

## INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

# DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO LOCAL Y DEL SECTOR TURISMO DEL MUNICIPIO DE CONCHAGUA, LA UNIÓN

EN ASOCIO CON LA ALCALDÍA MUNICIPAL  
DE CONCHAGUA

DOCENTE INVESTIGADORA PRINCIPAL:  
LCDA. ISIS CAROLINA QUINTANILLA DE VELÁSQUEZ

DOCENTE CO-INVESTIGADOR:  
LCDA. SILVIA MAGALY UMAÑA VIERA

TÉCNICO EN HOSTELERÍA Y TURISMO Y  
TÉCNICO EN SISTEMAS INFORMÁTICOS  
CENTRO REGIONAL MEGATEC LA UNIÓN

ENERO 2021



## INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

# DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO LOCAL Y DEL SECTOR TURISMO DEL MUNICIPIO DE CONCHAGUA, LA UNIÓN

EN ASOCIO CON LA ALCALDÍA MUNICIPAL  
DE CONCHAGUA

DOCENTE INVESTIGADORA PRINCIPAL:  
LCDA. ISIS CAROLINA QUINTANILLA DE VELÁSQUEZ

DOCENTE CO-INVESTIGADOR:  
LCDA. SILVIA MAGALY UMAÑA VIERA

TÉCNICO EN HOSTELERÍA Y TURISMO Y  
TÉCNICO EN SISTEMAS INFORMÁTICOS  
CENTRO REGIONAL MEGATEC LA UNIÓN

ENERO 2021

### **Rectora**

Licda. Elsy Escolar SantoDomingo

### **Vicerrector Académico**

Ing. Carlos Alberto Arriola Martínez

### **Vicerrectora Técnica Administrativa**

Inga. Frineé Violeta Castillo

### **Dirección de Investigación y Proyección Social**

Ing. Mario W. Montes Arias, Director

Ing. David Emmanuel Ágreda Trujillo

Inga. Ingrid Janeth Ulloa de Posada

Sra. Edith Aracely Cardoza de González

### **Director de Centro Regional Megatec**

#### **La Unión**

Lic. Luís Ángel Ramírez Benítez

338.479 109 728 434

Q7d Quintanilla de Velásquez, Isis Carolina, 1982 -

slv Diseño de productos y servicios turísticos como estrategia para el desarrollo económico y del sector turismo del municipio de Conchagua, La Unión [recurso electrónico] : en asocio con la Alcaldía Municipal de Conchagua, La Unión / Isis Carolina Quintanilla de Velásquez, Silvia Magaly Umaña Viera. -- 1ª ed. -- Santa Tecla, La Libertad, El Salv. : ITCA Editores, 2021.

1 recurso electrónico, (88 p. : il. col. ; 28 cm.)

Datos electrónicos (1 archivo : pdf, 6.9 M). --  
<https://www.itca.edu.sv/produccion-academica/>  
ISBN : 978-99961-39-79-6 (E-Book, pdf)

1. Turismo - Conchagua (La Unión, El Salvador). 2. Comercio turístico. 3. Promoción del turismo. 4. Conchagua (La Unión, El Salvador) - Descripción y viajes. I. Umaña Viera, Silvia Magaly, 1990-, coaut. II. Título.

### **Autor**

Licda. Isis Carolina Quintanilla de Velásquez

### **Co Autor**

Licda. Silvia Magaly Umaña Viera

Tiraje: 13 ejemplares

Año 2021

Este documento técnico es una publicación de la Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE; tiene el propósito de difundir la Ciencia, la Tecnología y la Innovación CTI, entre la comunidad académica, el sector empresarial y la sociedad, como un aporte al desarrollo del país. Para referirse al contenido debe citar el nombre del autor y el título del documento. El contenido de este Informe es responsabilidad de los autores.



Atribución-No Comercial  
Compartir Igual  
4.0 Internacional

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons. No se permite el uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, cuya distribución debe hacerse mediante una licencia igual que la sujeta a la obra original.

Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE

Km 11.5 carretera a Santa Tecla, La Libertad, El Salvador, Centro América

Sitio Web: [www.itca.edu.sv](http://www.itca.edu.sv)

TEL: (503)2132-7423

## CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	4
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	5
2.1	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	5
2.2	ANTECEDENTES / ESTADO DE LA TÉCNICA.....	6
2.3	JUSTIFICACIÓN .....	8
3.	OBJETIVOS.....	13
3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	13
3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	13
4.	HIPÓTESIS.....	13
5.	MARCO TEÓRICO .....	13
6.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	23
7.	RESULTADOS .....	25
	7.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES .....	25
	7.2. PRODUCTOS TURÍSTICOS ACTUALES.....	27
	7.3 INFORMACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO .....	28
	7.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE SONDEO DE OPINIÓN DE TURISTAS.....	32
	7.5 DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE CONCHAGUA .....	37
	7.6 PROPUESTA DE MARKETING PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE CONCHAGUA .....	51
	7.7 CATÁLOGO DE ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS .....	51
8.	CONCLUSIONES.....	56
9.	RECOMENDACIONES.....	57
10.	GLOSARIO.....	57
11.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59
12.	ANEXOS – FICHAS TÉCNICAS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS .....	61

## 1. INTRODUCCIÓN

El más pequeño de los países de Centro América, tiene rincones maravillosos para hacer turismo, es por ello que los turistas nacionales e internacionales buscan en ellos la riqueza gastronómica, el deleite del paisajismo, la calidez de las personas que brindan los servicios, entre muchas otras atractivos y cualidades que solo se descubren haciendo turismo en El Salvador.

El rubro del turismo es una apuesta desde hace años de los gobiernos centrales y locales para mejorar las condiciones socio económicas de la población salvadoreña, es por ello que es de suma importancia que esta red turística tenga las características para cubrir las necesidades de los turistas nacionales e internacionales que nos visitan.

Sin embargo, este año, debido a la pandemia COVID-19, todos los países se vieron afectados en diversas formas, siendo el rubro más golpeado el turismo, según la Organización Mundial del Turismo, por el cierre de fronteras y medidas estrictas de seguridad para evitar la propagación de esta enfermedad. Al igual que en El Salvador, los ingresos en el turismo se vieron fuertemente afectados, algunas empresas turísticas tuvieron que cerrar sus operaciones o brindaron sus servicios con limitaciones, sufriendo grandes pérdidas en la economía.

En medio de toda esta pandemia, surge esta investigación en el municipio de Conchagua, La Unión, realizada por docentes y estudiantes de la carrera de Técnico en Hostelería y Turismo de la Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE, Centro Regional La Unión, con el objetivo de diseñar nuevos productos y servicios turísticos como estrategia para el desarrollo económico y turístico del municipio de Conchagua.

Este proyecto permitió el registro de los atractivos más emblemáticos con los que cuenta el municipio de Conchagua, adaptándolos a diversos productos turísticos atractivos para los visitantes, quienes podrán disfrutar de esplendidas playas de arena volcánica con poco oleaje, una montaña que ofrece maravillosa vista del Golfo de Fonseca, una reserva forestal con un agradable clima, lagunas con poco desarrollo turístico que hace más ameno el contacto con la naturaleza, deliciosa gastronomía sobresaliendo los mariscos, una iglesia colonial de 328 años, construida en 1693, la más antigua de El Salvador, así como historia y tradiciones. Sin dejar de lado los excelentes servicios de hoteles u hostales. Se diseñaron 5 nuevas rutas turísticas para Conchagua y convertirlo en un destino turístico nacional e internacional reconocido. Éstas son: Ruta Mágica, Ruta Gastronómica Local, Ruta Playera, Ruta Aventura y Ruta Pesquera.

Además, se creó la propuesta de la imagen del municipio, así como estrategias de marketing digital que ayudarán a mejorar el posicionamiento de este destino en el país.

Ambas partes, la creación de productos y servicios turísticos, la creación de la imagen del municipio se potenciará la mejora del desarrollo turístico y económico del municipio.

Es de esta forma, que la información recolectada enriquecerá la investigación y permitirá alcanzar los objetivos investigativos, obteniendo como resultado 20 nuevos productos y servicios turísticos.

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 2.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La Villa de Conchagua es uno de los 18 municipios que pertenecen al departamento de La Unión, se encuentra a cuatro kilómetros al Suroeste de la ciudad de La Unión, que es cabecera departamental y además limita al Sur y al Este por el Océano Pacífico, y al Oeste por los municipios de San Alejo y El Carmen. Su extensión territorial alcanza los 209,09 Km<sup>2</sup>, y tiene una altitud que varía desde los 0 msnm hasta 1,225 msnm. Por Conchagua pasan el Río Zompopero, la Quebrada El Marial y La Honda. Conchagua dista a 184 kilómetros de la capital San Salvador. Una de sus principales características geográficas es el Volcán de Conchagua, que tiene dos prominencias (Cerro Ocotol y Cerro Banderas) y éste no reporta ninguna actividad eruptiva. El municipio consta de 20 cantones, 61 caseríos, 5 barrios y 10 colonias. El área urbana es de 0,42 Km<sup>2</sup>, mientras que la rural es de 208,67 Km<sup>2</sup>. y su nombre significa en lengua lenca: Valle estrecho. Este territorio cuenta con más de 33 mil habitantes, de los cuales 16 mil son hombres y 17 mil son población femenina. El Censo de Población y Vivienda que se realizó en 2007, refleja que la zona urbana reúne al 52% de los habitantes y la zona rural al 48% restante. Entre sus características del tejido económico, los datos de la Población Económicamente Activa (PEA) revelan que en Conchagua la edad mínima de inicio laboral es de 10 años y entre las actividades principales se encuentran: la agricultura, la ganadería, la pesca, la industria manufacturera, el comercio y el turismo.

El municipio de Conchagua está muy de cerca del paso fronterizo con Honduras, la vía terrestre es la más utilizada para el ingreso de turistas y al estar próximo a esta frontera, ayuda a generar tráfico de turistas, por los distintos municipios y principalmente por Conchagua, sean éstos nacionales o regionales.

Conchagua es un municipio muy pintoresco, tranquilo, acogedor, rodeado de vegetación con clima agradable y es uno de los municipios más limpios que posee el departamento de La Unión.

El desarrollo turístico sustentable en la actualidad es una de las mejores posibilidades de generar recursos económicos y se ubica entre las iniciativas de producción y productividad con mayor potencial de éxito por la diversidad natural y cultural que posee.

Ese potencial, se presentó de manera especial y generosa en el municipio de Conchagua, La Unión, pues tiene diversidad de recursos (Fauna, flora, costumbres, tradiciones, entre otros.), que no han sido utilizados en el rubro del turismo, por lo cual esto generó un lento crecimiento económico y turístico; el bajo nivel de capacitación en cultura turística para la formación de emprendedores locales, o el seguimiento a los proyectos ha dificultado el desarrollo en la zona. Por otro lado, son pocos los estudios investigativos que se han realizado para la determinación de nuevos productos turísticos y que a través de ellos se hicieran propuestas atractivas que motiven al turista local, nacional o internacional a conocer y participar de la cultura y naturaleza que posee Conchagua.

Una de las debilidades con las que cuenta el municipio es la poca diversificación del turismo, y la falta de inversión económica del sector empresarial. Para potenciar el turismo es necesario no solo la identificación de los atractivos sino, buscar la inversión local y extranjera y también mejorar los productos turísticos existentes, crear nuevos productos y servicios turísticos innovadores que se adapten a los requisitos y necesidades de los turistas, que generen ingresos económicos, empleabilidad directa e indirecta, identidad al municipio basados en la cultura, la gastronomía, la naturaleza y que le permita al

turista realizar un mayor número de actividades, en sus días por ocio o de trabajo provocando que se retenga por más tiempo en la localidad.

En consideración a la riqueza turística del municipio de Conchagua, los diseños de los productos turísticos se enfocaron en destacar sus atractivos turísticos y se elaboraron productos acordes a la demanda y necesidades de los turistas nacionales y extranjeros. Tomando en consideración el momento por el cual ha atravesado el sector turismo con la pandemia del Coronavirus 19 (COVID 19), las restricciones de seguridad y el miedo al contagio han hecho que el turismo cambie completamente y se ajuste a una nueva realidad.

El turismo en el municipio de Conchagua, se ha desarrollado por medio de cinco agentes fundamentales: Los actores locales, empresarios, Alcaldía Municipal de Conchagua, Centro de Amigos del Turista (CAT) y Asociación de Desarrollo Turístico de Conchagua, que buscaron potenciar el turismo del municipio y ponerlo en el mapa para poder ser visitado.

La forma de trabajar de este consejo asesor fue a través de aportes de ideas en apoyo al turismo local, trabajo en equipo de los diferentes sectores y la mejora continua de sus servicios. Como parte de la investigación, se involucraron a los estudiantes de la carrera en Técnico en Hostelería y Turismo de ITCA FEPADE, Regional La Unión, que, con los conocimientos y las competencias adquiridas en la formación de su carrera desarrollaron el inventario turístico y el diseño de nuevos productos turísticos del municipio de Conchagua.

## 2.2 ANTECEDENTES / ESTADO DE LA TÉCNICA

Entre las investigaciones o estudios realizados en el municipio de Conchagua se mencionan:

1. Tesis: Plan promocional para la **“Asociación de Desarrollo Turístico de Conchagua” a fin de potenciar la demanda de los recursos turísticos en el municipio de Conchagua, departamento de La Unión**. Autores: Cruz Rovira, Elsy Carolina Rivas Ramírez, Yesenia Yamileth Vásquez Alvarenga, Rosa Yamileth. 2014. Institución Educativa: **Universidad de El Salvador**.
2. Tesis: **“Anteproyecto arquitectónico del parque eco-turístico en el cantón El Tamarindo, municipio de Conchagua, departamento de La Unión**. Autores: Barrera Argueta, Nelson Alejandro. - Díaz Medrano, Sandra Patricia, Sorto Guevara, Daniella Marlene. 2010. Institución Educativa: **Universidad de El Salvador**.
3. Proyecto de investigación: **“Kiosco interactivo de información turística para el municipio de Conchagua, departamento de La Unión**. Autores: Lic. Jorge Luis Zelaya Garay, Lic. Francisco Enoc Rubio Guevara. 2016. Institución Educativa: **Escuela Especializada en Ingeniería ITCA- FEPADE Centro Regional MEGATEC La Unión**.
4. Tesis: **Diseño del producto turístico “Viviendo en la campiña” en la ccs Juan Verdecia de Camajuaní**. Autor: Michel Arbelo Herrera. Institución Educativa: Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas, Cuba.
5. Artículo de Revista: Evelina Cardet-Fernández, Yaumara González-Sainz, Rosa Isidora Palao-Fuentes y Eduardo Puente, Fernández. Enero-abril 2017. **Desarrollo de productos turísticos Turismo y**



El diseño de productos turísticos, acordes a los recursos con los que cuentan los países permite tener los siguientes beneficios:

- **Beneficios funcionales:** “Satisfacen necesidades elementales como alojamiento o comida, o aquellos que ofrecen ventajas en términos de comodidad y facilidad (cercanía, transporte cómodo, etc.)”.
- **Beneficios simbólicos:** “Responden a emociones, status y realización personal. Por ejemplo, utilizar servicios exclusivos, que el guía del tour o anfitrión sea una personalidad reconocida, visitar lugares que confieren status, etc.”
- **Beneficios vivenciales:** “Están relacionados con los cinco sentidos del ser humano, es decir, experiencias y vivencias resultantes de la actividad turística. Por ejemplo, ofrecer experiencias únicas, especiales, poco comunes, que la experiencia sea segura, etc.”

El proyecto de investigación permitió generar una brecha de oportunidad para los pobladores locales, partiendo de un desarrollo económico local, debido a la creación de productos y servicios turísticos acordes a los atractivos turísticos tanto naturales como culturales que son con las que más cuenta el municipio y son pocos conocidos y que a través de ellos, permite dinamizar la economía del municipio; contribuyendo a la cobertura de las necesidades de los turistas, con relajación, entretenimiento, adquisición de conocimientos culturales. Al agregar un posicionamiento como destino turístico a nivel local, nacional e internacional de los productos y servicios turísticos y al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes que se ven beneficiados por empleos directos (empleos estables en las empresas turísticas) e indirectos (empleos en temporadas altas) en los diferentes rubros (Meseros, camareros, recepcionistas, agentes de servicios, guías turísticos, entre otros).

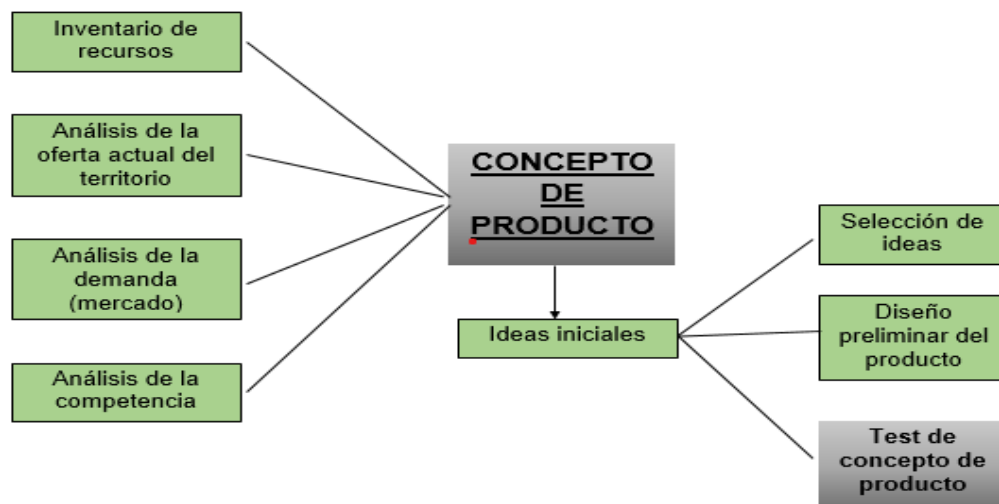


Figura N°1. Principales componentes del producto turístico a nivel país territorio.

Fuente de consulta: Manual Paso a Paso para el Diseño de Productos Turísticos Integrados (Chile, 2015).

## 2.3 JUSTIFICACIÓN

### ***Generalidades de turismo***

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), en su publicación de educación turística del año 1998, denominada, “Introducción al Turismo”, adopta una definición de la actividad del turismo y señalan los elementos comunes de esta definición con aquellas que se han publicado. La definición que presentan es la siguiente:

Turismo: comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

El Turismo, es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa.

### ***Turismo Mundial***

En 2019 se registraron 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo. Se espera que este incremento del 4% con respecto al año anterior se repita en el 2020, lo que confirma la posición del turismo como un sector económico pujante y resistente, especialmente teniendo en cuenta las actuales incertidumbres. Precisamente por eso, es necesario gestionar el crecimiento con responsabilidad y aprovechar de la mejor manera posible las oportunidades que el turismo puede ofrecer a las comunidades de todo el mundo.

En 2019 las llegadas internacionales crecieron en todas las regiones. Sin embargo, la incertidumbre en torno al Brexit, el hundimiento de Thomas Cook, las tensiones geopolíticas y sociales y la ralentización de la economía global hicieron que el crecimiento fuera más lento en 2019 en comparación con las excepcionales tasas de crecimiento de 2017 y 2018. Esta ralentización afectó sobre todo a las economías avanzadas, y en especial a las regiones de Europa y Asia y el Pacífico. Para el futuro, se prevé un crecimiento de entre el 3% y el 4% en 2020, una perspectiva que queda reflejada en el último Índice de Confianza de la OMT, que muestra un prudente optimismo: el 47% de los participantes creen que el turismo tendrá mejores resultados que en 2019 y el 43% cree que se mantendrá al mismo nivel. Es de prever que algunos grandes eventos deportivos, entre ellos los Juegos Olímpicos de Tokio, y otros eventos culturales, como la Expo 2020 de Dubái, tendrán un impacto positivo en el sector.

### **Turismo en El Salvador**

“Los indicadores de gestión de turismo en El Salvador muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del 2019 (US \$1,761.24 millones de dólares) y en la llegada de visitantes 2, 638,550 con un crecimiento en ingresos turísticos del 14.9% y en llegadas del 4.1%, con respecto al 2018. Los visitantes al cierre del año 2019 están representados por el 66.9% de turistas y el 33.1% de excursionistas. Las regiones de donde se reciben más turistas son Centroamérica (54.8%), Norteamérica (38.6%), Suramérica (2.6%), Europa (3.0%) y Otros (1.0%). A continuación, se presentan gráficas comparativas del turismo receptor, emisor, ingreso monetario de turismo para el año 2019.

### **Gasto Turístico**

Los resultados del año 2019 en materia de Gasto Turístico total, realizado por los turistas y los excursionistas son más satisfactorios que los registrados en el acumulado del año 2018. Con \$1,761.24 millones para 2019 contra los \$1,532.61 millones registrados al cierre del 2018, es decir que equivale a 14.9% de incremento.

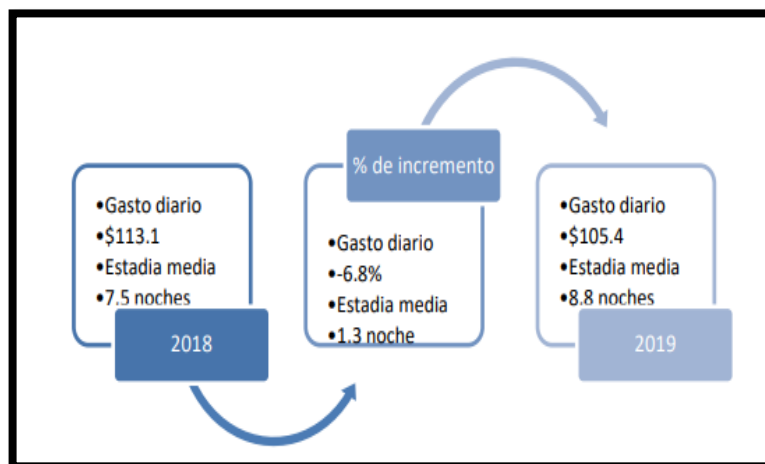


Gráfico N° 1: *Gasto Turístico.*

Fuente consultada: Encuesta del perfil y gasto del visitante internacional CORSATUR - SPSS SA de CV año 2019.

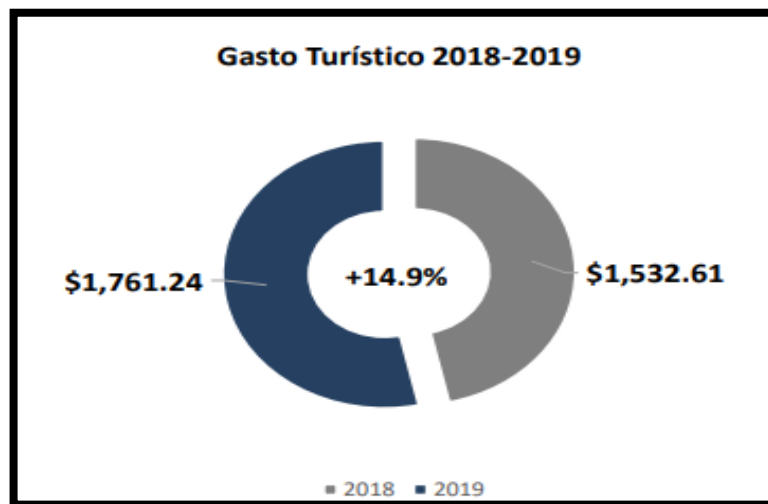


Gráfico N° 2: Gasto diario y estadía media del turista al cierre del año 2019.

Fuente consulta: "Informe Estadístico de Turismo – enero-diciembre 2019.

El comportamiento del gasto diario por persona de los turistas decreció en 6.8% con respecto al cierre del 2019, pues paso de \$113.1 en el 2018 a \$105.4 en el año 2019, esto obedece que la estadía se incrementó en 1.3 noches (Diagrama 1). Al analizar el comportamiento de la estadía media que realizan los turistas en El Salvador, se observa que pasó de 7.5 a 8.8 noches, un incremento de 1.3 noches.

Sin embargo, debido a la pandemia de COVID-19, el turismo se ha visto afectado, según las estadísticas del Ministerio de Turismo de El Salvador, a partir del día 11 de marzo del 2020 se declara estado de emergencia para todo el territorio nacional, donde se restringe el libre ingreso de extranjeros, ordenando el cierre de todas las fronteras a nivel nacional, con el fin de reducir la propagación del virus. Así mismo, el día 22 de marzo se decreta cuarentena domiciliar obligatoria para todos los salvadoreños por los siguientes 30 días seguidos de otras medidas, para evitar el avance de la pandemia COVID-19, dejando suspendidas todas las actividades comerciales que no fuesen vitales para la población y cerrando establecimientos de recreación y turismo hasta nuevo aviso. Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, al cierre del primer semestre se observa un decrecimiento pronunciado en ingresos turísticos con un -52.8% (US \$391.52 millones de dólares) y en la llegada de visitantes una baja de -61.0% (479,177), en comparación al mismo período del 2019. (Hay que considerar que los datos son obtenidos en el acumulado de enero a marzo antes del cierre de fronteras).



Gráfico N°3 Llegada de Turistas Internacionales 2020. Turismo Receptor.

Fuente: Encuesta de Movimientos turísticos en fronteras terrestres CORSATUR-ARALDI-IT CORNER, SPSS SA de CV y datos vía aérea de la Dirección General de Migración y Extranjería.

### Llegada de turistas por las principales fronteras

El turista internacional utiliza principalmente dos vías para entrar a El Salvador y de esta manera visitar los diferentes destinos turísticos. El porcentaje de participación en la llegada de turistas por vía terrestre y vía aérea corresponde al 54% y 46% respectivamente. Por vía aérea presenta en el acumulado de enero-junio de 2020 un decrecimiento del 55.5% con respecto al mismo período del año 2019, la vía terrestre presenta un decrecimiento del 61.1% con relación al año anterior. (Gráfico 2). Los datos que se manejan se mantienen de enero a marzo, debido a que en los meses de abril a junio las fronteras se han mantenido cerradas por la Pandemia COVID- 19.

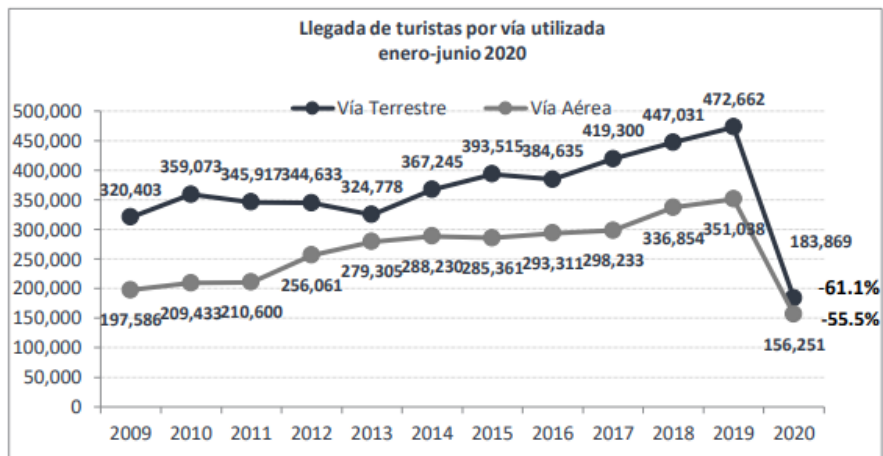


Gráfico N°4 Llegada de turistas por vía utilizada.

Fuente: Encuesta de Movimientos turísticos en fronteras terrestres CORSATUR-ARALDI-IT CORNER, SPSS SA de CV y datos vía aérea de la Dirección General de Migración y Extranjería.

### Gasto Turístico

Los resultados del año 2020 en materia de Gasto Turístico total, realizado por los turistas y los excursionistas también tuvieron un decrecimiento debido a la situación de la pandemia Covid 19, con \$391.52 millones para el primer semestre del 2020 contra los \$830.12 millones registrados al mismo período del 2019, es decir que equivale a -52.8%.

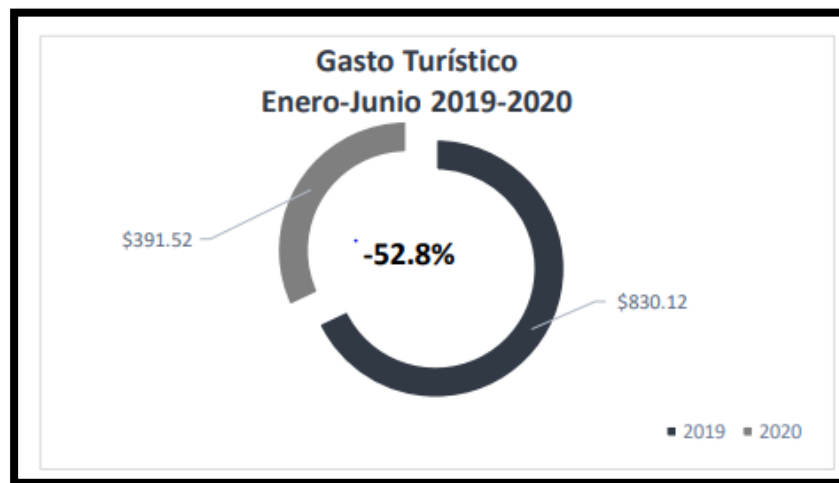


Gráfico N° 5 Gasto Turístico enero – junio 2019.2020.

P/Cifra preliminar Fuente: Encuesta del perfil y gasto del visitante internacional año 2019-2020

El comportamiento del gasto diario por persona de los turistas decreció en -46.5% con respecto al primer semestre del 2019, pues paso de \$115.2 en el 2019 a \$61.6 en el año 2020, esto obedece que la estadía se redujo en 3.4 noches.

Tabla N°1 Gasto diario y estadía media del turista al primer trimestre del año 2020.

	2019 (1S)	2020 (1S)	% de variación
Gasto diario	\$115.2	\$61.6	-46.5%
Estadía media	8.0 noches	4.6 noches	-3.4 noches

Todos los elementos que conforman el fenómeno del turismo están inmersos para promover el desarrollo de los países, y en este caso particular mencionamos el municipio de Conchagua, situado en el departamento de La Unión, en el cual el desconocimiento de los recursos turísticos con los que cuenta, no le permite desarrollarse turísticamente, quedándose estancado en el tiempo, perdiendo la oportunidad de ser un destino turístico, reconocido a nivel nacional e internacional. El aprovechar el turismo de manera responsable con todo su entorno desde el micro hasta el macro, permite planificar el rumbo a seguir para desarrollar el gran potencial de este municipio, por su riqueza cultural, sus tradiciones y sus recursos naturales, generando ventajas competitivas, siendo un referente para otros municipios.

Por lo anterior, justificamos la necesidad de realizar el proyecto de investigación: **“Diseño de productos turísticos como estrategia para el desarrollo económico y turístico del municipio de Conchagua, departamento de La Unión”**, debido al potencial de los recursos naturales (volcán, fauna, flora, playas) y culturales (gastronomía, historia, iglesia) con los que cuenta el municipio de Conchagua, a través del cual se establecerán oportunidades de desarrollo turístico y beneficios económicos para los pobladores de forma directa e indirecta como: mejoras en los ingresos de sus hogares, mejor calidad de vida y acceso a tecnología, posicionamiento del municipio de Conchagua como referente de turismo de montaña, sol y playa.

Además, como apoyo a esta investigación se realizará un proyecto de proyección social en el año 2021, con el tema: **Desarrollo de protocolo de guías turísticas locales y señalización turística en el municipio de Conchagua, La Unión**, donde la municipalidad también acompañará. Tomando en consideración la firma de convenio entre la Alcaldía Municipal de Conchagua e ITCA FEPADE Regional La Unión, en la cual se detallan responsabilidades y compromisos de ambas partes para la implementación del proyecto, que permitirá seguir contribuyendo al desarrollo económico local y a la parte de educación como transferencia social del conocimiento. Se gestionará asesoría y acompañamiento técnico por el Ministerio de Turismo (MITUR), para desarrollar los productos y servicios turísticos y brindar calidad en la atención al visitante. A través de esta investigación realizada, damos una oferta viable de la creación de nuevos productos o servicios turísticos para fomentar un mayor auge de turistas en el municipio de Conchagua, y ser reconocido como un destino turístico cultural, natural y de historia.

Entre los beneficiarios están:

1. La comunidad local.
2. Empresas que se dedican al turismo.
3. Municipalidad.
4. Turistas locales, nacionales e internacionales.

### 3. OBJETIVOS

#### 3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar nuevos productos y servicios turísticos como estrategia para el desarrollo económico y turístico del municipio de Conchagua, departamento de La Unión.

#### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Inventariar los productos o servicios turísticos existentes en el municipio de Conchagua.
- b) Integrar los recursos naturales y culturales del municipio para el diseño de nuevos productos y servicios turísticos de acuerdo a los gustos y preferencia de los turistas.
- c) Divulgar los productos y servicios turísticos mediante estrategias de comercialización, para el desarrollo económico del municipio de Conchagua.

### 4. HIPÓTESIS

El diseño de productos y servicios turísticos nuevos generará más afluencia de turistas nacionales e internacionales en el municipio de Conchagua, departamento de La Unión.

### 5. MARCO TEÓRICO

La **OMT menciona que**, Sector Turismo según la Cuenta Satélite de Turismo, es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes. Esas industrias se denominan industrias turísticas porque las adquisiciones de los visitantes representan una proporción tan considerable de su oferta que, en ausencia de visitantes, su producción dejaría de existir en cantidades significativas.

Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.

Según la OEA (1980), los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.

Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc.

Producto turístico es la combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas. El **producto turístico** es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. Por tanto, existirán tantos tipos de turismo o productos como segmentaciones del mercado y motivaciones a viajar existan.

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

En mercadeo se entiende por producto a:

- **Bienes o productos físicos:** Son todos los elementos tangibles.
- **Servicios:** Son intangibles, son inseparables (se producen y consumen al mismo tiempo), son variables y son imperdurables.
- **Personas:** Se aplica a los profesionales de distintas áreas, por ejemplo: actores locales.
- **Lugares:** Como ciudades, países; parques o determinadas áreas geográficas.
- **Instituciones:** Universidades, fundaciones, empresas (no sus bienes o servicios), etc.
- **Ideas:** Incluye proyectos de negocios, sociales, internos de una organización.

## 5.1. DESARROLLO ECONÓMICO TURÍSTICO

El ascenso del turismo en la esfera económica y su evolución desde actividad complementaria de las restantes, hasta su actual protagonismo dentro de los servicios, ha venido auspiciado fundamentalmente por sus resultados, bastantes espectaculares en la segunda mitad del siglo XX; resultados que, por lo positivo de los mismos, han generado en los últimos tiempos un estado de opinión mucho más receptivo y favorable hacia el turismo y su dinámica.

Es a partir de los años 80 cuando comienzan a remitir los prejuicios sobre los servicios en general y el turismo en particular, revitalizándose su papel en la estrategia de desarrollo y en las relaciones internacionales. Dicho protagonismo contrasta con la escasa atención que ha recibido el turismo desde el punto de vista de la investigación científica, debiendo vencer las resistencias y las consideraciones peyorativas que la actividad turística tuvo en sus orígenes; conceptualizaciones negativas del turismo como tal actividad económica, derivadas fundamentalmente de la perspectiva de coyunturalidad, volatilidad y vulnerabilidad inherentes al fenómeno y en la consideración del turismo como una “vulgar materia prima” recurso esencialmente temporal, una suerte de oro blanco de fácil explotación y rápidos beneficios, destinados a cubrir coyunturalmente los déficits de las balanzas comercial y de pagos, y muy especialmente a ayudar a financiar o a cubrir las necesidades perentorias de financiación inherentes a las etapas de salida del subdesarrollo estructural de los países y territorios.

La evidencia empírica del “oro blanco” se deriva del hecho de que los flujos turísticos internacionales suponían para el país o la zona emisora, una importación de servicios en términos de balanza de pagos, con la peculiaridad que no se produce desplazamiento de los mismos, pero sí del consumidor de tales servicios. Mientras para el país o la zona receptora de dichos flujos, el turismo constituye una exportación de invisibles, o lo que es sin desplazamiento de los mismos, que se traduce para la balanza de pagos en



un ingreso de divisas, lo que en el contexto del subdesarrollo estructural supone una contribución esencial, ya que ayuda al equilibrio de la balanza comercial de tal tipología de países.

De ahí que las coordenadas de la industria turística no sean tan fáciles o simples como a priori pudiera, puesto que requiere no solo del propio equipamiento y de los servicios complementarios sino, además de una buena red de infraestructuras que posibilite la conexión de las zonas receptoras con núcleos emisores; en el caso del turismo internacional las infraestructuras aeroportuarias desempeñan un rol esencial.

Tradicionalmente se ha venido entendiendo que la actividad turística presenta una serie de ventajas sobre otras modalidades de actividades productivas, que la hacen muy interesante como tal instrumento de desarrollo económico para áreas de baja renta y muy particularmente para los países en vías de desarrollo, encontrando una visión sintetizada de tales ventajas comparativas potenciales que se pueden describirá continuación:

- **Captación de divisas.** El turismo supone una industria exportadora que capta con extrema facilidad divisas, puesto que el cliente visita el país y consume el producto/servicio sobre el terreno; divisas imprescindibles en los países en vías de desarrollo para el equilibrio de la balanza de pagos, y para la cobertura del crónico déficit exterior que presentan tales países.
- **Escasas trabas de acceso + No contingentación.** No existen problemas de acceso a los mercados, fronteras fiscales, tarifas o aranceles aduaneros o cuotas de exportación, como en otras industrias.
- **Generación de empleo.** Se trata además de una actividad de prestación de servicios que necesita de mucho personal.
- **Gama de puestos de trabajo.** El turismo posibilita ofertar al mercado laboral una gama muy diversificada de puestos de trabajo desde los más complejos, que requieren de una mayor acumulación de habilidades y capital humano, hasta los más sencillos y simples.
- **Sesgo favorable a target groups.** La actividad turística emplea proporcionalmente más mujeres y jóvenes que otras industrias o sectores.
- **Difusión geográfica de la actividad y el empleo.** La actividad turística contribuye a una mayor difusión geográfica del empleo, cosa especialmente importante para las zonas periféricas, remotas y rurales.
- **Generación de tejido empresarial.** La actividad turística genera muchas oportunidades para la aparición de PYMES y pequeños emprendedores, cuyo efecto más inmediato es la generación de un cierto tejido empresarial, y el desarrollo de una amplia gama de PYMES.
- **Innovaciones tecnológicas posibilitan una mayor retención del valor.** La revolución que acontece en nuestros días en el campo de la tecnología electrónica (tecnologías informacionales y telemáticas) a través un instrumento como es Internet, hace posible llegar a un número enorme de potenciales consumidores del producto turístico; con ello se acercan la oferta de Información hacia la demanda potencial de manera cuasi instantánea, con lo que se reducen mucho los costes de la promoción, las oficinas de representación y los costes de intermediación.
- **Tendencia a la generación de nuevos productos a pesar de coyunturas desfavorables.** Las tendencias del mercado apuntan hacia innovaciones en el concepto vacacional y de viajes; con una receptividad creciente hacia nuevos y más originales productos.

- **Industria tendente a la sostenibilidad a pesar de la permanencia de prácticas poco sostenibles.** La actividad turística necesita la sostenibilidad, necesariamente debe actuar respetuosamente con el medio ambiente (independientemente de que su impacto per se tienda a no ser tan alto, en , porque es consustancial a la oferta turística en nuestros días, ofrecer un comparación con otras industrias) por motivos de competitividad y competencia producto turístico de calidad, lo que implica que de nada vale tener las mejores infraestructuras, los mejores equipamientos e instalaciones o el personal más cualificado, etc., si el entorno medioambiental donde se desarrolla la actividad turística y uno de los principales condicionantes de la misma (patrimonio natural, paisajístico, calidad del agua, calidad del aire, etc.) no está en buenas u óptimas condiciones.

## 5.2. TURISMO Y PANDEMIA COVID-19

A raíz de la pandemia COVID-19, generada en diciembre del año 2019 en la ciudad de Wuhan, Provincia de Hubei, China, y que ha afectado a todos los países del mundo, cerrando sus fronteras, generando crisis económicas, desempleo, muerte, uno de los rubros que más ha sido golpeado es el turismo, dejando millones de pérdidas económicas para las empresas turísticas, perdida de empleabilidad en el sector, y en algunos casos cierre total de las empresas.

El ente regulador del turismo a nivel mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT), ha estado muy inmerso en lo que ocurre en este sector, al igual que la Organización de las Naciones Unidas, los cuales han girado directrices de cómo abordar el tema del turismo y de cómo poder emerger de los desastres ocasionados por la pandemia.

El desarrollo del turismo promueve la inversión y la apertura al comercio de mercancías, ya que el sector turístico y los sectores conexos requieren una amplia gama de bienes y servicios, muchos de los cuales las economías pequeñas no tienen la capacidad de producir. Solo en los PEID, los datos anunciados sobre la inversión extranjera directa (IED) en nuevas instalaciones correspondientes al quinquenio 2015-2019 muestran que los proyectos de viajes, turismo y hostelería contribuyeron a más de la mitad de las nuevas inversiones, frente al 16 % correspondiente al quinquenio anterior. Según las previsiones, la crisis de la COVID-19 provocará una drástica caída de la IED en 2020 y 2021. Se prevé que los flujos mundiales de IED disminuirán hasta un 40 % en 2020, respecto a los 1,54 billones de dólares registrados en 2019, y entre un 5 % y un 10 % más en 2021. Según los datos sobre la IED en nuevas instalaciones del informe más reciente sobre las inversiones en el mundo, los proyectos de viajes, turismo y hostelería y restauración afectados directamente por el confinamiento se encuentran entre los más perjudicados, en particular los de hostelería y restauración (-94 %).

La conectividad lograda gracias al transporte aéreo, terrestre y marítimo es fundamental para el turismo. Antes de la crisis, alrededor del 58 % de los 1.500 millones de turistas que cruzaban las fronteras cada año lo hacían por vía aérea, frente al 39 % que lo hacían en transporte terrestre. La aviación tenía cerca de 37 millones de puestos de trabajo en el sector del turismo y aportaba aproximadamente 897.000 millones de dólares al año al PIB mundial<sup>19</sup>. No obstante, la pandemia ha dado lugar a restricciones sin precedentes a la circulación de personas y mercancías a nivel mundial y ha aislado muchos países y regiones. En consecuencia, el sector de la aviación enfrenta la crisis más profunda de su historia. Las estimaciones más recientes de la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI)

apuntan a que en 2020 las compañías aéreas podrían perder entre 324.000 y 387.000 millones de dólares de ingresos de explotación brutos. En el segundo trimestre de 2020, alrededor del 90 % de la flota estuvo varada y la demanda fue prácticamente nula, con lo cual se superó la caída observada debido al brote de SRAS de 2003 y a los sucesos acontecidos el 11 de septiembre de 2001. Igual que ocurre en el sector turístico, las repercusiones en la aviación dependen de la duración y la magnitud del brote y las medidas de contención, de los niveles de confianza de los consumidores y de las condiciones económicas, y los efectos a más largo plazo aún no son plenamente evidentes. La COVID-19 también ha tenido enormes repercusiones en el transporte marítimo de pasajeros, en particular porque algunos países han desaconsejado los viajes en barco e importantes compañías de cruceros han suspendido sus operaciones. Los cruceros constituyen uno de los subsectores clave del turismo y contribuyen de manera considerable a la economía de muchos destinos, en particular, los PEID. Según la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros, se estima que, en 2018, gracias al turismo de cruceros, que tuvo 28,5 millones de pasajeros, se generaron en total 150.000 millones de dólares a partir de la producción de bienes y servicios en la economía mundial y se mantuvieron más de un millón de empleos.

### 5.3. INVENTARIO TURÍSTICO

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

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

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

El objetivo de un inventario es conocer de manera real, sistemática y ordenada los recursos turísticos del país, a fin de que sirva de base para el desarrollo de políticas y planes sectoriales. Y así ayuda a contar con una herramienta de trabajo indispensable para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico, que motiven la inversión pública y privada. Satisfagan las demandas de información requeridas tanto del Sector Público, Sector Privado y usuarios en general, con el propósito de lograr el mejor aprovechamiento de la base de datos y propicie el desarrollo de productos turísticos y la integración de éstos, en base a la información del Inventario.

Es importante y necesario definir el ámbito territorial, el mismo que indicará el área de estudio. Estas son:

- A nivel local, se refiere a que el estudio considera a una parte de un territorio municipal, comunal o de una ciudad específica.
- A nivel regional, este contempla como ámbito geográfico para estudiar una región determinada.
- A nivel nacional, cuando el estudio abarca todo territorio del país.

#### 5.4. CONCEPTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE CONCHAGUA

A través de la siguiente matriz, se conceptualiza el producto turístico del municipio de Conchagua, en la cual se encuentra la temática, las actividades que se pueden realizar en cada atractivo turístico y los actores locales que pueden intervenir en el desarrollo del turismo.

Tabla N° 2: Matriz general de la conceptualización del producto turístico.

¿Cuál es la temática?		¿Qué actividades puede ofrecer?		¿Qué actores locales podrían estar interesados?	
<b>Turismo, Sol y Playa</b>	El municipio cuenta con las mejores playas, para realizar actividades de baño con tranquilidad gracias al oleaje suave, las mejores vistas, los atardeceres se convierten en todo un espectáculo que dejan esa sensación de querer regresar a apreciar los hermosos paisajes y volver a disfrutar esas experiencias inolvidables. Una zona que se caracteriza por las formaciones rocosas que son aprovechadas convirtiéndolas en pequeñas piscinas de agua salada.	<b>Caminata con dificultad intermedia</b>	Caminatas con grados de dificultad hacia el Volcán de Conchagua, requiriendo de mucha resistencia física.	<b>Tour operadoras</b>	Tiene un producto innovador, amplio que ofrecer a los clientes, con rutas propuestas cargadas de actividades diversas.

¿Cuál es la temática?		¿Qué actividades puede ofrecer?		¿Qué actores locales podrían estar interesados?	
<b>Turismo de Aventura</b>	<p>En la zona alta del municipio es ideal para desarrollar actividades con grados de dificultad, como ciclismo de montaña y caminatas.</p> <p>Caminatas de dificultad intermedia, si bien es cierto que se realiza en terreno estable, pero la dificultad se incrementa porque se necesita mucha resistencia, pero lo importante es ir disfrutando el camino acompañado de las vistas panorámicas</p>	<b>Ciclismo</b>	<p>Proyecto que dejó de ser ejecutado, se desconoce por qué no fue sostenible el tiempo. La propuesta es retomar el Biciturismo, mapear la zona y así realizar diferentes rutas donde el visitante se sienta animado y seguro a realizar este tipo de actividad.</p>	<b>Guías locales y nacionales</b>	<p>Son los principales promotores de turismo, tienen un producto innovador, con rutas propuestas cargadas de actividades diversas. Con su capacidad de interpretar y animar, tienen un amplio potencial para desarrollar en el municipio.</p>
<b>Turismo Gastronómico</b>	<p>Gracias a la ventaja que caracteriza a este tipo de turismo que se combina con otros temáticas, en este producto se fusionará con el turismo gastronómico, realizando diferentes actividades y así lograr ofrecer experiencias reales del destino para dejar huellas, sentimentales de vivencia en los turistas</p>	<b>Ciclismo de montaña</b>	<p>Realizar ciclismo de montaña hacia el Volcán de Conchagua, requiriendo de mucha destreza y resistencia física.</p>	<b>Acuicultores</b>	<p>Personas claves para desarrollar actividades del turismo naranja.</p>

¿Cuál es la temática?		¿Qué actividades puede ofrecer?		¿Qué actores locales podrían estar interesados?	
<b>Turismo Naranja</b>	En el pueblo de Conchagua se puede disfrutar de degustación de platillos típicos, donde el plato predominante son las pupusas ya que cuenta con un pupusódromo. También tiene diversidad de restaurantes, comedores, cafés, en el Parque Central se puede disfrutar de variedad de antojitos típicos.	<b>Paseos en lancha</b>	Actividad llena de adrenalina, alegría y que se puede desarrollar en las playas. En la actualidad se realiza esta actividad, pero de una manera desordenada, sin ninguna medida de seguridad y no en todas las playas. Se presenta como una actividad para ayudar a completar las actividades en los tour con estas debilidades superadas.	<b>Personas del subsector de alimentos típicos (específicamente pupusas y mariscos)</b>	Personas claves para desarrollar actividades del turismo naranja.
		<b>Actividades de baño</b>	El municipio cuenta con las mejores playas, para realizar actividades de baño con tranquilidad gracias al oleaje suave, se convierte en todo un deleite.	<b>POLITUR</b>	División de Turismo de la Policía Nacional Civil, encargada de brindar seguridad gratuita a los turistas nacionales y extranjeros en los lugares turísticos.
		<b>Pesca</b>	Se propone esta actividad en las lagunas donde los residentes son los únicos que pescan, la idea es crear turismo naranja para poner en práctica esta actividad.	<b>Municipalidad</b>	Es el ente inmediato que ayudará a que el producto turístico se convierta sostenible con el tiempo y se cumplan los objetivos de desarrollo económico para la zona.

¿Cuál es la temática?		¿Qué actividades puede ofrecer?		¿Qué actores locales podrían estar interesados?	
		<p><b>Deportes con dificultad baja: Cuerdas y Canopy</b></p>	<p>Cuerdas altas, es una propuesta nueva que se presenta a la municipalidad para que realice las debidas gestiones, son actividades que atraen a la niñez y juventud a los diferentes destinos, tomando en consideración que es su inversión no es alta</p>		
		<p><b>Degustación de platillos de la zona</b></p>	<p>Degustación de platillos típicos en el Pupusódromo, en el parque central y sus alrededores, en la zona de playas una gran variedad de mariscos preparados para todos los gustos.</p>		
		<p><b>Actividades lúdicas</b></p>	<p>Diferentes actividades adicionales que ayudan a potenciar emocionalmente los atractivos turísticos.</p>		

¿Cuál es la temática?		¿Qué actividades puede ofrecer?		¿Qué actores locales podrían estar interesados?	
<b>Turismo naranja cultural y religioso</b>	La iglesia Santiago Apóstol, que es una de las más antiguas del país, en un estado de conservación excelente. Riqueza cultural religiosa al alcance del turista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El visitante tendrá a su disposición actividades que tengan contacto con la naturaleza y con la idiosincrasia de la comunidad.</li> </ul>	Realizar actividades turísticas de conciencia, es decir, la principal apuesta es convertir un producto turístico sostenible. Esto ayudará a dejar huella en los turistas, a recordar lo impresionante que es el municipio de Conchagua.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La propuesta experiencial será el turismo que es un tipo turismo que aparte que es innovador, permite el desarrollo económico de la zona.</li> <li>• El producto será el mejor de la zona porque se ofrece "Una experiencia real en el destino."</li> </ul>	<p>Ayudará al empoderamiento de los habitantes de las diferentes comunidades, por las diferentes actividades que se realizaran que involucran a los actores locales. La diversificación del turismo con una baja inversión, ya que se genera un turismo de calidad, salvaguardando los recursos del municipio.</p> <p>La principal característica del turista atraído por el turismo naranja es la fuerte atracción que tienen por las culturas de los destinos, es ahí donde entra el producto propuesto para potenciar el desarrollo de la cultura del municipio, que podrán experimentar por medio de actividades y esto ayuda al empoderamiento de los habitantes porque se consigue generar lazos positivos y mutuamente es valorado el componente cultural.</p>
	La zona alta del municipio tiene la mejor vista del Golfo de Fonseca, se puede observar las islas, países vecinos, observación de diferentes especies de aves.				



## 6. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

### TIPO DE ESTUDIO

El tipo de investigación determinó la manera de como el investigador abordó el evento de estudio, de acuerdo con las técnicas, métodos, instrumentos y procesamiento de cada uno. Para realizar esta investigación se utilizó el tipo descriptivo, ya que permitió caracterizar el municipio de Conchagua como objeto en estudio. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”

### MÉTODO DE ESTUDIO

El trabajo de investigación se fundamentó en el método científico con enfoque mixto, dado que se realizó un registro cualitativo como: Las Características de los atractivos turísticos, comportamiento de las personas que visitan el municipio, distancias entre los atractivos, entre otros y un registro cuantitativo como: El número de las distintas empresas que operan en el municipio, el número de visitantes y las actividades que se realizan en cuanto al desarrollo del turismo.

### POBLACIÓN Y MUESTRA

#### Población

La población sujeta de estudio fue finita y por tanto conocida. En definitiva, fue de 3 tipos: 1) Incluyó los atractivos turísticos naturales, artificiales y culturales del municipio de Conchagua, La Unión. 2), Empresas de servicios turísticos (alojamiento, alimentación, artesanías entre otras.) del municipio de Conchagua, La Unión y 3). La población que fue de carácter infinita, sujeta a turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona de estudio.

#### Muestra

El muestreo que se realizó se fundamenta en el no probabilístico por conveniencia, dado la facilidad de seleccionar a cualquier empresa turística y también al turista nacional o extranjero, debido al fenómeno de la pandemia COVID-19. Para los atractivos turísticos se fundamenta en el probabilístico estratificado, dado que existen categorías típicas diferentes entre sí, que poseen gran homogeneidad respecto a las características que tienen en común, y lo que se pretende es que todos estén debidamente representados en la investigación.

El muestreo se realizó en tres direcciones, el primero a las empresas que prestan servicios turísticos, que estuvieran legalmente constituidas, con 2 o 3 años de funcionamiento del negocio. La segunda son los turistas, entre los criterios de selección que se tomaron en cuenta mencionamos: Mujeres y hombres que tuvieran conocimiento del sector turismo, la edad mayor de 18 años, nivel educativo y que sean turistas locales, nacionales y extranjeros; y la tercera encaminada a los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio.

### TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Dentro de las técnicas e instrumentos utilizados en la investigación se mencionan los siguientes:

- **La observación.** Es una técnica que permitió registrar el hecho, tomar información y registrarla para su análisis, en este caso se utilizó para el levantamiento de información de los atractivos turísticos,

utilizando como instrumento la ficha de trabajo de campo, en las que se registró los hechos más importantes para la investigación. (Ver Anexos N° 12.1, 12.2, 12.3, 12.4,12.5, 12.6, 12.7. 12.8).

- **Sondeo de opinión.** Para la recolección de datos se utilizó la técnica de sondeo de opinión con el respectivo instrumento que es el cuestionario, compuesto por preguntas estructuradas de opciones múltiples, dicotómicas y preguntas abiertas, y tiene al final un apartado de sugerencias o comentarios del encuestado. (Ver Anexos N° 12.9, 12.10, 12.11).

### **PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

En el procesamiento de la información, dado que la investigación es mixta, el diseño que se utilizó es concurrente, debido a que el análisis es cuantitativo y cualitativo, lo que permitió identificar factores y relacionar los sujetos de estudios antes mencionados, vaciando la información en Microsoft Excel, que permitió procesar la información.

Los resultados fueron medibles desde el punto de vista práctico, pues se obtuvo la información de primera mano que permitió inventariar productos turísticos que existen y diseñar nuevos productos innovadores para una mejora en la estructura turística del municipio de Conchagua.

### **FASES DE LA INVESTIGACIÓN**

Fase I. Planificación e investigación bibliográfica.

- Selección de equipo de apoyo para proyecto de investigación.
- Planificación de roles para equipo de trabajo.
- Reunión con la municipalidad de Conchagua, para acordar la firma de carta compromiso.
- Planificación de visitas técnicas al municipio de Conchagua, según lugares próximos.
- Reunión con equipo de trabajo para la socialización de proyecto de investigación.

Fase II. Inventario de los recursos turísticos existentes en el municipio de Conchagua.

- Visitas técnicas de reconocimiento de la zona, según agrupaciones establecidas del mismo rubro.
- Visitas técnicas para elaboración de inventario turístico.
- Sondeo de opinión con turistas sobre productos turísticos existentes.

Fase III. Diseño de nuevos productos turísticos.

- Diagnóstico de la información recopilada por medio del inventario turístico.
- Evaluación de los productos turísticos inventariados.
- Elaboración de informe concerniente a los avances obtenidos hasta el momento.

Fase IV. Presentación y elaboración de informes finales.

- Evaluación de los productos turísticos inventariados.
- Divulgación del proyecto de investigación a los actores locales involucrados.
- Elaboración de informe final de investigación.

## 7. RESULTADOS

### 7.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES

En la presente matriz, se aprecian las vías de acceso, la infraestructura, el estado de conservación y preservación, así como las actividades que se pueden desarrollar.

Tabla N° 3: Matriz de reconocimiento de atractivo turístico natural.

Matriz de reconocimiento de atractivo turístico natural												
Nombre del atractivo	Laguna Los Negritos	Playa Maculís	Playa La Hacienda	Playas Blancas	Playa El Jagüey	Playas Negras	Playa Las Tunas.	Playa El Tamarindo	Laguna Ciprés	Playa Torola	Volcán de Conchagua	Área Natural Protegida Complejo Conchagua
Ubicación	Caserío Los Negritos, Cantón El Pilón.	Caserío Maculís, Cantón El Jagüey.	Caserío La Hacienda, Cantón El Cacao.	Situada suroeste de Playa El Jagüey y al este de Playas Negras	Cantón El Jagüey, al norte de Punta El Faro.	Cantón Playas Negras.	Cantón Las Tunas	Cantón El Tamarindo	Cantón El Ciprés	Cantón Las Tunas	Municipio de Conchagua, Departamento de La Unión.	Municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vía de acceso</b>												
Automóvil	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sendero	X										X	X
Transporte público	X	X	X	X	X	X	X	X		X		
Vía marítima		X	X	X	X	X	X	X		X		
<b>Infraestructura</b>												
Ranchos privados				X		X	X	X			X	
Cabañas en alquiler						X						

Matriz de reconocimiento de atractivo turístico natural												
Nombre del atractivo	Laguna Los Negritos	Playa Maculis	Playa La Hacienda	Playas Blancas	Playa El Jagüey	Playas Negras	Playa Las Tunas.	Playa El Tamarindo	Laguna Ciprés	Playa Torola	Volcán de Conchagua	Área Natural Protegida Complejo Conchagua
Hoteles					X	X	X	X		X		
Restaurantes					X	X				X		
Cervecerías						X	X	X				
Tiendas					X		X	X				
Camping											X	X
Salones de eventos							X					
<b>Estado de conservación y preservación:</b>												
Bastante descuidado	X		X									
No presenta contaminación visible		X		X	X	X			X	X		
Residuos de basura						X	X	X				
Bastante cuidado											X	X
<b>Actividades</b>												
Activ. de Pesca		X	X		X	X		X	X			
Baño	X	X	X	X	X	X	X		X	X		
Activ. Deportivas		X	X	X			X	X				
Cultivos de moluscos					X							
Caminatas		X		X		X		X			X	X
Tours							X	X				
Camping						X					X	X

## 7.2. PRODUCTOS TURÍSTICOS ACTUALES

La siguiente matriz de productos turísticos, permite conocer los tipos de productos turísticos establecidos, la ubicación, el público que los visita, la época de visita del turista y el acceso al recurso.

Tabla N° 4: Matriz de productos turísticos actuales.

Matriz de Productos Turísticos Actuales			
Nombre del Producto:	Pupusódromo de Conchagua.	Mirador Espíritu de la Montaña.	Centro de Recreación Dr. Miguel Félix Charlaix.
Tipo de Producto:	Cultural-Social.	Atractivo natural.	Esparcimiento
Ubicación:	Municipio de Conchagua.	A 9.5 km del Parque Municipal de Conchagua	Cantón El Tamarindo, kilómetro 191, una cuadra antes de la PNC frente a Maquila FUNDATAMARINDO, Conchagua
Descripción del Producto:	Cuenta con más de 10 pupuserías que no solo ofrecen unas deliciosas pupusas, también platos típicos, refrescos naturales, licuados y otras opciones típicas.	Tiene una de las mejores vistas hacia las islas del Golfo de Fonseca y las costas salvadoreñas. Los amaneceres son todo un espectáculo gracias a la ubicación, se puede realizar actividades de camping, ciclismo, realizar caminatas a los diferentes miradores de la zona.	Un recurso que el Ministerio de Trabajo y Previsión Social, pone a disposición para la población en general, como una prestación para un sano esparcimiento, integración y recreación.
Público objetivo según la búsqueda:	Turistas nacionales y extranjeros.	Turistas nacionales y extranjeros.	Turistas, público en general.
Precio de entrada:	N/A	Entrada al mirador \$5 Derecho de camping \$2	Niños hasta los 12 años: \$0.50, mayores de 21 años: \$1 Personas extranjeras: \$3
Época de visita:	Todo el año.	Todo el año.	Todo el año, en especial día de vacaciones.
<b>Acceso al recurso:</b>			
Vehículo	X	X	X
Transporte público	X		
Caminata		X	X

### 7.3 INFORMACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

En el presente apartado se muestran los resultados obtenidos en base a la información del proceso de investigación, mediante la aplicación de instrumentos, dirigidos a empresarios del sector turístico del municipio de Conchagua, La Unión.

Los resultados obtenidos, siguen el mismo orden del diseño de la metodología, en los cuales se obtuvieron a través de la observación y sondeos de opinión con turistas, entrevistas con empresarios del sector, con lo que ha permitido recoger información valiosa.

#### El Sondeo de opinión.

La información obtenida por medio del instrumento fue por medio de la aplicación de Formularios de Google, y procesada después en Microsoft Excel, para el consolidado de los datos estadísticos de los 18 empresarios de la zona del municipio de Conchagua.

Los datos procesados están representados en tablas de frecuencia y gráficos, con su respectivo análisis para obtener una visión amplia del sector.

El sondeo de opinión se estableció de la siguiente manera:

1. Datos de la empresa.
2. Datos de la persona que brinda la información.
3. Aspectos relacionados con su actividad turística (Temporada alta, tipo de servicios que más consumen los turistas, entre otros.).

#### 1. Datos de la empresa.

Aquí se solicitaron un conjunto de información que permiten identificar y caracterizar a la empresa, los datos solicitados fueron:

- Nombre de la empresa.
- Tipo de empresa a la que pertenece.
- Ubicación.

Entre los tipos de empresas turísticas del municipio de Conchagua, se encuentra que el 57.9% son empresas del rubro de restaurante, el 21% son empresas de alojamiento (hoteles), con un 5.3% cada una de las empresas que se dedican a brindar servicios de guías turísticas y agencias de viajes y un 10% otro tipo de empresas que brindan servicios a los turistas.

Tabla N°5 Tipo de empresas consultadas.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante	11	57.9%
Hotel	4	21%
Guías turísticos	1	5.3%
Agencias de viajes	1	5.3%
Otros	2	10.5%
Total	19	100%

Como se observa en la tabla N° 5, el sondeo de opinión, las empresas que más se destacan en el municipio de Conchagua son los restaurantes, seguido por los hoteles. Ambos rubros de las empresas son bastante necesarias para suplir la demanda de los turistas.

## 2. Datos de la persona que brinda la información.

La información solicitada a la persona que brindo la información fue:

Nombre de la persona, cargo que ocupa dentro de la empresa, sexo y correo electrónico, permitiendo identificarlos y con los datos proporcionados permitió incluirlos en un directorio de empresas turísticas.

## 3. Aspectos relacionados con su actividad turística. (Temporada alta, tipo de servicios que más consumen los turistas, entre otros).

Entre los aspectos relacionados con la actividad turística de la empresa, se consultó sobre en qué meses es su temporada alta, los empresarios respondieron que los meses de diciembre, enero, abril, agosto, son los meses donde tiene mayor afluencia de turistas que visitan sus establecimientos, seguido por los meses de enero, abril, mayo, agosto y diciembre; en los que se ven reflejados días que conforman vacaciones en el país.

Tabla N°6 Temporada alta según empresas consultadas.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Dic – ene – abr – ago.	4	21.0%
Ene – abr – may – ago – dic	3	15.7%
Dic – abr – may – ago	2	10.5%
Ene – abr – ago – nov – dic	2	10.5%
Diciembre	1	5.3%
Abr – ago – dic	1	5.3%
Dic – ene – mar – abr	1	5.3%
Noviembre hasta mayo	1	5.3%
Dic – ene – abr – may – ago	1	5.3%
Dic – ene – abr – ago	1	5.3%
Dic – ene – ago	1	5.3%
May – sep – ago	1	5.3%
Total	19	100%

Los datos representados en la tabla N° 6, sobre la temporada alta según las empresas consultadas, los meses de mayor demanda de turistas son: diciembre, enero, abril y agosto, que contienen días de vacaciones a nivel nacional y que son aprovechados para visitar los atractivos turísticos.

Al consultar sobre que producto o servicio venden más los empresarios, se describen los datos en la tabla N° 7, indican que las empresas que tienen los servicios integrados de alojamiento y restauración son las que tienen mayor demanda de parte de los turistas, muy seguida por restaurantes que ofrecen mariscada, pescado relleno, cocteles, ceviches, entre otras opciones de alimentación. Además, de los tours a las islas y el juego acuático La Banana.

Tabla N° 7 Producto o servicio que más venden los empresarios.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Habitaciones y servicio de restaurante	4	21.0%
Tours por las islas y banana	2	10.5%
Mandarina	1	5.3%
Pizza y pan con ajo	1	5.3%
Comida mexicana	1	5.3%
Pupusas	2	10.5%
Mariscos fritos	1	5.3%
Cocteles y ceviches	3	15.7%
Mariscada y pescado relleno	4	21.0%
Total	19	100%

Otra de las consultas realizadas a los empresarios turísticos, es sobre qué tipo de empresas o servicios le hacen falta al municipio de Conchagua, obteniendo los siguientes resultados de la tabla N° 8, indican que hacen falta empresas que ofrezcan productos artesanales, servicios de guías turísticos, hoteles y turismo nocturno, tour operadores, son las empresas que tienen los resultados más altos.

Tabla N° 8 Tipo de empresas turísticas o servicios que le falta al municipio de Conchagua.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Polideportivo	1	5.3%
Hoteles y turismo nocturno	2	10.5%
Empresas que realicen turismo ambiental	1	5.3%
Operadores turísticos	1	5.3%
Empresas de servicio acuático	1	5.3%
Tour guiado	1	5.3%
Publicidad	1	5.3%
Oferta de productos artesanales	4	21.0%
Apoyo al emprendedor	1	5.3%
Tour operadores	2	10.5%
Parques acuáticos	1	5.3%
Servicios de guías turísticos	3	15.7%
Total	19	100%

Entre las empresas turísticas que menores resultados tuvieron son polideportivo, turismo ambiental, operadores turísticos, empresas de servicios acuáticos, tour guiado, parques acuáticos, se pueden observar los porcentajes obtenidos.

Al consultar a los empresarios del sector turístico sobre las mejoras turísticas que se deben de hacer al municipio de Conchagua, entre las recomendaciones que los empresarios expresaron se resumen en la Tabla No. 9.



Tabla N° 9 Mejoras turísticas al municipio de Conchagua.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Empresas de camping o deportes acuáticos	1	5.3%
Festival gastronómico y culturales	2	10.5%
Capacitación al personal de los establecimientos	1	5.3%
Mejorar parques	1	5.3%
Publicidad	9	47.3%
Mejorar calles de acceso	5	26.3%
Total	19	100%

En la tabla N° 9 también se observan otras mejoras turísticas como la creación de empresas de camping o deportes acuáticos, la mejora de parques y realizar capacitaciones al personal de los establecimientos para mejorar la calidad de sus servicios.

En la tabla N° 10, se reflejan los medios de publicidad utilizados para dar a conocer los productos o servicios los empresarios del municipio de Conchagua, reflejando que se utilizan páginas web de terceros para promocionar sus productos o servicios, las redes sociales son utilizadas con menor escala y algunos empresarios no realizan ningún tipo de publicidad.

Tabla N° 10 Medios de publicidad utilizado por las empresas turísticas.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Página web de terceros	17	89.4%
Redes sociales	1	5.3%
No posee ningún tipo de publicidad	1	5.3%
Total	19	100%

Otra de las consultas hecha al grupo de empresarios, es ¿cuál de las redes sociales utiliza más y es más interactiva con sus clientes?, obteniendo los siguientes resultados mostrados en la tabla N° 11, donde se menciona que un 73.6% utiliza la red social Facebook para tener interactividad con sus clientes, seguida de otras redes sociales como WhatsApp, o la combinación de Facebook y WhatsApp, aunque también se ve reflejado que existen empresarios que no realizan ningún tipo de publicidad sobre sus producto o servicios.

Tabla N° 11 Redes sociales que se utilizan para interactividad con los clientes.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Facebook y WhatsApp	1	5.3%
Personal	1	5.3%
Página web de terceros	1	5.3%
No posee ningún tipo de publicidad	1	5.3%
WhatsApp	1	5.3%
Facebook	14	73.6%
Total	19	100%

La tabla N° 12, muestra la diversidad de los recursos turísticos con los que cuenta el municipio de Conchagua. Resalta que el casco urbano de Conchagua y playas Las Tunas, son los atractivos más recomendados por los empresarios para que los turistas los visiten. Así, mismo la zona protegida de Conchagua, el Golfo de Fonseca y las otras playas que se encuentran cercanas, son las que les mencionan cuando les piden sugerencias.

Tabla N° 12 Nombre del recurso natural o cultural más visitado en el municipio de Conchagua.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Manglares	1	5.3%
Playa Torola	1	5.3%
Área protegida de Conchagua	1	5.3%
Casco urbano de Conchagua	6	31.5%
Volcán	1	5.3%
Playa	1	5.3%
La historia del municipio	1	5.3%
Pupusódromo y Playa Las Tunas	1	5.3%
Playas Las Tunas	3	15.7%
Ninguno	3	15.7%
Total	19	100%

#### 7.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE SONDEO DE OPINIÓN DE TURISTAS

A continuación, se presentan los resultados del proceso de investigación dirigido a los turistas que visitan el municipio de Conchagua, La Unión. Los cuales están basados en la metodología aplicada en la investigación: la observación y el sondeo de opinión a turistas y empresarios, obteniendo información de fuente confiable para la realización de la presente investigación.

##### Sondeo de opinión dirigido a turistas

La información obtenida fue colgada en el sitio de la red social Facebook perteneciente a ITCA FEPADE La Unión, mediante un instrumento de la aplicación de Formularios de Google, y procesada después en Microsoft Excel, para el consolidado de los datos estadísticos de los 34 turistas participantes. Los datos procesados están representados en tablas de frecuencia y gráficos, con su respectivo análisis para obtener una visión amplia de la información proporcionada por los turistas.

El sondeo de opinión se estableció conteniendo la siguiente información:

- Género del turista.
- Lugar de procedencia.
- Información relacionada con la visita al municipio.

### 1. Género del turista

Se solicitó información sobre el género de la persona que contestó el sondeo de opinión, obteniendo que la mayoría de los turistas que visitan el municipio son hombres, con 59% según la tabla N°13, seguido por un 41% que representa el género mujeres.

Tabla N°13 Género del turista que visita el municipio de Conchagua.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mujeres	14	41%
Hombres	20	59%
Total	34	100%

### 2. Lugar de procedencia

Entre los lugares de procedencia de los turistas, se encuentra que el sondeo de opinión fue contestado por personas que se encuentran en el país y en el extranjero, según la tabla N° 14, esto dado que se colocó en la red social de Facebook, la cual permitió tener un mayor alcance territorial.

Los turistas que más visitan el municipio de Conchagua, La Unión, proceden de San Miguel, esto debido a la cercanía con el departamento de La Unión, seguido por los habitantes de La Unión.

Tabla N° 14 Lugar de Procedencia de los Turistas.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
San Miguel	18	53%
Morazán	1	3%
Usulután	2	6%
La Unión	10	29%
San Vicente	1	3%
Argentina	1	3%
España	1	3%
Total	34	100%

Lo que permite recolectar datos para ser tomados en cuenta en el diseño de los productos turísticos y no solo enfocados en turistas nacionales sino, también a nivel internacional.

### 3. Información relacionada con la su visita al municipio

En la tabla N° 15. se observa que todas las personas consultadas, han visitado y conocen el municipio de Conchagua, por lo cual la información que proporcionan es valiosa.

Tabla N° 15 Conoce el municipio de Conchagua.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	100%
No	0	0.0%
Total	34	100%

Al consultar los motivos de viajes de los turistas al municipio de Conchagua, han indicado que su viaje ha sido por recreación en su mayoría, muy seguido por placer y por descanso, y otros han visitado el municipio por motivos de educación. (Tabla N° 16)

Tabla N° 16 Motivo de viaje al municipio de Conchagua.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Descanso	7	16%
Placer	15	34%
Educación	1	2%
Recreación	21	48%
Total	44	100%

En la tabla N° 17 se observa el periodo en que el turista visita el municipio de Conchagua, obteniendo la siguiente información: cada vez que se dé la oportunidad de visitarlo lo hace, seguido de los fines de semana, y en otra ocasión sea una vez al mes o al año, y en otras ocasiones el turista realiza la visita cuando son vacaciones establecidas o en días de asueto. Lo que permite conocer los lapsos de periodos de tiempos en los cuales los turistas visitan el municipio.

Tabla N° 17 Periodo en que visita el municipio de Conchagua.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones establecidas	1	2.9%
Asuetos	1	2.9%
Fines de semana	8	23.5%
Una vez al mes	3	8.8%
Una vez al año	3	8.8%
Cuando se dé la oportunidad	17	50.0%
2 veces al año	1	2.9
Total	34	100%

Otra información recolectada es sobre el tipo de turismo que realiza el turista al visitar el municipio, registrando que la gastronomía es un punto bastante atractivo para los visitantes, muy seguido por turismo de aventura y ecoturismo, ambos tipos generan placer y adrenalina al realizarlo. El turismo sol y playa, el cultural y el religioso, también se realizan y son motivo de visita.

Tabla N° 18 Tipos de turismo que se realiza en Conchagua

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Aventura	17	18.3%
Ecoturismo	15	16.1%
Cultural	13	14.0%
Histórico	8	8.6%
Religioso	2	2.2%
Gastronómico	24	25.8%
Sol y Playa	14	15.0%
Total	93	100%

Cuando los turistas deciden visitar un lugar turístico, establecen un presupuesto de gasto, el cual puede ser diario o por toda su estadía, al consultarlo en el sondeo de opinión, expresaron que la mayoría establece el monto \$10 a \$20.0, para realizar el gasto en su visita. Según se puede observar en la tabla N° 19. El otro rango oscila entre \$21.00 a \$30.00 y muy pocos establecen su presupuesto en más de \$40.00, lo cual nos indica que los servicios o productos que se ofrecen en el municipio cuentan con precios accesibles.

Tabla N° 19 Presupuesto por día de los turistas.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De \$10.00 a \$20.00	15	44.1%
De \$21.00 a \$30.00	10	29.4%
De \$31.00 a \$40.00	6	17.6%
Más de \$41.00	3	8.8%
Total	34	100%

Al consultar al turista sobre por qué medio recibió información sobre los lugares turísticos, menciona que fue a través de la red social Facebook, seguida por alguna recomendación que le han hecho sobre los atractivos con los que cuenta el municipio, como se aprecia en la tabla N° 20. Otra red social que se utiliza para difundir información turística del municipio es Instagram y muy poca o nula información a través de medios tradicionales de comunicación (televisión, radio, publicidad impresa).

Tabla N° 20 Medio por el cual recibió información de el o los lugares turísticos.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	27	45.8%
Instagram	7	11.7%
Twitter	0	0.0%
YouTube	1	1.7%
Por recomendación	18	30.5%
T.V.	1	1.7%
Radio	0	0.0%
Publicidad impresa	0	0.0%
Agente de viaje	2	3.4%
Tour operadora	3	5.1%
Total	59	100%

En la tabla N° 21, ofrece información sobre los productos adquiridos por los turistas durante su visita al municipio, entre los cuales destacan los alimentos no procesados (cocinados en el momento), seguido de las conservas (dulces típicos), y las artesanías hechas en barro, que es otro de los productos que los turistas han adquirido en sus visitas al municipio.

Otros productos que también han sido adquiridos son manualidades de piedra/plástico/ arena, trajes de baño y artículos deportivos.

Tabla N° 21 Productos adquiridos por los turistas en el municipio de Conchagua.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Artesanías de barro	12	18%
Manualidades de piedra/ plástico/ arena	8	12%
Ropa típica	0	0.0%
Traje de baño	2	3%
Artículos deportivos	1	2%
Alimentos no procesados	21	32%
Conservas (dulces típicos)	20	31%
Atoles	1	2%
Total	65	100%

La gastronomía es un rubro fundamental para este municipio y es uno de los atractivos más sólidos con los que cuenta, por lo cual en la elaboración de los productos turísticos se ha incluido.

Otro de los aspectos investigados es sobre si cumplió con las expectativas del lugar turístico visitado, al ser consultado el turista, nos indica que el municipio cumple con las expectativas, ver tabla N° 22.

Tabla N° 22, demuestra que se cumplió las expectativas el lugar turístico.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	94.1%
No	2	5.9%
Total	34	100%

También, es importante conocer la calidad de los servicios que los turistas reciben o adquieren en el municipio, y en la tabla N° 23, permite conocer como el turista ha evaluado la calidad de los servicios ofrecidos por las empresas turísticas que operan en el municipio, obteniendo un mayor puntaje el indicador Muy bueno y en una menor escala la calidad de los servicios ha sido calificada como bueno.

Los turistas no calificaron la calidad de los servicios como regular, ni que se necesita mejorar, por lo cual, si se desea seguir mejorando la calidad de los servicios a los turistas, y lograr pasar de muy bueno a excelente, se debe trabajar en darle seguimiento a las empresas turísticas, para alcanzar los niveles óptimos de calidad del servicio al cliente.

Tabla N° 23, muestra cómo estuvo la calidad del servicio al cliente.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	10	29.4%
Muy bueno	19	55.9%
Bueno	5	14.7%
Regular	0	0.0%
Necesita mejorar	0	0.0%
Total	34	100%

Así como es importante conocer la calidad del servicio al cliente, también es necesario conocer que necesita mejorar el lugar turístico para ser más atractivo para generar mayor demanda de los turistas. Ver tabla N° 24.

Tabla N° 24, describe qué necesita mejorar el lugar turístico para ser más atractivo.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precios accesibles	10	12.6%
Calidad de servicios	8	10.1%
Limpieza	4	5.0%
Información turística	14	17.7%
Seguridad	12	15.2%
Clima	1	1.3%
Circuitos turísticos cortos	5	6.3%
Actividades culturales / sociales	10	12.6%
Actividades recreativas	12	15.2%
Accesibilidad	1	1.3%
Hostal	1	1.3%
Mejor acceso, carreteras	1	1.3%
Total	79	100%

La tabla N° 24, brinda valiosa información respecto a lo que el municipio de Conchagua, necesita mejorar para que sea mucho más atractivo, en los podemos mencionar, brindar información turística (17.7%), seguido de seguridad (15.2%), actividades culturales/sociales y precios accesibles (12.6% cada uno), entre otros rubros que han obtenido menores porcentajes.

## 7.5 DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE CONCHAGUA

El municipio de Conchagua cuenta con diversos atractivos turísticos entre ellos: lagunas, playas, montañas, manglares, entre otros, los cuales han sido considerados en el diseño de los nuevos productos turísticos, acorde a las necesidades del turista y a la oferta complementaria, existen en los cantones o caseríos que conforman el municipio de Conchagua, La Unión.

## Producto Turístico N° 1 - Caminata a Laguna Los Negritos Turismo Naranja – Gastronómico

### Recursos:

- Cañas de pescar artesanales.
- Hidropedal o bote de pedal.
- Chalecos salvavidas.
- Zona de camping.
- Cocinas artesanales.
- Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Líderes de la comunidad, velarán por el empoderamiento de la comunidad, desarrollarán la zona para que este en las condiciones para recibir a los visitantes.
- Soldados del Destacamento Militar N° 3 (DM3), brindarán seguridad durante la caminata y la realización de actividades en la laguna.
- Municipalidad de Conchagua.

### Descripción de las actividades turísticas:

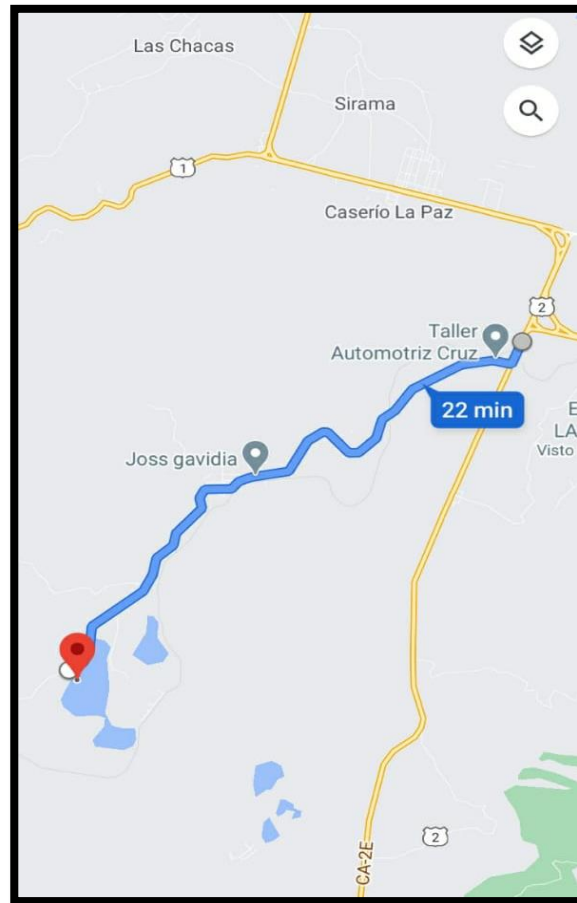
En el Destacamento Militar N° 3 (DM3), dejar los vehículos y ahí se inicia la caminata de dos a dos horas y media, dependerá del ritmo del paso hasta llegar a la laguna, ahí se realizará pesca artesanal, se darán tips de pesca y se hablará de la zona.

Lo que el turista pesque es lo que se cocinará y de esta manera se incluyen ambos turismos naranja y gastronómico, para crear un vínculo con la comunidad, debido a que la pesca es una actividad económica de la zona y a la vez la experiencia que tendrán de realizar pesca artesanal liberará emociones únicas a los visitantes.

También se realizará actividades acuáticas como el hidropedal o bote de pedal para lograr un mayor posicionamiento del destino, aprovechando que cerca se tienen las playas y se necesita una atracción innovadora de la zona.

### Ruta:

Punto de partida DM3 por la carretera hasta el desvío la Laguna Los Negritos, aproximadamente 9 Km, un solo camino llevará directo a la laguna y el regreso será por la misma calle. Es recomendable ser acompañado por un guía turístico.





## Producto Turístico N° 2 - Caminata Volcán de Conchagua Turismo de Aventura

### Recursos:

- Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Soldados DM3, brindaran seguridad durante la caminata y la realización de actividades en el volcán.
- Municipalidad de Conchagua.

### Descripción de las actividades turísticas:

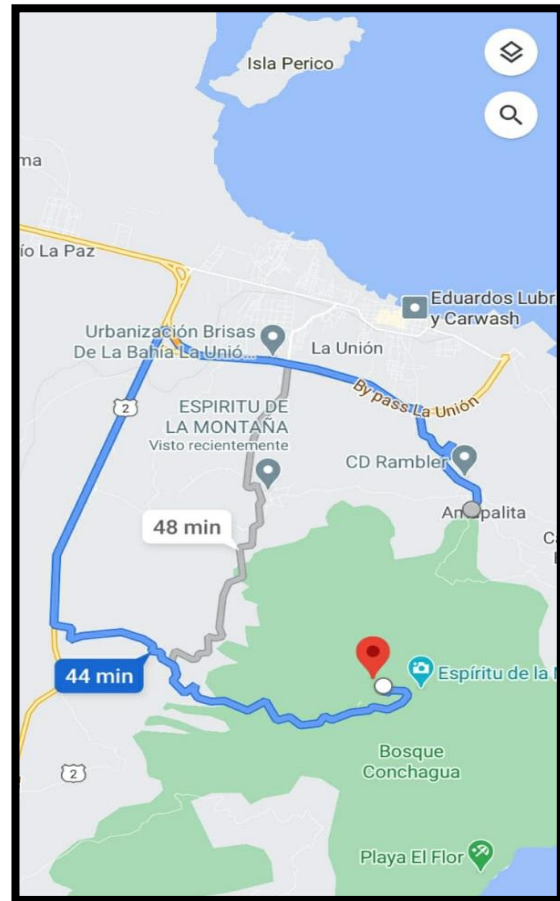
En el pueblo de Conchagua se dejan los vehículos en el Cantón El Faro, justo donde se inicia ascender el volcán en promedio son dos horas y medias para subir, con un nivel de dificultad intermedio, el terreno es favorable, pero se necesita es una buena condición física más que todo resistencia ya que es una inclinación constante. Se recomienda calzado de trekking o un tenis que de seguridad un buen soporte al pie.

La caminata estará cargada de un paisaje único igual, al llegar al volcán se observa una vista inigualable del Golfo de Fonseca.

En el Volcán de Conchagua, se encuentra una zona privada El Espíritu de la Montaña y un área protegida la Reserva Natural del Volcán de Conchagua. En ambos lugares se encuentran miradores y se puede realizar senderismo y en El Espíritu de la Montaña esta la opción de acampar y realizar actividades nocturnas.

### Ruta:

El punto de partida el parqueo de restaurante El Dragón, en La Unión, para luego abordar la ruta de bus que nos llevara al Cantón El Faro, donde comenzaremos el ascenso hacia el volcán, un solo camino de ida y vuelta sin perdida alguna, dos horas y medias para ascender. Es recomendable un guía turístico.



### Producto Turístico N° 3 - Bici-Tour Conchagua. Turismo de Aventura

#### Recursos:

- Bicicleta de ruta.
- Señalización turística.

#### Actores locales involucrados:

- Policía Nacional Civil y Agentes de Seguridad Municipal.
- Municipalidad de Conchagua.
- Negocios de la zona.

#### Descripción de las actividades turísticas:

La actividad de bici turismo es para todo público, donde el visitante se sienta animado y seguro a realizar este tipo de actividad en un perímetro corto.

La idea principal es que la municipalidad alquile las bicicletas o el visitante tiene la opción de llevar la propia.

#### Ruta:

Ruta propuesta es a lo largo de todo el pueblo.



### Producto Turístico N° 4 - Ciclismo de Montaña – Volcán de Conchagua. Turismo de Aventura

#### Recursos:

- Bicicleta de montaña.
- Señalización turística.

#### Actores locales involucrados:

- Soldados DM3.
- Municipalidad de Conchagua.
- Negocios de la zona.

#### Descripción de las actividades turísticas:

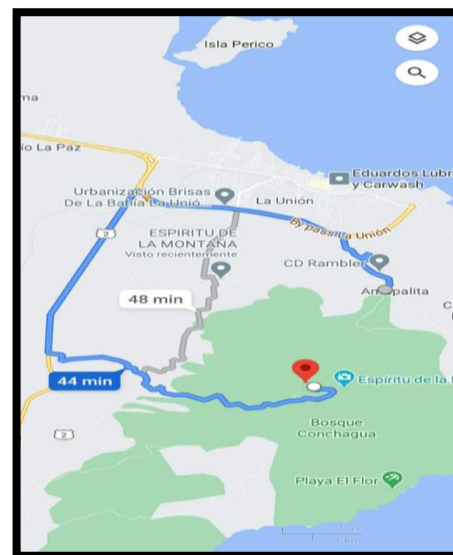
En el pueblo de Conchagua dejar los vehículos en Cantón El Faro justo donde se inicia ascender el volcán, con un nivel de dificultad alto, el terreno es favorable, pero se necesita una buena condición física más que todo resistencia, ya que es una inclinación constante. Usar bicicleta de montaña.

La pedaleada estará cargada de un paisaje único igual, al llegar al volcán se observa una vista inigualable del Golf o de Fonseca.

En el Volcán de Conchagua, se encuentra una zona privada El Espíritu de la Montaña y un área protegida la Reserva Natural del Volcán de Conchagua. En ambos lugares se encuentran miradores y se puede realizar senderismo y en El Espíritu de la Montaña esta la opción de acampar y realizar actividades nocturnas.

#### Ruta:

El punto de partida el parqueo de Restaurante El Dragón, en La Unión, para luego abordar la ruta de bus que conducirá al Cantón El Faro, ahí se inicia la aventura, un solo camino de ida y vuelta sin pérdida alguna. Es recomendable un guía turístico.



## Producto Turístico N° 5 - Rutas Ciclistas Conchagua Turismo de Aventura

### Recursos:

- Bicicleta de ruta.
- Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Policía Nacional Civil y Agentes de Seguridad Municipal.
- Municipalidad de Conchagua.
- Negocios de la zona.
- Guías turísticos.

### Descripción de las actividades turísticas:

La actividad de bici turismo es para todo público, donde el visitante se sienta animado y seguro a realizar este tipo de actividad. Se proponen diferentes rutas con escalas de dificultad notables. La idea es, que la municipalidad alquile las bicicletas o el visitante tiene la opción de llevar la propia.

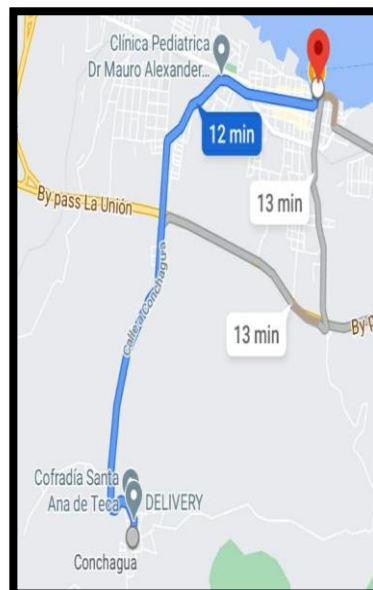
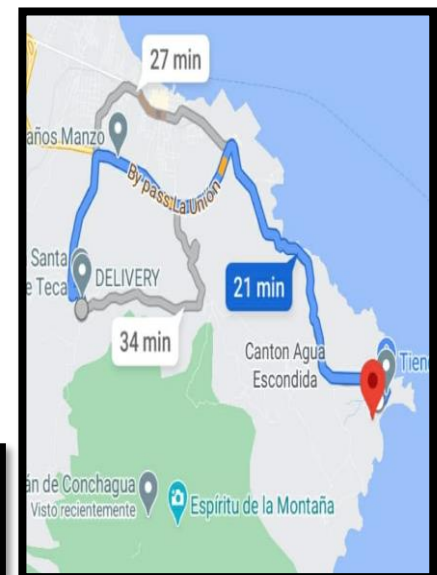
### Rutas:

**Primera ruta**, su punto de partida es el parque central de Conchagua hacia La Unión, pasando el centro y la iglesia hasta llegar al Parque de la Familia.

**Segunda ruta**, punto de partida parque central de Conchagua hacia Playa Chiquirín.

**Tercera ruta**, punto de partida parque central de Conchagua hacia Laguna Los Negritos.

**Nota:** Todas las rutas tienen su retorno a su punto de partida (Parque Central de Conchagua). Es recomendable un guía turístico.



## Producto Turístico N° 6 - Cuerdas Altas, Mirador Espíritu de la Montaña Turismo de Aventura

### Recursos:

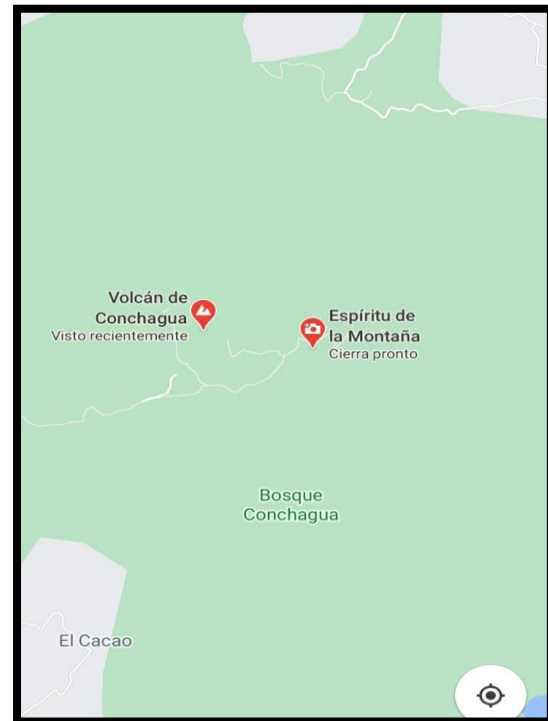
- Infraestructura para actividades de Cuerdas Altas.
- Guía especializado (personal capacitado en deportes de Cuerdas Altas)
- Equipo para Cuerdas Altas.
- Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Empresarios.
- Municipalidad de Conchagua.

### Descripción de las actividades turísticas:

Actividades de Cuerdas Altas para pequeños y grandes. Deporte que es un atractivo único en la zona, actividad que ayuda a mejorar la concentración, coordinación, balance y a tener mucha confianza en sí mismo, todo esto se convierte en un imán para los visitantes.



Ruta: N/A

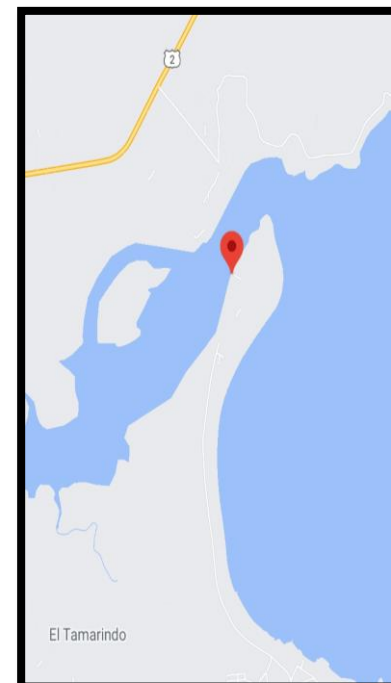
## Producto Turístico N° 7 - Cocina en Playa El Tamarindo Turismo Naranja – Gastronómico

### Recursos:

- Ingredientes para realizar ceviches y cocteles (de cocinero y turistas).
- Utensilios necesarios para la preparación.
  - Cocinero.
  - Mesas de trabajo de cocina.
  - Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Líderes de la zona.
- Cocineros con buena actitud y paciencia.
- Municipalidad de Conchagua.
- Negocios de la zona.
- Policía Nacional Civil (PNC).



### Descripción de las actividades turísticas:

En el Centro Recreativo Dr. Félix Charlaix (Playa El Tamarindo), se impartirán clases sobre preparación de cocteles y ceviches de la zona, los ingredientes que llevan, la diferencia de ambos se dará tips de cocina local de mariscos, se explicará un poco sobre los moluscos entre otros. Al finalizar la explicación el turista tendrá que realizar su propio ceviche o coctel de acuerdo con lo aprendido. Podrá disfrutar de las instalaciones como pasadías u optar por el servicio de alojamiento y así tener tiempo para el disfrute de diferentes actividades.

Ruta: N/A

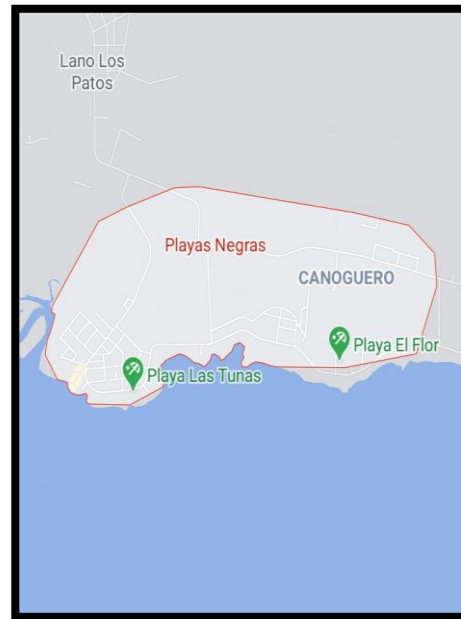
### Producto Turístico N° 8 - Cocina en Playas Negras Turismo Naranja – Gastronómico

#### Recursos:

- Ingredientes para realizar ceviches y cocteles (de cocinero y turistas).
- Utensilios necesarios para la preparación.
- Cocinero.
- Mesas de trabajo de cocina.
- Señalización turística.

#### Actores locales involucrados:

- Líderes de la zona.
- Cocineros con buena actitud y paciencia.
- Municipalidad.
- Negocios de la zona.
- PNC.



### Descripción de las actividades turísticas:

Se ejecutarán clases en el Rancho Los Reyes (Playas Negras) de cómo se preparan los cocteles y ceviches de la zona, los ingredientes que llevan, la diferencia de ambos se dará tips de cocina local de mariscos, se explicará un poco sobre los moluscos y demás, al terminar el turista tendrá que realizar su propio ceviche o coctel de acuerdo con lo aprendido.

Podrá disfrutar de las actividades de baño en el mar y piscinas naturales de formaciones rocosas de agua salada y actividades recreativas en la arena.

Ruta: N/A

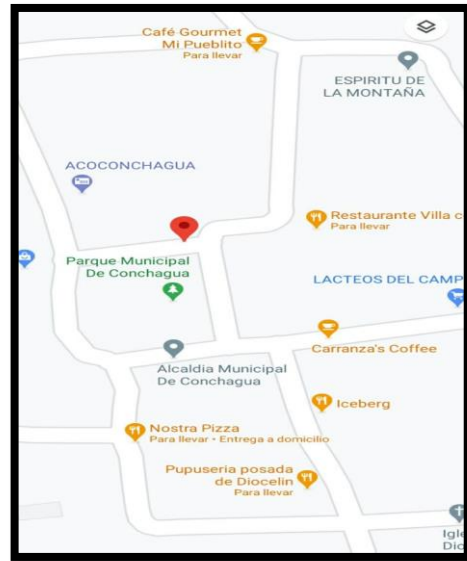
## Producto Turístico N° 9 - El arte de hacer pupusas-Pupusódromo Conchagua Turismo Naranja – Gastronómico

### Recursos:

- Ingredientes para hacer las diferentes clases de pupusas.
- Utensilios necesarios para la preparación.
- Cocinera con experiencia
- Mesas de trabajo de cocina.
- Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Líderes de la zona.
- Cocineras con buena actitud y paciencia.
- Municipalidad.
- Negocios de la zona.
- Policía Nacional Civil y Agentes de Seguridad Municipal.



### Descripción de las actividades turísticas:

Se ejecutarán clases de preparación de pupusas, se explicará sobre sus ingredientes principales y la diversificación que ha tenido con el tiempo, un poco de cultura, haciendo referencia que es el plato típico de El Salvador y las diferencias del acompañamiento tanto de curtido y de salsa que sufre de acuerdo con la zona geográfica del país. Al terminar el turista tendrá que realizar sus propias pupusas de acuerdo con lo aprendido.

Podrá disfrutar del ambiente que rodea la iglesia, el parque central con ventas de platos de comida y bebidas típicas y caminar por las calles adoquinadas del pueblo.

Ruta:N/A

## Producto Turístico N° 10 - Viveros y Salineras, Playas Negras Turismo Naranja

### Recursos:

- Viveros de moluscos.
- Salineras.
- Guía turístico.
- Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Líderes de la zona.
- Emprendedor.
- Municipalidad.
- Negocios de la zona.
- Soldados DM3.



**Descripción de las actividades turísticas:**

Realizar recorrido por las salineras y los viveros de moluscos de la zona, para lograr conocer toda la trazabilidad y como se vuelve una actividad económica en la zona.

Una opción favorable, es la integración de este producto con las clases de cocina que se tendrá en Playas Negras, para que el turista viva la experiencia de pescar moluscos en los viveros y este sea el insumo para las clases de cocina en la playa hasta llegar a la degustación de esta exquisitez del mar.

**Producto Turístico N° 11 - Tour El Encanto, Playas Las Tunas  
Turismo de Aventura**

**Recursos:**

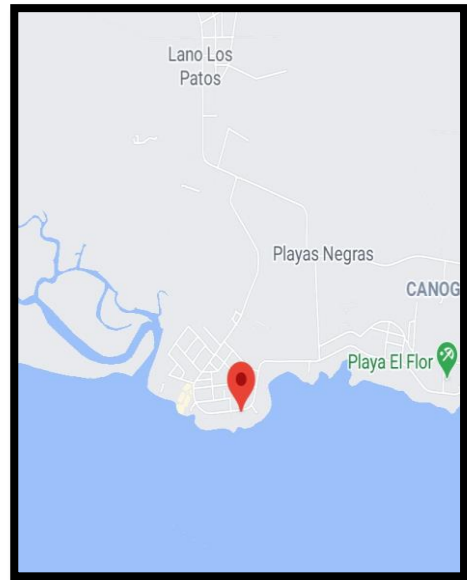
- Kayaks.
- Lanchas de motor.
- Chalecos salvavidas.
- Guía turístico.
- Señalización turística.

**Actores locales involucrados:**

- Emprendedor.
- Municipalidad.
- Negocios de la zona.
- Soldados DM3.

**Descripción de las actividades turísticas:**

Realizar recorridos en la zona en kayak, caminando o lancha de motor, se tienen varias opciones para que el turista pueda escoger en la que más le gustaría vivir la experiencia. Se tiene un guía especializado en cada alternativa y que conoce muy bien la zona. Cualquier opción tiene que ser con previo aviso, para establecer horarios que dependerá de la marea, la alternativa para realizar el tour y del equipo a utilizar.

**Ruta:**

- Atracciones del tour.
- Avistamiento de aves.
- Vestigios de alfarería lenca.
- Avistamiento de tortugas.
- Avistamiento de lagartos.

## Producto Turístico N° 12 - Pesca Deportiva y Nocturna, Playa Las Tunas Turismo Sol y Playa – Turismo Naranja.

### Recursos:

- Lanchas de motor.
- Cañas de pescar.
- Redes de pesca.
- Chalecos salvavidas.
- Guía especializado.
- Señalización turística.

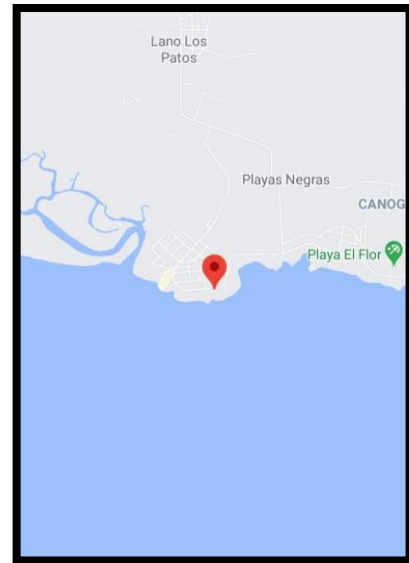
### Actores locales involucrados:

- Emprendedor.
- Municipalidad.
- Negocios de la zona.

### Descripción de las actividades turísticas:

Realizar actividades de pesca deportiva y nocturna, se dará una clase previa al turista de lo importante que debe conocer de la pesca, los tipos de red, tips valiosos de los expertos, la técnica ideal a utilizar, la diferencia de pesca de día a nocturna, que el turista se sienta cómodo y conozca qué tipo de pesca le gusta. Se tendrá un guía con mucha experiencia en el deporte ideal para conocer y aprender de los expertos y así vivir es experiencia única.

Es una propuesta bastante innovadora, que ayudará a convertir más atractiva la zona costera.



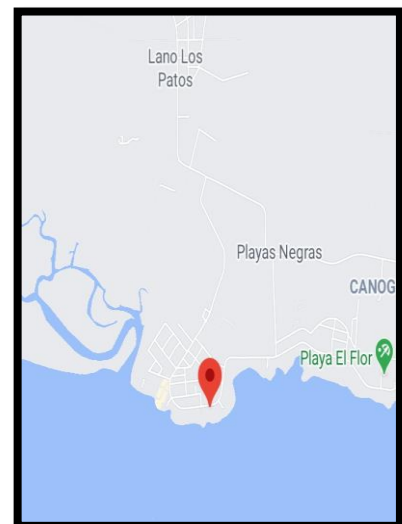
## Producto Turístico N° 13 - Deportes Acuáticos, Playas Las Tunas Turismo Sol y Playa

### Recursos:

- Bananas inflables.
- Equipo para realizar snorkel.
- Kayaks.
- Jet ski.
- Lanchas de motor.
- Chalecos salvavidas.
- Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Líderes de la zona.
- Emprendedor.
- Municipalidad.
- Negocios de la zona.
- Soldados DM3.





### Descripción de las actividades turísticas:

Realizar actividades acuáticas como, divertirse en las bananas inflables sujetadas a lanchas de motor, que son del deleite de los jóvenes, kayak y snorkel se puede realizar a un costado de la playa donde el oleaje es más suave, siempre de la supervisión del guía especializado y así garantizar la diversión familiar para lograr un mayor posicionamiento del destino y potenciarlo como una atracción innovadora de la zona.

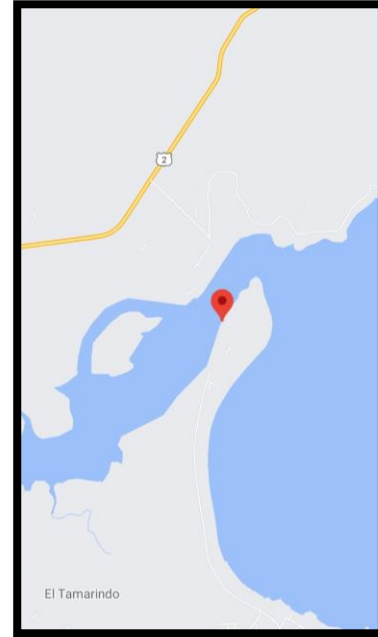
## Producto Turístico N° 14 - Juegos Acuáticos, Playa El Tamarindo. Turismo Sol y Playa y Turismo de Aventura

### Recursos:

- Hidropedal.
- Bananas inflables.
- Kayaks.
- Lanchas de motor.
- Chalecos salvavidas.
- Guía especializado.
- Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Líderes de la zona.
- Emprendedor.
- Municipalidad.
- Negocios de la zona.
- Soldados DM3.



### Descripción de las actividades turísticas:

Realizar actividades acuáticas como, el hidropedal o bote de pedal para toda la familia, ya que se tiene a favor el oleaje suave, las divertidas bananas inflables sujetadas a lanchas de motor, que son del deleite de los jóvenes, paseos en kayak por los manglares, todo esto ayudará a lograr un mayor posicionamiento del destino y potenciarlo como una atracción innovadora de la zona.

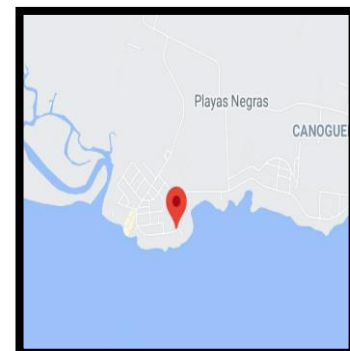
## Producto Turístico N° 15 - Compras de Mariscos, Playa Torola Oeste Turismo Sol y Playa

### Recursos:

- Limpieza continua en la zona de compra de mariscos.
- Señalización turística.

### Actores locales involucrados:

- Líderes de la zona.
- Municipalidad.
- Negocios de la zona.
- Soldados DM3.



### Descripción de las actividades turísticas:

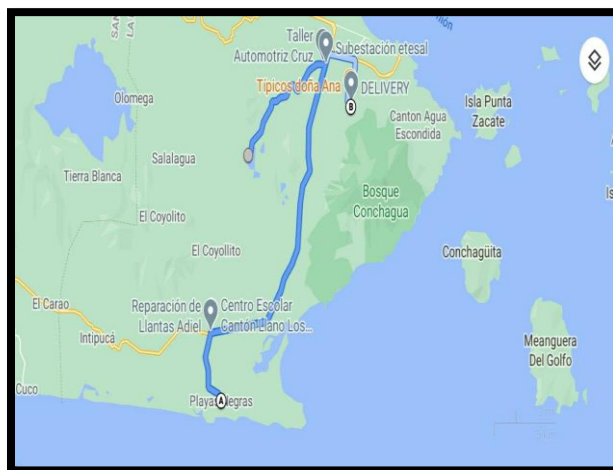
El turista puede realizar actividades de compras de mariscos por mayor y al detalle, una zona donde llegan las lanchas a descargar la pesca del día, es habitual ver a los propietarios de negocios realizando la compra para abastecerse de mariscos fresco. La Playa Torola Oeste se convierte en todo un mercado de mariscos.

A la vez se puede ver avistamiento de aves espectacular en toda la playa, y hacer fotografías únicas que todo turista quisiera tener de recuerdo.

## Rutas Turísticas Producto Turístico N° 16 – Ruta 1. Ruta Mágica

### Día 1

Se debe salir temprano, haciendo una breve pausa en el centro de La Unión, para abordar el autobús y que acerque al turista hasta el punto de encuentro en el Cantón El Faro, Conchagua, no olvidar llevar su equipo de senderismo (bastón y calzado de trekking o tenis resistentes que den seguridad al tobillo, mochila con un botiquín básico de primeros auxilios y no olvidar frutas e hidratantes para el camino) ahí se comenzará a ascender caminando hacia el majestuoso Volcán de Conchagua.



La actividad principal consistirá en realizar actividades nocturnas y acampar en el Espíritu de la Montaña.

### Día 2

Al salir temprano de la mañana se puede observar el bello amanecer con diversos colores y el imponente Golfo de Fonseca, con unas vistas sumamente hermosas, que deleitan y trasladan mágicamente a tener una conexión con la naturaleza, siendo esta una experiencia espectacular.

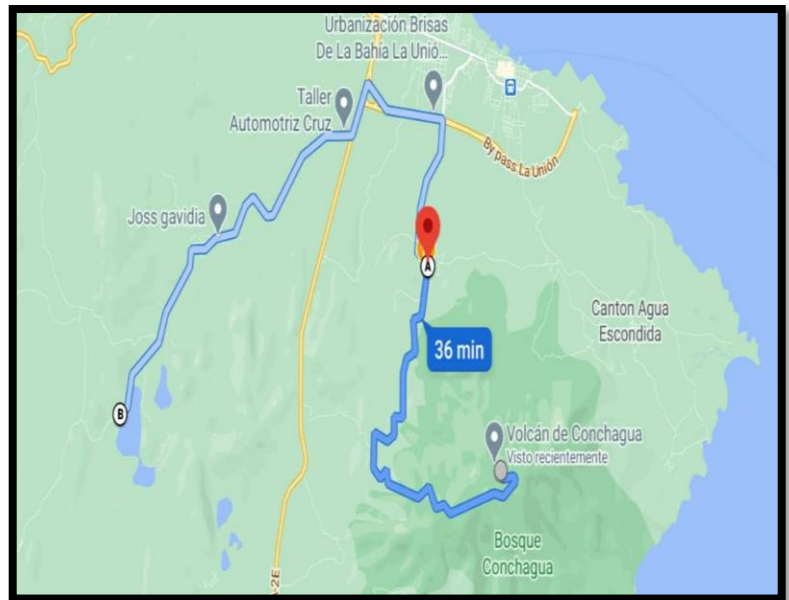
Después de desayunar, descenderemos del Volcán de Conchagua para trasladarnos a la Ciudad donde se pueden alquilar bicicletas y recorrer el pueblo, u optar por rutas ciclísticas con tramos de distancias largas o cortas.

## Producto Turístico N° 17 – Ruta 2. Ruta Gastronómica Local

El punto de partida será la Laguna Los Negritos, donde comienza la primera aventura, haciendo una caminata para llevar a cabo la pesca artesanal, cocinar y degustar la pesca del día, realizando turismo naranja y gastronómico.

Luego nos trasladaremos a Playas Negras a realizar un recorrido por las salineras, y por los viveros de camarones y conchas, donde obtendremos los mejores frutos del mar a muy buenos precios, pero además los lugareños nos pueden proporcionar unas clases de cocina.

La Ruta Gastronómica Local, abarca la laguna Los Negritos, Playas Negras y por supuesto la ciudad de Conchagua, visitando el Pupusódromo, permitiéndonos recibir clases de preparación de pupusas, conocer sus ingredientes principales y la diversificación que ha tenido con el tiempo. Una experiencia única y divertida.

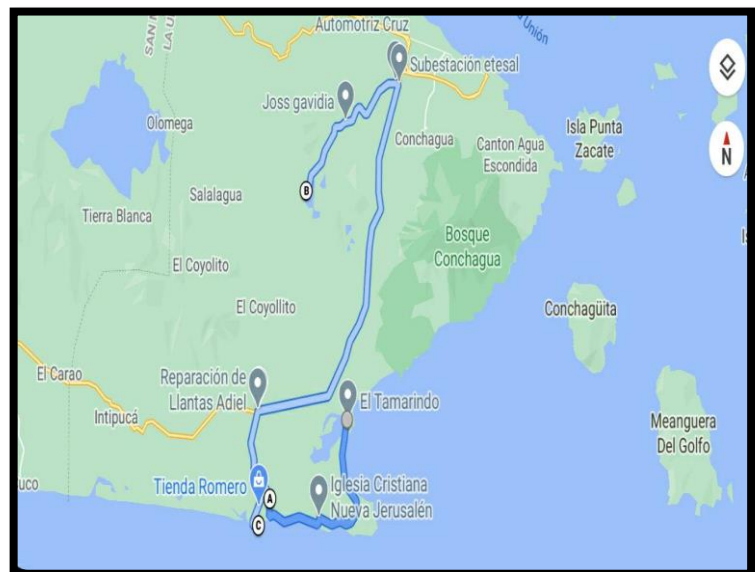


## Producto Turístico N° 18 – Ruta 3. Ruta Playera

### Día 1

El sol, la playa, el canto de las aves, la brisa marina nos espera, para comenzar nuestra aventura en Playa El Tamarindo, realizando un poco de ejercicio con el hidropedal y aumentamos nuestra adrenalina realizando un paseo en los manglares en kayak.

Luego nos trasladamos hasta Playas Negras, que está rodeada de salineras y de viveros de conchas y camarones y así elegir los más frescos frutos del mar que se deberán cocinar para nuestro almuerzo. Los lugareños nos ofrecen clases de cocina de mariscos, compartiendo sus secretos y así deleitarnos con los mariscos escogidos, los cuales podemos preparar.



## Día 2

Llegar muy temprano a la Laguna Los Negritos, para realizar actividades de pesca artesanal y un poco de ejercicio en hidropedal en contacto con la naturaleza.

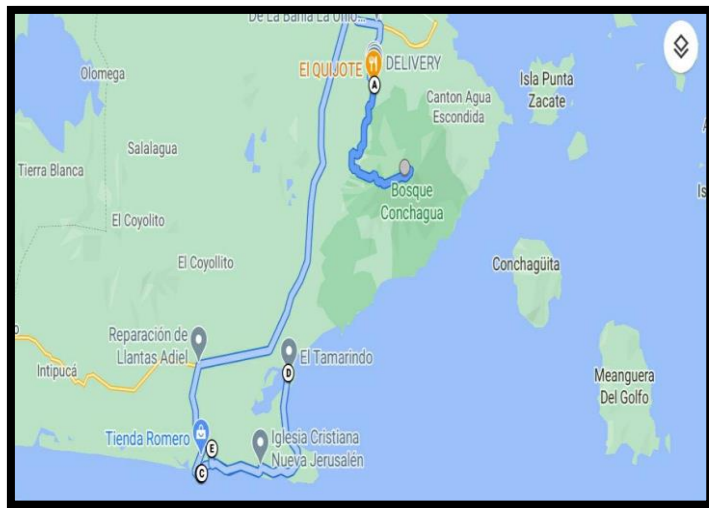
Para el almuerzo podemos optar por Playa Las Tunas, y así poder degustar deliciosos mariscos en la playa más conocida de la zona por la infraestructura rocosa de sus restaurantes y en la tarde podemos realizar el tour El Encanto, para ir a conocer vestigios de alfarería Lenca, realizar avistamiento de aves, tortugas y lagartos. Se tiene la opción de hacer el tour en lancha de motor, caminatas o kayaks.

### Producto Turístico N° 19 – Ruta 4. Ruta Aventurera

## Día 1

Es una ruta de dos días mágicos, que nos hace olvidar de la ciudad y respirar aire puro, pero sobre todo descansar y apreciar la naturaleza en su máximo esplendor.

Comenzamos ascendiendo al Volcán de Conchagua en vehículo propio de doble tracción o contratar los servicios de transporte privado, al estar en la cumbre se puede realizar senderismo, apreciar las vistas de los miradores ubicados en la reserva natural de Conchagua o en el espíritu de La Montaña.



Además, por la tarde visitaremos el pintoresco pueblo de Conchagua, que cuenta con una iglesia de estilo colonial, que tiene mucha historia y es parte de la riqueza cultural del país.

Por la noche, no habrá nada más extraordinario que realizar actividades de pesca nocturna, en Playa Las Tunas o si se prefiere realizar camping a la orilla de la playa u optar por hospedarse en la zona.

## Día 2

Al amanecer en la playa, no hay nada mejor que realizar actividades de baño en cualquier playa del municipio. Estando en la zona podemos realizar compra de mariscos de la pesca del día en la Playa Torola oeste y por supuesto no debemos de olvidar tomar las mejores fotografías en el avistamiento de aves que se da en la playa, para nuestro recuerdo de un fin de semana espectacular.

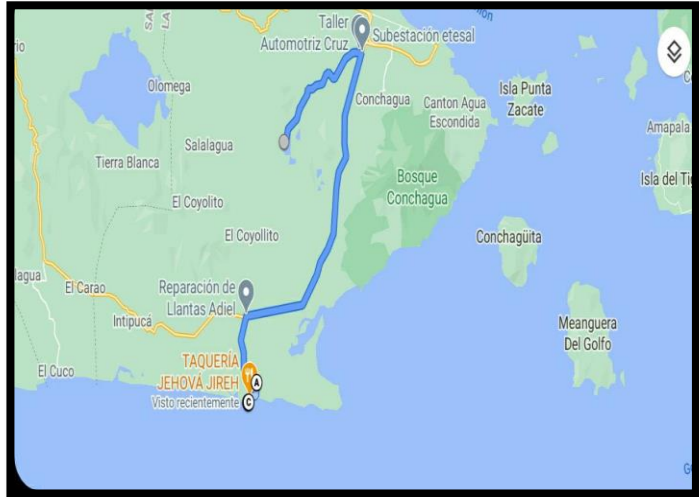
Además, podemos visitar playa El Tamarindo, que nos invita con su oleaje suave, a realizar actividades acuáticas desde andar en hidropedal hasta con un grado mayor de adrenalina como ser tirados de las banas inflables y vivir una experiencia única.

Para cerrar el día en Playas Negras podemos optar por recibir una clase de cocina para preparar deliciosos mariscos, teniendo como instructores a los lugareños, dispuestos a revelarnos sus secretos de cocina.

## Producto Turístico N° 20 – Ruta 5. Ruta Pesquera

Un recorrido para realizar en un día. Desde muy temprano partimos hacia la Laguna Los Negritos, donde realizaremos actividades de pesca artesanal, además de hacer un poco de ejercicio de aventura al usar hidropedal, manteniendo un contacto con la naturaleza.

Nos adentramos un poco en nuestro recorrido y llegamos a Playas Negras para visitar las salineras y los viveros de moluscos, una experiencia única.



Después de realizar estas fascinantes actividades, podemos pasar por el mercado de mariscos frescos que se encuentra en Playa Torola Oeste y comprar o aprovechar ver las aves en la playa.

Por último y no menos importante, visitamos Playas Las Tunas, que cuenta con guías especializados en pesca deportiva y nocturna que tienen toda la disposición de no solo guiar a los lugares de pesca sino, conocer los mejores tips gracias a la experiencia reconocida de ellos.

### 7.6 PROPUESTA DE MARKETING PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE CONCHAGUA

La elaboración de una propuesta de marketing para el municipio de Conchagua ha sido un proceso en el cual ha permitido articular todos los atractivos con los que cuenta el municipio.

Logrando una imagen turística que pueda ser reconocida por su marca, su slogan, y su logo, sus aplicativos y sus variantes como atractivo visual, lo cual permitirá lograr un mejor posicionamiento turístico a nivel local, nacional e internacional.

**Marca**

Marca  
— ● ● ●

**CONCHAGUA**

## Logo

Logo 



## Slogan

Tierra de encantos naturales.

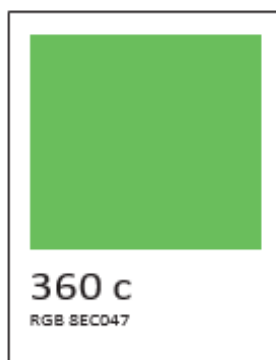
Marca, Logo y Slogan integrado.



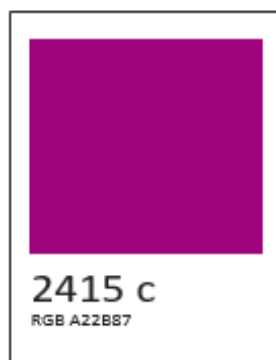
# Conchagua

Tierra de encantos naturales

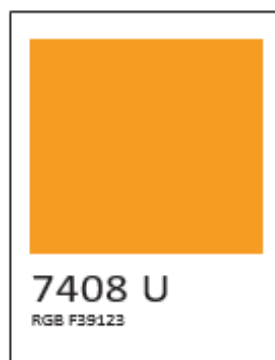
Pantone a utilizarse en la promoción de marketing del municipio de Conchagua.



- Naturaleza
- Frescura
- Crecimiento
- Serenidad
- Orgánico



- Espiritualidad
- Lujo
- Sabiduría
- Misterio
- Realeza



- Diversión
- Modernidad
- Juventud
- Innovación
- Accesibilidad
- Vitalidad

## Tipografía

# Tipografía

# Mosk

Amigable a la vista, fuerte con bordes punta, conceptualizada alisotipo

## Uso de Marca

### variantes



## Aplicativos



## Aplicativos



# Aplicativos



# Aplicativos





# Aplicativos



## 7.7. CATÁLOGO DE ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Además de la creación de la imagen del municipio de Conchagua, se vio la necesidad de realizar un catálogo que incluye los atractivos turísticos que, además son el componente de los productos turísticos realizados en la investigación y con los cuales se pretende dinamizar el municipio, así se incluye la descripción de las actividades para el disfrute del turista, invitándolo y sugiriendo visitar estos atractivos y enamorarse de cada una de las actividades planteadas.

Sin olvidar incluir las cinco rutas propuestas con sus actividades para el disfrute de este maravilloso municipio. Además, es necesario que el turista tenga a la mano, los contactos en cada atractivo turístico, para ofrecerle una mejor experiencia al visitar el municipio.

El Catálogo se ha denominado “Conchagua Tierra de Encantos Naturales” y es un documento anexo a este informe; ha sido editado y fue entregado a la Alcaldía Municipal de Conchagua. Está al servicio del sector turismo nacional e internacional.

## ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DE MARCA

Las estrategias de marketing turístico del municipio de Conchagua, buscan crear un nuevo mercado o ampliar la cuota de mercado turístico existente, las cuales responden al diseño de la imagen turística del municipio, haciendo una mezcla de combinación entre el uso de las Tecnología de la Información y Comunicación; otras estrategias competitivas, las cuales nos permiten alcanzar nuevos mercados y mantener el posicionamiento actual.

Entre ellas tenemos:

- Uso de storytelling.
- Uso de las siguientes redes sociales: Facebook, TikTok, Instagram, página web de la Alcaldía Municipal de Conchagua, La Unión. utilizar en las horas que la mayoría de personas estén conectadas para hacer sus publicaciones.
- Usar las siguientes palabras claves a través de hashtag en redes sociales: Turismo, Conchagua, Historia.
- Uso de códigos QR en medios de publicidad.
- Uso de calcomanía con la marca de Conchagua, para vehículo de un diseño de arte.
- Una persona de la alcaldía que maneje las redes sociales, y que postee cada día dos publicaciones de marketing de contenido o alguna promoción que tuviesen las empresas turísticas o productos turísticos.
- Uso de un influencer para promocionar la marca, un ejemplo: Luciana Sandoval (ella ha participado en las fiestas del municipio).
- Medición semanal de las publicaciones para conocer el alcance que se está teniendo
- Fam trip para periodistas para que conozcan los productos turísticos.
- Contar con un número de teléfono exclusivo para la campaña online sobre información turística del municipio de Conchagua.
- Alianza con los empresarios, para generar un cupón de descuento por 15 o 20 visitas al municipio y otorgar una habitación de cortesía o camping con desayuno para 2 personas.
- Premiar al atractivo turístico más visitado, a través de una votación.
- Subir a las redes sociales una foto del recuerdo de su visita a Conchagua y contar su experiencia, y premiar la mejor historia.
- Creación de una mascota para el Pupusódromo.

## 8. CONCLUSIONES

1. Los tipos de turismo que se pueden desarrollar en el municipio de Conchagua son: ecoturismo, turismo de aventura, montaña, turismo de sol y playa, turismo naranja y turismo gastronómico.
2. El municipio de Conchagua, posee un gran potencial turístico, el cual debe ser articulado entre la municipalidad, el gobierno central, los empresarios turísticos, instituciones de educación y la población en general para seguirlo desarrollando y lograr que sea un destino turístico reconocido.
3. Las personas que realizan turismo en el municipio de Conchagua, su gasto promedio oscila entre los \$10.00 y los \$20.00 y realizan viaje de pasa día, a través de esta investigación se propone lograr que los turistas pernoten en el municipio y realizar más actividades turísticas.
4. Los turistas que visitan Conchagua, no hacen uso de la tecnología monetaria, debido al nulo uso de plataformas virtuales o una terminal de punto de venta (P.O.S.), debido a que muy pocas empresas cuentan con este servicio.
5. Entre los servicios que consumen o prefieren los turistas se encuentran los alimentos no procesados y las conservas o dulces típicos.

## 9. RECOMENDACIONES

1. Centralizar la base de información turística en la municipalidad, para que a través de la página web de ellos y de las redes sociales se maneje la imagen turística de todo el municipio.
2. Realizar reunión con los empresarios turísticos del municipio de Conchagua, personal del Centro Amigos de Turistas (CAT), Comités de Desarrollo Turístico, para presentar la “Propuesta de los nuevos productos turísticos”, e incentivarlos para que analice la puesta y se ponga en marcha la propuesta.
3. A través de las redes sociales oficiales de la alcaldía, y de las personas que viven en el extranjero se puede llegar a impactar positivamente a la economía local a través de turistas nuevos y ser un referente de destino turístico de El Salvador.
4. Capacitar a todos los empresarios turísticos, referente a los protocolos de bioseguridad y ayudarles a obtener los permisos correspondientes con el Ministerio de Trabajo y Ministerio de Salud.
5. Incentivar a los empresarios a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo, el cual les aportará beneficios y respaldo de calidad a sus empresas y tengan presencia en el catálogo, capacitaciones y certificaciones.
6. Incentivar a los pequeños negocios a que se constituyan como empresas turísticas y puedan formar parte de la estructura de empresas consolidadas.
7. La municipalidad junto con el Ministerio de Turismo y otras instituciones turísticas, encargadas de realizar la promoción turística deben de coordinar esfuerzos para incrementar la campaña promocional a nivel nacional e internacional, para generar mayor afluencia de turísticas, logrando que su estancia y gasto diario promedio se logren incrementar en el municipio de Conchagua.

## 10. GLOSARIO

**Bienes.** Son objetos físicos producidos para los que existe una demanda, sobre los que se pueden establecer derechos de propiedad y que pueden transferirse de una unidad institucional a otra mediante transacciones realizadas en los mercados.

**Clasificación Central de Productos.** Constituye una clasificación de productos completa que abarca bienes y servicios. Tiene por objeto servir de norma internacional para reunir y tabular todo tipo de estadísticas que requieran los detalles de productos, como la producción industrial, las cuentas nacionales, las industrias de los servicios, el comercio interior y exterior de mercancías, el comercio internacional de servicios, la balanza de pagos, el consumo y las estadísticas de los precios. Otros objetivos básicos son servir de marco para la comparación internacional y promover la armonización de distintos tipos de estadísticas relativas a los bienes y servicios.

**Consumo turístico.** Tiene la misma definición formal que el gasto turístico. No obstante, el concepto de consumo turístico utilizado en la Cuenta Satélite de Turismo va más allá del concepto de gasto turístico. Además, de la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio y para regalar, antes y durante los viajes turísticos, lo que corresponde a transacciones monetarias (el objetivo del gasto turístico), también se incluyen servicios asociados con alojamiento de vacaciones por cuenta propia, transferencias sociales en especie y otro consumo imputado. Estas transacciones deben estimarse utilizando fuentes diferentes de la información recopilada directamente

de los visitantes, como informes sobre intercambio de hogares, estimaciones de alquileres asociados con casas de vacaciones, cálculos de servicios de intermediación financiera medidos indirectamente.

**Consumo turístico emisor.** El consumo turístico de un visitante residente fuera de la economía de referencia.

**Consumo turístico interno.** El consumo turístico de un visitante residente en la economía de referencia.

**Consumo turístico nacional.** Es el consumo turístico de los visitantes residentes, dentro y fuera de la economía de referencia. Es la suma del consumo turístico interno y el consumo turístico emisor.

**Consumo turístico receptor.** El consumo turístico de un visitante no residente en la economía de referencia.

**Cuestionario.** Un cuestionario es un grupo o secuencia de preguntas diseñadas para obtener información acerca de un tema, o una secuencia de temas, de una unidad que informa o de otra unidad productora de estadísticas oficiales.

**Demanda turística interna total.** Consiste en la suma del consumo turístico interno, la formación bruta de capital fijo turístico y el consumo colectivo turístico. No incluye el consumo turístico emisor.

**Diseño de cuestionario.** Es la redacción (el texto, el orden y las condiciones de la omisión) de las preguntas utilizadas para obtener los datos necesarios para la encuesta.

**Encuesta.** Es una investigación de las características de una población dada, mediante la recopilación de datos de una muestra de dicha población y la estimación de sus características por medio del uso sistemático de una metodología estadística.

**Fam Trip.** Son viajes de cortesía que se ofrecen a operadores turísticos o agencias de viajes para que puedan vivir la experiencia de un destino turístico en primera persona.

**Gasto turístico.** El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros.

**Motivo principal de un viaje turístico.** Se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos según el motivo principal hace referencia a nueve categorías: esa tipología permite identificar los diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera).

**Productos Turísticos.** Es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos.

**Servicios.** Los servicios son el resultado de una actividad productiva que cambia las condiciones de las unidades que los consumen o que facilita el intercambio de productos o de activos financieros.

**Servicios Turísticos.** Son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.

**Turista (o visitante que pernocta).** Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

**Turismo internacional.** Incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

**Turismo interno.** Incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

**Turismo nacional.** Abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

**Turismo receptor.** Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

**Viaje.** El término “viaje” designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes que realizan los visitantes son viajes turísticos.

**Viaje en grupo.** Compuesto por personas o grupos de viaje que viajan juntos: por ejemplo, personas que realizan el mismo paquete turístico, o jóvenes que van a un campamento de verano.

**Viajes/viajero.** El término “viaje” designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración.

**Viaje turístico.** Los viajes realizados por visitantes son viajes turísticos.

**Viaje turístico interno.** Es aquel cuyo destino principal está situado en el país de residencia del visitante.


## 11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS


1. Calderón Vásquez, Francisco José, 2005. Tesis Doctoral: “Distrito turístico rural un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. Especial referencia al caso andaluz” Universidad de Málaga, España.
2. Cruz Rovira, Elsy Carolina, Rivas Ramírez, Yessenia Yamileth, Vásquez Alvarenga, Rosa Yamileth. 2014. Tesis: Plan promocional para la “Asociación de desarrollo turístico de Conchagua” a fin de potenciar la demanda de los recursos turísticos en el municipio de Conchagua, departamento de La Unión. Universidad de El Salvador. El Salvador.
3. Kotler, Philip, Bowen, Jhon t, Makens, James. 2004. Marketing para Turismo. Tercera Edición. Editorial Pearson Education S. A. Madrid. España.
4. Ministerio de Turismo de Perú. 2006. Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. Recuperado de: [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/401761/Manual\\_para\\_la\\_Elaboaracion\\_y\\_actualizacion\\_del\\_inventario\\_de\\_recursos\\_turisticos.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/401761/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf)

5. Pérez de las Heras, Mónica. 2004. Manual de Turismo Sostenible, Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente sostenible. Ediciones Mundi-Presa.
6. Tomaello, Flavia, Duer, Walter. 2015. Turismo 2.0 todo lo que ud. necesita saber del marketing turístico en redes sociales. Primera Edición. Ediciones Turísticas. Buenos Aires, Argentina.
7. Conchagua creando entornos favorables para el desarrollo. COMURES. Recuperado de: <file:///D:/Conchagua/Sistematizacion-CONCHAGUA.pdf>
8. Definición y clasificación de los recursos turísticos, 2020 Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/>
9. El concepto del producto turístico. Repositorio <http://www.ucipfg.com/> por Lic. Juan Manuel de la Colina. Recuperado de: [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo\\_Turistico\\_-\\_LS2.2.\\_Concepto\\_de\\_Producto\\_Turistico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf)
10. "Informe Estadístico de Turismo – enero-diciembre 2019. Portal de Transparencia, Estadísticas, Corsatur Recuperado de: <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/corsatur/documents/estadisticas>
11. "Informe Estadístico de Turismo – enero-junio 2020. Ministerio de Turismo. Recuperado de: Portal de Transparencia, Estadísticas, Corsatur Recuperado de: <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/corsatur/documents/estadisticas>
12. Manual Paso a Paso para el Diseño de Productos Turísticos Integrados Servicio Nacional de Turismo. 2015. Recuperado de: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>
13. Naciones Unidas. Agosto-2020. Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo. : Consulta: diciembre-2020. Recuperado de: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
14. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <http://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.
15. Organización Mundial del Turismo. Abril-2020. Apoyo al empleo y a la economía a través de los viajes y el turismo. Llamamiento a la acción para mitigar el impacto socioeconómico de la COVID-19 y acelerar la recuperación. Consulta: diciembre-2020. Recuperado de: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)


## 12. ANEXOS – FICHAS TÉCNICAS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS


A continuación, se muestran ejemplos de fichas técnicas de atractivos turísticos. Dentro de estas fichas tenemos: reconocimiento de atractivo turístico natural, reconocimiento de atractivo turístico cultural, ficha de producto turístico, ficha de evaluación para hoteles y restaurantes y ficha de evaluación para transporte.


Reconocimiento de atractivo turístico natural	
<b>Nombre del atractivo.</b>	Laguna Los Negritos.
<b>Ubicación:</b>	Caserío Los Negritos, Cantón El Pílon, municipio de Conchagua, en el departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, caminata por sendero. Bus Ruta 473.
<b>Infraestructura</b>	N/A
<b>Estado de conservación y preservación:</b>	Bastante descuidado, para llegar al recurso, solo se puede hacer caminando.
<b>Actividades:</b>	Pesca, actividades de baño.
<b>Descripción:</b>	<p>La Laguna Los Negritos, tiene una extensión de 13.97 Km<sup>2</sup> (MARN, 2000).</p> <p>Pertenece a la zona de vida bosque húmedo, subtropical, la cual constituye el 85.6% de la superficie del territorio, que se extiende desde la cadena volcánica hasta las planicies costeras. En los territorios de la cadena volcánica, meseta central y valles interiores, los suelos que prevalecen son los regosoles formados por cenizas volcánicas recientes. Hasta el recurso la vía de acceso es caminando, se puede realizar actividades de baño y sobre todo pesca de parte de los lugareños, el clima es agradable por la abundante vegetación.</p>
<b>Fotografía:</b>	 <p>Autora: Magaly Umaña</p>

Reconocimiento de atractivo turístico natural	
<b>Nombre del atractivo</b>	Playa La Hacienda.
<b>Ubicación</b>	Caserío La Hacienda, cantón El Cacao, municipio de Conchagua, en el departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, vía marítima por medio de lancha saliendo de cualquier playa cercana o del Muelle Los Coquitos en la Ciudad de La Unión.  Bus ruta 487.
<b>Infraestructura</b>	N/A
<b>Estado de conservación y preservación</b>	Bastante descuidada, los lugareños no muestran ningún interés de desarrollo turístico.
<b>Actividades</b>	Pesca, actividades de baño y deportivas como fútbol de playa.
<b>Descripción</b>	Es una playa muy visitada por los lugareños, no es comercializada porque su acceso es limitado, hasta hace poco tiene acceso en automóvil antes solo era un sedero por lo que el ingreso era caminando. Su principal atractivo en la playa es una cueva que es un respiradero del volcán de Conchagua. La actividad principal por los lugareños es la pesca, actividades deportivas como futbol de playa. Desde el desvió El Ciprés en automóvil se llega en 2 horas a la playa.
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: right;">Autora: Flor Henríquez</p>





Reconocimiento de atractivo turístico natural	
<b>Nombre del atractivo</b>	Playa El Jagüey.
<b>Ubicación</b>	Cantón El Jagüey, al norte de Punta El Faro, municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, transporte público, vía marítima por medio de lancha saliendo de cualquier playa cercana o del Muelle Los Coquitos en la Ciudad de La Unión.  Ruta de bus: 383.
<b>Infraestructura</b>	Hoteles, restaurantes, ranchos privados en alquiler, tiendas de primera necesidad.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	No presenta contaminación visible, una playa bastante conservada.
<b>Actividades</b>	Pesca, cultivo de almejas, venta de ostras y se puede realizar actividades de baño.
<b>Descripción</b>	Una playa espectacular, con vistas impresionantes al Volcán Conchagua, Isla de Meanguera y Amapala. El lugar ideal para salir de la rutina y liberarte del estrés.
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: right;">Autora: Magaly Umaña</p>

Reconocimiento de atractivo turístico natural	
<b>Nombre del atractivo</b>	Playas Negras.
<b>Ubicación</b>	Cantón Playas Negras, municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, transporte público, vía marítima por medio de lancha saliendo de cualquier playa cercana o del Muelle Los Coquitos en la Ciudad de La Unión.  Ruta de bus: 383.
<b>Infraestructura</b>	Ranchos privados en alquiler, cabañas, hoteles, restaurantes y cervecerías.  Hotel Las Cejas y otros más cercanos.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	En temporadas normales no presenta contaminación visible, mientras que en las temporadas altas se ve basura en la playa.
<b>Actividades</b>	Pesca, actividades de baño en el mar y las piscinas de formaciones rocosas con agua salada. Por su abundante arena es perfecta para realizar caminatas o correr por las mañanas; se dan las condiciones para acampar.
<b>Descripción</b>	Se distingue por su arena negra, de ahí proviene el nombre. La playa es conocida por sus formaciones rocosas. Los lugareños las han dispuesto para la creación de piscinas naturales, simulando pequeñas pozas, donde se realizan actividades de baño con agua salada, ya que son formadas a la orilla del mar y cuando la marea esta alta fácilmente se llenen las piscinas. El atardecer en Playa Negra es impresionante, los colores que se pintan en el cielo y se reflejan en la arena es todo un espectáculo. Realmente, son momentos llenos de magia y belleza única. Una playa tranquila con poca afluencia de turistas.
<b>Fotografía</b>	
	<p>Autora: Magaly Umaña</p>


Reconocimiento de atractivo turístico natural	
<b>Nombre del atractivo</b>	Playas Blancas.
<b>Ubicación</b>	Municipio de Conchagua, está situada al suroeste de Playa El Jagüey y al este de Playas Negras, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, transporte público, vía marítima por medio de lancha saliendo de cualquier playa cercana o del Muelle Los Coquitos en la Ciudad de La Unión.
<b>Infraestructura</b>	Ranchos privados en alquiler.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	No presenta contaminación visible, una playa bastante conservada.
<b>Actividades</b>	Actividades de baño, deportivas de futbol de playa, caminatas, carreras.
<b>Descripción</b>	Una playa ideal para descansar, gracias a la poca actividad turística. Por su ubicación se desarrollan olas espumeantes y el sonido del mar hacen que su estancia sea totalmente placentera.
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: right;">Autora: Magaly Umaña</p>

## Reconocimiento de atractivo turístico natural


<b>Nombre del atractivo</b>	Playa Las Tunas.
<b>Ubicación</b>	Cantón Las Tunas, municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, transporte público, vía marítima por medio de lancha saliendo de cualquier playa cercana o del Muelle Los Coquitos en la Ciudad de La Unión.  Ruta de bus: 383.
<b>Infraestructura</b>	Hoteles, restaurantes, comedores, ranchos privados en alquiler, cervecerías, tienda de productos de primera necesidad, salón de evento.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	Es una de las playas más visitadas del municipio, tiene mucha afluencia de turistas y los residuos de basura son visibles, vasos, platos, cubiertos desechables, bolsas plásticas, de golosinas, botellas o latas de jugo, bebidas carbonatadas.
<b>Actividades</b>	Paseo en lancha, actividades de baño, juegos de fútbol playa y voleibol.
<b>Descripción</b>	La playa durante todo el año es una de las mejores para los turistas. Es reconocida por sus arenas negras y las formaciones rocosas que forman piscinas en la costa. Debido a esto, los oleajes no son tan fuertes en comparación con otras playas que se encuentran el país. La variedad de restaurantes hace que se convierta en un excelente destino para degustar diferentes platillos, lo peculiar que en el centro de la playa se encuentran una formación rocosa impresionante, donde restauranteros han adecuado para atender a los turistas de la mejor manera. A lo largo de toda la playa se encuentran ventas de minutas, cocos, bisutería y recuerdos elaborados de conchas, arena o piedra.
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: right;">Autora: Magaly Umaña</p>


Reconocimiento de atractivo turístico natural	
<b>Nombre del atractivo</b>	Playa El Tamarindo.
<b>Ubicación</b>	Cantón El Tamarindo, municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, transporte público, vía marítima por medio de lancha saliendo de cualquier playa cercana o del Muelle Los Coquitos en la Ciudad de La Unión.  Ruta de bus: 383.
<b>Infraestructura</b>	Hoteles, restaurantes, comedores, ranchos privados en alquiler, cervecerías, tienda de productos de primera necesidad.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	En temporadas altas, se ve basura superficial en pocas cantidades en la playa y se encuentran zonas donde hay muchos desperdicios de mariscos.
<b>Actividades</b>	Por el litoral oriental o por recorridos ya establecidos como tours hacia las Islas del Golfo de Fonseca, se hacen paseos en lancha, por los manglares y otras playas igualmente atractivas. En Playa El Tamarindo también es área de desove de tortugas marinas, por lo que, en ciertas épocas del año los turistas participan en la liberación de estas especies en peligro de extinción. Se realiza pesca deportiva, actividades de baño, buceo, caminatas, carreras por las mañanas, cuatrimotos, juegos de playa fútbol y voleibol.
<b>Descripción</b>	La Playa El Tamarindo, es un edén al que muy pocos visitan y que se destaca por sus diversos paisajes naturales.  La playa es un dechado de virtudes al que debemos ir cuando queremos descansar sin muchas preocupaciones, bajo el intenso calor del sol, sus características son similares a las de un estero, por lo que son bastante seguras las actividades de baño.
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: right;">Autora: Magaly Umaña</p>

## Reconocimiento de atractivo turístico natural


<b>Nombre del atractivo</b>	Laguna Ciprés.
<b>Ubicación</b>	Cantón El Ciprés, municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil.
<b>Infraestructura</b>	N/A
<b>Estado de conservación y preservación</b>	No sé presenta contaminación visible.
<b>Actividades</b>	Actividades de baño, pesca artesanal por lugareños.
<b>Descripción</b>	Laguna Ciprés se ubica dentro de la cuenca de Los Chorros, la cual tiene una extensión de 20.47 Km <sup>2</sup> , y pertenece a la Zona de Vida Bosque Húmedo Sub- Tropical, la cual constituye el 85.6% de la superficie del territorio y se extiende desde la cadena volcánica hasta las planicies costeras donde predominan suelos aluviales. No presenta actividad turística, los residentes de los cantones vecinos son los que visitan la laguna y realizan sus actividades de pesca.
<b>Fotografía</b>	


Autora:  
Magaly Umaña


<b>Reconocimiento de atractivo turístico natural</b>	
<b>Nombre del atractivo</b>	Playa Torola.
<b>Ubicación</b>	Aproximadamente a 160 kilómetros desde la ciudad San Salvador, en el municipio de Conchagua departamento de La Unión. Cantón Las Tunas, municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, transporte público, vía marítima por medio de lancha saliendo de cualquier playa cercana o del Muelle Los Coquitos en la Ciudad de La Unión. Ruta de bus: 383.
<b>Infraestructura</b>	Hoteles, restaurantes, ranchos privados en alquiler.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	No presenta contaminación visible.
<b>Actividades</b>	Actividades de baño en el mar y las piscinas de formaciones rocosas, con agua salada. Al finalizar el día se puede realizar una caminata. Que es el mejor espectáculo del atardecer.
<b>Descripción</b>	Es una playa que agrada por su delicado oleaje, gracias a las formaciones rocosas que están a orilla del mar. Agua cálida, más oleaje suave, que hace la combinación perfecta para bañarse a cualquier hora. Existe gran cantidad de formaciones rocosas y no solo en esta playa sino, también en las playas vecinas. Lo más imponente y popular es la denominada Piedra del Encantado, en su interior existe una especie de jacuzzi formado naturalmente, es una delicia disfrutar de un baño en este lugar. La playa es atractiva de los amantes de la lectura porque posee muchas palmeras donde fácilmente se refugian del sol y se disponen a leer un libro. Los fotógrafos aficionados pueden realizar unas tomas increíbles a tanta belleza natural.
<b>Fotografía</b>	
	Autora: Magaly Umaña

Reconocimiento de atractivo turístico natural	
<b>Nombre del atractivo</b>	Volcán de Conchagua.
<b>Ubicación</b>	Municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Caminando con un nivel de dificultad baja, es más que todo resistencia y para temporada de invierno el terreno se vuelve un poco difícil. Carro o camión 4x4.
<b>Infraestructura</b>	Zona para acampar.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	Esta bastante conservado, sin rastro de basura, toda el área del volcán con mucha vegetación.
<b>Actividades</b>	Caminatas a los alrededores, hacia los diferentes miradores y por senderos, camping, observación de aves y paisajismo.
<b>Descripción</b>	El volcán brinda una de las más admirables vistas, a las islas del Golfo de Fonseca y de la costa salvadoreña, está rodeado casi en su totalidad por las diversas playas de esta región, es el único volcán costero en el área del país, de ahí su característica belleza. En los últimos años se ha convertido en uno de los atractivos más emblemáticos de El Salvador y representativos del departamento de La Unión.
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: right;">Autor: Raúl Arias</p>




<b>Reconocimiento de atractivo turístico natural</b>	
<b>Nombre del atractivo:</b>	Área Natural Protegida Complejo Conchagua.
<b>Ubicación</b>	Municipio de Conchagua, departamento de La Unión, se ubica a 1,157 msnm, apreciándose una vista.
<b>Vías de acceso</b>	En carro o camión 4x4, caminando con un nivel de dificultad baja, es más que todo resistencia y para temporada de invierno el terreno se vuelve un poco difícil.
<b>Infraestructura</b>	Zona para acampar, baños, cabañas y miradores.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	Abundante fauna y flora. Bastante conservado, sin rastro de basura, toda el área del volcán con mucha vegetación.
<b>Actividades</b>	Ecoturismo, caminatas a los alrededores, hacia los diferentes miradores, caminatas por senderos, camping, observación de aves y paisajes.
<b>Descripción</b>	Está integrada por 1,200 manzanas de bosque, donde habitan diferentes especies animales y mucha vegetación. La zona se eleva a 1,157 metros sobre el nivel del mar, lo que permite disfrutar de un clima fresco, vistas impresionante hacia Golfo de Fonseca y la costa salvadoreña. El amanecer se convierte en todo un espectáculo gracias a la ubicación.
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: right;"><b>Autor: Funsalprodece</b></p>


Reconocimiento de atractivo turístico cultural	
<b>Nombre del atractivo</b>	Iglesia Colonial Santiago Apóstol, del municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Ubicación</b>	Municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	<p>En vehículo por Carretera Panamericana, que lleva directamente hasta Ciudad de La Unión. También puedes viajar por la Carretera Litoral; en El Delirio, giras a la derecha haciendo medio giro en el redondel, al llegar a la Ciudad de La Unión, sigues por el bypass buscando el desvío hacia Conchagua.</p> <p>En bus interdepartamental, tomar la ruta 304 en la Terminal de Oriente (San Salvador) y luego en el centro de la Ciudad de La Unión la ruta 382.</p>
<b>Infraestructura</b>	El Pupusódromo, frente el parque central y al costado derecho y sus los alrededores comedores, restaurantes y cafés.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	Las paredes de la Iglesia, casi de un metro de grosor han hecho que resista el paso del tiempo y que se pueda apreciar hoy en día la misma fachada de hace 322 años. Buen estado de conservación.
<b>Actividades</b>	Actividades religiosas católicas.
<b>Descripción</b>	<p>Entre las faldas del Volcán de Conchagua descansa desde hace 322 años una de las iglesias más antiguas de nuestro país.</p> <p>La iglesia colonial fue construida en honor a Santiago Apóstol en 1693 por Wenceslao Ramírez y Antonio García. Esta joya arquitectónica no es rica en ornamentos, pero si es un ejemplo digno de las construcciones centenarias realizadas con materiales ligeros.</p>
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: right;">Autora: Magaly Umaña</p>

Reconocimiento de atractivo turístico cultural	
<b>Nombre del atractivo</b>	Parque Municipal de Conchagua.
<b>Ubicación</b>	Municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, transporte público. Ruta 382.
<b>Infraestructura</b>	Enfrente la iglesia colonial, al costado derecho el Pupusódromo y a los alrededores comedores, restaurantes y cafés.
<b>Estado de conservación y preservación</b>	Siempre lo mantienen muy limpio, y en buenas condiciones, al igual que los jardines, todo está bien iluminado.
<b>Actividades</b>	En los fines de semana se puede disfrutar de platillos típicos de la zona, es perfecto para ir a relajarse a pasar tiempo en familia y ir a caminar a los alrededores.
<b>Descripción:</b>	En este parque se realiza un festival gastronómico, donde se ofrece comidas típicas, como: pupusas, pastelitos de carne, empanadas, tiste, pozol y chicha. En las fiestas patronales se realizan danzas folklóricas y otras festividades culturales. Además, se fabrican productos de artesanía en madera y el fruto del morro. En el centro del parque se encuentra una fuente, con una decoración de leones alrededor de ella que adornan el centro del parque, a sus alrededores hay bancas, variedad de plantas, y un área de juegos para niños.
<b>Fotografía:</b>	 <p style="text-align: right;">Autora: Magaly Umaña</p>


## Reconocimiento de atractivo turístico natural

<b>Nombre del atractivo</b>	Playa Maculís.
<b>Ubicación</b>	Caserío Maculis, cantón El Jagüey, Conchagua, La Unión.
<b>Vías de acceso</b>	Automóvil, transporte público y vía marítima por medio de lancha saliendo de cualquier playa cercana o del Muelle Los Coquitos en la Ciudad de La Unión. Ruta de bus hacia El Tamarindo 383.
<b>Infraestructura</b>	N/A
<b>Estado de conservación y preservación</b>	No presenta contaminación visible, una playa bastante conservada.
<b>Actividades</b>	Pesca, actividades de baño, deportivas como fútbol de playa, carreras y caminatas.
<b>Descripción</b>	Maculís es una playa perfecta, un kilómetro de arena clara, limpia, en forma de medio círculo, con arrecife a cada punta que quiebra las olas marinas. Estas se forman de nuevo en la bahía de la playa, pero más suave, lo que permite siempre bañarse en familia con toda seguridad.
<b>Fotografía</b>	 <p style="text-align: right;">Autora: Magaly Umaña</p>


### Ficha de Producto Turístico

<b>Fotografía</b>	
<b>Ficha N°</b>	1
<b>Nombre del Producto</b>	Pupusódromo de Conchagua.
<b>Tipo de Producto</b>	Cultural-Social.
<b>Ubicación</b>	Municipio de Conchagua, departamento de La Unión.
<b>Descripción del Producto</b>	A un costado del parque central se sitúa un pupusódromo, con más de 10 pupuserías que no solo ofrecen unas deliciosas pupusas, también platos típicos, refrescos naturales, licuados y otras opciones en bebida como el atol de semilla de marañón desde las 9:00 a.m. hasta las 10:00 p.m. todos los días, aclarar que durante la semana no están abierto todos los negocios.
<b>Público objetivo según la búsqueda</b>	Turistas nacionales y extranjeros.
<b>Precio de entrada</b>	N/A
<b>Época de visita</b>	Todo el año.
<b>Acceso al recurso</b>	<p>En vehículo por Carretera Panamericana, que lleva directamente hasta Ciudad de La Unión. También puede viajar por la Carretera Litoral; en El Delirio, gira a la derecha haciendo medio giro en el redondel, al llegar a la Ciudad de La Unión, sigue por el bypass buscando el desvío hacia Conchagua.</p> <p>En bus interdepartamental tomar la ruta 304 en la Terminal de Oriente (San Salvador) y luego en el centro de la Ciudad de La Unión la ruta 382.</p> <p>Rutas de buses hacia Conchagua, La Unión: 382, costo del pasaje \$0.27 USD.</p>

## Ficha de Producto Turístico

<p><b>Fotografía</b></p>	 <p style="text-align: center;">Autora: Julissa Gómez</p>
<p><b>Ficha N°</b></p>	<p>2</p>
<p><b>Nombre del Producto</b></p>	<p>Mirador Espiritu de la Montaña.</p>
<p><b>Tipo de Producto</b></p>	<p>Atractivo natural.</p>
<p><b>Ubicación</b></p>	<p>A 9.5 km del Parque Municipal de Conchagua, departamento de La Unión.</p>
<p><b>Descripción del Producto</b></p>	<p>El Espíritu de la Montaña es un mirador privado, se encuentra en el Volcán de Conchagua. Tiene una de las mejores vistas hacia las islas del Golfo de Fonseca y las Costas Salvadoreñas. El amanecer es todo un espectáculo gracias a la ubicación, se puede realizar actividades de camping, ciclismo y caminatas a los diferentes miradores de la zona.</p>
<p><b>Público objetivo según la búsqueda</b></p>	<p>Turistas nacionales y extranjeros.</p>
<p><b>Precio de entrada</b></p>	<p>Al mirador \$5.00. Derecho de camping \$2.00.</p>
<p><b>Época de visita</b></p>	<p>Todo el año.</p>
<p><b>Acceso al recurso</b></p>	<p>El acceso hasta la cima del volcán se puede realizar caminando con un nivel de dificultad baja, es más que todo resistencia y para temporada de invierno el terreno se vuelve un poco difícil. Carro o camión 4x4.</p>

### Ficha de Producto Turístico

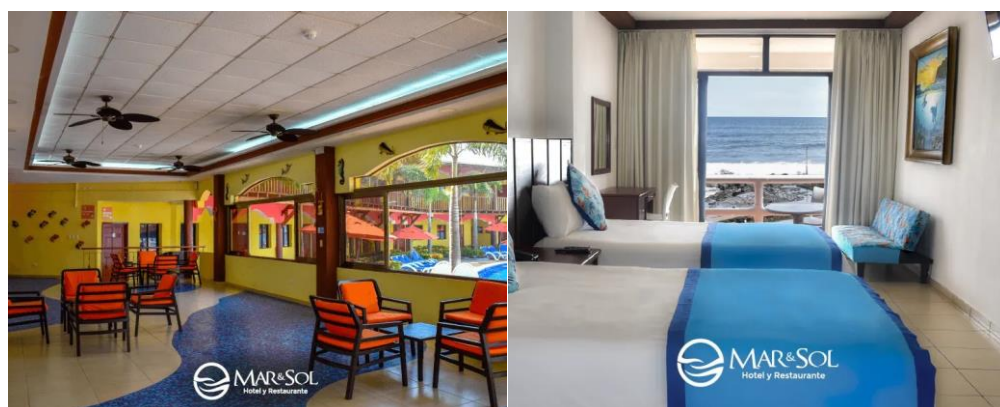
<p><b>Fotografía:</b></p>	 <p>Autor: Ministerio de Trabajo y Previsión Social -  <a href="https://www.mtps.gob.sv/servicios/dr-miguel-felix-charlaix-el-tamarindo-departamento-de-la-union/">https://www.mtps.gob.sv/servicios/dr-miguel-felix-charlaix-el-tamarindo-departamento-de-la-union/</a></p>
<p><b>Ficha N°</b></p>	<p>3</p>
<p><b>Nombre del Producto</b></p>	<p>Centro de Recreación Dr. Miguel Félix Charlaix.</p>
<p><b>Tipo de Producto</b></p>	<p>Esparcimiento.</p>
<p><b>Ubicación</b></p>	<p>Cantón El Tamarindo, kilómetro 191, una cuadra antes de la PNC frente a Maquila FUNDATAMARINDO, Conchagua, La Unión.</p>
<p><b>Descripción del Producto</b></p>	<p>Un recurso que el Ministerio de Trabajo y Previsión Social, pone a disposición para la población en general, como una prestación para un sano esparcimiento, integración y recreación.</p>
<p><b>Público objetivo según la búsqueda</b></p>	<p>Turistas, público en general.</p>
<p><b>Precio de entrada</b></p>	<p>Menores de 21 años hasta 12 años: \$0.50.          Mayores de 21 años: \$1.00.          Personas extranjeras: \$3.00.</p>
<p><b>Época de visita</b></p>	<p>Todo el año, en especial día de vacaciones.</p>
<p><b>Acceso al recurso</b></p>	<p>Desde La Unión dirigirse al Este por 8ª avenida Sur, girar a la derecha hacia Calle Meanguera, seguir hasta el Bypass La Unión, continua por la CA-2, gira a la derecha en calle alterna a El Tamarindo a 1.1 km.</p>

Ficha de evaluación para hoteles y restaurantes	
<b>Nombre de la empresa</b>	Hotel Mar & Sol.
<b>Nombre del propietario</b>	Hans Fischer.
<b>Nombre del administrado/encargado de ventas</b>	José Ignacio Munguía.
<b>N° de teléfono</b>	2697-7779.
<b>Ubicación del Hotel</b>	Conchagua, La Unión, El Salvador.
<b>Página web</b>	<a href="https://www.hotel-marysol.com/es/index.html">https://www.hotel-marysol.com/es/index.html</a>
<b>Redes sociales</b>	Mar y Sol-Hotel y restaurante.
<b>País</b>	El Salvador.
<b>Departamento</b>	La Unión.
<b>Municipio</b>	Conchagua.
<b>Caserío/Cantón</b>	Las Tunas.
<b>Tipo de hotel</b>	Playa.
<b>Descripción del Hotel</b>	<p>El Hotel y Restaurante está situado en La Unión, a 23 km del Volcán Conchagua. Mar &amp; Sol ofrece alojamiento con restaurante, aparcamiento privado gratuito, salón común y jardín. Ofrece habitaciones familiares y parque infantil. El alojamiento cuenta con 24 horas de recepción, servicio de habitaciones, WiFi gratuita en todas las instalaciones.</p> <p>Las habitaciones están equipadas con TV de pantalla plana, baño privado y patio con vistas a las piscinas.</p> <p>Mar &amp; Sol, Hotel y Restaurante sirve de desayuno buffet todas las mañanas.</p> <p>El alojamiento dispone de terraza.</p>
<b>Categoría</b>	Mediano.
<b>Total de habitaciones</b>	20 habitaciones.
<b>Tipos de camas</b>	Individuales y dobles.
<b>Bungalós</b>	No aplica.
<b>Cabañas</b>	No aplica.
<b>Precios</b>	Desde \$75 en adelante.
<b>Equipamiento de la habitación</b>	Televisión, WiFi, baño privados, aire acondicionado y sillas.



<b>Servicios complementarios</b>	Piscinas, hamacas, zonas verdes, restaurante, glorietas, canchas de futbol, salones para eventos sociales y empresariales, tienda de suvenir.
<b>Servicios Básicos</b>	Agua, luz, teléfono.
<b>Accesibilidad</b>	Buena.
<b>Tipo de menú</b>	Comida buffet y a la carta.

Galería de Fotografías de las instalaciones:



Fotografías pertenecientes a Hotel Mar y Sol. <https://www.hotel-marysol.com/>

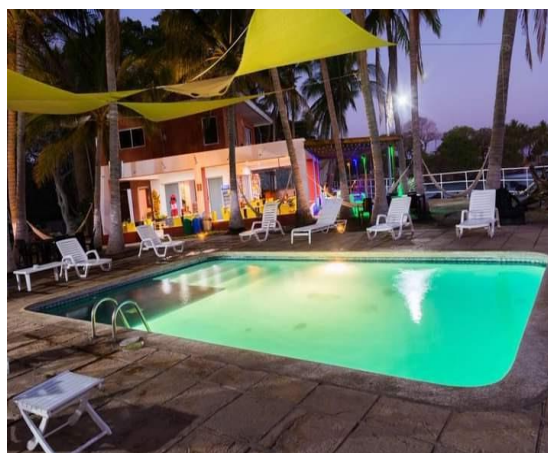
Responsable del levantamiento de la información: Carlos Iraheta- Estudiante de la carrera de Técnico en Hostelería y Turismo. ITCA FEPADE, Megatec La Unión.

Ficha de evaluación para hoteles y restaurantes Nombre	
de la empresa	Hotel y Restaurante Maribel.
Nombre del propietario	Maritza Maribel Moreira Vda. de Díaz.
Nombre del administrado/encargado de ventas	Ingrid Turcios.
N° de teléfono	7535 8890.
Página web	<a href="https://hotelesleonesmarinos.com/">https://hotelesleonesmarinos.com/</a>
Redes sociales	Hotel y Restaurante Maribel.
País	El Salvador.
Departamento	La Unión.
Municipio	Conchagua.
Caserío/Cantón	Caserío Las Mueludas/ Cantón El Jagüey.
Tipo de hotel	Playa.
Descripción del Hotel	El Hotel y Restaurante Maribel está a 30 minutos en coche del Volcán de Conchagua, proporciona aparcamiento gratuito y parking privado. El Hotel y Restaurante Maribel cuenta con 6 habitaciones. Puede hacer uso de servicio de traslado al aeropuerto y servicio de limpieza.
Total de habitaciones	6 habitaciones.
Tipos de camas	Dobles.
Bungalós	No aplica.
Cabañas	No aplica.
Precios	Desde \$152.00.
Equipamiento de la habitación	Aire acondicionado, baño, tocador.
Servicios complementarios	Restaurante, piscina, zonas verdes e Internet.
Servicios Básicos	Agua, luz.
Accesibilidad	Buena.
Tipo de menú	Comida a la carta.

## Galería de Fotografías de las Instalaciones



Fotografías pertenecientes a: <https://www.tripadvisor.es/>



Fotografía perteneciente  
a: <https://www.tripadvisor.es/>

Fotografía perteneciente a Hotel y Restaurante Maribel  
<https://www.facebook.com/MaribelHotelyRestaurante>

Responsable del levantamiento de la información: Brenda Canales. Estudiante de la carrera de Técnico en Hostelería y Turismo. ITCA FEPAD, Megatec La Unión.

### Ficha de evaluación para hoteles y restaurantes

<b>Nombre de la empresa</b>	La Cubierta Hotel y Restaurante.
<b>Nombre del propietario</b>	No proporcionado por seguridad.
<b>Nombre del Administrado/Encargado de ventas</b>	No proporcionado por seguridad.
<b>N° de teléfono</b>	7798 3109.
<b>Página web</b>	<a href="https://www.foodyas.com/SV/Las-Tunas/185910708099043/La-Cubierta%2C-Hotel-y-Restaurante">https://www.foodyas.com/SV/Las-Tunas/185910708099043/La-Cubierta%2C-Hotel-y-Restaurante</a>
<b>Redes sociales</b>	La Cubierta, Hotel y Restaurante.
<b>País:</b> El Salvador	
<b>Departamento</b>	La Unión.
<b>Municipio:</b>	Conchagua.
<b>Caserío/Cantón</b>	Playa Torola.
<b>Tipo de hotel</b>	Playa.
<b>Descripción del Hotel</b>	<p>La Cubierta, Hotel y Restaurante, está ubicado en la costa salvadoreña, en una de las hermosas playas de La Unión. a 1.5 km después de Playa Las Tunas en la carretera al Tamarindo. Este ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Habitaciones familiares con aire acondicionado.</li> <li>▪ Servicio de restaurante, con un amplio menú de carnes, aves y mariscos, también con variedad de bebidas en Pacific Bar.</li> <li>▪ Amplio parqueo.</li> <li>▪ Acceso a playa.</li> <li>▪ Piscinas de agua dulce y agua salada.</li> <li>▪ Alquiler para eventos.</li> <li>▪ Cancha de futbol playa.</li> </ul>
<b>Total de habitaciones</b>	9 habitaciones.
<b>Tipos de camas</b>	Dobles.
<b>Bungalós</b>	No aplica.
<b>Cabañas</b>	No aplica.
<b>Precios</b>	Desde \$50.00.
<b>Equipamiento de la habitación</b>	Televisión, baño privado, aire acondicionado.
<b>Servicios complementarios</b>	Restaurante, piscinas, hamacas, cancha de futbol, parqueo.
<b>Servicios básicos</b>	Agua, luz.

<b>Accesibilidad</b>	Buena.
<b>Tipo de menú</b>	A la carta.

**Galería de fotografías de las instalaciones**



Fotografía perteneciente a La Cubierta, Hotel y Restaurante.

<https://www.facebook.com/La-Cubierta-Hotel-y-Restaurante-185910708099043>

Responsable del levantamiento de la información: Flor Avelar. Estudiante de la carrera de Técnico en Hostelería y Turismo. ITCA FEPAGE, Megatec La Unión.

Ficha de evaluación para hoteles y restaurantes	
<b>Nombre de la empresa</b>	Hostal El Caracol.
<b>Nombre del propietario</b>	No proporcionado por seguridad.
<b>Nombre del Administrado/Encargado de ventas</b>	No proporcionado por seguridad.
<b>N° de teléfono</b>	No proporcionado por seguridad.
<b>Página web</b>	<a href="http://yellowsmall.com/en/hostal-el-caracol-conchagua-el-salvador-118760405145348">http://yellowsmall.com/en/hostal-el-caracol-conchagua-el-salvador-118760405145348.</a> <a href="https://m.facebook.com/Hostal-El-Caracol">https://m.facebook.com/Hostal-El-Caracol</a>
<b>Redes sociales</b>	<a href="https://m.facebook.com/Hostal-El-Caracol">https://m.facebook.com/Hostal-El-Caracol</a>
<b>País</b>	El Salvador.
<b>Departamento</b>	La Unión.
<b>Municipio</b>	Conchagua.
<b>Caserío/Cantón</b>	Llanos Los Patos.
<b>Descripción del Hotel</b>	Un lugar muy accesible, para visitar y hospedarse, con muy buenos servicios.
<b>Total de habitaciones</b>	6 Habitaciones.
<b>Tipos de camas</b>	Individuales y dobles.
<b>Bungalós</b>	No aplica.
<b>Cabañas</b>	No aplica.
<b>Precios</b>	Desde \$20.00.
<b>Equipamiento de la habitación</b>	Televisión, baño privado, aire acondicionado.
<b>Servicios complementarios</b>	Cafetería, piscinas, hamacas, parqueo.
<b>Servicios Básicos</b>	Agua, luz, teléfono.
<b>Accesibilidad</b>	Buena.
<b>Tipo de Menú</b>	A la carta.

Galería de fotografías de las instalaciones:



Fotografía perteneciente a Hostal El Caracol  
<https://m.facebook.com/Hostal-El-Caracol>

Responsable del levantamiento de la información: Kevin Vásquez. Estudiante de la carrera de Técnico en Hostelería y Turismo. ITCA FEPADE, Megatec La Unión.

Ficha de evaluación para hoteles y restaurantes	
Nombre de la empresa	Rancho Las Olas.
Nombre del propietario	No proporcionado por seguridad.
Nombre del Administrado/Encargado de ventas	No proporcionado por seguridad.
N° de teléfono	7922 8356.
Página web	No posee.
Redes sociales	<a href="https://www.facebook.com/1574036349354403">https://www.facebook.com/1574036349354403</a>
País	El Salvador.
Departamento	La Unión.
Municipio	Conchagua.
Caserío/Cantón	Cantón Playas Negras.
Descripción del Hotel	<p>Ubicado en Payas Negras, carretera al Tamarindo. Este ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Habitaciones familiares.</li> <li>▪ Servicio de restaurante con un amplio menú de carnes, aves y mariscos, también con variedad de bebidas.</li> <li>▪ Amplio Parqueo.</li> <li>▪ Acceso a Playa.</li> <li>▪ Piscinas de agua dulce y agua salada.</li> <li>▪ Glorietas.</li> <li>▪ Alquiler para eventos.</li> </ul>
Total de habitaciones	3 Habitaciones.
Tipos de camas	Dobles.
Bungalós	No aplica.
Cabañas	No aplica.
Precios	Desde \$20.00.
Equipamiento de la habitación	Televisión, baño privado, aire acondicionado.
Servicios complementarios	Restaurante, piscinas, hamacas, parqueo.
Servicios Básicos	Agua, luz.
Accesibilidad	Buena.
Tipo de Menú	A la carta.



Galería de Fotografías de las instalaciones:



Fotografía perteneciente a Rancho Las Olas.

[https://www.facebook.com/Rancho-Las-Olas-1574036349354403/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/Rancho-Las-Olas-1574036349354403/?ref=page_internal)

Responsable del levantamiento de la información: Brenda Canales. Estudiante de la carrera de Técnico en Hostelería y Turismo. ITCA FEPAD, Megatec La Unión.

### Ficha de evaluación para transporte

<b>Nombre de la empresa</b>	Asdrual Tour.
<b>Nombre del propietario</b>	Asdrual González.
<b>Nombre del Administrado/Encargado de ventas</b>	Asdrual González.
<b>N° de teléfono</b>	503 2604 0087.
<b>Página web</b>	No posee.
<b>Redes sociales</b>	<a href="https://www.facebook.com/Serv.Asdrual">https://www.facebook.com/Serv.Asdrual</a>
<b>País</b>	El Salvador.
<b>Departamento</b>	La Unión.
<b>Municipio</b>	La Unión.
<b>Caserío/Cantón</b>	No aplica.
<b>Descripción</b>	Dispone de transporte privado, empresarial y turístico. También brinda opciones para actividades de ocio y entrenamiento.

#### Galería de Fotografías



Fotografía perteneciente a Servicios Asdrual.

[https://www.facebook.com/Serv.Asdrual/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/Serv.Asdrual/photos/?ref=page_internal)

Responsable del levantamiento de la información: Paulina Tiznado. Estudiante de la carrera de Técnico en Hostelería y Turismo. ITCA FEPADE, Megatec La Unión.



## SEDE CENTRAL Y CENTROS REGIONALES EL SALVADOR



La Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE, fundada en 1969, es una institución estatal con administración privada, conformada actualmente por 5 campus: Sede Central Santa Tecla y cuatro centros regionales ubicados en Santa Ana, San Miguel, Zacatecoluca y La Unión.

### **1. SEDE CENTRAL SANTA TECLA**

Km. 11.5 carretera a Santa Tecla, La libertad.  
Tel.: (503) 2132-7400

### **2. CENTRO REGIONAL SANTA ANA**

Final 10a. Av. Sur, Finca Procavia.  
Tel.: (503) 2440-4348

### **3. CENTRO REGIONAL ZACATECOLUCA**

Km. 64.5, desvío Hacienda El Nilo sobre autopista a Zacatecoluca.  
Tel.: (503) 2334-0763 y 2334-0768

### **4. CENTRO REGIONAL SAN MIGUEL**

Km. 140 carretera a Santa Rosa de Lima.  
Tel.: (503) 2669-2298

### **5. CENTRO REGIONAL LA UNIÓN**

Calle Sta. María, Col. Belén, atrás del Instituto Nacional de La Unión  
Tel.: (503) 2668-4700