica El Carmen

La Iglesia El Carmen es una iglesia parroquial administrada por la orden de los dominicos perteneciente a la Diócesis de Santa Ana y que forma parte del centro histórico de la ciudad homónima. Su construcción fue iniciada en 1822, pero terminó siendo suspendida por la falta de fondos. La obra fue terminada y consagrada hasta 1852. En 1871 y 1881 fue ocupada por tropas militares. Desde 1929 su administración se encuentra a cargo de los dominicos, y el 6 de julio del mismo año fue erigida como parroquia

2.3.6 Iglesia de San Lorenzo

La Iglesia de San Lorenzo es una iglesia parroquial de la Diócesis de Santa Ana ubicada en la ciudad salvadoreña de Santa Ana y que forma parte del Centro histórico de la ciudad. Su construcción comenzó en 1866, año que acabó la edificación de las naves que conforman el interior de la iglesia. La fachada fue terminada hasta el año 1878 siendo consagrada el 4 de mayo del mismo año. Posteriormente los sismos que azotaron la ciudad deterioraron el templo, el cual tuvo que ser reconstruido y por esto se le dio al santuario la forma de una cruz latina. Fue erigida como parroquia en 1917 cuando era administrada por el presbítero Ruperto Campos.

2.3.7 Alcaldía Municipal (Palacio Municipal)

- 1870 Funcionaba como casa Consistorial, la cual fue destruida por grupos de habitantes del volcán de Santa Ana de aquella época.

- 1871 se tomó la iniciativa de construir el Palacio Municipal de esta ciudad. Gracias a la iniciativa de los trabajadores municipales de esa época, quienes donaron sus sueldos para comprar los materiales e iniciar la construcción.
- 1874 Se coloca la primera piedra. La ejecución del edificio la realizó el arquitecto santaneco General Joaquín Pérez, dándole vida a este monumento de arquitectura ecléctica (Esta arquitectura intenta imitar edificios de épocas remotas, mezclando los elementos formales y ornamentales de varios estilos (gótico, renacentista, árabe, etc.)

La mezcla estaba influenciada sobre todo por un neoclasicismo afrancesado junto con un neo-renacimiento italiano.

Neoclasicismo: Todos los arquitectos parten de unos supuestos comunes como son la racionalidad en las construcciones y la vuelta al pasado. Los modelos de los edificios de Grecia y Roma e incluso de Egipto y Asia Menor se convierten en referentes que todos emplean aunque desde de puntos de vista distintos. Los modelos greco-romanos dieron lugar a una arquitectura monumental que produce frecuentemente el tiempo clásico para darle un nuevo sentido en la sociedad civil.

- 1880 El palacio fue utilizado como cuartel quedando dentro de este, las oficinas del alcalde y el gobernador departamental. En este lugar

se hospedaba frecuentemente el General Francisco Morazán.

2.3.8 Parque Libertad

Es la principal plaza de la ciudad de Santa Ana, ubicado en el centro de la ciudad, está rodeado por los edificios notables de la localidad: Teatro, Alcaldía, Catedral y por otras estructuras importantes y antiguas como el Casino Santaneco y el Centro de Artes de Occidente. El Parque Libertad fue construido por los españoles como Plaza Mayor durante la época colonial. Y como tal era el mercado de la ciudad y además servía como espacio político, refugio para los pobladores y para festividades, actos de fe de la inquisición y ejecuciones públicas. Fue el principal espacio para los lugareños y en donde, además, tuvieron lugar conflictos sociales como revueltas e invasiones.

El 8 de junio de 1886, el presidente Francisco Menéndez mandó a que se construyera un parque en la Plaza Mayor. Hasta 1890 estaba ubicado en este sitio el mercado de la ciudad, posteriormente se construyó el Mercado Central. El monumento a la libertad ubicado en el Parque Central está construido de mármol de carrara de Italia y presume que data del año 1924. A un costado del parque se encuentra el busto de David Granadino, compositor santaneco del vals Bajo el Almendro. Por ordenanza municipal, el vals debe tocarse en cada actividad que se realice en Santa Ana, luego del himno nacional.

2.3.9 Casino Santaneco

El Casino Santaneco es un club social ubicado en el Centro Histórico de la ciudad salvadoreña de Santa Ana, cuyo edificio fue construido en 1896. Sus instalaciones son usadas para fiestas, congresos, seminarios y eventos sociales. Su construcción fue idea del santaneco Santiago Díaz y fue construido en 1896, siendo Emilio Belismelis el primer presidente de la primera junta directiva que administró el Casino Santaneco. Posteriormente, en instalaciones o áreas del Casino Santaneco fueron remodeladas por el arquitecto Armando Sol, el cual las diseñó al estilo Barroco.

2.3.10 Museo Regional de Occidente

Este museo se concibe como un centro de transmisión de conocimientos del patrimonio cultural e histórico de la región occidental del país, que busca generar espacios de desarrollo cultural, propiciando el acercamiento de la familia, haciéndolos partícipes para fortalecer la identidad y desarrollo cultural. Está compuesto por una sala permanente dedicada a la “Historia de la moneda de El Salvador”, y dos salas temporales, que desarrollan exposiciones de diversas temáticas.

Capítulo III Metodología

3.1 Método

El método de investigación corresponde a un *Estudio de Casos*, que consiste en una investigación empírica, que se basa en el entendimiento comprensivo de una situación compleja, mediante su descripción extensiva, analizándola en su conjunto y dentro de su contexto real, este hace uso de múltiples fuentes de evidencia y que se focaliza en unidades de análisis determinadas previamente. Este método se utiliza principalmente para el análisis en profundidad de las evaluaciones y resultados de una situación específica (un proyecto, una política, un departamento, una región, una localidad, una nación u organización, etc.) cuyos resultados no pueden ser generalizables y son válidos únicamente en ese caso en específico. (Banco Mundial, 2001)

Para la presente investigación, la situación que se tomara como un todo, estará definida por la Evaluación del Aprovechamiento de los Atractivos turísticos del casco urbano en el Municipio de Santa Ana, siendo este un estudio de caso singular que se focalizara en una localidad.

En la figura No. 2 se representa su configuración, cuyo análisis está definido por los elementos que integran el sistema turístico (conceptos y fundamentos que se han recogido en gran medida en el Marco Teórico), distinguiendo cuatro variables significativas empíricas, que se verán alimentadas por la información

proporcionada de las diferentes unidades de análisis a definir, con el fin de medir y entender completamente el desempeño operativo actual de los atractivos turísticos dentro del sistema.

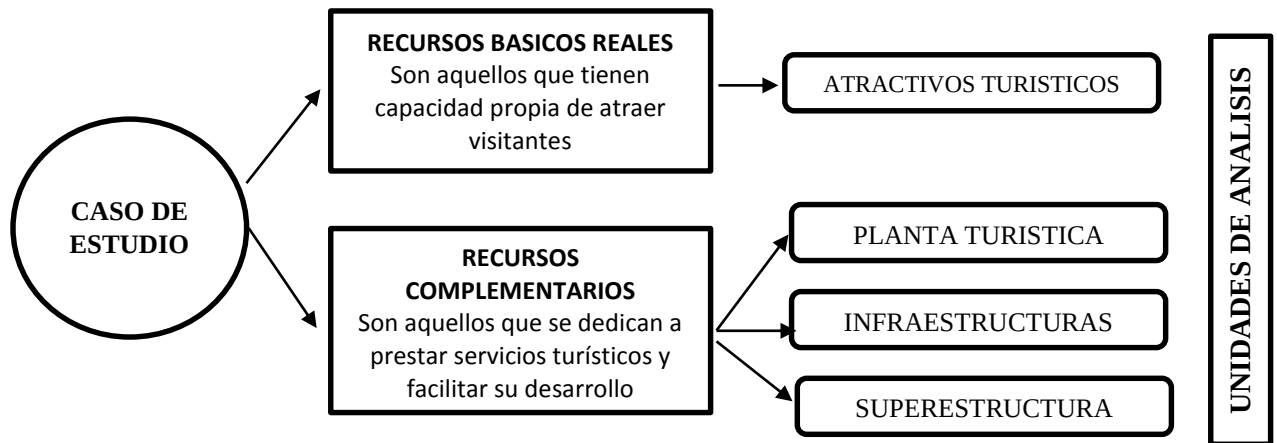


Figura 2, Estructura del Estudio de Caso evaluativo. Camara, J., & Morcate, F. 2014.

De acuerdo con las características de la situación a evaluar, el estudio de caso se apoyará de los siguientes enfoques de investigación:

3.1.1 Tipo de investigación

La naturaleza de la investigación es de tipo **exploratoria-descriptiva**, puesto que el problema de investigación, desde la óptica de evolución del turismo del Centro Histórico del Municipio de Santa Ana, constata que los planes y proyectos de desarrollo turístico que se han elaborado hasta la actualidad, no abarcan instrumentos y herramientas, que permitan el ordenamiento de sus Atractivos turísticos para su clasificación y evaluación, de forma se conozca su real potencial actual y futuro. Ante estas ausencias conceptuales y metodológicas detectadas, se partirá con una investigación **exploratoria**, cuya función es desarrollar la evaluación y el análisis de

estrategias para un estudio más amplio a futuro hacia dichos Atractivos. Por otra parte, la investigación adoptara una lógica **descriptiva** permitiendo especificar características y rasgos sobresalientes tanto de los Atractivos turísticos, así como de Recursos complementarios, para brindar un panorama completo que facilite el análisis de la situación actual de aprovechamiento, con la finalidad de brindar esta información a los organismos públicos y privados, como base para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico sustentable posteriormente.

El enfoque de la investigación es de tipo **cualitativa**, debido a que los estudios de casos en general, utilizan datos cualitativos para conceptualizar el fenómeno en sus múltiples dimensiones, de manera profunda y no generalizada (Barzelay, Cortázar, 2004), es de destacar que en ocasiones para documentar evaluaciones, un estudio de casos puede apoyarse de técnicas cuantitativas, solo se debe tener el cuidado, para estas últimas, que la recolección de la información guarde consonancia con el uso de estrategias de investigación exploratoria, como por ejemplo sondeos.

3.1.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación será de tipo no experimental, basado en variables y sucesos que surgen sin la intervención, ni manipulación directa del investigador; presentándose tal y como se ha dado en el contexto actual de la investigación. Es de carácter transversal, porque se trabajará con datos observados y caracterizados en un solo momento del tiempo, para la evaluación

del aprovechamiento de los atractivos turísticos, de forma que sus resultados serán válidos solo en ese caso en específico.

3.2 Participantes

3.2.1 Población

El área geográfica de investigación corresponde al casco urbano del Municipio de Santa Ana (Ver Figura No.3), cuyo sistema turístico a analizar, comprende los siguientes atractivos turísticos: Catedral de Santa Ana, Palacio Nacional, Iglesia el Calvario, Iglesia el Carmen, iglesia San Lorenzo, Teatro de Santa Ana, museo Regional de Occidente, Parque Libertad, Casino Santaneco y las Fiestas Patronales.

3.2.2 Diseño de la muestra

Dado el carácter exploratorio de la investigación, las muestras serán de tipo No probabilística, Conceptual e Integrada. Es No probabilística, porque en cualquier proceso cualitativo de investigación, no se detalla un universo, de forma no es importante el tamaño de la muestra y los sujetos de estudio pueden ser seleccionados bajo cualquier forma. Es conceptual, o de intención, porque la selección de los sujetos será sobre la base de criterios previamente establecidos (Experiencia, Grado académico, Conocimiento General de turismo, Conocimiento en Evaluación de Patrimonio Cultural y uso de atractivos con fines turísticos) con la intención de que estos aporten datos que profundicen, la comprensión e interpretación del contexto actual de los Atractivos Turísticos del casco urbano del Municipio de Santa Ana.

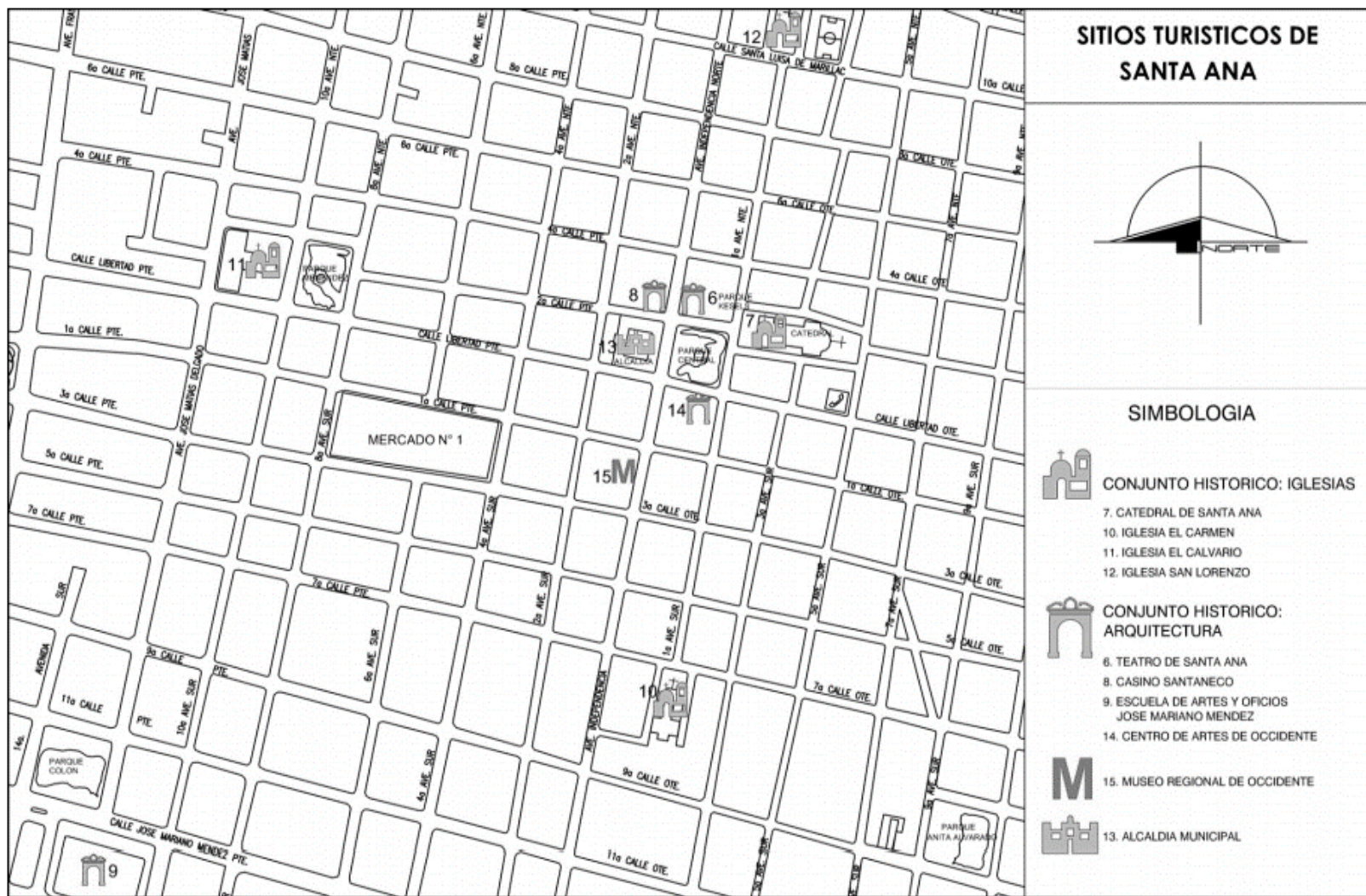


Figura No.3. Sitios turísticos del Municipio de Santa Ana ubicados en casco urbano. (Oficina de Información Turística)

Finalmente es integrada ya que la naturaleza del estudio de caso, se focaliza en la evaluación de los Atractivos turísticos en sus múltiples dimensiones, la cual puede abarcarse considerando tres unidades de análisis dentro del mismo caso: Actores turísticos locales, Conocedores claves en Patrimonio Cultural y Turistas del Municipio.

El levantamiento de información a actores locales, corresponde a 1 persona representante de la Alcaldía municipal (Coordinadora de la oficina de información turística), 1 representante del Comité de desarrollo turístico del Municipio de Santa Ana (Presidente) y 1 persona del sector de la Academia, a través del ITCA Santa Ana (Coordinadora de calidad de la carrera de Patrimonio Cultural).

El levantamiento de información a conocedores claves en Patrimonio Cultural, corresponde a 1 personas representante del Ministerio de cultura y a 1 persona representante de Asociación del Patrimonio Cultural de Santa Ana (APACULSA).

El levantamiento de información a turistas, corresponderá a un sondeo de opinión para medir el nivel de satisfacción en la visita al destino, por ser un estudio cualitativo-exploratorio, precisamente al no contarse con un número exacto de la cantidad de visitantes al casco urbano en el año, se buscara proporcionar resultados estadísticos breves y rápidos que permitirán tener una noción o idea de cuál es la situación del mercado sobre el uso de los atractivos

turísticos, aunque usa métodos similares que el estudio de mercado, su nivel de profundidad es menor y no generalizara a la población, por tanto servirá como una prueba piloto para probar la precisión del instrumento, brindando preliminarmente conocimientos que con posterioridad se podrán profundizar. Se tratara se aplique con la mayor validez posible, en su recogida de datos, así como su procesamiento, este estará dirigido a un *grupo estratégico de 20 personas, entre visitantes nacionales y extranjeros que permanecieron en el casco urbano desde un día hasta más de una noche*, este número corresponde, al número mínimo de casos, debe contener una muestra cualitativa para superar el problema, de que las leyes de probabilidad operan en números elevados para muestras usadas en métodos cuantitativos; ya que menos de 20 situaciones no permiten la extrapolación; y la extrapolación es algo que los muestreos de probabilidad permiten hacer para analizar los datos de manera valida.

3.3 Métodos de Recolección de Datos

3.3.1 Técnicas e instrumentos

Las técnicas a emplear para el levantamiento de información, por fuentes primarias, la constituyen básicamente la **Entrevista, Encuesta y la observación**, en el caso de las fuentes secundarias la **revisión de documentos**.

1. Mediante la técnica de **entrevista**, se obtendrá la Información requerida sobre variables que definan la relación entre el aprovechamiento

de los Atractivos turísticos con el resto de Recursos complementarios (Planta turística, Infraestructura y Superestructura). Se hará uso del instrumento de **cuestionario**, de acuerdo con los requerimientos de información, para esta investigación se definieron dos cuestionarios **semi-estructurados**, conteniendo preguntas de tipo abierta y cerrada, el primero está constituido por una serie de 14 preguntas, dirigidas a las personas representantes de Asociación de Patrimonio Cultural de Santa Ana y del Ministerio de Cultura (Ver Anexo No1. Cuestionario a conocedores claves en Patrimonio cultural). El segundo constituido por una serie de 20 preguntas, dirigidas a las personas representantes de la Alcaldía municipal de Santa Ana, del CDT y del ITCA. (Ver Anexo No. 2 Cuestionario dirigido a Actores locales).

2 La técnica de encuesta, se utilizara en la modalidad Exploratoria o sondeo de opinión, esta utilizó el instrumento de **cuestionario estructurado**, con 12 preguntas cerradas, tanto, dicotómicas, de opción múltiple, así como selección múltiple, empleando en su mayoría escala Likert, la cual consiste en una escala psicométrica utilizada principalmente en la investigación de mercados para medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado, si está de acuerdo o en desacuerdo (el usuario responde específicamente en base a esto en diferentes niveles); esta fue dirigida a las personas que hacen turismo en el casco urbano actualmente, para tener una idea clara sobre la experiencia de su visita, en cuanto a

imagen, calidad y satisfacción en el uso de los atractivos turísticos dentro de la oferta turística estudiada, para contrastar esta visión con la del resto de unidades de análisis. (Ver Anexo No.3 Cuestionario de Encuesta sobre imagen, calidad y satisfacción turística en el casco urbano del Municipio de Santa Ana).

3 Otra Técnica que facilitara el proceso de evaluación de los atractivos turísticos, es la **observación** en la modalidad directa, esta permitirá obtener datos de manera natural, que describan el ambiente físico, donde operan cada uno de los Atractivos turísticos a estudiar. Este proceso se llevará a cabo bajo el instrumento de recolección de datos, denominado **Ficha de observación de Inventario de Recursos Turísticos** (Ver Anexo No.4) el mismo contendrá una lista que revisara una serie de variables específicas, que se someterán a evaluación posteriormente, en el mismo el Analista observador, anotara sus reflexiones sobre los aspectos requeridos.

4 Finalmente, mediante la **técnica de Revisión de documentos**, se logrará complementar la evaluación hacia los Atractivos turísticos en estudio, a través de recursos documentales que han sido publicados: declaraciones, valoraciones expresadas de manera explícita o implícita dentro de un texto, (como estudios previos del tema, folletos técnicos, manuales, etc.) noticias o artículos publicados sobre los Atractivos turísticos, como reconocimientos, promoción, asimismo datos estadísticos de demanda hacia los mismos,

inventario de planta turística, así como cualquier otra información escrita relevante que caracterice la situación actual, en términos de operaciones.

3.3.2 Administración de instrumentos y estrategias para la recolección

Cuestionario: para todos los sujetos de análisis se desarrollará mediante la entrevista directa, donde un entrevistador debidamente capacitado y entrenado para tal fin, aplicará el cuestionario a los sujetos de estudio, haciéndole las preguntas. Para el caso del sondeo, se levantará la información a personas estén realizando turismo fines de semana. Las Entrevistas, se programarán citas con anticipación con las personas seleccionadas, únicamente se grabará audio si existe autorización del entrevistado, se anotarán las respuestas que se consideren relevantes.

Ficha de observación: Se desarrollará mediante la observación directa, visitando en situ cada uno de los atractivos turísticos del casco urbano, el observador anotará las condiciones actuales y todo aquello sea de interés, es necesario su documentación puede ser acompañada de videos y fotografías.

3.4 Procesamiento de Información

3.4.1 Sistematización de la información

Para las entrevistas, se llevará a cabo una transcripción literal completa de las respuestas de las preguntas, se vaciarán en una tabla resumen que contraste las respuestas de los diferentes entrevistados, para la observación, el equipo analista generará una ficha de Inventario para cada atractivo, donde se resume la información recabada de la observación en trabajo de campo, para el

caso de la información documental recabada esta se resumirá para verificarla con toda la información levantada en territorio. Finalmente, para la encuesta se generará una base de datos en el programa SPSS Statistics, que permita codificar, ingresar y validar los datos del sondeo de opinión para su tabulación y graficación.

3.5 Análisis de Datos

3.5.1 Proceso de análisis

El análisis de los datos de los estudios de caso es generalmente extensivo. La triangulación metodológica, es la técnica clave de análisis utilizada; esta técnica implica asegurar la confiabilidad de las conclusiones por medio de fuentes múltiples, de forma se complementen y contrasten entre sí, consiguiendo constructos útiles e hipotéticamente realistas del aprovechamiento de los Atractivos Turísticos, evitando al máximo falsas percepciones y el error. Por tanto una vez completada la recolección de datos y su documentación, se llevara a cabo un análisis del Estado Actual del Sistema turístico que funciona en el Casco urbano con énfasis a los Atractivos turísticos, desde la visión de los actores locales y los turistas, de forma que complementada con un Proceso de Evaluación y Jerarquización de los Atractivos turísticos, en función de un conjunto 11 criterios diseñados a partir del modelo integrado propuesto ***CICATUR/OEA y Índices de Competitividad Turística (Foro Económico Mundial)***, se pueda establecer las condiciones de operación que presentan los atractivos turísticos, su valor y aprovechamiento actual. De forma se puedan

brindar, propuestas de cursos de acción que los mejoren, permitan el crecimiento y expansión de la actividad turística en el Casco urbano de la Ciudad de Santa Ana.

Capítulo IV Análisis de Resultados

4.1 Procesamiento de Técnicas

4.1.1 Entrevistas

- Entrevista a conocedores claves en Patrimonio Cultural

Tabla 1

Procesamiento de respuestas del cuestionario a Conocedores del rubro turístico.

Pregunta	Nombre: Luz Marina de Sevilla (Gerente de APACULSA)	Nombre: Douglas Tejada (Promotor del Patrimonio cultural del MICULTURA)	Síntesis de análisis.
1. ¿Qué atributos Únicos presentan los atractivos del Casco urbano, desde la perspectiva de Valor histórico (antigüedad, hechos relevantes); calidad arquitectónica (edificaciones auténticas, diseño, diferente de su género), científico y artístico? Explique	En el salvador es la única ciudad con este tipo de arquitectura y que guarda mucha historia de importancia local y nacional.	Arquitectura única Neogótica de la catedral y el teatro El arte colonial que se aprecia en el Palacio Nacional, El Museo que es el símbolo de crecimiento económico través del café antes el Banco Central de Reserva como museo se promueve la herencia del patrimonio.	Santa Ana es una ciudad que se caracteriza por tener atractivos únicos en cuanto a arquitectura e historia.
2. ¿Cuáles han sido los reconocimientos importantes que han recibido los atractivos del casco urbano por (UNESCO, Leyes, declaratorias de Patrimonio cultural y otros) a nivel internacional, Nacional, regional o local? Explique	Declarados sitios de interés turístico por MITUR. Algunos edificios están reconocidos por la UNESCO de valor Nacional y tienen protección según convención de HAYA	La UNESCO a clasificado los edificios cada uno debe pasar de 50 años para ser declarado patrimonio cultural.	A raíz de la II Guerra Mundial, la UNESCO adoptó la Convención de La Haya (1954) , que creó reglas para proteger los bienes culturales durante los conflictos armados. Esta Convención fue el primer tratado internacional destinado a la protección del patrimonio cultural en el contexto de la

			guerra. A febrero de 2014 había sido ratificado por 126 estados.
3. ¿De qué forma se preserva la herencia cultural de los atractivos del casco urbano para darles una mayor vida? ¿Están real y efectivamente protegidas? Si no, ¿cuáles elementos hacen falta para que su protección sea realmente efectiva?	Hace falta sensibilizar al habitante para que cuide, valore y proteja su patrimonio cultural.	Bajo la ley de protección al patrimonio cultural. La alcaldía a través de su ley de ornato regula el cuidado depende de los habitantes y su cultura la preservación de los mismos.	Es importante crear una sensibilización a los habitantes ya que ellos juegan un papel muy importante en su desarrollo.
4 Para restaurar, proteger o interpretar estos lugares, ¿es necesario que otras instituciones se involucren? Como están organizados en este contexto actualmente	En algunos edificios se trabaja con apoyo de ministerio de Cultura y empresa privada.	Sí. Se encuentra el comité de autoridades: Alcaldía, La POLITUR, Ministerio de Cultura se ha creado una comisión para poder promover más el turismo	Desde la perspectiva de los conocedores, es importante trabajar en equipo, pues de esta manera cada una de las unidades brindara diferentes beneficios para la preservación de cada uno de los atractivos.
5.Cuál es el estado de conservación actual que presentan los atractivos del casco urbano? Explique los principales problemas presentan	Existen tres tipos de deterioro: biológico, antrópico, ambiental. En algunos es muy bueno, están en proceso de restauración.	APACULSA no ha trabajado bien.	Actualmente los atractivos están en su mayoría, en un estado alto de deterioro.
6 ¿Considera que el turismo ha incentivado a la recuperación de espacios culturales en el casco urbano? Si no es así, ¿Qué lo ha hecho? Explique	Se han restaurado para el deleite y goce del ciudadano local; el tema turístico es algo que aún no se ve como prioridad	No ya que ni siquiera existe algún tipo de promoción.	Desde la perspectiva de los conocedores uno de los principales problemas es que no hay adecuada promoción turística.
7 ¿Considera los diferentes atractivos presentan condiciones adecuadas para recibir a turistas (capacidad de carga, instalaciones y equipamientos que brinden seguridad)	Si tienen la capacidad.	Si aunque la mayoría de atractivos son edificios antiguos siempre hay que tener debidas precauciones.	Aunque son edificios antiguos, aún tienen condiciones óptimas para recibir visitas, teniendo siempre las debidas precauciones.
8 Se han incluido los atractivos	Algunos de los	Se está trabajando con	Si se han incluido

del casco urbano dentro de procesos de planificación territorial (Planes y Proyectos de incidencia Nacional, regional y local). Explique cuales	atractivos están incluidos como parte de la propuesta turística Teatro y Catedral.	algunos atractivos para que sean incluidos en la propuesta turística.	y existe un incentivo pero aún falta trabajar mucho para poder aprovecharlos como se debe.
9. ¿Qué percepción tiene sobre el turismo actual en el casco urbano?	Actualmente se recibe a malos visitantes que ensucian y deterioran los edificios al no ser parte de la comunidad desconocen su valor cultural.	Solamente se ve afluencia de turistas para las fiestas Julias y época Navideña. Lo que quiere decir que está mal porque se podría haber turistas también en otros meses.	Algunos de los turistas no tienen conciencia en cuanto a preservar el lugar donde están haciendo turismo, ya que en las fiestas julias, que es la época donde más turistas se reciben, es cuando se encuentra más sucia la ciudad.
10. ¿Cuál es su percepción sobre la presencia de visitantes en el casco urbano? ¿Considera son más excursionistas que turistas? ¿Qué clase de turistas destaca internacional, nacional, regional y local? ¿En qué épocas del año se eleva (fines de semana, fiestas julias, Semana Santa entre otros)? Explique	Mayor número de excursionistas en Julio debido a las fiestas Patronales.	Destaca el turista extranjero sobre todo en la época de fiestas Julias ya que en este mes se disfruta de la Feria Ganadera algo que caracteriza a la ciudad.	Desde la percepción de estos conocedores, por una parte destacan más los turistas extranjeros y a la vez excursionistas, ya que las fiestas julias son de gran atracción.
11. Que impactos (positivos y negativos) son ocasionados por el turismo.	Turismo sostenible y Responsable, Dinamiza las economías locales. Eleva los precios de la propiedad. Pérdida de identidad cultural.	Genera empleos para la localidad. Definitivamente la pérdida de identidad Cultural.	Estos conocedores coinciden en que unos de los impactos positivos que genera el turismo, es el hecho de que genera empleos locales; entre los impactos negativos, destaca la pérdida de la identidad cultural.
12 ¿Cómo se han integrado los atractivos del casco urbano a la oferta de productos turísticos que ofrece el Municipio (rutas, circuitos, corredores turísticos, etc.)?	No se ha podido integrar a los sectores claves para desarrollar un producto turístico externo.	Falta de ejecución de proyectos que impulsen el turismo en el sector.	No se ha logrado integrar el Centro Histórico a la oferta turística del municipio.

13¿Qué factores son los que limitan el desarrollo del turismo en el casco urbano, ordénelos según prioridad de mejoramiento	Cultura turística; señalización vial y turística; estado de las vías; servicios básicos turísticos; calidad de la oferta de alimentación y alojamiento; información turística; promoción turística; conservación del patrimonio cultural.	Señalización vial y turística; información turística; conservación del patrimonio cultural; falta de actividades que rompan estacionalidad.	Ambos coinciden que los principales factores que limitan el desarrollo turístico, es que carece de señalización vial y turística que indiquen al turista donde se encuentra ubicado.
14¿Expresa una medida urgente para proteger, conservar y aprovechar los atractivos culturales con que cuenta el casco urbano, promoviendo el desarrollo sustentable de la actividad turística?	- Proyectos de sensibilización turística local - Gestionar con empresa privada la señalética. - Mejoramiento de las calles del casco urbano.	Generar festivales en el parque. Ponerse de acuerdo con todos los sectores para poder promover el turismo en el Centro Histórico.	Ambos conocedores coinciden en que una de las principales deficiencias existentes en el municipio es la falta de sensibilización turística por parte de los habitantes, ya que estos no creen que el turismo les puede generar beneficios al municipio.

- Entrevista a actores locales

Tabla 2

Procesamiento de la información obtenida por medio del cuestionario realizado a Actores Locales del municipio.

Pregunta	Nombre:	Nombre:	Nombre:	Síntesis de análisis.
	Jacqueline Aparicio (Coordinadora de Oficina de Información Turística de Santa Ana)	Francisco Olano (Presidente del CDT)	Rosa Vania Chicas (Coordinadora de calidad de la carrera de patrimonio cultural impartida por el (ITCA)	
1 ¿Qué rol juega como actor local en el desarrollo del sector turístico en el casco urbano?	Actualmente, Coordinadora de la Oficina de Información Turística por parte de la alcaldía.	Presidente del Comité de Desarrollo Turístico y Empresario de alojamiento Turístico	Coordinadora de calidad de la carrera de Patrimonio Cultural	El rol que juega cada uno de los actores locales es importante para el desarrollo turístico del municipio ya que

				actualmente ellos están involucrados en el rubro turístico.
2 Desde su experiencia dentro del sistema turístico, ¿Es la actividad turística del casco urbano rentable actualmente? Explique	No es rentable ya que actualmente no se cuenta con un plan de desarrollo turístico por parte de la alcaldía ni de otras entidades referidas al turismo.	No es rentable porque los planes nunca llegan a concretarse.	No es rentable porque la comunidad local no apoya ni valora las iniciativas creadas para el desarrollo del turismo.	La actividad turística del casco urbano no está siendo rentable actualmente, debido a la falta de planes o proyectos para que se logre crear un producto.
3 ¿Cuáles son productos turísticos que actualmente ofrece el casco urbano? Explique	No existe ningún producto turístico porque como anteriormente mencione, no se cuenta con un plan de desarrollo turístico.	El casco urbano no cuenta con ningún producto turístico como tal; solamente cuenta con recursos y atractivos que no se han podido desarrollar como un producto.	No se tiene producto turístico ya que no ha habido ningún interés por parte de la municipal en crear un producto turístico.	El casco urbano de Santa Ana no ofrece un productor turístico como tal, ya que la superestructura no está trabajando en unión para tal fin.
4 Indique las tres principales razones por las cuales es visitado el casco urbano	El turista se interesa por el tipo de infraestructura que poseen algunos atractivos del casco urbano como los son Catedral, el Teatro.	Una de las razones es porque Santa Ana se caracteriza por ser una ciudad que transmite tranquilidad, además de los diseños arquitectónicos que posee el Centro Histórico.	Es visitado por la historia que caracteriza a la ciudad; por otra parte porque fue una ciudad con rasgos relevantes. También por ser la única ciudad con un teatro caracterizado por su belleza arquitectónica. Además, porque es reconocida por ser la ciudad del café.	La arquitectura de los diferentes edificios, el interés de conocer historia, rasgos y características sobresalientes del municipio así como por ser una ciudad tranquila en la que se puede transitar libremente, son las principales razones por las cuales es visitado el casco urbano.
5 ¿De qué manera se han aprovechado los atractivos del casco urbano para desarrollar el turismo en esta área?	El aprovechamiento que estos han tenido es muy pobre porque incluso algunos no son atractivos, solamente se quedan a nivel de recurso, todo esto debido a ciertas diferencias que existen entre instituciones que al trabajar todas de la mano, el panorama sería diferente.	La verdad no existe ningún tipo de aprovechamiento porque existen ciertas limitantes, como por ejemplo, que no están a la disposición del turista porque los días festivos que las personas tienen la iniciativa de visitarlos, algunos de estos están cerrados. Por otra parte, no existe un apoyo entre organizaciones de turismo porque todos quieren protagonismo.	El aprovechamiento de los atractivos es malo ya que incluso hasta para los mismo habitantes, si quieren por ejemplo entrar al teatro no se puede porque debe solicitarse un permiso con dos semanas de anticipación, lo cual no debería de ser así.	Por lo que se pudo percibir, no existe un aprovechamiento de los atractivos turístico.

6 ¿Qué tipo de demanda recibe el casco urbano? (Origen de los turistas)	Anteriormente se llevaba un registro, sin embargo no fue entregado a la nueva administración. Actualmente no se lleva un registro de todos los visitantes.	Un dato en cifras no lo sé, pero con seguridad se puede decir que el origen de los turistas es europeo. Irlandeses, daneses, suecos, alemanes, españoles puedo dar fe de esto ya que se hospedan mi hotel.	No tengo el dato.	En su mayoría, los turistas son de origen europeo.
7 ¿Cuál es la frecuencia de la demanda que posee el Casco urbano? Explique la respuesta que señale: Permanente (todo el año), Estacional (sólo por temporadas), Esporádica (de vez en cuando), Inexistente	Esporádicamente.	Estacional.	Estacional.	La frecuencia de la demanda es estacional ya que solamente utilizan el casco urbano para poder pernoctar.
8 ¿Cómo se han organizado los diferentes actores de la comunidad para participar en el desarrollo de la actividad turística?	Ese es el problema, que no se trabaja en equipo para potencializar el turismo en el casco urbano y no existe alguna iniciativa de trabajar en grupo para que el casco urbano no solo sea para que los turistas solo vengan a dormir.	Como CDT existe la iniciativa pero no hemos recibido aprobación de CORSATUR para poder poner en marcha algunos planes.	El municipio carece de trabajo en grupo, es por eso que el turismo no se desarrolla de la manera correcta.	La deficiente organización de los diferentes actores locales impide que el turismo se desarrolle de la manera correcta.
9 ¿Cómo se promociona la oferta turística del Casco urbano?	Actualmente solo se cuenta con este centro de información turística donde se les brinda respuesta a algunas interrogantes de los turistas, pero no existe una publicidad masiva que logre atraer visitantes.	Actualmente no existe publicidad adecuada para la oferta turística del casco urbano.	Desde mi punto de vista, no existe una adecuada promoción de la oferta turística del lugar.	Existe deficiencia en las estrategias elaboradas para promocionar el casco urbano como un destino turístico.
10 ¿Qué clase de destrezas para turismo tienen los recursos humanos del casco urbano? Inglés, Capacidad o experiencia en guianza , Cocina, Contabilidad / administración	Capacidad o experiencia en guianza ya que actualmente solo se cuenta con jóvenes que se encuentran haciendo sus pasantías.	administración	ingles	Para poder trabajar en el rubro turístico, es necesario que el recurso humano tenga conocimiento en administración, saber manejar el habla de idiomas extranjeros, así como la capacidad de saber guiar u orientar a un

				grupo determinado de personas.
11 ¿Cómo la oferta del casco urbano se integra a la oferta global del Municipio?	Actualmente no se encuentra incorporado a ningún tipo de paquete turístico o algo por el estilo aunque sería de muy buena idea ya que las diferentes tour operadoras solo toman como principales el lago de Coatepeque y el cerro verde lo cual sería ideal crear un paquete donde no solo se integre el centro histórico sino demás atractivos con los que cuenta la ciudad como Sapoapa, parque san Lorenzo entre otros.	Lamentablemente se está desaprovechando el involucrar estas joyas arquitectónicas con que el centro histórico cuenta ya que no se integran a ningún tipo de oferta, tengo entendido que se quería crear una ruta arqueológica donde se integraría el centro histórico pero no se ha llegado a realizar.	No está integrado a ningún tipo de oferta ya que las tour operadoras o agencias de viajes que están realizando diferentes tours lo dejan fuera siempre se van a otros municipios, fuera de la ciudad siento está muy importante y la segunda ciudad más grande de nuestro país donde se le caracteriza por historia que se debería de estar dando a conocer.	Es deplorable que el casco urbano, teniendo atractivos turísticos con tanta riqueza cultural, histórica como arquitectónica, no se encuentre integrado en la oferta turística global del municipio.
12 ¿Se han elaborado Planes o proyectos para impulsar el turismo desde esta organización de actores u otra instancia?	No existe ningún tipo de plan o proyecto actualmente pero falta que ver dentro de unos meses más a ver si la nueva administración del CDT le aporta al turismo.	Por el momento como CDT se está esperando una reunión con CORSATUR para poder proseguir en la creación de nuevos planes estratégicos pero debido a que se están preparando para la feria de pueblos vivos para el mes de diciembre por lo cual se ha pospuesto la reunión para ponernos en marcha.	Sinceramente no tenemos ningún tipo de plan por el momento, hace algunos meses alumnos que pertenecen a la carrera de patrimonios culturales realizaron un proyecto donde las personas desde su Smartphone pueden escuchar el canto oficial de Santa Ana bajo el almendro de David Granadino totalmente gratis y además leer la historia de Él.	Existen diferentes estrategias que están en espera de aprobación para poder llevarlas a cabo.
13 ¿Qué acciones se están llevando a cabo para desarrollar el turismo en el casco urbano?	Por el Momento solo se pretende tener reuniones con las diferentes entidades que se involucran en el turismo.		Por ahora se está trabajando de la mano con el ministerio de cultura ya que ellos están becando a los jóvenes con mayores calificaciones que quieran estudiar la carrera de Patrimonios Culturales a la vez fomentarles a	El hecho de que el Ministerio de Cultura este becando jóvenes para que puedan estudiar la carrera de Patrimonio Cultural es una medida que tiene un futuro prometedor para el turismo en el casco urbano.

			importancia y que en un futuro puedan ser profesionales en dicha área.	
14 ¿Cómo se comercializa actualmente la oferta turística del casco urbano? ¿Se cuenta con paquetes turísticos, tours, etc.? ¿Quién lo hace?	En si el casco urbano no se comercializa localmente ya que si existen algún tipo de paquetes, tours o circuitos es por parte de Agencias de viaje o tour operadoras, como el tour de Necroturismo y Recorrido nocturno al Centro histórico que son se realizan esporádicamente.	La comercialización del casco urbano actualmente es Mala ya que no hay ningún tipo de paquete ni tours que lo integre por lo que dicen los turistas que hospedan en mi hostel ellos vienen a la ciudad porque es tranquila y segura no porque exista algún tour que se los incluya.	Según tengo entendido no hay ningún tipo de comercialización aunque fuera excelente que lo hubiera, cada edificio tiene su historia y sería muy exitoso si se le apostara a la promoción del casco urbano.	La comercialización del casco urbano es deficiente, ya que no está incluido en ningún paquete turístico.
15 ¿Qué tipo de empleos turísticos se generan (Formal/informal)? Explique	Informales ya que la personas se han ubicado solas y fuera bueno un reordenamiento siempre dejarles sus ventas pero darles el lugar ideal de manera que no debiliten la vista de los diferentes atractivos.	Informales ya que se necesita una clase de reordenamiento, claro las ventas no están mal porque la mayoría de personas siempre llegan por ejemplo por una Yuca de la señora que vende en alguna esquina esto como ejemplo ósea que es parte de la gastronomía pero debería de existir un local quizá	Informales ya que no se realizan frecuentemente festivales donde se generen empleos locales.	Los empleos turísticos generados son de carácter informal, por ello es necesario un reordenamiento para estas personas, con el fin de no debilitar la vista de los diferentes atractivos.
16 ¿Existen programas de capacitación dirigidos a apoyar al recurso humano que trabaja en turismo en el casco urbano? Explique la situación actual que se presenta	Por el momento no se cuenta con un programa de capacitación específico para el recurso humano.	Estrictamente un programa de capacitación no, pero estoy enterado de que ahora en bachillerato existe la modalidad de patrimonio cultural y creo que esa es una buena manera de “capacitar” a los jóvenes.	No es un programa de capacitación, pero se está inculcando a los jóvenes el cuidar y valorar el patrimonio cultural que la ciudad posee es por eso que se implementó el bachillerato en patrimonio cultural y creo que esa es una manera de instruir o capacitar al recurso humano.	Con el fin de capacitar al recurso humano, se está trabajando en impartir desde bachillerato un Técnico en Patrimonio Cultural.
17 ¿Qué necesidades de capacitación existen actualmente?	Actualmente, para trabajar en este rubro se necesita que el recurso humano sepa desenvolverse, que cuente con un amplio conocimiento de lo que	Considero que se necesita instruir a las personas en el idioma inglés, ya que la ciudad es visitada por bastante turista extranjero, en su	Es imprescindible que se eduque a los habitantes en cuanto a ornato ya que si el turista va a visitar el parque por ejemplo hay basura	Para poder trabajar en el rubro turísticos es necesario saber al menos dos idiomas ya que parte de los turistas son de dependencia europea

	es historia de acá del municipio.	mayoría europeos; también se les debe instruir en que sepan interactuar valores que hagan que el turista se sienta en un ambiente agradable y que regrese a visitar la ciudad y además la recomiende.	permanente se ve mal y a la vez están dañando lo que es de nosotros mismos y esto cada vez empeora es preocupante porque la ciudad se ve sucia, pero de qué sirve que se coloquen basureros si los habitantes no toman conciencia ni leen indicaciones.	y hablan el idioma inglés.
18Cuál es la actitud de la comunidad hacia la actividad turística? Explique la respuesta marque	El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras)	Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística. Ya que no creen que se pueda Generar empleos Locales provenientes del Turismo.	El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras)	Los habitantes no tienen un conocimiento de lo importante que es el turismo en la actualidad, por dicha razón no les importa cuidar el mobiliario, tiran basura en la calle, en pocas palabras no se preocupan porque la ciudad esté limpia y que los turistas decidan regresar.
19¿Qué problemas percibe desde su ámbito de actuación están actualmente afectando al desarrollo turístico del casco urbano?	No se trabaja en unión continuamente sino solo por ocasiones. El Ornato es otro problema ya que le quita la buena imagen a la ciudad ya que en esa área no se encarga la alcaldía sino es obligación de la gestión de medio ambiente nosotros comunicamos el problema y ellos se encargan de darle mantenimiento	Falta de Reordenamiento de los Vendedores ya que no tienen conciencia de que están dañando la ciudad botando basura, Manchando, el mobiliario del parque por ejemplo sus bancas, a la Vez la presencia de mendigos que genera mal aspecto .Y la falta de trabajo en grupo ya que las diferentes entidades tenemos distintas ideas que al trabajar en grupo se podría establecer estrategias para un buen desarrollo del municipio.	Las ventas ambulantes es uno de los principales problemas que actualmente se perciben ya que hacen falta plazas que cuenten con productos que sean propios de la ciudad.	Las ventas ambulantes y su falta de reordenamiento, así como la ausencia de trabajo en equipo son unas de las limitantes para el desarrollo del turismo.

4.1.2 Fichas de observación

Mediante las mismas se logró recolectar información del estado actual de cada uno de los atractivos, mediante la visita en situ y visitas guiadas con los administradores o el representante designado, para complementar de manera adecuada los apartados requeridos, el levantamiento se realizó durante el mes de octubre, a través de visitas continuas al casco urbano de la ciudad. (Ver Anexo No.4 Fichas de Observación de los Atractivos Turísticos complementadas).

4.1.3 Encuesta de sondeo de opinión

En este segmento se presentan y analizan los resultados obtenidos en el cuestionario aplicado, conforme a las dimensiones e indicadores planteados para medir las variables relacionadas, con el objetivo específico de *definir el grado de satisfacción del visitante con respecto al uso de Planta Turística, Atractivos turísticos y la calidad de la experiencia obtenida en su proceso de visita*. Revisar el despliegue de la información en Anexo No. 5 Análisis de Encuesta de Sondeo a Turistas.

4.1.4 Revisión bibliográfica

Para este caso se extrajo información, que permitido ahondar en la problemática por medio de monografías pertenecientes al ministerio de cultura sobre datos históricos de algunos de los atractivos turísticos estudiados y que han sido plasmados en el marco teórico de este documento. A la vez también se utilizó sitios web donde se extrajo información acerca de la ciudad de Santa

Ana como fechas importantes desde sus inicios, promoción de atractivos turísticos, asimismo se retomó información de estudios previos, específicamente de un trabajo de tesis de la Universidad de El Salvador, Plan de desarrollo turístico del Municipio de Santa Ana específicamente información acerca de la planta turística que conforma el casco urbano de la Ciudad.

4.2 Análisis de la Situación Actual Turística del Casco Urbano

Los apartados que corresponden a este análisis, surgen a partir de la información contrastada y complementada entre sí, de las diferentes técnicas de recolección de datos, presentadas con anterioridad.

4.2.1 Análisis de la demanda turística

- ***Flujo de turistas***

Actualmente no se cuenta con un sistema de conteo a nivel municipal, que detalle la cantidad de personas realizan visita turista al casco urbano, aunque la anterior administración Municipal si llevo un registro, este no se preservó. De acuerdo a lo manifestado por los actores locales la demanda al casco urbano, es de tipo estacional, marcada por la demanda de temporada alta que rige al resto de destinos (feriado de semana Santa y agosto, descanso de Navidad), asimismo por la realización de las Fiestas Patronales (época de fiestas Julias que duran alrededor de un mes), para este último existe mayor movimiento de turistas, atraídos por las diferentes actividades se realizan, como la Feria Ganadera algo que caracteriza a la ciudad, desfiles, festivales, el campo de la feria, etc. Se maneja que el origen de los turistas extranjeros es mayormente

europeo (Irlandeses, daneses, suecos, alemanes y, españoles), para el turista nacional, se conoce la conforman mayoritariamente municipios cercanos y el departamento de San Salvador. Es de destacar, según información de la oficina de información turística Municipal, que el número de turistas promedio que en un día normal (Lunes a viernes) visitan la oficina de información turística es de 6, el fin de semana esta puede ascender a 10 turistas debido a la cantidad de excursiones que recibe la ciudad. Sin embargo, cabe señalar que los turistas nacionales que se desplazan por motivos educativos, son grupos variables de tres hasta 150 personas.

- ***Nivel de satisfacción del turista de experiencia en el destino***

Por medio de la información detallada en el análisis del sondeo, se encontraron los siguientes hallazgos:

- La mayoría de turistas que visita el casco urbano son personas entre 15-36 años, con nivel educativo universitario, de forma el mercado de visitantes es relativamente joven e instruido. En el caso de los extranjeros que lo visitan, lo hacen en compañía de amigos, en el caso nacional esta se realiza en familia o pareja.
- El 22% de los extranjeros que visitan el Casco urbano no lo visitan por primera vez.
- La mayoría de visitas se reciben al casco urbano es por parte de un turista independiente, no hay paquetes turísticos o tours que lo integren, de forma lo realizan por cuenta propia, su visita al Municipio se ve

motivada por atractivos fuera del casco urbano: Volcán Ilimatetpec, lago de Coatepeque y el Cerro Verde.

- Los servicios turísticos básicos de alimentación y alojamiento están catalogados mayormente en una calidad de satisfactoria.
- Se resalta la carencia de los servicios de Guiado y transporte turístico, los servicios de información turística son valorados como regulares, dos de cada 10 que lo utilizaron resalta falta de información o calidad en el servicio.
- Los servicios complementarios de farmacia y bancos destacan entre los que prestan un muy adecuado servicio, para los turistas extranjeros la oferta de entretenimiento nocturna es satisfactoria, pero limitada, utilizan la ciudad solo para pernoctar principalmente, asimismo el servicio de agencias de viajes presta un servicio insatisfactorio.
- La actitud de la comunidad local es percibida en nivel de regular.
- El grado de satisfacción global de la experiencia vivida por el turista actual, es catalogada en su mayoría dentro de la expresión de satisfecho, pero el 30% de estos no recomendaría que lo visiten.
- Recomiendan ampliar las opciones turísticas (se abra el teatro al público, crear corredores turísticos, citytour, festivales culturales los fines de semana), realizar visitas guiadas al interior de Iglesias, impulsar la gastronomía local, dar a conocer más la Iglesia El Carmen y El Museo Regional de Oriente, sobre todo el reordenamiento y ornato del Parque

Libertad, promover adecuados equipamientos publicos en todo el casco urbano que mejoren la imagen, asimismo se promueva la identidad cultural.

4.2.2 Análisis de la superestructura turística

Representa actualmente una situación desfavorable, de común percepción para los actores locales, la falta de una organización turística que involucre a todos los sectores, no ha permitido potencializar el sector, a pesar que la Alcaldía ha tratado de impulsar el tema, aún no ha logrado vincularse y trabajar de la mano con el resto de actores, dado existe una desarticulación y trabajo aislado por parte de todos, se evidencia cada uno busca sus intereses y protagonismo, sin seguir un objetivo común. Aunado este panorama se tiene la presencia de un CDT el cual tiene su oficina en la Alcaldía Municipal de Santa Ana, que no es funcional, recién ha sido reestructurado y está en espera de ser aprobado por CORSATUR, para funcionar, de forma que no cumple con su rol de promotor del turismo.

Asimismo, es de destacar que no existe integración de la comunidad de manera dinámica en la actividad turística, estos se involucran solamente durante temporada alta, en el resto del año su actitud, es de indiferencia al desarrollo del sector.

Por tanto, este panorama demarca la ausencia de una cultura turística en el casco urbano, que incide negativamente en la toma de decisiones

estratégicas al sector, principalmente en la ausencia de un Plan de desarrollo turístico, que brinde lineamientos sólidos, que guíen la gestión turística, promoviendo proyectos turísticos emblemáticos, como la reestructuración e innovación de la oferta actual, el ordenamiento turístico territorial, mejora de la imagen, hasta el desarrollo de programas de bienvenida al turista, de forma se mejore la afluencia de turistas al casco urbano.

4.2.3 Análisis de la oferta

- ***Producto turístico Actual***

No existe dentro del casco urbano, ningún tipo de producto turístico integrado funcionando como tal (corredor turístico, city tour, o evento programado definido) la ausencia de esto no es porque no se tengan los recursos turísticos para atraer al turista, sino porque no ha habido un interés por desarrollar un producto concreto. Actualmente, solo se puede hablar de un atractivo ancla que es la Catedral de Santa Ana, a partir de ella es que se promueve la visita a otras atracciones turísticas complementarias, con potencial para el desarrollo en la modalidad de turismo cultural. Por tanto, las opciones que tiene los turistas son poco diversas, se supedita únicamente a visitas a los diferentes Atractivos Turísticos estudiados. Para este 16 de noviembre, se ha impulsado por primera vez, por parte de la Alcaldía, un recorrido nocturno por los diferentes principales puntos del casco urbano, este es un evento nuevo, que se espera sea permanente y trascienda más que el tour de Necroturismo llevado a cabo julio,

impulsado por una tour operadora que en su momento vario la oferta pero que no quedo fijo.

Por otra parte es importante señalar, que las tour operadoras que dirigen paquetes al Municipio de Santa Ana, solo retoman como principales atractivos el Volcán de Santa Ana, Lago de Coatepeque y el Cerro Verde, dirigiéndose a ofertas de Aventura y Naturaleza, dejando de lado el centro histórico así como el resto de atractivos cercanos (Cerro Tecana, Parque acuático Sihuatecuacan, Parque San Lorenzo, entre otros), en ese sentido los turistas que llegan al casco urbano lo realizan de forma independiente, por el conocimiento que se tiene de la ciudad como tranquila y segura, no porque exista algún tour que se los incluya.

- ***Estado de los Atractivos turísticos***

En El Salvador, Santa Ana es la única ciudad que cuenta en su casco urbano, con una riqueza de joyas arquitectónica, que guardan mucha historia de importancia local y nacional, como por ejemplo La historia de los 44, que le dio la distinción de “Ciudad Heroica”, de forma que los atractivos turísticos en estudio, se ven enmarcados dentro de este contexto.

A pesar de esta riqueza cultural, desde la visión de los actores locales y turistas, actualmente el aprovechamiento de los mismos es muy deficiente, ya que algunos pueden no considerarse como tales, porque no están operando actualmente, tal es el caso del Teatro de Santa Ana, el cual no está abierto al

público, y para su uso debe solicitarse un permiso con dos semanas de anticipación, en ese sentido, este tipo de este atractivo, se quedan a nivel de un recurso potencial, es aquí donde el tema de organización turística podría superar esta deficiencia.

A continuación, en la tabla No. 3 puede apreciarse ciertos parámetros generales que distinguen a un atractivo turístico, asimismo se muestran descripciones breves del estado actual de cada atractivo turístico a evaluar, con el fin de reconocer y distinguir sus atributos principales, de forma se recoja y profundice en un solo apartado la información pertinente del estado actual, que permita en seguida, evaluar cada uno bajo el Modelo de Evaluación definido, en este proceso se hizo uso de fichas de observación, así como la información proporcionada a través de la entrevista a conocedores del rubro turístico. Por otra parte, la forma de clasificación de los mismos, se apoyó de la categorización definida por OEA-CICATUR (Ver Anexo No. 7 cuadro de categoría de Recursos turísticos) en la que se aporta las distintas clasificaciones que pueden designarse a los recursos turísticos. Para ahondar en mayor detalle de cada atractivo turístico, referirse a las fichas de inventario de los atractivos turísticos en el Anexo No. 8.

Tabla No. 3
Parámetros que distinguen un atractivo turístico

Atractivo turístico	Servicios turísticos básicos	Actividades turísticas	Uso en turismo	Observaciones
---------------------	------------------------------	------------------------	----------------	---------------

Catedral de Santa Ana	Se apoya de Planta turística local	Visita a iglesia	En operación, cuenta con instalaciones para su recibimiento.	Bajo mantenimiento (infraestructura y limpieza), poco higiénico por permanencia de aves alimentándose y cohabitando el lugar.
Teatro de Santa Ana	Se apoya de Planta turística local	-	No está en operación	-
Casino Santaneco	Servicio de Restaurante	Visita al sitio	En operación cuenta con instalaciones para su recibimiento.	Funciona como sala de eventos y banquetes.
Parque Libertad	Se apoya de Planta turística local	Vista al sitio, desarrollo de actividades artísticas programadas	En operación cuenta con instalaciones para su recibimiento.	Deterioro de los equipamientos y estructuras, así como la ausencia de limpieza

Fuente: Elaboración propia.

1. Catedral de Santa Ana

Corresponde a una Joya arquitectónica que ha destacado y ha recibido reconocimiento a nivel Internacional, por su valor histórico y antigüedad, siendo declarada como patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) asimismo desde 1913 es reconocida como Monumento Nacional, ha sido tomado en cuenta a través de Políticas y Regulaciones de protección, según la convención de la HAYA 1954- protege los bienes culturales durante los conflictos armados- (Internacional), a través de ley de protección al patrimonio cultural para su conservación mediante la Asociación de Restauración de Catedral de Santa Ana (Nacional).

2. Iglesia El Carmen

La Iglesia El Carmen es una preciosa joya arquitectónica, posee un reconocimiento local siendo así porque fue consagrada en 1852 y representa el brazo izquierdo de la cruz céntrica que conforman junto a Catedral; ha sido tomada en cuenta a través de Políticas y Regulaciones de la Alcaldía por la Ordenanza sobre el aseo de la ciudad de Santa Ana, que regula el cuido del patrimonio local.

3. Iglesia San Lorenzo

La Iglesia de San Lorenzo es una iglesia parroquial. Posee un Reconocimiento local siendo así porque fue consagrada el 4 de mayo de 1878 y representa el brazo derecho de la cruz céntrica que conforma junto a catedral;

4. Iglesia El Calvario

La Iglesia El Calvario es una iglesia parroquial. Representa los pies de la cruz céntrica que conforman junto a Catedral; al igual que la iglesia San Lorenzo

5. Teatro Nacional de Santa Ana.

El teatro Nacional de Santa Ana, ha recibido reconocimiento por su valor histórico y antigüedad, siendo declarada como Monumento Nacional desde 1982.

6. Palacio Municipal de Santa Ana

La Alcaldía Municipal de Santa Ana es la sede del gobierno municipal de Santa Ana. Fue construida en 1874 y un siglo después fue declarada monumento nacional de la República de El Salvador. También ha sido tomado en cuenta a través de Políticas y Regulaciones de protección según la convención de HAYA 1954.

7. Parque Libertad de Santa Ana

El parque Libertad es la principal plaza de la ciudad salvadoreña de Santa Ana; ubicado en el centro de la ciudad, está rodeado por los edificios notables de la localidad: el Teatro, la Alcaldía, la Catedral y por otras estructuras importantes y antiguas como el Casino Santaneco y el Centro de Artes de Occidente.

8. Casino Santaneco

El Casino Santaneco es un club social ubicado en el Centro Histórico de la ciudad salvadoreña de Santa Ana, cuyo edificio fue construido en 1896 para ser un espacio propio donde realizar negocios y sentirse como en casa.

9. Museo Regional de Occidente

El Museo Regional de Occidente se conoce como un centro de transmisión de conocimientos del patrimonio cultural e histórico de la región occidental del país, que busca generar espacios de desarrollo cultural.

10. Fiestas Patronales de Santa Ana

Como Fiestas Julias son denominados los festejos patronales, celebrados del 17 al 26 de julio, en la ciudad de Santa Ana en El Salvador. Estas festividades, en honor a la Señora Santa Ana (patrona de la ciudad), se han convertido en uno de los festejos más importantes de este país.

- ***Recursos turísticos complementarios***

El análisis corresponde a los temas de planta turística e infraestructura.

Cabe destacar que la planta turística por la que se conforma el casco urbano del municipio de Santa Ana, es de complacencia para el turista, ya que mediante la información obtenida en el sondeo realizado a los turistas, la percepción de los servicios turísticos básicos de alimentación y alojamiento es satisfactoria, pues la oferta de restaurantes y sitios de esparcimiento como discotecas y bares, así como la oferta de alojamiento, ha sido bien calificada y aceptable. Sin embargo en concordancia con la opinión de los actores locales y de los turistas, se puede manifestar la ausencia del servicio de guiado y transporte turístico. Asimismo, la ciudad cuenta con una Oficina de Información Turística en la cual el servicio de información debe mejorarse en el tema de atención principalmente. Los servicios complementarios de farmacias y bancos destacan como los que prestan servicio muy satisfactorio.

En cuanto a infraestructura, el casco urbano del municipio de Santa Ana es accesible tanto para vehículos como para peatones, aunque todavía falta

trabajar para mejorar la accesibilidad del sector de la población con minusvalía, es de destacar que en su mayoría son calles pavimentadas, las calles principales se mantienen en buenas condiciones, el resto se encuentra en regulares condiciones, es importante distinguir la ausencia de señalización turística y vial, que sirva al turista para guiarse y ubicarse en donde se encuentran, el tema de ordenamiento de ventas ambulantes debe mejorarse, ya que existe un crecimiento desordenado que promueven otros problemas (deterioro en inmobiliario público y promontorios de basura), por otra parte cabe resaltar positivamente, que la ciudad cuenta con todos los servicios básicos de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, alumbrado público, telefonía e internet, terminales de buses y toda la red de establecimientos de salud pública.

- ***Promoción Turística***

La oferta turística del casco urbano todavía requiere de mayor profundización en la utilización de estrategias de promoción, actualmente cuenta con una oficina de información turística, que debe mejorar en algunos temas, como el que aún no tiene el apropiado recibimiento turistas, la misma maneja la página web y cuentas en redes sociales, que no tiene una actualización permanente, y una diversificación de contenidos, respecto a material informativo al turista, estos cuentan mapas y Guías sobre los atractivos de todo el Municipio pero debe ampliarse a revistas, programas mensuales, etc, se destacan aspectos positivos como la realización de un press trip en este año con para el desarrollo

de un reportaje turístico, asimismo se ha promovido la asistencia a la Feria de Pueblos vivos regional y estatal.

4.2.4 Evaluación de los atractivos

- **Jerarquización**

Se realizó un proceso de consulta con personas conocedoras en el tema de patrimonio cultural y conocedoras de temas de operación turística, para efectuar la respectiva valoración y jerarquización de los atractivos basado en parámetros establecidos según la Metodología de inventarios (OEA-CICATUR) complementada con los indicadores de competitividad turística del FEM (Ver Anexo No.9 Tablas de Criterios para Evaluar Recursos turísticos). A continuación, se presenta una tabla resumen que detalla el grado de jerarquización de los atractivos evaluados, ordenados de mayor a menor, en términos de sus cualidades, rasgos y componentes. Para lo cual se obtuvo como resultado que en un total de cinco atractivos tienen categoría III, y cinco tienen categoría II, de forma que se puede decir que el Casco urbano posee atractivos capaces de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos. Para ahondar en mayor detalle ver Tablas de Evaluación por cada atractivo turístico, en el Anexo No. 10.

Tabla 4

Orden de jerarquía de los atractivos turísticos evaluados

#	Atractivo Turístico.	Ponderación.	Jerarquía.
1	Teatro Nacional de Santa Ana.	45	3
2	Museo Regional de Occidente.	43	3

3	Catedral de Santa Ana.	45.5	3
4	Fiestas Patronales de Santa Ana.	41	3
5	Palacio Municipal de Santa Ana.	33.5	3
6	Casino Santaneco.	28	2
7	Iglesia El Carmen.	31.5	2
8	Iglesia San Lorenzo.	20.5	2
9	Parque Libertad.	17	2
10	Iglesia El Calvario.	16.5	2

Fuente: Elaboración propia.

• **Diagnostico situacional FODA**

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, que permitirá recoger en una mirada el desempeño actual operativo de los atractivos turísticos, en términos internos y externos, enmarcándose en las diferentes áreas previamente estudiadas del sistema turístico.

Tabla 5
Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1 Potencial turístico cultural, patrimonial, artístico y religioso que requieren ser puestos en valor turístico	1 Existe una elevada e importante demanda potencial de turistas nacionales e internacionales.
2 Alcaldía apoya permanentemente las actividades turísticas.	2 Mayor generación de empleos y desarrollo local a través de la generación de proyectos turísticos
3 Algunos de los atractivos han sido declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.	3 Formar parte de los municipios que poseen policía turística(POLITUR)
4 Los edificios del Centro Histórico cuentan con diseños Arquitectónicos únicos a nivel de Centro América y El Salvador.	4 Existencia de programas de cooperación por parte de las entidades del GOES (MITUR, MAG, MARN) para MIPYMES
5 Casco urbano tiene una riqueza Histórica	5 Aprovechamiento de las tecnologías de vanguardia para ofrecer mejores servicios: como zona WiFi, etiquetas de Google Maps, GPS.
6 La mayoría de inmuebles están considerados en proyectos de protección y conservación Internacionales, nacionales y locales	6 Ingreso en nuevos mercados o segmentos de mercado turístico, integrándose a la oferta del Municipio.
7 La ciudad se caracteriza por ser tranquila y segura.	7 Instituciones interesadas en el desarrollo de los municipios en el área de turismo
8 Adecuada accesibilidad Vial para llegar al Municipio y dentro de el.	
9 Se cuenta con una oficina de información turística municipal.	
10 Actualmente se Cuenta con un CDT	
11 Se cuenta con Bachillerato en Patrimonio cultural, jóvenes realizan pasantías en la oficina de Información Turística.	

12 Cuenta con una Planta Turística e infraestructura adecuada (alojamiento y alimentación, servicios complementarios, servicios básicos) 13 Afluencia permanente de turistas nacionales y extranjeros. 14 Participación en Feria de pueblos vivos 15 Contar con una marca local	
DEBILIDADES 1. Deficiente organización y articulación de actores locales del sector turístico. 2. Falta de cultura turística de los actores locales. 3. CDT no funciona actualmente 4. Inexistencia de una planificación turística 5. Oferta turística poco diversificada, no existe un producto integrado (Ruta, circuito hacia el casco urbano) 6. Ausencia de cobertura de POLITUR en el municipio. 7. Carencia de Mano de obra calificada y formada como guías turísticos para brindar información adecuada a los turistas. 8. Existen atractivos turísticos que no están en operación, asimismo existen horarios de aperturas que son inadecuados, limitando el acceso al turista. 9. Carece de normativas, reglamentos o políticas relacionadas al turismo que promuevan e incentiven el desarrollo adecuado. 10. Poca afluencia de turistas durante los días de semana 11. Insuficiente publicidad y promoción turística en el municipio. 12. Falta de mejoramiento de equipamiento de uso público y ausencia de señalización turística. 13. Actitud poco amigable de la comunidad al turista. 14. Falta de reordenamiento de ventas ambulantes en el parque Libertad 15. Poca confianza para invertir por el sector	AMENAZAS 1 Deterioro de Algunos inmuebles por falta de recursos para mantenimiento desde MICULTURA y por incidencia de fenómenos naturales 2 Alta competencia de municipios aledaños con oferta de tipo cultural (Municipio de Chalchuapa) 3 Oferta turística de municipios emergentes, ofrezcan productos más atractivos. 4 Incremento de la delincuencia-inseguridad a nivel nacional. 5 Aumento del costo de vida a nivel país que impida la realización de visitas turísticas. 6 Inversión internacional dirigida a otros sectores del país. 7 Normas, reglamentos, legislación turística y de patrimonio cultural a nivel nacional

privado y poco estímulo comunitario	
-------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

- ***Propuestas de mejora***

Esta propuesta pretende contribuir a mejorar el turismo que se desarrolla en el casco urbano, a través de productos turísticos integrados, con el fin de sensibilizar y motivar a los entes encargados de potencializar los recursos con los que cuenta el municipio.

1. Diseñar un Citytour al Centro Histórico, (fin de semana), que recorra los principales atractivos del Casco urbano: Catedral de Santa Ana, Iglesia El Carmen, Teatro de Santa Ana, Museo Regional de Occidente y Palacio Municipal, para ello se debe promover una alianza estratégica con MICULTURA, a través de un convenio para la apertura de visitas controladas al Teatro, con el fin sea factible su puesta en marcha.
2. Fortalecer la organización turística del territorio, promoviendo desde el CDT, reuniones mensuales para trabajo estratégico, asimismo gestionar recursos para capacitaciones en articulación y trabajo en equipo, asimismo promover visitas a experiencias exitosas de Municipios con solida organización turística (por ejemplo: Municipio de San Lorenzo, Municipio de Santo Domingo de Guzmán, etc.)

3. Diseñar una Ruta de iglesias, enmarcada en la temática de la cruz céntrica, que conforman la Iglesia El Carmen, La Iglesia de San Lorenzo y la Iglesia El Calvario, con relación a la Catedral de Santa Ana.
4. Diseñar Festivales que revaloricen la historia y patrimonio cultural del Municipio (por ejemplo: La historia de los 44), se debe apostar al desarrollo de ferias gastronómicas los fines de semana, y para los días viernes y sábados festivales nocturnos (teatro, danza, pintura, etc), así como talleres interactivos para involucrar más a los turistas.
5. En la promoción se deben generar alianzas estratégicas con tours operadoras ofreciendo diversos paquetes, se debe tratar de incorporar a los guías locales para llevarlos a cabo.
6. Buscar acceder a programas de Asistencia técnica y financiera promovidas desde el gobierno central (MITUR, MAG, MICULTURA) y cooperación internacional.
7. Llevar dentro de la oficina de información turística un libro de visitas, de forma se incentive la generación de datos de inteligencia de mercados, que se publiquen mensualmente, esto permita a posterioridad ampliar a un sistema de información turística.
8. Mejorar la imagen del municipio con la elaboración de pinturas en murales que plasmen la cultura y religiosidad del municipio. Asimismo se estandarice el uso de la marca local en los distintos negocios turísticos.

9. Realizar incidencia para que la Municipalidad lleve a cabo un proyecto de reordenamiento de ventas ambulantes dentro del casco urbano.
10. Impulsar un proyecto emblemático de recuperación y embellecimiento del casco urbano, para mejorar el tema de equipamientos de uso público (bancas, iluminación, accesibilidad, arborización y jardinería, depósitos de basura) bajo una temática de identidad cultural.

Capítulo V Conclusiones

- Los principales factores que impiden el aprovechamiento de los atractivos turísticos del casco urbano de Santa Ana son, la mala organización turística entre los diferentes actores del sector, que se expresa en una deficiente articulación y comunicación entre los mismos, impidiendo el trabajo estratégico de toma de decisiones, (generación de planes y proyectos, uso de instrumentos de regulación e incentivos, que promuevan la inversión pública y privada), asimismo la débil innovación o reestructuración del producto turístico actual, que mejore la oferta turística de la ciudad, así como la ausencia de un ordenamiento turístico, que fortalezca la imagen urbana y finalmente la carencia de una cultura turística local que motive a todos los actores municipales a participar en el crecimiento de la actividad.
- Los diferentes atractivos turísticos estudiados presentan ventajas competitivas que deben ser aprovechadas, como el carácter único de los diseños arquitectónicos a nivel país que han sido declarados patrimonio Nacional, asimismo existen tres que están reconocidos como patrimonio de la humanidad por la UNESCO, estando bajo la convención de protección y de promoción de los bienes culturales en caso de conflicto armado (La Haya, 1954).
- Las fichas de inventario de los atractivos turísticos han permitido presentar de manera resumida el estado actual de los diferentes

atractivos turísticos, reuniendo parámetros relevantes para evaluarlos y jerarquizarlos en las categorías III y II, determinando su verdadero potencial turístico actual y futuro, de ser atractivos con rasgos excepcionales y llamativos, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros, una corriente actual o potencial de visitante nacional y extranjero.

- Las propuestas de mejora concentran su enfoque hacia una dirección con propósito de crecimiento y expansión de la actividad turística, a partir de revalorizar el patrimonio histórico cultural y la identidad local de los principales atractivos turísticos, para que tanto la organización local, los miembros de la Planta turística, la ciudadanía impulsen el diseño de productos turísticos únicos, que mejoren la oferta turística del centro del Municipio de Santa Ana, a partir de la jerarquización presentada.

Referencias

- Ayala, N. (2018, octubre). [Entrevista con Jacqueline Aparicio, coordinadora de la oficina de información turística: *Evaluar el aprovechamiento de los Atractivos Turísticos del casco urbano del municipio de Santa Ana*]. Toma de nota.
- Ayala, N. (2018, noviembre). [Entrevista con Rosa Vania Chicas, coordinadora de la Carrera de Patrimonio Cultural: *Evaluar el aprovechamiento de los Atractivos Turísticos del casco urbano del municipio de Santa Ana*]. Toma de nota.
- Barzelay, M. (2004). *Enfoque cualitativo de una investigación*.
- Camara, J., & Morcate, F. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Scielo Cuba*. 35(1), 48-67.
- Departamento de Evaluación de Operaciones del Banco Mundial, OED. (2001). *Evaluaciones mediante Estudios de Caso*. Recuperado de http://campus.usal.es/~ofeees/NUEVAS_METODOLOGIAS/ESTUDIO_CASOS/0950.pdf
- Gómez, B., & Palomeque, F. (Eds.). (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona. Universitat de Barcelona Edicions.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR. (2012). *Destino turístico*. Recuperado de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR. (2012). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/ManualFormulacionInventarioRecursosTuristicosNivelNacional.pdf>

Ministerio de turismo de Ecuador, MINTUR. (2017). *Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017. 1ra Parte*. Recuperado de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR. (2012). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>

Muñoz Márquez, C. (2015). Desarrollo urbano sostenible a partir de un modelo de reactivación para cascos urbanos. *Entorno*. (59), 9-34.

Organización Mundial de Turismo, OMT. (2012). *Manual de desarrollo de productos turísticos*. Recuperado de <http://www2.unwto.org/publication/manual-de-desarrollo-de-productos-turisticos>

Organización Mundial de Turismo, OMT. (1998). *Producto turístico*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/655/Producto%20turistico.htm>

Pérez. (2016). *Evaluación*. Recuperado de <https://definicion.de/evaluacion/>

- Santana. (2003). *Patrimonio*. Recuperado de <http://www.Pasosonline.org/Publicados/1103/PS010103.pdf>
- Teos, K. (2018, noviembre). [Entrevista con Francisco Lano, presidente del CDT: *Evaluar el aprovechamiento de los Atractivos Turísticos del casco urbano del municipio de Santa Ana*]. Grabación de voz.
- Teos, K. (2018, noviembre). [Entrevista con Luz María de Sevilla, gerente de La Asociación del Patrimonio Cultural de Santa Ana: *Evaluar el aprovechamiento de los Atractivos Turísticos del casco urbano del municipio de Santa Ana*]. Grabación de audio.
- Viceministerio de Turismo Bolivia. (2011). *Metodología para la Inventariación, Jerarquización y Categorización de los atractivos Turísticos*. Recuperado de <https://issuu.com/proyectoqhapaqnan/docs/7.metodoinventariacionturistica/2>

ANEXOS

Anexo No.1 Cuestionario dirigido a conocedores en Patrimonio Cultural y operación turística.

Nº _____

***Universidad Tecnológica
de El Salvador***



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR.

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

Somos egresados de la carrera de administración de empresas turísticas de la Universidad Tecnológica El Salvador y estamos realizando una investigación relacionada a nuestro trabajo de graduación con el objetivo de realizar un aprovechamiento de los atractivos turísticos del casco urbano del municipio de Santa Ana, departamento de Santa Ana. Por lo cual muy atentamente solicitamos a instituciones involucradas en el rubro turístico del municipio su colaboración con el llenado de las preguntas del cuestionario.

Lugar de la entrevista:	
Nombre del entrevistado:	
Función:	

1 ¿Qué atributos Únicos presentan los atractivos del Casco urbano, desde la perspectiva de Valor histórico (antigüedad, hechos relevantes); calidad arquitectónica (edificaciones auténticas, diseño, diferente de su género), científico y artístico? Explique

2 ¿Cuáles han sido los reconocimientos importantes que han recibido los atractivos del casco urbano por (UNESCO, Leyes, declaratorias de Patrimonio cultural y otros) a nivel internacional, Nacional, regional o local? Explique

3 ¿De qué forma se preserva la herencia cultural de los atractivos del casco urbano para darles una mayor vida? ¿Están real y efectivamente protegidas? Si no, ¿cuáles elementos hacen falta para que su protección sea realmente efectiva?

4 Para restaurar, proteger o interpretar estos lugares, ¿es necesario que otras instituciones se involucren? Como están organizados en este contexto actualmente

5 Cuál es el estado de conservación actual que presentan los atractivos del casco urbano? Explique los principales problemas presentan

6 ¿Considera que el turismo ha incentivado a la recuperación de espacios culturales en el casco urbano? Si no es así, ¿Qué lo ha hecho? Explique

7 ¿Considera los diferentes atractivos presentan condiciones adecuadas para recibir a turistas (capacidad de carga, instalaciones y equipamientos que brinden seguridad)

8 Se han incluido los atractivos del casco urbano dentro de procesos de planificación territorial (Planes y Proyectos de incidencia Nacional, regional y local). Explique cuales

9¿Que percepción tiene sobre el turismo actual en el casco urbano?

10¿Cuál es su percepción sobre la presencia de visitantes en el casco urbano?¿Considera son más excursionistas que turistas?¿Qué clase de turistas destaca internacional, nacional, regional y local? ¿En qué épocas del año se eleva (fines de semana, fiestas julias, Semana Santa entre otros)? Explique

11 Que impactos (positivos y negativos) son ocasionados por el turismo.

12 ¿Cómo se han integrado los atractivos del casco urbano a la oferta de productos turísticos que ofrece el Municipio (rutas, circuitos, corredores turísticos, etc.)?

13 ¿Qué factores son los que limitan el desarrollo del turismo en el casco urbano, ordénelos según prioridad de mejoramiento

14 ¿Exprese una medida urgente para proteger, conservar y aprovechar los atractivos culturales con que cuenta el casco urbano, promoviendo el desarrollo sustentable de la actividad turística?

Anexo No2. Cuestionario a actores locales.

Nº _____

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR.

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

Somos egresados de la carrera de administración de empresas turísticas de la Universidad Tecnológica El Salvador y estamos realizando una investigación relacionada a nuestro trabajo de graduación con el objetivo de realizar un aprovechamiento de los atractivos turísticos del casco urbano del municipio de Santa Ana, departamento de Santa Ana. Por lo cual muy atentamente solicitamos a instituciones involucradas en el rubro turístico del municipio su colaboración con el llenado de las preguntas del cuestionario.

Lugar de la entrevista:	
Nombre del entrevistado:	
Función:	

1 ¿Qué rol juega como actor local en el desarrollo del sector turístico en el casco urbano?

2 Desde su experiencia dentro del sistema turístico, ¿Es la actividad turística del casco urbano rentable actualmente? Explique

3 ¿Cuáles son productos turísticos que actualmente ofrece el casco urbano? Explique

4 Indique las tres principales razones por las cuales es visitado el casco urbano

5 ¿De qué manera se han aprovechado los atractivos del casco urbano para desarrollar el turismo en esta área?

6 ¿Qué tipo de demanda recibe el casco urbano? (Origen de los turistas)

7 ¿Cuál es la frecuencia de la demanda que posee el Casco urbano? Explique la respuesta que marque

- a) Permanente (todo el año)
- b) Estacional (sólo por temporadas)
- c) Esporádica (de vez en cuando)
- d) Inexistente

8 ¿Cómo se han organizado los diferentes actores de la comunidad para participar en el desarrollo de la actividad turística?

9 ¿Cómo se promociona la oferta turística del Casco urbano?

10 ¿Qué clase de destrezas para turismo tienen los recursos humanos del casco urbano?

a) inglés

b) Capacidad o experiencia en guianza

c) Cocina

d) Contabilidad / administración

11 ¿Cómo la oferta del casco urbano se integra a la oferta global del Municipio?

12 ¿Existe un ordenamiento territorial de la actividad turística en el casco urbano o en el Municipio?

13 ¿Se han elaborado Planes o proyectos para impulsar el turismo desde esta organización de actores u otra instancia?

14 ¿Qué acciones se están llevando a cabo para desarrollar el turismo en el casco urbano?

15 ¿Cómo se comercializa actualmente la oferta turística del casco urbano? ¿Se cuenta con paquetes turísticos, tours, etc.? ¿Quién lo hace?

16 ¿Qué tipo de empleos turísticos se generan (Formal/informal)? Explique.

17 ¿Existen programas de capacitación dirigidos a apoyar al recurso humano que trabaja en turismo en el casco urbano? Explique la situación actual que se presenta

18 ¿Qué necesidades de capacitación existen actualmente?

19 ¿Cuál es la actitud de la comunidad hacia la actividad turística? Explique la respuesta marque

a) El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.) b) El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades). c) Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística. d) Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)

20 ¿Qué problemas percibe desde su ámbito de actuación están actualmente afectando al desarrollo turístico del casco urbano?

Anexo No.3 Cuestionario de Encuesta sobre imagen, calidad y satisfacción turística en el casco urbano del Municipio de Santa Ana.

**Universidad Tecnológica
de El Salvador**



Nº _____

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**CUESTIONARIO DE ENCUESTA SOBRE IMAGEN, CALIDAD Y SATISFACCIÓN TURISTICA
EN EL CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE SANTA ANA**

Somos egresados de la carrera de administración de empresas turísticas de la Universidad Tecnológica El Salvador y estamos realizando una investigación relacionada a nuestro trabajo de graduación “Aprovechamiento de los atractivos turísticos del casco urbano del municipio de Santa Ana, departamento de Santa Ana” con el objetivo de conocer su experiencia de visita a esta ciudad realizar. Por lo cual muy atentamente le solicitamos de su colaboración y tiempo para el llenado de las preguntas del cuestionario.

I PARTE, INFORMACIÓN GENERAL

1. ¿Es la primera vez visita este destino?

Sí ☐

No ☐

Si su respuesta es SI, pasar a la pregunta No. 4

2. ¿Con que frecuencia visita usted el Centro Histórico?

☐ Cada fin de semana.

☐ Cada 15 días.

☐ Una vez al Mes.

☐ Esporádicamente.

☐ Otros, Especifique _____

3. ¿Cuánto es la duración de su visita?

☐ Un día.

☐ 2 días 1 noche.

☐ 3 días 2 noches.

☐ más de 3 noches.

☐ Otros, Especifique _____

4. ¿Cuál es el motivo principal de su visita?

☐ Turismo

☐ Visita a familiares.

☐ Negocio/trabajo.

☐ Estudio.

☐ Otros, Especifique _____

5. ¿Qué actividades ha realizado en su visita al Casco urbano?

Participación en Fiesta Patronal

☐

Visita a Museos

☐

Caminata en el Centro Histórico

☐

Compra de Artesanías

☐

Visita a Iglesias

☐

Visitar inmuebles históricos

☐☐

Participación en eventos (religiosos, culturales, etc) Otros, especifique _____

6. ¿Cuáles de los siguientes atractivos turísticos ha visitado?

- ☐ Catedral de Santa Ana. ☐ Teatro de Santa Ana. ☐ Casino Santaneco.
☐ Iglesia de San Lorenzo ☐ Parque Libertad. ☐ Iglesia El Calvario.
☐ Iglesia católica El Carmen ☐ Museo Regional de Occidente ☐ Palacio Municipal
☐ Fiestas Patronales ☐ Otros, especifique _____

II PARTE, INFORMACIÓN SOBRE LA VISITA A LA CIUDAD

A continuación, se le solicita puntúe el grado de satisfacción que ha experimentado en un conjunto de factores, valorando la calidad solo de los servicios que haya usado. Para valorar cada apartado, utilizar la siguiente Escala de satisfacción se presenta.

	Muy satisfecho	Satisfecho	Regular	Insatisfecho	Muy insatisfecho	No uso el servicio
Alimentación (Restaurantes, cafeterías, etc.)						
a) Seguridad						
b) Atención y servicio						
c) Higiene						
d) Calidad de la experiencia						
Alojamiento (hoteles, hostales, etc.)						
a) Seguridad						
b) Atención y servicio						
c) Higiene						
d) Calidad de la experiencia						
Servicio de Transporte publico						
a) Seguridad						
b) Atención y servicio						
c) Higiene						
d) Calidad de la experiencia						
Si utilizo algunos de los servicios siguientes mencione que tan satisfecho quedo con ellos						
a) Agencias de viaje						
b) Servicio de Guiado dentro de la ciudad						
c) Transporte turístico						
d) Venta de Artesanías						
e) Oficina de Información turística						
f) Discotecas/bares						
g) Talleres automotrices, gasolineras						
h) Bancos						
i) Farmacias						

j) Otros, Especifique						
-----------------------	--	--	--	--	--	--

Mencione que tan de acuerdo esta con las siguientes frases	Muy de acuerdo	De acuerdo	Regular	Muy poco de acuerdo	Nada de acuerdo
e) La ciudad está limpia e higiénica					
f) Existe ausencia de mendigos y ventas ambulantes					
g) Excelente vigilancia, sensación de seguridad y protección al turista					
h) Bajos niveles de ruido					
e) El tránsito vehicular está bien ordenado					
f) Suficientes parqueos					
g) Adecuado mobiliario urbano (iluminación, bancas, basureros, etc.)					
h) Adecuado servicio de baños públicos					
i) Adecuada accesibilidad a personas minusválidas					
e) Cálida actitud de la gente del lugar hacia los turistas					
f) Se encuentra la información turística necesaria					
g) Adecuada oferta de actividades turísticas a realizar					

7. Como evaluaría cada uno de los atractivos que ha visitado (asigne un número del 0 y 10 para calificar los diferentes aspectos se presentan a continuación: 0 para “pésimo”, 10 para “Excelente”, N si no es aplicable este aspecto)

Atractivo turístico	a) Belleza, valor histórico	b) Calidad de alimentación	c) Guías locales	d) Calidad de alojamiento	e) Información en el sitio	f) Mantenimiento del lugar

8.

9. De forma global cual es el grado de satisfacción de su estancia en el destino

Muy satisfecho	Satisfecho	Regular	Insatisfecho	Muy insatisfecho
----------------	------------	---------	--------------	------------------

10. De su experiencia de viaje a este destino ¿Hay algo (producto, atractivo, sitio, experiencia) que recomendaría se impulse en el corto plazo?

11. ¿Recomienda usted el centro histórico como un lugar agradable para ser visitado?

Sí ☐

No ☐

III PARTE, DATOS DE CONTROL

Lugar de residencia: _____

Género:

Masculino ☐

Femenino ☐

Edad (años)

15 hasta 25 ☐

26-36 años ☐

37-47 años ☐

47-57 años ☐

57-67 años ☐

Más de 67 ☐

Ingresos Familiar promedio (mensual)

De \$100 hasta \$350 ☐

De 351 hasta \$650 ☐

De \$651 hasta \$1000 ☐

Más de \$1,000 ☐

Grado instrucción

Primaria ☐

Técnico ☐

Secundaria ☐

Universitario ☐

Postgrado ☐

Ocupación:

Estudiante ☐

Ama de casa ☐

Empleado ☐

Negocio propio ☐

Otro (especifique) ☐ _____

Viaja:

Solo ☐

Acompañado ☐ ¿quien? Especifique: _____

¡MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO!

Anexo No. 4 Ficha de observación de Recursos Turísticos

Ficha N°: 1	FICHA DE OBSERVACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.
Nombre del atractivo:	Catedral de Santa Ana.
Ubicación:	Frente al Parque Libertad, 1a Avenida Sur, Santa Ana.
Categoría:	Manifestaciones Culturales.
Tipo:	Arquitectura Viva.
Subtipo:	Iglesia (Catedral)
Particularidades: Singularidades del atractivo que lo diferencian de otros.	• Es una joya arquitectónica. • La edificación fue diseñada como catedral neogótica • Está formada por tres naves, las cuales son de las medidas siguientes: la nave central con 22 metros de largo y 22 metros de ancho, las naves laterales miden 2 metros de largo y ocho metros de ancho • Patrimonio de la UNESCO • Fue consagrada el 11 de febrero de 1913, como Monumento Nacional.
Estado Actual: Estado de conservación en la que se encuentra el atractivo	Bueno () Regular (X) Malo ()
Observaciones:	• Falta de aseo en las afueras de la catedral
Acceso al Atractivo:	(X) A pie (X) Vehículo Propio (X) Transporte Público () Otro
Época en la que se obtiene mayor flujo de visitantes:	() Todo el año () Esporádicamente (X) Fines de Semana (X) Días Feriados
Infraestructura:	(X) Agua () Desagüe (X) Luz (X) Teléfono () Alcantarillado (X) Señalización () Otra
Se realiza algún tipo de actividades. (Especifique)	• Realizar misas. • Entregar los sacramentos a los creyentes como el sacramento de la comunión, el bautismo, entre otros. • Profesar la fe mediante diferentes actividades como enseñar el catecismo. • Ayudar a personas necesitadas. Ya sea escuchando sus problemas y buscando soluciones a estas, donando alimentos y ropa, etc. • Realizar procesiones, celebraciones de fiestas católicas, etc.
Servicios Complementarios:	*Alojamiento: (X) Hoteles. () Casas de hospedaje. () Albergues. () Otro. *Alimentación: (X) Restaurantes. () Bares. (X) Cafetería () Kioscos de ventas de comida. (X) Ventas de comida rápida. *Otros servicios: (X) Centro de información turística. (X) Agencias de viajes. (X) Banco-Cajero () Gasolineras. (X) Servicios higiénicos () Otros.
Lugares de esparcimiento fuera del atractivo:	(X) Casinos. () Discotecas. (X) Teatros. () Juegos infantiles. () Otros.
	DATOS COMPLEMENTARIOS.
Propiedad del atractivo:	Diócesis de Santa Ana
Administrado por:	Párroco David Guardado.
Persona encargada del llenado de ficha:	Maríel Liseth Martínez García.
Fotografía e imágenes.	 

Ficha N°: 2	FICHA DE OBSERVACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.
Nombre del atractivo:	Iglesia El Carmen.
Ubicación:	7a Calle Oriente, Santa Ana.
Categoría:	Manifestaciones Culturales.
Tipo:	Arquitectura viva, Asentamientos humanos y Espacios Urbanos.
Subtipo:	Iglesia (Templo)
Particularidades: Singularidades del atractivo que lo diferencian de otros.	- La Iglesia El Carmen representa el brazo izquierdo de la cruz (Cruz Céntrica que conforman junto a Catedral; El Carmen, San Lorenzo y El Calvario) En su altar está la figura de la Virgen María, en advocación de la Virgen del Carmen. - Fuera de lo común con su revestimiento de ladrillo. El color térreo junto con el blanco hacen buen contraste.
Estado Actual: Estado de conservación en la que se encuentra el atractivo	Bueno () Regular (X) Malo ()
Observaciones:	- Puertas Desgastadas. - Paredes despintadas. - Falta de aseo en el campanario.
Acceso al Atractivo:	(X) A pie (X) Vehículo Propio (X) Transporte Público () Otro
Época en la que se obtiene mayor flujo de visitantes:	() Todo el año () Esporádicamente (X) Fines de Semana () Días Feriados
Infraestructura:	(X) Agua (X) Desagüe (X) Luz (X) Teléfono () Alcantarillado (X) Señalización () Otra
Se realiza algún tipo de actividades. (Especifique)	- Eucaristías - Bautismos - Confesiones
Servicios Complementarios:	*Alojamiento: (X) Hoteles. () Casas de hospedaje. () Albergues. () Otro. *Alimentación: (X) Restaurantes. () Bares. () Cafetería () Kioscos de ventas de comida. (X) Ventas de comida rápida. *Otros servicios: () Centro de información turística. (X) Agencias de viajes. (X) Banco-Cajero () Gasolineras. (X) Servicios higiénicos () Otros.
Lugares de esparcimiento fuera del atractivo:	() Casinos. () Discotecas. () Teatros. () Juegos infantiles. () Otros.
DATOS COMPLEMENTARIOS.	
Propiedad del atractivo:	Diócesis de Santa Ana
Administrado por:	Orden de los Dominicos. a cargo del Padre Carlos Flores.
Persona encargada del llenado de ficha:	Karen Adriana Teos Arévalo.
Fotografía e imágenes.	

Ficha N°: 3	FICHA DE OBSERVACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.
Nombre del atractivo:	Iglesia de San Lorenzo
Ubicación:	Final 1a Av. norte entre 10a y 12a calle oriente. Santa Ana
Categoría:	Manifestaciones Culturales.
Tipo:	Arquitectura viva, Asentamientos humanos y Espacios Urbanos.
Subtipo:	Iglesia(Templo)
Particularidades: Singularidades del atractivo que lo diferencian de otros.	• Tiene la imagen de Monseñor Romero en la entrada del templo. • Su techo es construido con de varas de bambú.
Estado Actual: Estado de conservación en la que se encuentra el atractivo	Bueno () Regular (X) Malo ()
Observaciones:	• Está dentro de un centro educativo y pierde su vistosidad al público.
Acceso al Atractivo:	(X) A pie (X)Vehículo Propio (X)Transporte Público ()Otro
Época en la que se obtiene mayor flujo de visitantes:	() Todo el año () Esporádicamente (X)Fines de Semana ()Días Feriados
Infraestructura:	(X) Agua (X)desagüe (X)Luz (X)Teléfono ()Alcantarillado (X)Señalización ()Otra
Se realiza algún tipo de actividades. (Especifique)	• Eucaristías • Bautismos • Confesiones
Servicios Complementarios:	*Alojamiento: (X) Hoteles. () Casas de hospedaje. () Albergues. () Otro. *Alimentación:(X) Restaurantes. () Bares. () Cafetería () Kioscos de ventas de comida. (X) Ventas de comida rápida. *Otros servicios: () Centro de información turística. () Agencias de viajes. (X) Banco-Cajero () Gasolineras. (X) Servicios higiénicos () Otros.
Lugares de esparcimiento fuera del atractivo:	() Casinos. () Discotecas. () Teatros. () Juegos infantiles. () Otros.
	DATOS COMPLEMENTARIOS.
Propiedad del atractivo:	Diócesis de Santa Ana
Administrado por:	Párroco Jorge Rivas y por el vicario Nelson Edgardo Fajardo Guevara.
Persona encargada del llenado de ficha:	Nancy Nicolle Ayala Criollo.
Fotografía e imágenes.	 

[illegible]

Ficha N°: 5	FICHA DE OBSERVACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.
Nombre del atractivo:	Teatro Nacional de Santa Ana.
Ubicación:	Avenida Independencia Norte, Santa Ana.
Categoría:	Manifestaciones Culturales.
Tipo:	Arquitectura Viva, Asentamientos Humanos y Espacios Urbanos.
Subtipo:	Teatros.
Particularidades: Singularidades del atractivo que lo diferencian de otros.	- El teatro cuenta con varias áreas, las cuales son el vestíbulo, el Salón Foyer, la Gran Sala, el Escenario, los Palcos y la Terraza Española. - posee detalles arquitectónicos labrados con madera de árboles de caoba, adornos hechos de yeso y pinturas de artistas italianos.
Estado Actual: Estado de conservación en la que se encuentra el atractivo	Bueno (X) Regular () Malo ()
Observaciones:	- Mantenimiento Continuo. - Buenas Instalaciones.
Acceso al Atractivo:	(X) A pie (X) Vehículo Propio (X) Transporte Público () Otro
Época en la que se obtiene mayor flujo de visitantes:	(X) Todo el año () Esporádicamente () Fines de Semana (X) Días Feriados
Infraestructura:	(X) Agua (X) Desagüe (X) Luz (X) Teléfono (X) Alcantarillado (X) Señalización () Otra
Se realiza algún tipo de actividades. (Especifique)	Actividades de desarrollo sociocultural por medio de organización y programación de espectáculos de cultura artística con origen nacional e interno con el objetivo de promocionar las artes como parte del desarrollo cultural.
Servicios Complementarios:	*Alojamiento: (X) Hoteles. () Casas de hospedaje. () Albergues. () Otro. *Alimentación: (X) Restaurantes. () Bares. (X) Cafetería () Kioscos de ventas de comida. (X) Ventas de comida rápida. *Otros servicios: () Centro de información turística. (X) Agencias de viajes. (X) Banco-Cajero () Gasolineras. (X) Servicios higiénicos () Otros.
Lugares de esparcimiento fuera del atractivo:	(X) Casinos. () Discotecas. () Teatros. () Juegos infantiles. () Otros.
	DATOS COMPLEMENTARIOS.
Propiedad del atractivo:	Ministerio de Cultura y Apaculsa.
Administrado por:	Marta Mercedes Sayes
Persona encargada del llenado de ficha:	Karen Adriana Teos Arévalo.
Fotografía e imágenes.	 

Ficha N°: 6	FICHA DE OBSERVACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.
Nombre del atractivo:	Palacio Municipal de Santa Ana.
Ubicación:	Avenida Independencia Sur, Santa Ana
Categoría:	Manifestaciones Culturales.
Tipo:	Arquitectura viva, Asentamientos humanos y Espacios Urbanos.
Subtipo:	Casa-Hacienda-Palacio o Castillo
Particularidades: Singularidades del atractivo que lo diferencian de otros.	- El sitio describe el edificio como un "monumento de arquitectura ecléctica". El edificio mezcla varios estilos que son influenciados por neoclasicismo afrancesado junto con un neo-renacimiento italiano. - Cuenta con 16 oficinas en la primera planta, y 19 en la segunda planta. 1 salón de reuniones del Concejo Municipal y 1 auditorio.
Estado Actual: Estado de conservación en la que se encuentra el atractivo	Bueno () Regular () Malo (x)
Observaciones:	- Mantenimiento Continuo. - Buenas Instalaciones
Acceso al Atractivo:	(X) A pie (X) Vehículo Propio (X) Transporte Público () Otro
Época en la que se obtiene mayor flujo de visitantes:	() Todo el año (X) Esporádicamente () Fines de Semana () Días Feriados
Infraestructura:	(X) Agua (X) desagüe (X) Luz (X) Teléfono (X) Alcantarillado (X) Señalización () Otra
Se realiza algún tipo de actividades. (Especifique)	- Bodas - Programaciones de Fiestas Patronales - Actividades Culturales. - Shows artísticos. - Festivales
Servicios Complementarios:	*Alojamiento: (X) Hoteles. () Casas de hospedaje. () Albergues. () Otro. *Alimentación: (X) Restaurantes. () Bares. (X) Cafetería (X) Kioscos de ventas de comida. (X) Ventas de comida rápida. *Otros servicios: (X) Centro de información turística. (X) Agencias de viajes. (X) Banco-Cajero () Gasolineras. (X) Servicios higiénicos () Otros.
Lugares de esparcimiento fuera del atractivo:	(X) Casinos. () Discotecas. (X) Teatros. () Juegos infantiles. () Otros.
	DATOS COMPLEMENTARIOS.
Propiedad del atractivo:	Alcaldía Municipal de Santa Ana.
Administrado por:	Alcaldía Municipal de Santa Ana.
Persona encargada del llenado de ficha:	Nancy Nicolle Ayala Criollo.
Fotografía e imágenes.	 

[illegible]

Ficha N°: 8	FICHA DE OBSERVACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.
Nombre del atractivo:	Casino Santaneco.
Ubicación:	Avenida Independencia norte y 2a. Calle Oriente del centro histórico de la ciudad.
Categoría:	Manifestaciones Culturales.
Tipo:	Arquitectura viva, Asentamientos humanos y Espacios Urbanos.
Subtipo:	Edificaciones.
Particularidades: Singularidades del atractivo que lo diferencian de otros.	- Tiene una alianza con el Hotel Hilton Princess, en San Salvador. el pacto consiste en dar a conocer a Santa Ana para fomentar de esa manera el turismo local. - En un principio se llamó "La Casa del Amigo", en 1896.
Estado Actual: Estado de conservación en la que se encuentra el atractivo	Bueno () Regular (X) Malo ()
Observaciones:	Buen Ambiente y seguro.
Acceso al Atractivo:	(X) A pie (X) Vehículo Propio (X) Transporte Público () Otro
Época en la que se obtiene mayor flujo de visitantes:	() Todo el año () Esporádicamente () Fines de Semana () Días Feriados
Infraestructura:	(X) Agua (X) desagüe (X) Luz (X) Teléfono (X) Alcantarillado (X) Señalización () Otra
Se realiza algún tipo de actividades. (Especifique)	- fiestas - congresos - seminarios - eventos sociales
Servicios Complementarios:	*Alojamiento: (X) Hoteles. () Casas de hospedaje. () Albergues. () Otro. *Alimentación: (X) Restaurantes. () Bares. (X) Cafetería (X) Kioscos de ventas de comida. (X) Ventas de comida rápida. *Otros servicios: (X) Centro de información turística. (X) Agencias de viajes. (X) Banco-Cajero () Gasolineras. (X) Servicios higiénicos () Otros.
Lugares de esparcimiento fuera del atractivo:	() Casinos. () Discotecas. (X) Teatros. () Juegos infantiles. () Otros.
	DATOS COMPLEMENTARIOS.
Propiedad del atractivo:	Asociación Casino Santaneco.
Administrado por:	Oscar Portillo.
Persona encargada del llenado de ficha:	Karen Adriana Teos Arévalo.
Fotografía e imágenes.	  

Ficha N°: 9	FICHA DE OBSERVACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.
Nombre del atractivo:	Museo Regional de Occidente.
Ubicación:	Avenida Independencia Sur, Santa Ana
Categoría:	Manifestaciones Culturales.
Tipo:	Museos y Salas de Exposiciones.
Subtipo:	Artes, Salas de Exposiciones.
Particularidades: Singularidades del atractivo que lo diferencian de otros.	- Se destaca la exposición de carácter permanente: "Historia de la Moneda de El Salvador". - Esta colección conformada por monedas de oro, plata y otros metales
Estado Actual: Estado de conservación en la que se encuentra el atractivo	Bueno (X) Regular () Malo ()
Observaciones:	
Acceso al Atractivo:	(X) A pie (X) Vehículo Propio (X) Transporte Público () Otro
Época en la que se obtiene mayor flujo de visitantes:	() Todo el año (X) Esporádicamente () Fines de Semana () Días Feriados
Infraestructura:	(X) Agua (X) Desagüe (X) Luz (X) Teléfono (X) Alcantarillado (X) Señalización () Otra
Se realiza algún tipo de actividades. (Especifique)	- Exposiciones temporales - Recorridos guiados - Talleres educativos - Charlas - Conferencias.
Servicios Complementarios:	*Alojamiento: (X) Hoteles. () Casas de hospedaje. () Albergues. () Otro. *Alimentación: (X) Restaurantes. () Bares. (X) Cafetería (X) Kioscos de ventas de comida. (X) Ventas de comida rápida. *Otros servicios: (X) Centro de información turística. (X) Agencias de viajes. (X) Banco-Cajero () Gasolineras. (X) Servicios higiénicos () Otros.
Lugares de esparcimiento fuera del atractivo:	(X) Casinos () Discotecas. (X) Teatros. () Juegos infantiles. () Otros.
	DATOS COMPLEMENTARIOS.
Propiedad del atractivo:	CONCULTURA
Administrado por:	Arq. Julio Eduardo Aragón.
Persona encargada del llenado de ficha:	Nancy Nicolle Ayala Criollo
Fotografía e imágenes.	  

Ficha N°: 10	FICHA DE OBSERVACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.
Nombre del atractivo:	Fiestas Patronales.
Ubicación:	Departamento de Santa Ana.
Categoría:	Acontecimientos Programados.
Tipo:	Artísticos.
Subtipo:	Fiestas populares y religiosas.
Particularidades: Singularidades del atractivo que lo diferencian de otros.	Fiestas Julias son denominados los festejos patronales, celebrados del 17 al 26 de julio
Estado Actual: Estado de conservación en la que se encuentra el atractivo	Bueno (X) Regular () Malo ()
Observaciones:	
Acceso al Atractivo:	(X) A pie (X)Vehículo Propio (X)Transporte Público () Otro
Época en la que se obtiene mayor flujo de visitantes:	() Todo el año (X) Esporádicamente () Fines de Semana () Días Feriados
Infraestructura:	(X) Agua (X)Desagüe (X)Luz (X)Teléfono (X)Alcantarillado (X)Señalización () Otra
Se realiza algún tipo de actividades. (Especifique)	- Encuentros deportivos - Misas - Desfiles - Exposiciones musicales, artísticas - Fiestas organizadas por una determinada institución
Servicios Complementarios:	*Alojamiento: (X) Hoteles. () Casas de hospedaje. () Albergues. () Otro. *Alimentación:(X) Restaurantes. () Bares. (X) Cafetería (X) Kioscos de ventas de comida. (X) Ventas de comida rápida. *Otros servicios: (X) Centro de información turística. (X) Agencias de viajes. (X) Banco-Cajero () Gasolineras. (X) Servicios higiénicos () Otros.
Lugares de esparcimiento fuera del atractivo:	(X) Casinos. () Discotecas. (X) Teatros. () Juegos infantiles. () Otros.
	DATOS COMPLEMENTARIOS.
Propiedad del atractivo:	Alcaldía de Santa Ana.
Administrado por:	Alcaldía de Santa Ana.
Persona encargada del llenado de ficha:	Karen Adriana Teos Arévalo.
Fotografía e imágenes.	

Anexo No. 5 Análisis de Encuesta de Sondeo a Turistas.

Análisis de Encuesta de sondeo a Turistas

En este segmento se presentan y analizan los resultados obtenidos en el cuestionario aplicado, conforme a las dimensiones e indicadores planteados para medir las variables relacionadas y el objetivo específico que propone *definir las características del visitante y su grado de satisfacción con respecto al uso de Planta Turística, Atractivos turísticos y la calidad de la experiencia obtenida en su proceso de visita.*

Características de la Demanda Turística

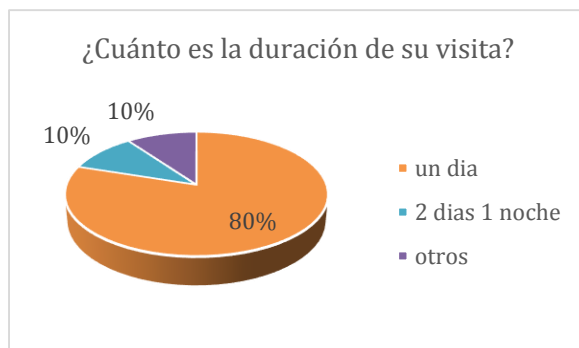
1. Características del Viaje

1. El 50% de los visitantes llegaron por primera vez al destino, mientras que 50% está repitiendo su visita.

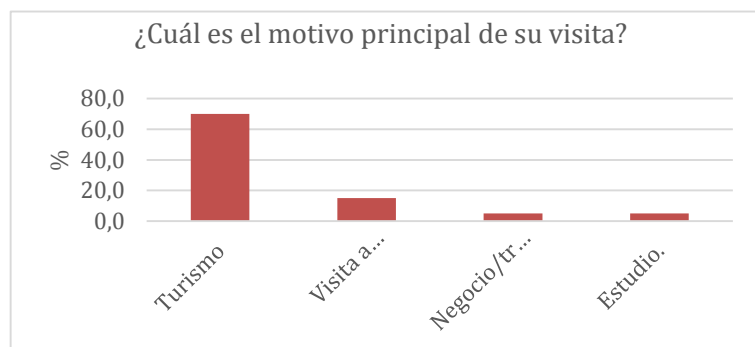


2. El 60% de los encuestados afirmó realizar visitas esporádicas al Casco urbano, de dos a tres veces al año, mientras que el 20% manifiesta hacerlo cada fin de semana, mayoritariamente en aquellos visitan a sus familiares, el 10 % para una vez al mes y anualmente respectivamente.

3. Con referencia a la Duración de su visita, la gran mayoría 80% realiza un viaje de un día, permaneciendo un máximo de 6 horas en la ciudad, entre 2 días a 1 noche el 10% y 10% de la categoría “otros” manifiesta haber estado en la ciudad más de 1 mes.



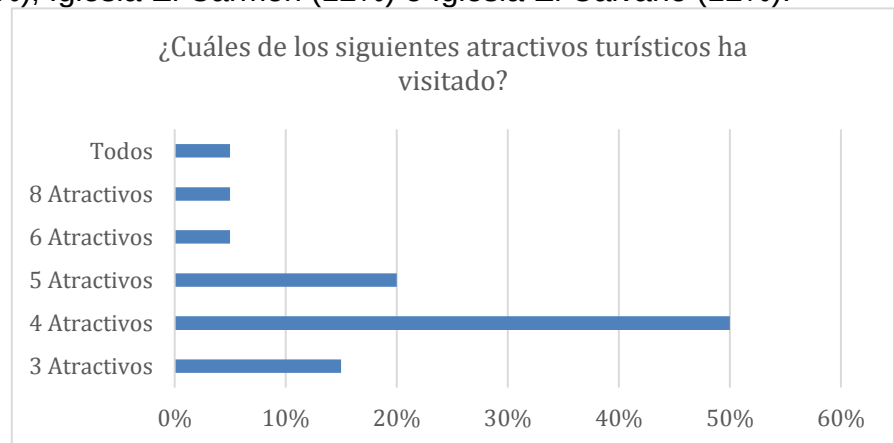
4. El 70% manifiesta que vino principalmente por hacer turismo, en segundo lugar, queda la visita a familiares en un 15%, tanto por negocio y estudio se quedan ambos con la misma proporción 5%.



5. Es de puntualizar que en su mayoría los visitantes se decantan por realizar dos actividades turísticas en la ciudad (55%), las actividades de visita a iglesia (15%), a museos (5%) y inmuebles históricos (5%) son los que únicamente motivan el desplazamiento de turistas de forma individual. De forma generalizada, se destaca que las principales actividades que realizan los visitantes en el casco urbano son visitas a iglesias en un 39% y la caminata al centro histórico en un 32%,



6. El 5% de los turistas a visitado todos los atractivos del casco urbano en estudio, pero en su mayoría (50%) visitan alrededor de 4 atractivos y un 20% alrededor de 5 atractivos, de un análisis más general a esta interrogante se tiene que los atractivos más visitados son la Catedral de Santa Ana (22%), el Parque Libertad (19%), Iglesia El Carmen (12%) e Iglesia El Calvario (12%).

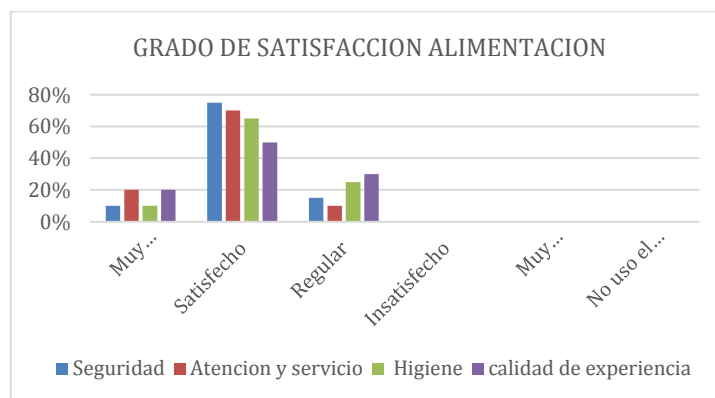


2. Servicios que utilizaron:

Se preguntó al visitante sobre la calidad percibida del dentro de la ciudad: establecimientos de alojamiento, restaurantes, transporte público y servicio, en 4 aspectos: higiene, seguridad, atención y servicio, y calidad de la experiencia.

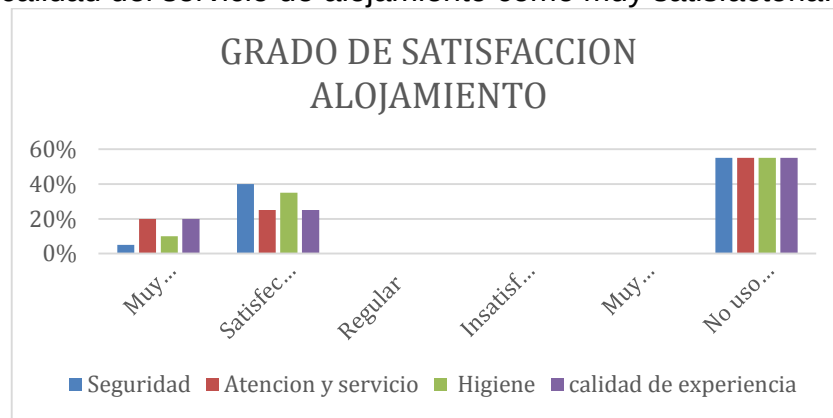
Alimentación

En su gran mayoría del total de los participantes, manifestó quedar satisfecho con el servicio de alimentación recibido, en suma, se aprecia que uno de cada 3 visitantes califica la calidad del servicio de restaurante como regular, mientras que el 50% la evalúa entre satisfecho. Aunque no se identificaron empresas en particular, vale la pena analizar la calidad prestada para mejorar globalmente.



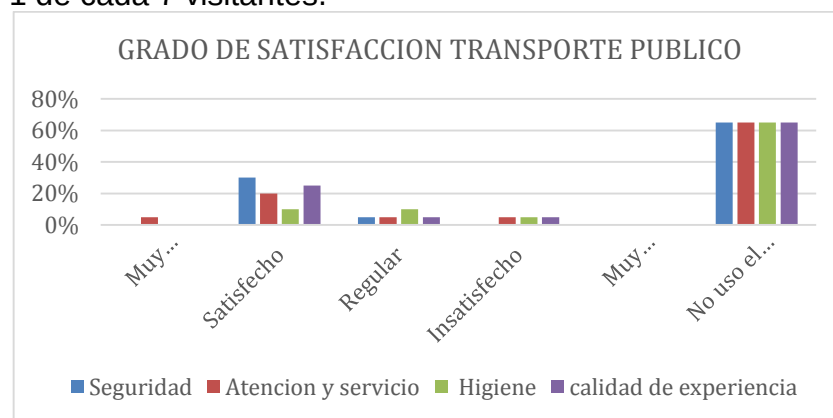
Alojamiento

Solo el 45% del total de los participantes, manifestó usar el servicio de alojamiento, en la proporción del 40% estos han quedado satisfecho con la seguridad del servicio han recibido, se aprecia que uno de cada 2 visitantes califica la calidad del servicio de alojamiento como muy satisfactoria.



Transporte Público

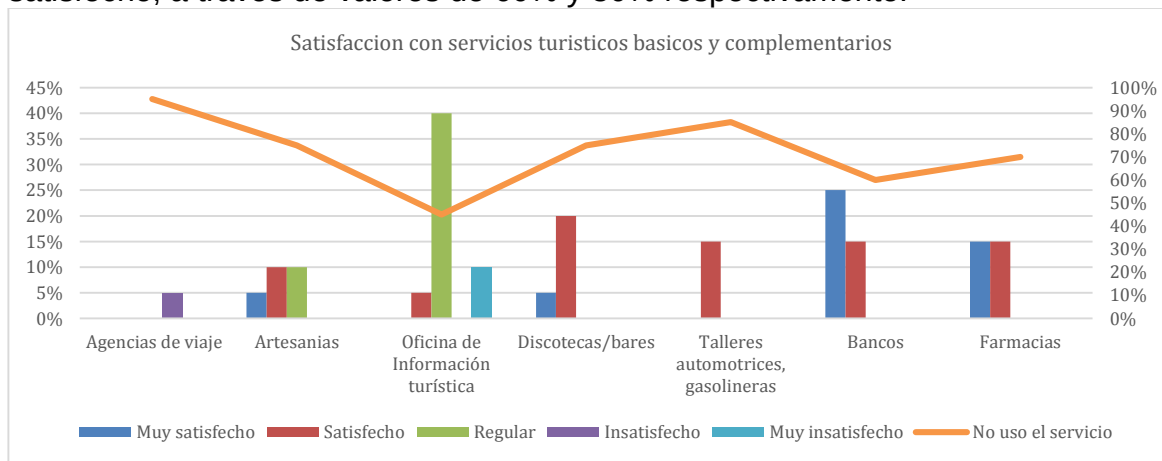
El transporte público está relacionado con el servicio prestado a nivel inter-regional, y se refiere básicamente a los autobuses y a los taxis que hacen las comunicaciones entre las ciudades principales, la cantidad de entrevistados que han usado el servicio es bajo solo el 35% del total, lo que hace suponer que algunos utilizan movilidades propias o no se desplazan en la región. El término “satisfecho” en la evaluación en su conjunto sólo aparece en más del 20% de los encuestados, mientras que el “muy satisfecho” sólo es mencionado por menos de 1 de cada 7 visitantes.



Servicios turísticos básicos y complementarios

De los servicios que se analizaron tanto el de guiado y transporte turístico, no fueron utilizados por ninguno de los visitantes sondeados, cabe destacar que transporte turístico no existe en la ciudad, los guías turísticos certificados que existen es bastante bajo. Si bien encontramos agencias de viajes en el territorio estudiado, llama la atención comprobar que únicamente el 5% de los visitantes hacen uso de este servicio, y que de ellos, lo califiquen de no satisfactorio. Pese a que está funcionando una oficina de información turística Municipal, de acuerdo con los datos generados, sólo el 50% visitantes usaron el servicio, de los que lo hicieron, el 40% lo parte calificó de “regular”. Valdría la pena analizar si es por falta de personal capacitado, o información o calidad del servicio.

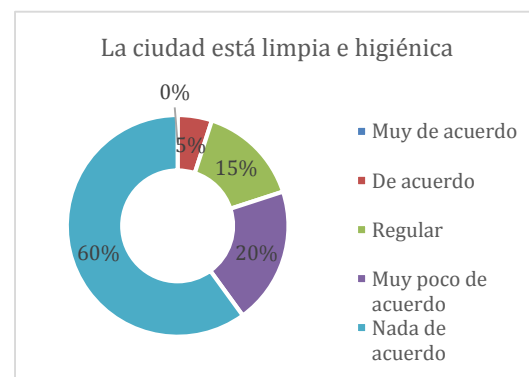
Del 25% de los encuestados que evaluó el servicio de discotecas y bares, el 20% muestra su satisfacción por el servicio. Llama la atención el amplio número de visitantes extranjeros que utilizan el servicio: la vida nocturna representa un atractivo importante para estos visitantes. Los servicios complementarios de Bancos y Farmacias han sido evaluados con la mejor calificación, de muy satisfecho, a través de valores de 60% y 30% respectivamente.



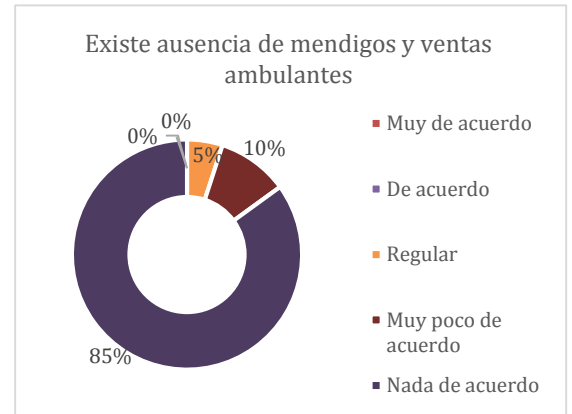
3. ¿Qué tan de Acuerdo está con las siguientes Frases?

Como parte del ejercicio, se hicieron las siguientes preguntas sobre la satisfacción general de los visitantes, tanto a nivel de servicios públicos, como de artículos diversos disponibles en la región.

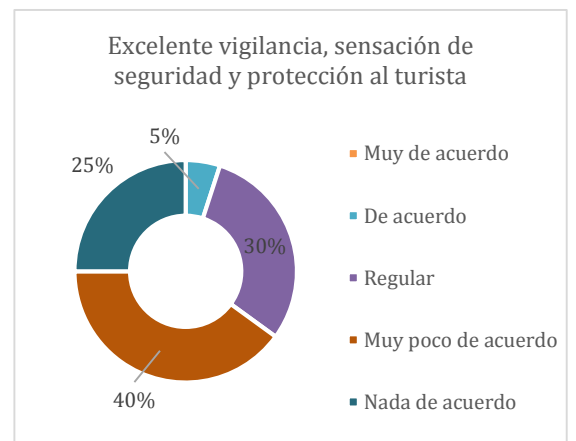
Esta frase indica la imagen de limpieza y orden percibe el turista, en su gran mayoría 60% estos manifiestan estar nada de acuerdo y el 20% muy poco de acuerdo, de manera este panorama es un indicativo que el visitante asocia a una imagen negativa la ciudad, lo que podría incidir en desmeritar el valor de los atractivos turísticos e impactar en el regreso de los mismos.



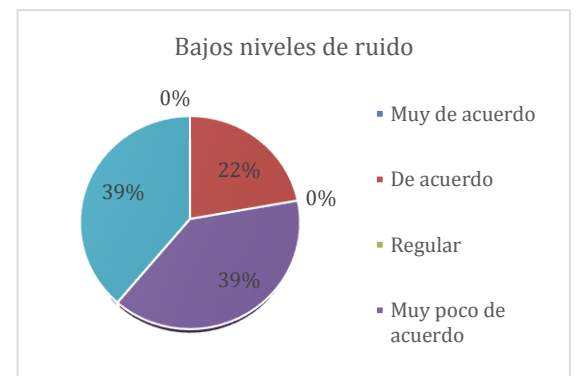
El 85% de las personas sondeadas manifestaron estar en nada de acuerdo con la frase, dado que en su mayoría el centro de la ciudad sufre de un poco ordenamiento de ventas ambulantes, lo que empobrece la imagen percibida, este es uno de los factores incide en el tema de limpieza y orden.



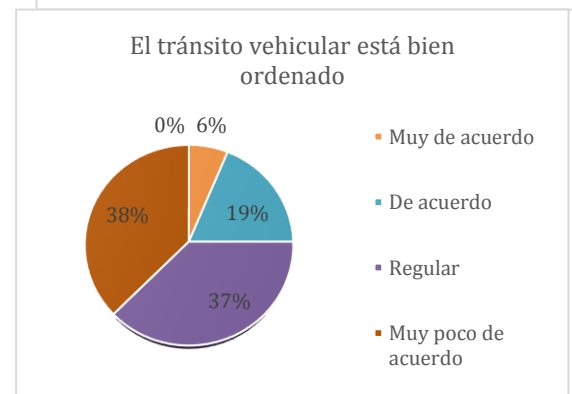
El 40% manifestó estar muy poco de acuerdo, mientras que un 25% indica estar nada de acuerdo. Por tanto, se aprecia que la seguridad es motivo de preocupación, dado que esta percepción debe dar pauta para buscar una mejora en esta vía para los visitantes.



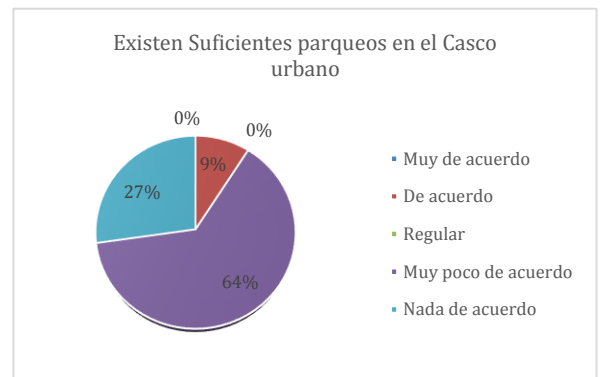
Este factor genera un contraste, dado que para la mayoría 78% está comportándose en un rango de muy de acuerdo (39%) a muy poco de acuerdo (39%), esto debido a las referencias puede tener el visitante respecto a este elemento, pero debe dar pauta para buscar alternativas reduzca la cantidad de ruido generan la carga de personas y vehiculos en el centro de la ciudad.



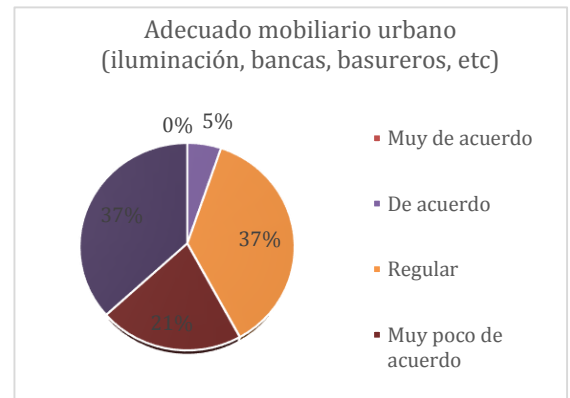
El 38% de los visitantes indica estar muy poco de acuerdo, mientras que en similar proporción 37% lo considera regular, es interesante puntualizar y analizar con mayor profundidad el impacto del tránsito en la satisfacción del visitante.



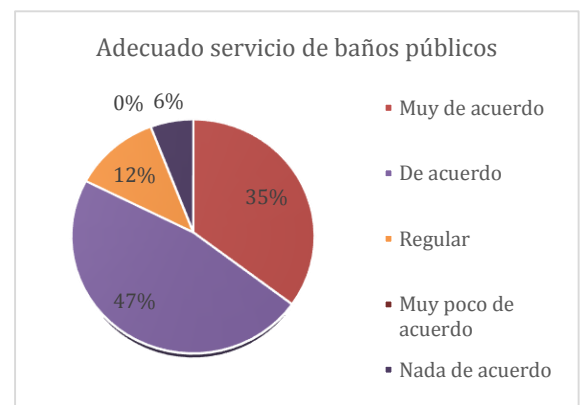
Este factor representa un elemento primordial para la comodidad del turista, de forma debe tenerse presente en cualquier proceso de ampliación de la oferta actual al territorio, dado que el 64% de los visitantes no considera existen los suficientes parques tanto públicos como privados, que permita dejar en un segundo plano, la seguridad de su vehículo. De igual forma permita incidir en ampliar la instancia de estos en la ciudad, para que no sea una excusa para tomar este como un lugar de paso.



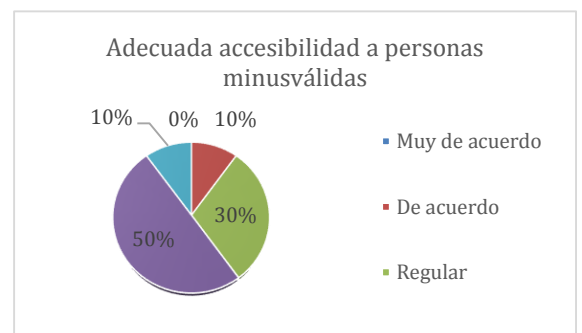
Este factor esta puntuando sus mayores valores en las percepciones de Nada de acuerdo (37%) y Regular (37%), de forma es un llamado para mejorar el tema de equipamientos publicos, esto es un llamado a estandarizar el uso de un concepto de imagen que promueva la identidad cultural de la ciudad, que se vea plasmado en este factor.



Este factor presenta una adecuada percepción, dado en su mayoría el 47% de los entrevistados coincide estar de acuerdo en la prestación eficiente de este servicio básico, para un el 35% está muy de acuerdo.

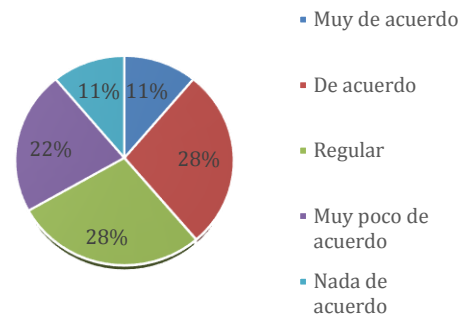


Este tema de infraestructura debe ser considerado importante, de acuerdo a la observación de campo y a través de la percepción del visitante el 50% aprecia que no existen las instalaciones, equipamientos que permitan el acceso a áreas públicas con comodidad para las personas minusválidas.



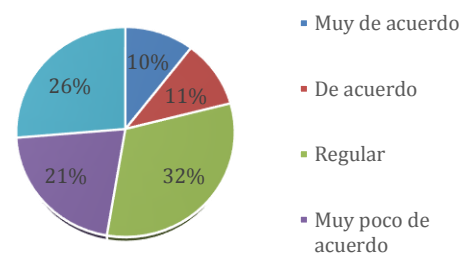
Existe en la mayoría de los visitantes la distinción que la actitud de los pobladores se encuentra a un nivel que requiere ser mejorado, dado que a esta pregunta responden que no están de nada de acuerdo (22%) Regular (28%) a de acuerdo (28%), en ese sentido hace falta trabajar en el tema de cultura turística, impulsar campañas de bienvenida al turista, dado es un elemento clave dentro del disfrute de la experiencia del turista.

Cálida (amable) actitud de la gente del lugar hacia los turistas



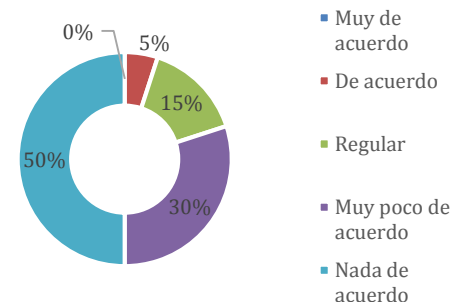
La valoración del 32% (Regular) es para la gran mayoría de visitantes la distinción más marcada en el tema de contar en la ciudad con la adecuada y necesaria información turística, a pesar se cuenta con una oficina de información turística Municipal, aun se requieren esfuerzos para sensibilizar al turista en su uso, asimismo trascender en contar con información dentro de los atractivos.

Se encuentra la información turística necesaria



Según los visitantes la oferta de productos turísticos que ofrece el casco urbano es No es adecuada y es poca diversa, dado no existen rutas, circuitos, paquetes turísticos, que contemplen una oferta integrada y a la vez variada con diferentes actividades a realizar más allá de la visita a iglesias y caminatas en el casco urbano, por tanto, esta carencia, se ve reflejada en la percepción y opinión del visitante en una proporción del 50%.

Adecuada oferta de actividades turísticas a realizar



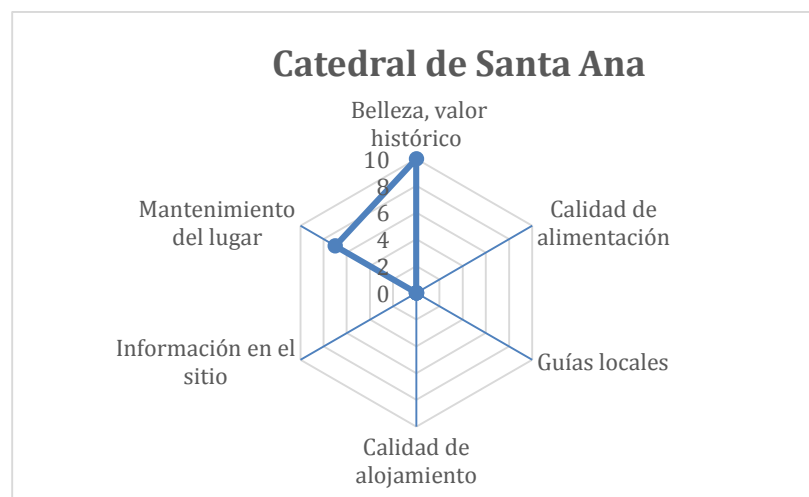
Evaluación de los Atractivos Turísticos desde el Visitante.

Además de la evaluación que se llevó a cabo a los servicios prestados a nivel urbano, se preguntó a los distintos visitantes sobre los sitios a los que acudieron como parte de su actividad turística.

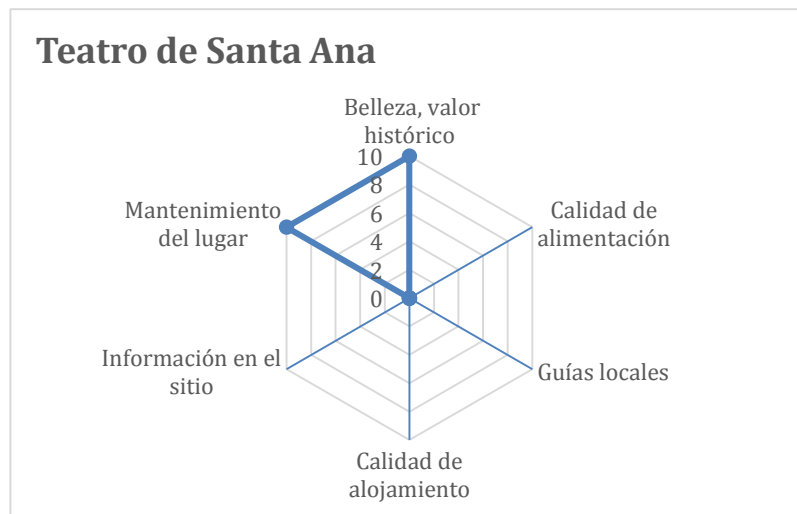
En el caso de los valores “cero” (0), éstos aparecen cuando: (a) ningún visitante asignó una calificación por no prestarse el servicio en el área, o (2) el número de respuestas es menor al 50% del total de los que evaluaron. Un gráfico con valor “cero” en alguno de los aspectos significa que “el servicio no se presta o que la calificación no es representativa”.

El presente análisis muestra los 10 atractivos turísticos más concurridos. Como se podrá ver líneas más adelante, en la mayoría de los casos se alcanzó una calificación mayor a los 9 puntos, en aspectos como belleza y valor histórico del atractivo turístico, lo que muestra que hay una gran oportunidad de mejora para ofrecer experiencias “memorables” a los visitantes, si estos se amplían las actividades recreativas y educativas se ofrezcan.

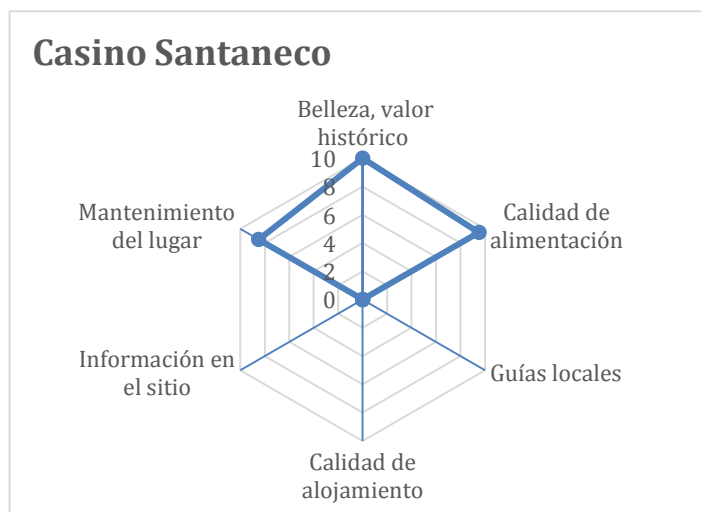
La Catedral recibió el 100% del total de menciones, dado es un lugar de visita obligada al realizar turismo, por su interés cultural, la calidad de la experiencia, en cuanto a belleza arquitectónica y valor histórico, recibió la mayor puntuación de 10 puntos, aunque como se puede apreciar, ésta tiene un bajo valor de 7 en mantenimiento (infraestructura y limpieza), dado que la mayor parte de los visitantes ve poco higiénico la permanencia de aves alimentándose y cohabitando el lugar. El resto de valores se encuentran en el rango de los “cero” puntos, lo que nos hace pensar en la necesidad de mejorar el tema de vistas guiadas e información, asimismo se hace importante dar valor añadido a la experiencia, desde la perspectiva de vincularlo de mejor manera con el resto de atractivos del casco urbano, y junto con la oferta de planta turística, así si se aprovecha el hecho de ser el más visitado, generando una mejor derrama económica si se lograra una mejor articulación de actores.



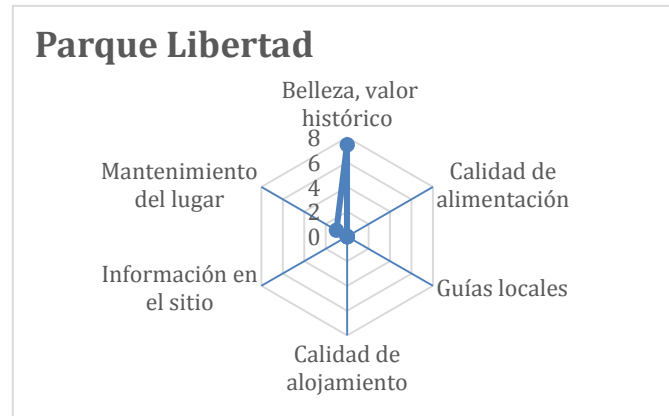
Del 25% de personas visitaron El teatro de Santa Ana, mencionan fue una visita superficial, pues no lograron conocerlo en su totalidad, solo su fachada, de forma la experiencia fue pobre, aunque en el momento de calificarla, se dio la puntuación máxima de 10 puntos a la belleza y mantenimiento, aunque esto no es suficiente para promover la visita turística al sitio, pues debe ofrecer alternativas recreativas dentro del mismo, las cuales no existen, de forma es un atractivo que no opera.



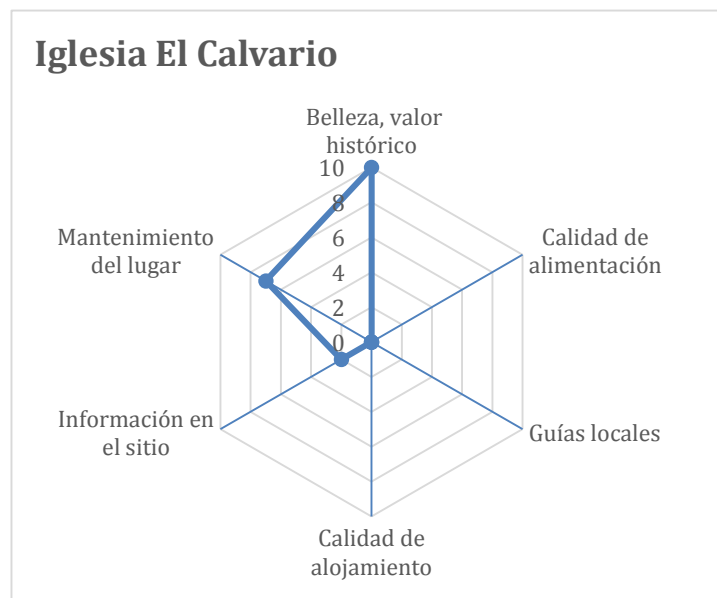
El 10% de las personas que lo visitaron, evidencian es el único atractivo que cuenta con el servicio turístico básico de alimentación, el cual se puntuó en una calidad del 9.5, de igual manera se manifiesta tiene una belleza arquitectónica e histórica de 10 puntos, aunque lastimosamente, el mantenimiento del lugar es puntuada bajo con 8.5, a pesar está abierto al público, no se tiene una oferta de actividades de recreativas turísticas, dentro del mismo más que únicamente la visita al inmueble y eventos eventuales se realizan (Exposiciones temáticas, Cenas en el marco de las Fiestas julias, día madre, día padre, Halloween, navidad, entre otros).



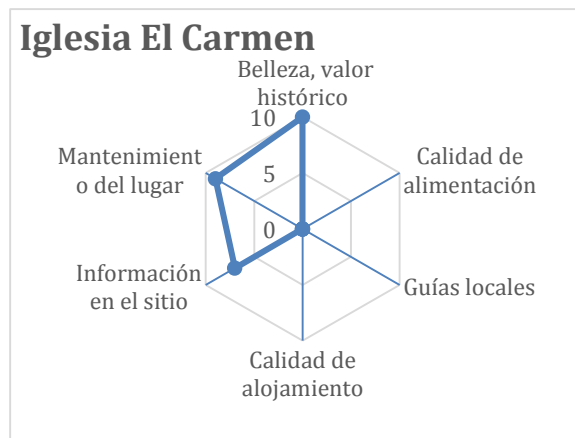
Del 80% de las personas que lo visitaron manifiestan que a pesar de su valor histórico e infraestructura antigua, este puntúa un valor del 7.4, el cual esta interrelacionado a la falta de mantenimiento del lugar (puntuación 1.0), tanto el deterioro de los equipamientos y estructuras, así como la ausencia de limpieza, así como los promontorio permanentes de basura, designan este atractivo como un sitio no tan agradable de visitar, es nada más un sitio de paso.



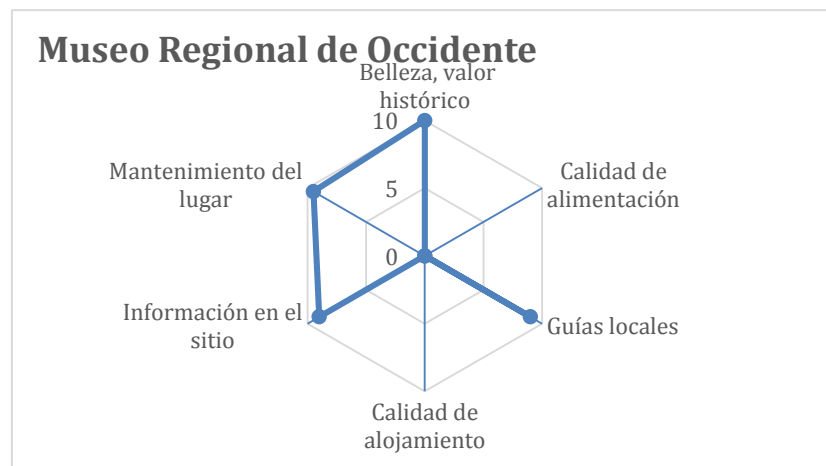
El 50% de los visitantes que acudieron a este sitio, manifiestan que posee una belleza arquitectónica e histórica de 10 puntos, aunque el mantenimiento del lugar 7 indica debe mejorarse en temas de ornato, deterioro de las instalaciones, es necesario superar las deficiencias de información en el lugar, pues no se tiene de forma permanente recursos físicos y humanos que brinden datos.



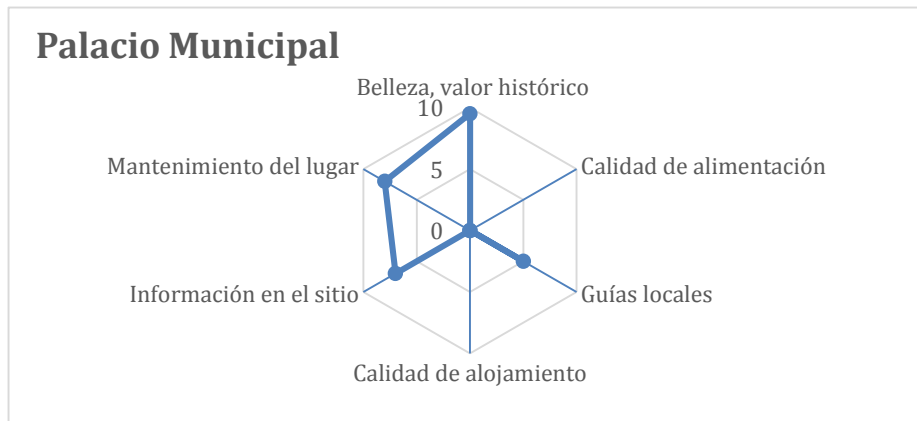
La Iglesia el Carmen, es un atractivo turístico, que ha ido recibiendo reconocimiento como tal por los turistas, dado se puntúa en un valor de 10 puntos por su belleza arquitectónica e histórica, la misma cuenta con el mejor nivel de mantenimiento de todos los atractivos en estudio, definido por una calificación de 9, la información en el sitio es aceptable (7.0), pero debe mejorarse, pues esta depende de la disponibilidad del sacerdote y sacristán, quienes realizan la visita guiada al sitio, lo cual ha sido muy valorado por los turistas.



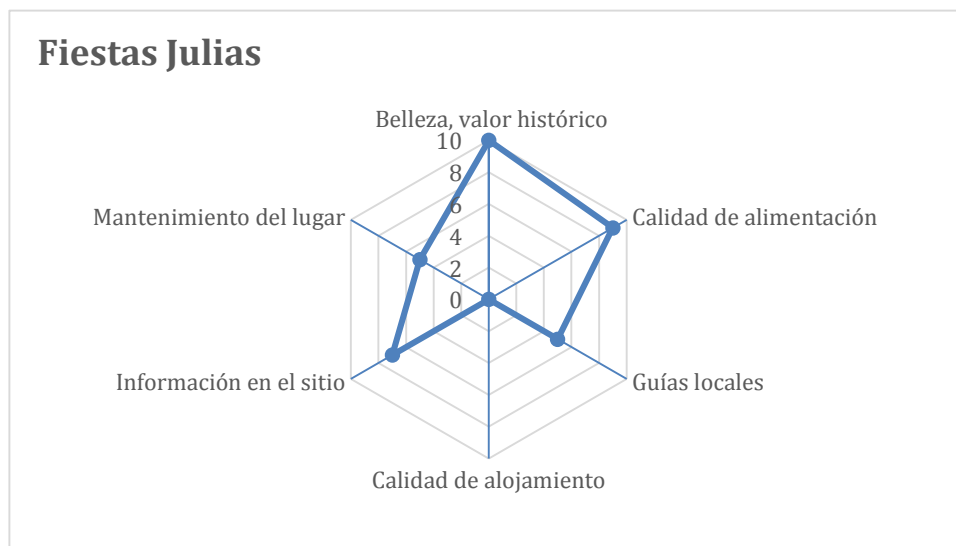
A pesar que fue visitado por un número pequeño de turistas 12% del total, es el atractivo que cuenta con más elementos de evaluación es de destacar que el valor histórico guarda recibió una puntuación de 10 puntos, lo cual guarda relación con excelentes puntuaciones en el tema de disponibilidad de información y contar personal de guiado dentro del mismo, asimismo un buen mantenimiento de sus instalaciones y de la muestra en exhibición, la oferta de actividades para el turista es poco variada, se limita a la visita de la muestra y a las actividades que se programan mensualmente.



Este sitio fue recorrido por el 55% de los visitantes, quienes catalogan su belleza y valor histórico en una puntuación de 9 puntos, pero distinguen que el mantenimiento del mismo debe mejorar, dándole una puntuación de 8, el factor de información en el sitio, a pesar que la oficina de información turística está dentro del Palacio, no se cuenta con visitas guiadas al interior, y el servicio de atención no es adecuado dándole valores de 5 y 7 respectivamente.



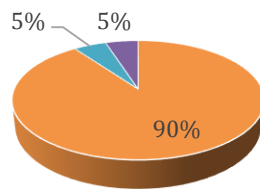
Las fiestas patronales, representan uno de los principales atractivos de la ciudad, por alrededor de un mes se llevan a cabo diferentes actividades que promueven su visita, principalmente hacia la Feria Ganadera, carnavales por barrios de la ciudad, desfiles, festivales, campo de la feria, Visita a iglesias, etc. En este marco se activa toda la planta turística y con ello el aumento de ingresos para la zona. De las personas entrevistadas, el 25% visitó la ciudad en ese periodo, determinando las siguientes puntuaciones hacia los criterios de evaluación: El atractivo cultural y de identidad, recibió una puntuación de 10 puntos, los servicios de alimentación variados y diferenciados en precio, les otorgó 9 puntos, no así la información en el mismo, la oficina de información turística no funciona adecuadamente (7.0), la limpieza de la ciudad se ve desmeritada por la carga de turistas y el aumento de ventas ambulantes, los servicios de guiado no es suficiente (5.0).



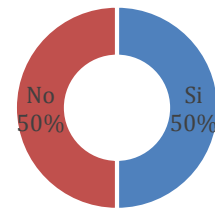
Al consultar sobre el grado de satisfacción de su estancia en el destino la gran mayoría (90%) menciona que quedo satisfecho. Esta pregunta guarda relación con las preguntas de recomendar el destino a otros turistas y recomendaciones de mejora, sobre la misma es de resaltar que el 50% de estos mencionaron que no lo recomendarían visitar, pues se debe mejorar en aspectos como: Ampliar las opciones turísticas (se abra el teatro al público, crear corredores turísticos, Citytour permanentes, festivales culturales los fines de semana), realizar visitas guiadas al interior de Iglesias, impulsar la gastronomía local, dar a conocer más la Iglesia El Carmen y El Museo Regional de Oriente, reordenamiento del Parque Libertad.

Grado de satisfacción de su estancia en el destino

■ Satisfecho ■ Regular ■ Insatisfecho



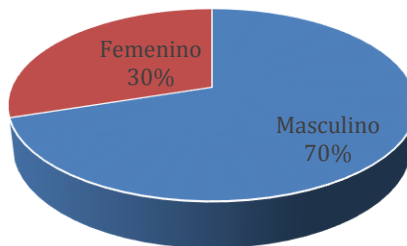
Recomendaria su visita



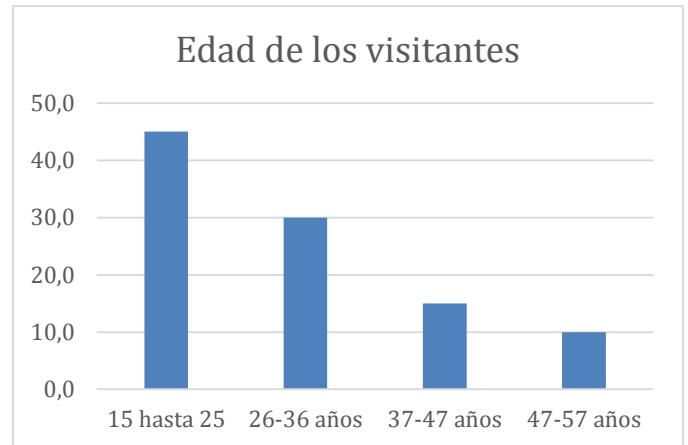
Datos de Identificación

La proporción de personas que participo en este sondeo, pertenece al género femenino en un 30% y al masculino en un 70%.

Genero



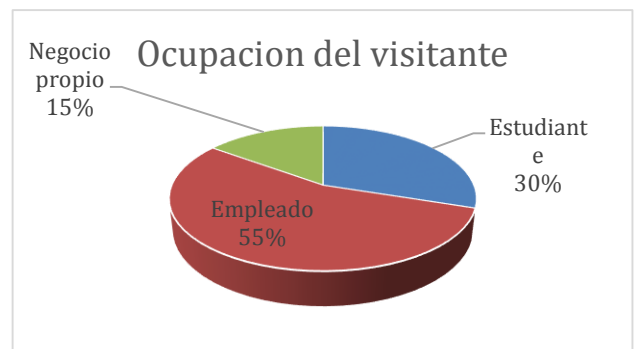
El 75% de los encuestados oscila los 15 y 36 años, ratificando nuevamente que el mercado de visitantes que tiene la ciudad es relativamente joven.



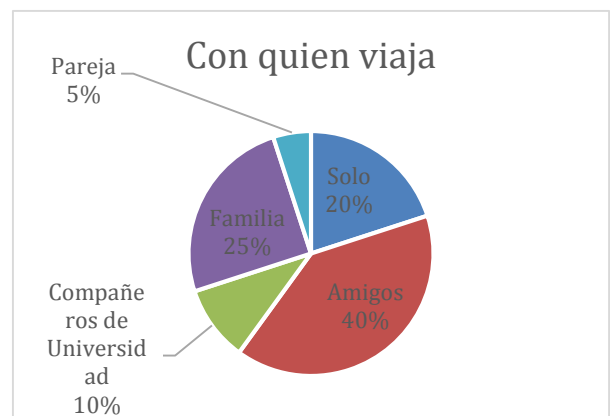
El lugar de residencia de las personas sondeadas es de 55% visitante nacional (de los Municipios de San Salvador, Ahuachapán, Ilopango y Santa Tecla), el 45% sondeados es visitante extranjero (Dinamarca, EUA, Italia y Guatemala.)



El 55% de las personas sondeadas, son empleadas, seguidas de un 30% cuya ocupación es estudiantes.



El 20% de las personas sondeadas viaja sola para realizar turismo, el 80% restante lo hace acompañado, principalmente de Amigos (40%) y Familia (25%).



Anexo No 7 Cuadros de categorización OEA-CICATUR.

1° Categoría Sitios Naturales: Esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico (Ríos, lagos, lagunas, valles, montañas, planicies, valles, quebradas, áreas naturales protegidas, aguas termo medicinales, caídas de agua, etc.)

C A T E G O R Í A 1 SITIOS NATURALES					
TIPO : 1.1 Montañas y Cordilleras		TIPO : 1.2 Puna, Altiplano y Valles		TIPO : 1.3 Llanuras	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION
1.1.1 Macizo 1.1.2 Picos / Nevados 1.1.3 Volcanes / Nevados 1.1.4 Glaciales 1.1.5 Montes 1.1.6 Lomas o Colinas 1.1.7 Sierras 1.1. n	Importancia Mitología Altura, morfología, clima Paisajes de interés Caminos o rutas de ascenso Senderos y refugios Áreas con nieve Flora y fauna Temporada de visita recomendable Temperaturas extremas Actividades posibles de realizar	1.2.1 Mesetas 1.2.2 Valles 1.2.3 Yungas 1.2.4 Abras 1.2.5 Cañones o desfiladeros 1.2.6 Depresiones 1.2.7 Salinas 1.2. n	Importancia / Mitología Altura, extensión, morfología, clima Flora y fauna Paisajes de interés Caminos y sendas pintorescas Poblados interesantes Actividades agropecuarias Temporada de vista recomendable Cambios estacionales Temperatura extremas	1.3.1 Sabanas o Llanos 1.3.2 Praderas 1.3.3 Llanuras selváticas 1.3.4 Bosques 1.3.5 Desiertos 1.3.6 Depresiones húmedas 1.3.7 Altiplano 1.3.8 Efectos ópticos 1.3.9 n	Importancia / Mitología Altura, extensión, morfología, clima Paisajes de interés Caminos y sendas pintorescas Flora y fauna Actividades agropecuarias Temporada recomendable de visita Temperaturas extremas
TIPO : 1.4 Lagos		TIPO : 1.5 Ríos y caídas de Agua		TIPO : 1.6 Fenómenos Cársticos	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION
1.4.1 Lagos 1.4.2 Lagunas 1.4.3 Ciénagas 1.4.4 Lagos Salinos 1.4.5 Lagos amargos 1.4.6 Lagunas glaciares 1.4.7 Bahías 1.4.8 Penínsulas 1.4. n	Importancia Paisaje circundante Extensión, profundidad y clima Características y calidad de agua Características de las riberas Flora y fauna Poblados de sus riberas Islas existentes Recorridos pintorescos Actividades posibles de realizar Temporada de visita recomendable	1.5.1 Manantial o fuente 1.5.2 Riachuelo o arroyo 1.5.3 Rápidos y cachuelas 1.5.4 Torrentes 1.5.5 Cascadas, cataratas o saltos 1.5.6 Riberas 1.5.7 Confluencias 1.5.8 Meandros o curvas 1.5.9 Yugo de bucy 1.5. n	Importancia Tamaño (largo, ancho y caudal) Características y calidad del agua Flora y Fauna Paisajes de interés Características de las riberas Actividades posibles de realizar Poblados de sus riberas Recorridos pintorescos Temporada de visita recomendable	1.6.1 Cuevas 1.6.2 Cavernas 1.6.3 Grutas 1.6. n	Importancia Dimensiones y conformación geológica Formaciones de interés Senderos de recorrido y grado de riesgo Temporada de visita recomendable Estalactitas y estalagmitas
TIPO : 1.7 Aguas Subterráneas		TIPO : 1.8. Tierras insulares		TIPO:1.9 Lugares de Caza Fotografía y Pesca Deportiva	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO	DESCRIPCION
1.7.1 Aguas minerales frías 1.7.2 Aguas termales 1.7.3 Fumarolas y géisers 1.7.4 Ojos de agua 1.7. n	Importancia Características y calidad del agua Temperatura Propiedades curativas del agua Paisaje circundante Facilidades para bañarse Temporada de visita	1.8.1 Islas lacustres 1.8.2 Islas fluviales 1.8.3 Islas en salinas 1.8. n	Importancia Dimensiones Descripción del paisaje Flora y fauna	1.9.1 Caza fotográfica 1.9.2 Pesca Deportiva 1.9. n	Importancia Tipo de pesca Delimitación del área Temporadas de veda Licencia de operación Paisaje, Guías especializados.

TIPO: 1.10 Lugares de Obs. de Flora y Fauna		TIPO : 1.11 Caminos y Senderos Pintorescos		TIPO : 1.12 Áreas Naturales Protegidas	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
1.10.1 Flora 1.10.2 Fauna	Extensión, morfología, clima Importancia Tipo de flora y fauna Época del año en que son visibles los ejemplares Paisajes de interés Recorridos o senderos posibles	1.11.1 Sendas peatonales 1.11.2 Caminos Prehispánicos	Importancia Descripción del recorrido Longitud, puntos de interés y vistas panorámicas Tipo de obra vial Poblados y sitios de interés Paisaje natural y cultural del entorno	1.12.1 Parques Nacionales 1.12.2 Santuarios de Flora y Fauna Silvestre 1.12.3 Monumentos Naturales 1.12.4 Reservas de Vida Silvestre 1.12.5 Áreas Natural de Manejo Integrado 1.12.6 Reservas Naturales de Inmovilización 1.12.7 Reservas Particulares	Importancia Extensión, morfología y clima Flora y fauna Paisajes de interés Especies naturales de mayor interés Sitios de observación de las especies de interés Poblados y sitios de interés cultural Temporada de visita Permisos y autorizaciones de visita Capacidad de carga por temporada Precios para la visita Actividades permitidas
TIPO: 1.13 Formaciones Geológicas y Paleontológicas		TIPO:		TIPO:	
SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
1.13.1 Formaciones rocosas 1.13.2 Sitios o Yacimientos Paleontológicos 1.13. n	Importancia Dimensiones Paisaje Circundante Epocas y proceso de formación Temporada de visita recomendada				

2° Categoría Manifestaciones Culturales: se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar), entre ellas están sitios arqueológicos, lugares históricos, arquitectura y espacios urbanos, iglesias, museos, plazas, casonas, templos, fortalezas, etc.

TIPO: 2.1 Legado Arqueológico		TIPO 2.2: Arquitectura viva, Asentamientos humanos y Espacios urbanos		TIPO : 2.3 Museos y Salas de Exposición	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
2.1.1 Sitios o conjuntos	Importancia	2.2.1 Iglesia (Templo, Catedral, etc.)	Importancia	2.3.1 Etnografía y folklore	Importancia
2.1.2 Arquitectura y arte	Antigüedad	2.2.2 Convento Capilla Casa de valor arquitectónico	Antigüedad	2.3.2 Arqueológico	Temática central
2.1.3 Edificaciones (Templos y fortalezas etnias)	Originalidad y rareza	2.2.3 Casa - Hacienda Palacio o Castillo	Originalidad y rareza	2.3.3 Artes	Salas y muestras permanentes
2.1.4 Cuevas y grutas	Superficie que ocupa	2.2.4 Teatros	Diseño, técnica y material empleado en el sitio	2.3.4 Antropológico	Objetos representativos
2.1.5 Pinturas Rupestres	Valor histórico y cultural	2.2.5 Biblioteca	Valor histórico y cultural	2.3.5 Histórico Cultural	Instalaciones y servicios
2.1.6 Petroglifos (grabados en piedra)	Diseño, técnica y material empleado en el monumento u obra	2.2.6 Molino Artesanal	Valores ambientales	2.3.6 Religioso	Días y horarios de visita
2.1.7 Geoglifos (grabado en tierra)	Elementos destacables	2.2.7 Edificaciones (fortalezas, cuarteles, colegios antiguos)	Valores Socio Urbanos	2.3.7 Mineralógico	Precios y facilidades
	Grado de conservación	2.2.8 Universidades antiguas	Muestras relevantes	2.3.8 Historia Natural	
	Entorno paisajístico	2.2.9 Plazas Plazuelas Alamedas Paseos-	Entorno paisajístico	2.3.9 Salas de Exposición	
	Valores ambientales	2.2.10 Boulevards	Superficie ocupada	2.3.n	
	Medidas de protección	2.2.11 Malecones	Uso original, uso actual		
	Condiciones de visita	2.2.12 Santuarios	Grado de Conservación		
	Temporada y/o horas de visita	2.2.13 Miradores Parques Glorietas	Medidas de protección		
		Puertos. Embarcaderos. muelles v caleta	Propiedad del sitio de interés		
			Grado de adaptabilidad al turismo		
			Temporada y/o horas de visita		
TIPO: 2.4 Obras de Arte Representativas		TIPO 2.5: Lugares históricos		TIPO:	
SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
2.4.1 Esculturas, pinturas	Descripción	2.5.1 Edificaciones (casas, balcones, cuartos, ventana, patios, murallas...)	Estado de conservación.		
2.4.2 Arte rupestre	Valor artístico, histórico y cultural	2.5.2 Complejo Histórico	Cultura y contexto a los que pertenece.		
2.4.3 Murales	Estilo, técnica y material	2.5.3 Barrios, Puertos, Embarcaderos, muelles Históricos	Datos históricos.		
2.4.n	Grado de Conservación	2.5.4 Campo Santo con personajes ilustres	Sucesos importantes relacionados con la construcción.		
	Medidas de Protección	2.5.5 Campo de Batallas históricas y legado de relatos			
	Días y horarios de visita	2.5.6 Plazas históricas			

3° Categoría Folclore: el conjunto de tradiciones, creencias populares, tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, ferias y mercados artesanales, artesanía, música y danza del país, región y/o pueblo determinado.

TIPO: 3.1 Grupos Etnicos		TIPO : 3.2 Folklore Material Artesanía		TIPO : 3.3 Folklore Espiritual Mental	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
	Importancia	3.2.1 Cerámica	Importancia	3.3.1 Música	Importancia
	Ubicación del Asentamiento	3.2.2 Tejidos	Lugar de producción	3.3.2 Danzas y bailes	Lugar y fecha del acontecimiento
	Número de componentes	3.2.3 Metalurgia	Diseño y material	3.3.3 Manifestaciones y creencias populares	Motivo de su realización
	Vida, economía y costumbres	3.2.4 Trabajos en cuero	Tipo, calidad y presentación	3.3.4 Magia	Descripción de las actividades relevantes
	Vestimenta y utensilios	3.2.5 Industrias Líticas	Proceso de producción	3.3.5 Medicina popular	Duración
	Religión, creencias, cosmovision	3.2.6 Inst. musicales	Lugares de venta	3.3.6 Esoterismo	Oportunidad de presenciarlos
	Relación histórica de su evolución	3.2.7 Carpintería		3.3.n	
		3.2.8 Cestería			
		3.2.9 Bordados			
		3.2.10 Mascaras			
		3.2.11 Miniaturas			
		3.2.12 Imaginería			
		3.2.13 Joyería			
		3.2.14 Tocados en pluma			
		3.2.n			
TIPO: 3.4 Folklore Social		TIPO		TIPO	
SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
3.4.1 Ferias y mercados	Importancia				
3.4.2 Comidas y bebidas	Descripción de la producción				
3.4.n	Tipo, calidad y presentación				
	Características de la producción				
	Instalaciones existentes				
	Principales rasgos relevantes				
	Características de la preparación				
	Duración del evento				

4° Categoría, Realizaciones Técnicas, Científicas Contemporáneas: comprenden aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico, como explotaciones mineras, agropecuarias y pesqueras, explotaciones industriales, centros científicos y

TIPO: 4.1 Explotaciones Mineras		TIPO : 4.2 Explotaciones Agropecuarias		TIPO : 4.3 Explotaciones Industriales	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
4.1.1 Minas	Importancia	4.2.1 Institutos de investigación	Importancia	4.3.1 Complejos	Importancia
4.1.2 Lavaderos	Descripción del proceso de explotación	4.2.2 Centros de producción	Tipos de productos y procesos	4.3.2 Ingenios	Procesos de producción
4.1.3 Bocaminas		4.2.3 Estaciones experimentales	Instalaciones y equipos	4.3.3 Fabricas	Aspectos más notables
4.1.4 Ingenios	Equipos e instalaciones principales	4.2.n	Oportunidades de visita	4.3.n	Instalaciones existentes
4.1.5 Riberas de ingenios	Senderos y recorridos		Horario de visita		Oportunidades de visita
4.1.6 Explotaciones a cielo abierto	Horario de visita				Horarios de visita
4.1.n					
TIPO: 4.4 Obras de Ingeniería		TIPO: 4.5 Obras Arquitectónicas actuales		TIPO: 4.6 Centros Científicos y Técnicos	
SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
4.4.1 Represas	Importancia	4.5.1 Edificaciones de importancia	Importancia	4.6.1 Zoológicos, acuarios, mariposarios	Importancia
4.4.2 Diques	Autor de la obra	4.5.2 Centros de importancia	Autor de la obra	4.6.2 Jardín Botánico	Descripción
4.4.3 Acueductos	Descripción de sus aspectos más relevantes	4.5.3. Complejos recreacionales	Descripción de sus aspectos más relevantes	4.6.3 Bibliotecas	Aspectos más notables
4.4.4 Puentes	Calidad e importancia de la obra	4.5.n	Calidad e importancia de la obra	4.6.4 Observatorios astronómicos	Instalaciones existentes
4.4.5 Túneles	Ubicación				Condiciones de visita
4.4.6 Teleféricos					Horarios de visita
4.4.n					

técnicos (zoológicos, acuarios, viveros, etc.).

5°Categoría, Acontecimientos Programados: agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores, tales como Eventos Artísticos y Fiestas(fiestas patronales, religiosas, carnavales).

C A T E G O R I A 5: ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS					
TIPO: 5.1 Artísticos		TIPO : 5.2 Deportivos		TIPO : 5.3 Espectáculos, Congresos y otros	
SUBTIPO	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION	SUBTIPO:	DESCRIPCION
5.1.1 Expresiones de música y danza contemporánea	Importancia	5.2.1 Local	Importancia	5.3.1 Concursos de belleza	Importancia
5.1.2 Festivales de teatro	Lugar y fecha de realización	5.2.2 Nacional	Lugar y fecha de realización	5.3.2 Convenciones y congresos	Lugar y fecha de realización
5.1.3 Festivales de cine	Descripción general del evento	5.2.3 Internacional	Descripción general del evento	5.3.3 Corridos de toros	Descripción general del evento
5.1.4 Exposiciones de artes	Vestuario e instrumentos utilizados		Instalaciones existentes	5.3.4 Rodeo	Instalaciones existentes
5.1.5 Carnavales	Rituales y actividades principales		Organización y cumplimiento	5.3.5 Ferias Nacionales e Internacionales	Organización y cumplimiento
5.1.6 Fiestas populares y religiosas	Instalaciones de realización		Condiciones de visita	5.3.n	Calidad y seriedad del evento
5.1.7 Peregrinaciones	Organización y cumplimiento				Condiciones de visita
5.1.n	Condiciones de visita				
	Horario de visita				

Anexo No. 8 Ficha de Inventario de Recursos Turísticos

No. de Ficha: 1		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Catedral de Santa Ana.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. (X) Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: Diócesis de Santa Ana, Párroco David Guardado.			
1.4 Ubicación:		frente al Parque Libertad,, 1a Avenida Sur, Santa Ana	
1.5 Teléfono o Correo:		2447-7215.	
1.6 Época de Funcionamiento:		Todo el año	
1.7 Precio de entrada:		Gratis	
1.8 Observaciones:		Falta de aseo en las afueras de la catedral	
1.9 Estado de las vías:		(X) Bueno. () Regular. () Malo.	
1.10 Terrestre:		() Asfaltado. (X) Adoquinado/Cemento. () Empedrado.	
II. CARACTERISTICAS			
2.1 Categoría: Manifestaciones Culturales.			
2.2 Tipo: Arquitectura viva			
2.3 Subtipo: Iglesia(Catedral)			
2.4 Descripción y Particularidades: Atributos únicos que destacan y ha recibido reconocimiento a nivel Internacional, por su valor histórico y antigüedad - Es una joya arquitectónica. - La edificación fue diseñada como catedral neogótica - Está formada por tres naves, las cuales son de las medidas siguientes: la nave central con 22 metros de largo y 22 metros de ancho, las naves laterales miden 2 metros de largo y ocho metros de ancho.			
2.5 Capacidad de Carga: 590 personas.			
2.6 Reconocimiento: Patrimonio de la UNESCO. Fue consagrada el 11 de febrero de 1913, como Monumento Nacional			
2.7 Estado de conservación: Regular, presenta deterioro biológico, antrópico, ambiental, las acciones de restauración permiten su posible recuperación.			
2.8 Políticas y regulaciones: Retomados en proyectos Internacionales (De protección según convención de HAYA), Nacionales (a través de ley de protección al patrimonio cultural mediante su conservación a través de la Asociación pro Restauración de Catedral de Santa Ana) y local a través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuidado del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: No tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Locales y Nacionales por fiestas Patronales.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Internacional, mención en medios de publicación nacional y extranjera			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: es un atractivo de visita completaría a Corredores turísticos del Municipio y de naturaleza regional (intermunicipales).			
2.15 Actividades que se practican: Malo, Se lleva a cabo únicamente la actividad turística de visita a Iglesia, de forma que su oferta es deficiente en diversidad de opciones recreativas.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Fines de semana.			
ELABORADO POR		Mariel Martínez	FECHA 29 de Octubre.2018

No. de Ficha: 2		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Iglesia El Carmen.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. (X) Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: Diócesis de Santa Ana, Orden de los Dominicos. a cargo del Padre Carlos Flores			
1.4 Ubicación:	7a Calle Oriente, Santa Ana.		
1.5 Teléfono o Correo:	2441-1827		
1.6 Época de Funcionamiento:	Todo el año		
1.7 Precio de entrada:	Gratis.		
1.8 Observaciones:	• Puertas Desgastadas. • Paredes despintadas. • Falta de aseo en el campanario.		
1.9 Estado de las vías:	(X) Bueno. () Regular. () Malo.		
1.10 Terrestre.	() Asfaltado. (X) Adoquinado/Cemento. () Empedrado.		
II. CARACTERÍSTICAS			
2.1 Categoría: Manifestaciones Culturales.			
2.2 Tipo: Arquitectura Viva.			
2.3 Subtipo: Iglesia (Templo)			
2.4 Descripción y Particularidades: • La Iglesia El Carmen representa el brazo izquierdo de la cruz (Cruz Céntrica que conforman junto a Catedral; El Carmen, San Lorenzo y El Calvario) En su altar está la figura de la Virgen María, en advocación de la Virgen del Carmen. • Fuera de lo común con su revestimiento de ladrillo. El color térreo junto con el blanco hacen buen contraste. • Cuenta con 49 bancas con capacidad para 5 personas.			
2.5 Capacidad de Carga: 245 personas.			
2.6 Reconocimiento: Local, consagrada en 1852.			
2.7 Estado de conservación: Bueno. el atractivo es distinguible y apreciable, presenta algunos problemas temporales.			
2.8 Políticas y regulaciones: local a través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuido del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: Si tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Es visitado principalmente por el turismo Local.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Local, mención en medios de publicaciones locales.			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: es un atractivo de visita completaría a Corredores turísticos del Municipio y de naturaleza regional (intermunicipales).			
2.15 Actividades que se practican: Malo, de forma que su oferta es deficiente en diversidad de opciones recreativas.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Fines de semana.			
ELABORADO POR	Karen Teos.	FECHA	29 de Octubre.2018

No. de Ficha: 3		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Iglesia San Lorenzo.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. (X)Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: Diócesis de Santa Ana			
1.4 Ubicación:	Final 1a Av. norte entre 10a y 12a calle oriente. Santa Ana		
1.5 Teléfono o Correo:	2448 1872		
1.6 Época de Funcionamiento:	Todo el año		
1.7 Precio de entrada:	Gratis.		
1.8 Observaciones:	Está dentro de un centro educativo y pierde su vistosidad al público.		
1.9 Estado de las vías:	(X)Bueno. () Regular. () Malo.		
1.10 Terrestre.	() Asfaltado. (X)Adoquinado/Cemento. () Empedrado.		
II. CARACTERISTICAS			
2.1 Categoría: Manifestaciones Culturales.			
2.2 Tipo:	Arquitectura viva, Asentamientos humanos y Espacios Urbanos.		
2.3 Subtipo:	Iglesia (Templo)		
2.4 Descripción y Particularidades: - La Iglesia El Carmen representa el brazo derecho de la cruz (Cruz Céntrica que conforman junto a Catedral; El Carmen, San Lorenzo y El Calvario - Tiene la imagen de Monseñor Romero en la entrada del templo. - Su techo es construido con de varas de bambú. - Cuenta con 38 bancas con capacidad para 3 personas.			
2.5 Capacidad de Carga: 114 personas.			
2.6 Reconocimiento: Consagrada el 4 de mayo de 1878.			
2.7 Estado de conservación: Bueno. El atractivo es distinguible y apreciable, presenta algunos problemas temporales.			
2.8 Políticas y regulaciones: local a través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuido del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: No tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Es visitado principalmente por el turismo Local.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Local, mención en medios de publicaciones locales.			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: es un atractivo de visita opcional a Corredores turísticos del Municipio y de naturaleza regional (intermunicipales).			
2.15 Actividades que se practican: Malo, de forma que su oferta es deficiente en diversidad de opciones recreativas.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Fines de semana.			
ELABORADO POR	Nancy Ayala.	FECHA	29 de Octubre.2018

No. de Ficha: 4		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Iglesia El Calvario.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. (X) Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: Diócesis de Santa Ana			
1.4 Ubicación:	10ª Avenida Norte, frente al Parque Municipal Isidro Menéndez. Tome como punto de referencia la Unidad de Salud "Casa del Niño" de Santa Ana.		
1.5 Teléfono o Correo:	2447 4872		
1.6 Época de Funcionamiento:	Todo el año		
1.7 Precio de entrada:	Gratis.		
1.8 Observaciones:			
1.9 Estado de las vías:	(X) Bueno. () Regular. () Malo.		
1.10 Terrestre.	() Asfaltado. (X) Adoquinado/Cemento. () Empedrado.		
II. CARACTERISTICAS			
2.1 Categoría: Manifestaciones Culturales.			
2.2 Tipo: Arquitectura viva, Asentamientos humanos y Espacios Urbanos.			
2.3 Subtipo: Iglesia(Templo)			
2.4 Descripción y Particularidades:			
- Representa los pies de la cruz (Cruz Céntrica que conforman junto a Catedral; El Carmen, San Lorenzo y El Calvario) - Cuenta con 54 bancas con capacidad para 3 personas.			
2.5 Capacidad de Carga: 162 personas.			
2.6 Reconocimiento:			
No posee.			
2.7 Estado de conservación: Regular, presenta deterioro biológico, antrópico, pero es posible su recuperación			
2.8 Políticas y regulaciones: local a través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuido del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: No tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Es visitado principalmente por el turismo Local.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Local, mención en medios de publicaciones locales.			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: es un atractivo de visita completaría a Corredores turísticos del Municipio y de naturaleza regional (intermunicipales).			
2.15 Actividades que se practican: Malo, de forma que su oferta es deficiente en diversidad de opciones recreativas.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Fines de semana.			
ELABORADO POR	Mariel Martínez.	FECHA	29 de Octubre.2018

No. de Ficha: 5		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Teatro Nacional de Santa Ana.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. (X)Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: Ministerio de Cultura y Apaculsa			
1.4 Ubicación:		Avenida Independencia Norte, Santa Ana.	
1.5 Teléfono o Correo:		2441 2193	
1.6 Época de Funcionamiento:		Todo El año en los Horario de atención De martes a sábado de 9:00 a.m. a 12:00 m y de 1:00 a 5:00 pm.	
1.7 Precio de entrada:		Gratis.	
1.8 Observaciones:		• Mantenimiento Continuo. • Buenas Instalaciones.	
1.9 Estado de las vías:		(X)Bueno. () Regular. () Malo.	
1.10 Terrestre.		() Asfaltado. (X)Adoquinado/Cemento. () Empedrado.	
II. CARACTERISTICAS			
2.1 Categoría: Manifestaciones Culturales.			
2.2 Tipo:		Arquitectura Viva, Asentamientos Humanos y Espacios Urbanos.	
2.3 Subtipo:		Teatros.	
2.4 Descripción y Particularidades: • El teatro cuenta con varias áreas, las cuales son el vestíbulo, el Salón Foyer, la Gran Sala, el Escenario, los Palcos y la Terraza Española. • posee detalles arquitectónicos labrados con madera de árboles de caoba, adornos hechos de yeso y pinturas de artistas italianos.			
2.5 Capacidad de Carga: 950 personas.			
2.6 Reconocimiento: Declarado Monumento Nacional en 1982.			
2.7 Estado de conservación: Muy bueno, Se permite distinguir sus características y atributos.			
2.8 Políticas y regulaciones: Retomados en proyectos Internacionales (De protección según convención de HAYA y por medio de la organización y programación de espectáculos de cultura artística de origen nacional e internacional), Nacionales a través de ley de protección al patrimonio cultural; local a través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuido del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: No tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Es visitado principalmente por el turismo Nacional.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Nacional, mención en medios de publicaciones nacionales.			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: es un atractivo de visita completaría a Corredores turísticos del Municipio y de naturaleza regional (intermunicipales).			
2.15 Actividades que se practican: Regular, de forma que su oferta es deficiente en diversidad de opciones recreativas.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Solamente días de actividades programadas.			
ELABORADO POR		Karen Teos.	FECHA 29 de Octubre.2018

No. de Ficha: 6		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Palacio Municipal de Santa Ana.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. (X) Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: Alcaldía Municipal de Santa Ana.			
1.4 Ubicación:	Avenida Independencia Sur, Santa Ana.		
1.5 Teléfono o Correo:	2441-2499		
1.6 Época de Funcionamiento:	Todo el año		
1.7 Precio de entrada:	Gratis.		
1.8 Observaciones:	Deterioro en las instalaciones.		
1.9 Estado de las vías:	(X) Bueno. () Regular. () Malo.		
1.10 Terrestre.	() Asfaltado. (X) Adoquinado/Cemento. () Empedrado.		
II. CARACTERISTICAS			
2.1 Categoría: Manifestaciones Culturales.			
2.2 Tipo:	Arquitectura viva, Asentamientos humanos y Espacios Urbanos.		
2.3 Subtipo:	Casa-Hacienda-Palacio o Castillo		
2.4 Descripción y Particularidades:			
- El sitio describe el edificio como un "monumento de arquitectura ecléctica". El edificio mezcla varios estilos que son influenciados por neoclasicismo afrancesado junto con un neo-renacimiento italiano. - Cuenta con 16 oficinas en la primera planta, y 19 en la segunda planta. 1 salón de reuniones del Concejo Municipal y 1 auditorio.			
2.5 Capacidad de Carga: No se sabe.			
2.6 Reconocimiento: fue declarada Monumento Nacional de la República de El Salvador en 1974.			
2.7 Estado de conservación: Regular, presenta deterioro biológico, antrópico, pero es posible su recuperación.			
2.8 Políticas y regulaciones: Nacionales a través de ley de protección al patrimonio cultural; local a través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuido del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: No tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Es visitado principalmente por el turismo Local por trámites de alcaldía.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Nacional, mención en medios de publicaciones nacionales.			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: Es un atractivo de visita opcional a Corredores turísticos del Municipio y de naturaleza regional (intermunicipales).			
2.15 Actividades que se practican: Se llevan a cabo opciones recreativas como lo son los festivales, shows artísticos y actividades culturales; se apoyan por condiciones adecuadas para su realización.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Esporádicamente por locales y por Nacionales los fines de semana.			
ELABORADO POR	Nancy Ayala.	FECHA	29 de Octubre.2018

No. de Ficha: 7		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Parque Libertad.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. (X) Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: Alcaldía Municipal de Santa Ana.			
1.4 Ubicación:	2a Calle Pte, Santa Ana		
1.5 Teléfono o Correo:	2441-2499		
1.6 Época de Funcionamiento:	Todo el año		
1.7 Precio de entrada:	Gratis.		
1.8 Observaciones:	• Falta de ordenamiento en vendedores Ambulantes.		
1.9 Estado de las vías:	(X) Bueno. () Regular. () Malo.		
1.10 Terrestre.	() Asfaltado. (X) Adoquinado/Cemento. () Empedrado.		
II. CARACTERÍSTICAS			
2.1 Categoría: Sitios Naturales.			
2.2 Tipo:	Áreas Naturales protegidas.		
2.3 Subtipo:	Parques Nacionales.		
2.4 Descripción y Particularidades:			
Su diseño obedece a la influencia española que lo situó como la "Plaza Mayor" durante la época colonial.			
2.5 Capacidad de Carga: No se sabe.			
2.6 Reconocimiento: No posee.			
2.7 Estado de conservación: Regular, presenta deterioro biológico, antrópico y ambiental pero es posible su recuperación.			
2.8 Políticas y regulaciones: Local, a través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuido del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: No tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Es visitado principalmente por el turismo Local.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Regional, mención en medios de publicaciones Regionales y locales.			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: es un atractivo incluido en la visita solo por su ubicación en los circuitos y Corredores turísticos del Municipio y de naturaleza regional (intermunicipales).			
2.15 Actividades que se practican: Se llevan a cabo opciones recreativas como lo son los festivales y shows artísticos, se apoyan por condiciones adecuadas para su realización.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Esporádicamente por locales.			
ELABORADO POR	Mariel Martínez.		FECHA 29 de Octubre.2018

No. de Ficha: 8		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Casino Santaneco.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. () Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: Asociación Casino Santaneco.			
1.4 Ubicación:	Avenida Independencia norte y 2a. Calle Oriente del centro histórico de la ciudad.		
1.5 Teléfono o Correo:	2441 2326		
1.6 Época de Funcionamiento:	Todo el año		
1.7 Precio de entrada:	Se puede acceder al consumir los servicios.		
1.8 Observaciones:	Buen Ambiente y seguro.		
1.9 Estado de las vías:	(X) Bueno. () Regular. () Malo.		
1.10 Terrestre.	() Asfaltado. (X) Adoquinado/Cemento. () Empedrado.		
II. CARACTERISTICAS			
2.1 Categoría: Manifestaciones Culturales.			
2.2 Tipo:	Arquitectura viva, Asentamientos humanos y Espacios Urbanos.		
2.3 Subtipo:	Edificaciones.		
2.4 Descripción y Particularidades: En un principio se llamó "La Casa del Amigo", en 1896.			
2.5 Capacidad de Carga: No se sabe.			
2.6 Reconocimiento: No posee.			
2.7 Estado de conservación: Bueno, Es distinguible y apreciable, presenta algunos problemas temporales pero se permite distinguir sus características y atributos			
2.8 Políticas y regulaciones: A través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuidado del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: No tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Es visitado principalmente por el turismo Nacional.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Nacional, mención en medios de publicaciones Nacionales y locales.			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: Incluido en la visita solo por su ubicación en circuitos y corredores turísticos del Municipio y de naturaleza regional.			
2.15 Actividades que se practican: Se llevan a cabo opciones recreativas con poco valor para la experiencia turística.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Días de eventos.			
ELABORADO POR	Karen Teos.	FECHA	29 de Octubre.2018

No. de Ficha: 9		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Museo Regional de Occidente.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. () Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: MICULTURA administrado por Arq. Julio Eduardo Aragón.			
1.4 Ubicación:	Avenida Independencia Sur, Santa Ana		
1.5 Teléfono o Correo:	2441-1215		
1.6 Época de Funcionamiento:	De Martes a Sábado de 9:00 a. m. a 12:00 m. y de 1:00 a 5:00 p. m		
1.7 Precio de entrada:	\$1.00 USD: Nacionales y centroamericanos. \$3.00 USD: Extranjeros		
1.8 Observaciones:	• Buenas instalaciones		
1.9 Estado de las vías:	(X) Bueno. () Regular. () Malo.		
1.10 Terrestre.	() Asfaltado. (X) Adoquinado/Cemento. () Empedrado.		
II. CARACTERISTICAS			
2.1 Categoría: Manifestaciones Culturales.			
2.2 Tipo:	Museos y Salas de exposiciones.		
2.3 Subtipo:	Artes, Salas de exposiciones.		
2.4 Descripción y Particularidades:			
- Se destaca la exposición de carácter permanente: "Historia de la Moneda de El Salvador". - Esta colección conformada por monedas de oro, plata y otros metales			
2.5 Capacidad de Carga: No se sabe.			
2.6 Reconocimiento:			
2.7 Estado de conservación: Muy Bueno, Es distinguible y apreciable, se permite distinguir sus características y atributos			
2.8 Políticas y regulaciones: Nacionales a través de ley de protección al patrimonio cultural; local a través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuido del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: No tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Es visitado principalmente por el turismo Regional.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Regional, mención en medios de publicaciones Regionales y locales.			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: Es un atractivo de visita completaría a Corredores turísticos del Municipio y de naturaleza regional (intermunicipales).			
2.15 Actividades que se practican: Bueno, se llevan a cabo opciones recreativas con valor privilegiado en la experiencia de los visitantes.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Casi nunca.			
ELABORADO POR	Nancy Ayala.	FECHA	29 de Octubre.2018

No. de Ficha: 10		FICHA DE INVENTARIO TURISTICO	
			
I. GENERALIDADES			
1.1 Nombre: Fiestas Patronales de Santa Ana.			
1.2 Tipo de propiedad: () Privada. (X)Municipal.			
1.3 Administrador o propietario: Alcaldía de Santa Ana.			
1.4 Ubicación:		Departamento de Santa Ana.	
1.5 Teléfono o Correo:		2441-2499	
1.6 Época de Funcionamiento:		17 al 26 de Julio.	
1.7 Precio de entrada:		Gratis.	
1.8 Observaciones:			
1.9 Estado de las vías:		(X)Bueno. () Regular. () Malo.	
1.10 Terrestre.		() Asfaltado. (X)Adoquinado/Cemento. () Empedrado.	
II. CARACTERÍSTICAS			
2.1 Categoría: Acontecimientos Programados.			
2.2 Tipo:		Artísticos.	
2.3 Subtipo:		Fiestas Populares y Religiosas.	
2.4 Descripción y Particularidades:			
Fiestas Julias son denominados los festejos patronales, celebrados del 17 al 26 de julio			
2.5 Capacidad de Carga:			
2.6 Reconocimiento: No tiene.			
2.7 Estado de conservación: Muy Bueno			
2.8 Políticas y regulaciones: local a través la Alcaldía por la Ley de ornato regula el cuido del patrimonio local.			
2.9 Señalización Turística: No tiene			
2.10 Flujo de turistas con mayor concurrencia: Es visitado principalmente por el turismo Nacional.			
2.11 Accesibilidad y conectividad: Bueno, calles de acceso en condiciones adecuadas y cortas dentro de la ciudad, asimismo se cuenta con servicios básicos completos (agua, luz, telefonía móvil)			
2.12 Representatividad: Nacional, mención en medios de publicaciones Nacionales.			
2.13 Planta Turística: Nivel de calidad alto (existencia de servicios básicos turísticos completos y adecuados servicios complementarios cercanos al atractivo)			
2.14 Inclusión de la visita: Es un atractivo de visita principal.			
2.15 Actividades que se practican: Se lleva a cabo una variedad de opciones recreativas, como lo son los Encuentros deportivos, Desfiles, Exposiciones musicales, artísticas y Fiestas organizadas por una determinada institución.			
2.16 Épocas de mayor concurrencia: Mes de Julio.			
ELABORADO POR		Karen Teos.	FECHA 29 de Octubre.2018

Anexo No 9 Tablas de Evaluación CICATUR-OEA Indicadores de competitividad Fondo Monetario Internacional

METODOLOGIA DE JERARQUIZACIÓN

JERARQUIA	DESCRIPCIÓN
4	Recursos excepcionales de gran significación para el mercado turístico Internacional, capaces por sí solos de motivar una importante corriente de visitantes
3	Recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente actual o potencial de visitante nacional o extranjero.
2	Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.
1	Recursos sin mérito suficiente para considerarlo a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igual forman parte de inventario como elementos que complementan con otras de mayor jerarquía.

METODOLOGIA DE JERARQUIZACIÓN

Criterios de Evaluación

A. PARTICULARIDAD/CALIDAD

Expresa la característica belleza y poder de atracción que tiene un atractivo y/o recurso. Los factores que lo determinan son:

- **El valor intrínseco:** Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza, es decir que es inherente a él (natural, cultural, científico, artístico, etc.).
- **El valor extrínseco:** Es el valor del atractivo vinculado a su magnitud, majestuosidad, monumentalidad.
- **El entorno:** Se refiere al ambiente físico, biológico y socio-cultural que rodea al atractivo, el mismo que es susceptible a mejoramiento.

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

B. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD

Son las condiciones de infraestructura básica, accesos y servicios que complementan el atractivo para contribuir a su difusión y puesta efectiva en el mercado. Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización. Los factores que lo determinan son:

- **Acceso:** Calidad en las infraestructuras, medios de comunicación y de transporte que permiten la llegada al atractivo.
- **Infraestructura y equipamientos básicos:** existencia de agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, atención médica, cambio de moneda, comunicación telefónica, etc.

Se tendrá como área de análisis un radio de una hora máxima de recorrido (dependiendo del atractivo puede ser a pie, automóvil u otro medio).

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Nivel de calidad Alto en la accesibilidad (distancias cortas, materiales del camino adecuados, excelente servicio de transporte-seguridad y comodidad-) e Infraestructura (completa existencia de servicios)	6
Nivel de calidad bueno en la accesibilidad (distancias cortas, materiales del camino adecuados, excelente servicio de transporte-seguridad y comodidad-) e Infraestructura (completa existencia de servicios)	4
Nivel de calidad regular en la accesibilidad (distancias cortas, materiales del camino adecuados, excelente servicio de transporte-seguridad y comodidad-) e Infraestructura	2
Nivel de calidad Malo/Pobre en la accesibilidad (distancias cortas, materiales del camino adecuados, excelente servicio de transporte-seguridad y comodidad-) e Infraestructura	1

C. PLANTA TURÍSTICA

Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentación, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística. El área de análisis un radio de una hora máxima de recorrido (dependiendo del atractivo puede ser a pie, automóvil u otro medio).

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Nivel de calidad Alto y existencia: servicios básicos turísticos completos (adecuadas instalaciones, servicios seguridad y comodidad-) e servicios complementarios (existencia de servicios de apoyo más esenciales)	6
Nivel de calidad Bueno y existencia: servicios básicos turísticos esenciales (adecuadas instalaciones, servicios seguridad y comodidad-) e servicios complementarios (existencia de servicios de apoyo más esenciales)	4
Nivel de calidad Regular y existencia: otros servicios básicos turísticos (adecuadas instalaciones, servicios seguridad y comodidad-) e servicios complementarios (esenciales)	2
Nivel de calidad Mala/pobre y inexistencia: servicios básicos turísticos y servicios complementarios	1

D. ESTADO DE CONSERVACIÓN

Es la estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno. Es decir, tanto desde el punto de vista de su situación original como a partir de posibles acciones del hombre para buscar una mayor vida del atractivo.

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

E. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO

Son las condiciones que tiene un atractivo y que son susceptibles a ser aprovechadas para la realización y práctica de diversas actividades recreacionales, culturales, etc.

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

F. RECONOCIMIENTO

Hace referencia a la mención tiene el atractivo, dentro de un documento oficial que le otorgue un reconocimiento importante por su valor intrínseco y extrínseco.

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

G. POLÍTICAS Y REGULACIONES

Corresponde a la consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad internacional: - Imagen a nivel internacional - Posicionamiento turístico a nivel internacional	6
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad nacional: - Imagen a nivel nacional - Posicionamiento turístico a nivel nacional	4
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad regional: - Imagen a nivel regional - Posicionamiento turístico a nivel regional	2
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad local: - Recurso característico de la localidad - Imagen a nivel local	1

H. FLUJO DE TURISTAS

Hace referencia al registro visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes

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

I. REPRESENTATIVIDAD TERRITORIAL (DIFUSIÓN, MEDIOS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO)

Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad internacional: - Imagen a nivel internacional - Posicionamiento turístico a nivel internacional	6
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad nacional: - Imagen a nivel nacional - Posicionamiento turístico a nivel nacional	4
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad regional: - Imagen a nivel regional - Posicionamiento turístico a nivel regional	2
Aquellos recursos turísticos que alcanzan una representatividad local: - Recurso característico de la localidad - Imagen a nivel local	1

J. INCLUSIÓN EN LA VISITA TURISTICA

Asociación con otros atractivos: Permite medir el grado de complementariedad de un atractivo con otros afines o no, hecho que determina la creación de circuitos turísticos y su promoción en el mercado.

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

K. DEMANDA POTENCIAL

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

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad		1.5	
B	Accesibilidad y conectividad		0.5	
C	Planta turística		0.5	
D	Estado de Conservación		1.5	
E	Actividades que se practican		0.5	
F	Reconocimiento		1	
G	Políticas y regulaciones		1	
H	Flujo de turistas		1.5	
I	Representatividad		1	
J	Inclusión en la visita		1	
			Total	

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo que no está en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad		2	
B	Accesibilidad y conectividad		1	
F	Reconocimiento		2	
D	Estado de Conservación		2.5	
I	Representatividad		1	
K	Demanda potencial		1.5	
			Total	

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

Anexo No.10 APLICACIÓN DE METODOLOGIA DE JERARQUIZACIÓN

1. Catedral de Santa Ana.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	6	1.5	9
B	Accesibilidad y conectividad	4	0.5	2
C	Planta turística	6	0.5	3
D	Estado de Conservación	2	1.5	3
E	Actividades que se practican	1	0.5	0.5
F	Reconocimiento	6	1	6
G	Políticas y regulaciones	6	1	6
H	Flujo de turistas	4	1.5	6
I	Representatividad	6	1	6
J	Inclusión en la visita	4	1	4
Total				45.5

2. Iglesia El Carmen, Santa Ana.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	6	1.5	9
B	Accesibilidad y conectividad	4	0.5	2
C	Planta turística	6	0.5	3
D	Estado de Conservación	4	1.5	6
E	Actividades que se practican	1	0.5	0.5
F	Reconocimiento	1	1	1
G	Políticas y regulaciones	4	1	4
H	Flujo de turistas	1	1.5	1.5
I	Representatividad	1	1	1
J	Inclusión en la visita	4	1	4
Total				31.5

3. Iglesia San Lorenzo, Santa Ana.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	1	1.5	1.5
B	Accesibilidad y conectividad	4	0.5	2
C	Planta turística	6	0.5	3
D	Estado de Conservación	4	1.5	6
E	Actividades que se practican	1	0.5	0.5
F	Reconocimiento	1	1	1
G	Políticas y regulaciones	2	1	2
H	Flujo de turistas	1	1.5	1.5
I	Representatividad	1	1	1
J	Inclusión en la visita	2	1	2
			Total	20.5

4. Iglesia El Calvario, Santa Ana.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	1	1.5	1.5
B	Accesibilidad y conectividad	4	0.5	2
C	Planta turística	6	0.5	3
D	Estado de Conservación	2	1.5	3
E	Actividades que se practican	1	0.5	0.5
F	Reconocimiento	0	1	0
G	Políticas y regulaciones	2	1	2
H	Flujo de turistas	1	1.5	1.5
I	Representatividad	1	1	1
J	Inclusión en la visita	2	1	2
			Total	16.5

5. Teatro Nacional de Santa Ana.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo que no está en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	4	2	8
B	Accesibilidad y conectividad	4	1	4
F	Reconocimiento	4	2	8
D	Estado de Conservación	6	2.5	15
I	Representatividad	4	1	4
K	Demanda potencial	4	1.5	6
			Total	45

6. Palacio Municipal de Santa Ana.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	4	1.5	6
B	Accesibilidad y conectividad	4	0.5	2
C	Planta turística	6	0.5	3
D	Estado de Conservación	2	1.5	3
E	Actividades que se practican	4	0.5	2
F	Reconocimiento	4	1	4
G	Políticas y regulaciones	6	1	6
H	Flujo de turistas	1	1.5	1.5
I	Representatividad	4	1	4
J	Inclusión en la visita	2	1	2
			Total	33.5

7. Parque Libertad, Santa Ana.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	1	1.5	1.5
B	Accesibilidad y conectividad	4	0.5	2
C	Planta turística	6	0.5	3
D	Estado de Conservación	2	1.5	3
E	Actividades que se practican	4	0.5	2
F	Reconocimiento	0	1	0
G	Políticas y regulaciones	2	1	2
H	Flujo de turistas	1	1.5	1.5
I	Representatividad	1	1	1
J	Inclusión en la visita	1	1	1
			Total	17

8. Casino Santaneco.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	2	1.5	3
B	Accesibilidad y conectividad	4	0.5	2
C	Planta turística	6	0.5	3
D	Estado de Conservación	4	1.5	6
E	Actividades que se practican	2	0.5	1
F	Reconocimiento	0	1	0
G	Políticas y regulaciones	2	1	2
H	Flujo de turistas	4	1.5	6
I	Representatividad	4	1	4
J	Inclusión en la visita	1	1	1
			Total	28

9. Museo Regional de Occidente.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	4	1.5	6
B	Accesibilidad y conectividad	4	0.5	2
C	Planta turística	6	0.5	3
D	Estado de Conservación	6	1.5	9
E	Actividades que se practican	4	0.5	2
F	Reconocimiento	6	1	6
G	Políticas y regulaciones	6	1	6
H	Flujo de turistas	2	1.5	3
I	Representatividad	2	1	2
J	Inclusión en la visita	4	1	4
			Total	43

10. Fiestas Patronales de Santa Ana.

Código	Criterio de Evaluación	Atractivo en Operación		
		Valor asignado	Ponderación	Subtotal
A	Particularidad	4	1.5	6
B	Accesibilidad y conectividad	4	0.5	2
C	Planta turística	6	0.5	3
D	Estado de Conservación	6	1.5	9
E	Actividades que se practican	6	0.5	3
F	Reconocimiento	0	1	0
G	Políticas y regulaciones	2	1	2
H	Flujo de turistas	4	1.5	6
I	Representatividad	4	1	4
J	Inclusión en la visita	6	1	6
			Total	41

