

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

“PROPUESTA DE UN MODELO DE MICROEMPRESA TURÍSTICA DE
SERVICIO (TIENDA DE ABASTECIMIENTO) PARA EL DEPARTAMENTO DE
MORAZÁN”

NOMBRE DE LOS INTEGRANTES:

CASTELLÓN FLORES, KARLA GISELA
MORENO ROMERO, ANA MEIBY
RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, ANA SOFÍA

PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CIUDAD UNIVERSITARIA DE ORIENTE, OCTUBRE DE 2003.

SAN MIGUEL

EL SALVADOR

CENTRO AMERICA

AGRADECIMIENTOS.

Al Lic. Msc. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTÍNEZ, por que siempre confió en nosotras, por su apoyo incondicional, por su asesoría profesional y todas las palabras de aliento que nos brindo cuando mas las necesitábamos.

A la Lic. Msc. MARTA VILLATORO DE GUERRERO, por su confianza, conocimiento, experiencia compartida, dedicación y apoyo brindado.

Al Lic. RENÉ HUMBERTO RUIZ RAMON, por compartir sus conocimientos y apoyo en la elaboración de nuestra tesis.

Al Lic. JOSÉ LEONIDAS MORALES, como un reconocimiento por su colaboración incondicional prestada en todo momento.

A TODOS NUESTROS MAESTROS quienes nos guiaron, impulsaron y ayudaron a lo largo de nuestra carrera.

AL ING. EDGAR GÓMEZ SOTO Y LA SRA. ANA LEONOR QUINTANILLA, por su colaboración y apoyo durante la realización de nuestra tesis.

A LAS INSTITUCIONES y aquellas personas que nos proporcionaron información necesaria para la elaboración de nuestra trabajo de graduación.

EL GRUPO.

DEDICATORIA.

A DIOS TODOPODEROSO por brindarme vida y sabiduría para culminar mi carrera con éxito.

A MIS PADRES Carlos Armando Castellón y Eufemia Dolores Castellón por brindarme amor, motivación, comprensión y apoyo moral y espiritual en cada momento de mi vida.

A MI HERMANO, José Armando Castellón Flores por su amor, comprensión y apoyo incondicional en cada momento.

A MI ABUELA, Lorenza Castellón por su amor y apoyo incondicional brindado siempre.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS, Ana Sofía y Ana Meiby, por su cariño, amistad, comprensión y apoyo brindado.

A MIS FAMILIARES Y AMIGOS, por sus oraciones y cariño.

KARLA GISELA.

DEDICATORIA.

A DIOS TODOPODEROSO, por brindarme sabiduría y fortaleza en circunstancias difíciles, para la culminación de mi carrera.

A MIS PADRES, René Carlos y Ana Meiby, con especial cariño por su amor, comprensión, sacrificio y apoyo en todo momento.

A MIS HERMANOS, René Carlos y Luis Manuel, por su cariño y apoyo, con quienes comparto este éxito obtenido

A MI ESPOSO, Edgar Arnoldo, por su amor, comprensión, apoyo y por creer en mi capacidad e impulsarme a alcanzar las metas que me proponga.

A MIS HIJOS, Bryan Josué y Edgar Arnoldo, por llenar mi vida de alegría y ser una fuente de inspiración a lo largo de mi carrera.

A MIS FAMILIARES Y AMIGOS, por las palabras de aliento en momentos oportunos.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS, por su amistad, comprensión y dedicación en la elaboración de nuestro trabajo de graduación.

ANA MEIBY.

AGRADECIMIENTO.

A DIOS Y A LA VIRGEN SANTÍSIMA, por darme la comprensión y sabiduría necesaria para la realización de este triunfo profesional.

A MIS PADRES, Jorge Alberto y Mercedes por su amor, apoyo, ayuda y comprensión en todo momento.

A MIS HERMANOS, Jorge Alberto, Carlos Luis, Luz Mercedes, Maria Verónica y José Francisco por su ayuda a darme ánimos para salir adelante.

A MIS CUÑADAS, Miryam y María, por el apoyo incondicional que me brindaron a lo largo de mi carrera.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS, por su comprensión, ayuda y dedicación para el trabajo grupal.

A TODAS AQUELLAS PERSONAS que de alguna forma contribuyeron al logro de este triunfo.

ANA SOFÍA.

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	i
CAPITULO I: MARCO METODOLÓGICO	1
1.1. Planteamiento del Problema.	1
1.2. Enunciado del Problema	7
1.3. Justificación del Tema	7
1.4. Objetivos de la Investigación	9
1.3.1 Objetivo General	9
1.3.2 Objetivos Específicos	10
1.5 Sistema de Hipótesis	10
1.5.1 Hipótesis General	10
1.5.2 Hipótesis Específicas	10
1.6 Metodología	11
1.7 Alcances de la Investigación	15
1.8 Limitaciones del Tema	16
CAPÍTULO II: MARCO HISTORICO	17
2.1 Antecedentes de la Microempresa.	17
2.1.1 Clasificación de la Microempresa	18
2.1.2 Criterios para Clasificar la Microempresa	19
2.1.3 Importancia de la Microempresa.	20
2.1.4 Características del Sector	22
2.2 Antecedentes del Turismo en El Salvador	23
2.2.1 Reseña Histórica	23
2.2.2 Importancia del Turismo	29
2.2.3 El Cluster del Turismo en El Salvador	32
2.2.4 Efecto Multiplicador del Turismo	35
2.2.7 Oferta de Productos Turísticos	36
2.3 Antecedentes del Departamento de Morazán	37

2.3.1 Condiciones Geográficas	37
2.3.2 Características Físicas del Territorio	40
2.3.3 Condiciones Económicas	41
2.3.4 Servicios Básicos del Territorio	41
2.3.5 El Turismo en el Departamento	43
CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO	46
3.1 Conceptualización de la Microempresa	46
3.2 Tipos de Microempresas	46
3.3 Condiciones Necesarias para Establecer una Microempresa	49
2.4.1 Factores Políticos y Gubernamentales	49
2.4.2 Factores Económicos	50
2.4.3 Factores Sociales	51
2.4.4 La Competencia (oferta actual)	51
2.4.5 El Mercado (la demanda posible)	53
3.4 Clasificación del Turismo	53
3.5 Atractivos y Servicios Turísticos	57
CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE LAS CONDICIONES DEL DEPARTAMENTO DE MORAZÁN.	60
4.1 Factores Políticos	60
4.1.1 Las instancias del Gobierno del Departamento	63
4.2 Factores Económicos	64
4.2.1 Indicadores Generales	64
4.2.2 Principales Rubros de Exportación	65
4.2.3 Información Socio – Demográfica	65
4.3 Factores Sociales	67
4.3.1 La Educación	68
4.3.2 La Cultura	70
4.3.3 Red Vial	72
4.3.4 Energía Eléctrica	72
4.3.5 Vivienda	72
4.3.6 Transporte	73

4.3.7 Telefonía	73
4.4 El Territorio y sus Recursos.	73
4.4.1 Clima	74
4.4.2 Deforestación y Áreas Protegidas	74
4.5 Análisis del Sector Microempresarial	75
4.5.1 Información General	75
4.5.2 El Crédito	77
4.5.3 Características del Crédito	78
4.6 La Oferta y la Demanda Turística del Departamento	81
4.6.1 La Oferta	81
4.6.2 La Demanda	89
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.	91
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES (PROPUESTA DE UN MODELO DE MICROEMPRESA TURISTICA DE SERVICIO (TIENDA DE ABASTECIMIENTO) PARA EL DEPARTAMENTO DE MORAZAN.	93
6.1 Caracterización del modelo.	93
6.2 Descripción de los componentes del modelo.	94
6.2.1 Recursos materiales.	94
6.2.2 Recursos humanos.	95
5.2.3 Recursos financieros.	95
6.3 Aplicación del proceso administrativo.	96
6.3.1 Planeación.	98
6.3.2 Organización.	101
6.3.3 Integración.	110
6.3.4 Dirección.	113
6.3.5 Control.	120
6.4 Funciones básicas de la empresa.	124
6.4.1 Función de mercadotecnia.	124
6.4.2 Función de producción.	134
6.4.3 Función de Finanzas.	151

6.4.4 Función de personal.	156
6.5 Pasos para la formalización de una microempresa	165
BIBLIOGRAFIA.	172
ANEXOS.	

ÍNDICE DE CUADROS.

	Página
Cuadro N° 1: Turismo en El Salvador	36
Cuadro N° 2: Municipios de Morazán	42
Cuadro N° 3: Atractivos Turísticos Ruta de la Paz	47
Cuadro N° 4: Inventario Turístico de Morazán	47
Cuadro N° 5: Indicadores del Departamento de Morazán	60
Cuadro N° 6: Tasa de Analfabetismo en Morazán	63
Cuadro N° 7: Tasa de Escolaridad en Morazán	64
Cuadro N° 8: Estimación de Microempresarios de Morazán	70
Cuadro N° 9: Actividades de las Microempresas Locales	71
Cuadro N° 10: Requisitos de los Servicios Financieros	72

I. INTRODUCCIÓN.

El turismo se ha convertido en una actividad técnico social que pone en contacto al individuo con su medio natural para que participe de sus misterios, satisfaciendo necesidades espirituales, de descanso, goce y regocijo interno e incrementando su cultura con el fin de afianzar aún más la relación amistosa entre pueblos, la solidaridad humana, el respeto a las costumbres propias y el deseo de mejorar en todo aspecto.

De acuerdo a la experiencia que se ha tenido en países desarrollados e incluso en países de nuestra región, como en México y Costa Rica, el turismo se ha convertido en una industria que genera un alto índice de ingresos de divisas y que al mismo tiempo da ocupación a un gran número de personas que se benefician directa e indirectamente de los recursos que este produce.

Ante la llegada de la Paz a nuestro país a partir de la ratificación de los acuerdos, el 16 de enero de 1992, se abren nuevas oportunidades para el desarrollo de esta industria, la cual fue de relativa importancia en los años anteriores al conflicto armado, y un medio de desarrollo de ésta es mediante la creación y fomento de microempresas de servicio orientadas al turismo, para las cuales se hace necesario implantar nuevas herramientas que permitan el buen funcionamiento y éxito de estas.

Con el objetivo de proporcionar una guía o lineamientos al empresario, que lo orienten en el manejo de su empresa, se ha desarrollado el presente trabajo, el cual contiene los elementos necesarios para ello y que de ser aplicado por los microempresarios les brindará una orientación para poder controlar algunas de las condiciones que afecten a su organización, logrando con ello un mayor rendimiento en sus actividades.

El trabajo contiene seis capítulos elaborados en forma sencilla, clara y precisa, en concordancia con los elementos teóricos, prácticos y las necesidades determinadas, utilizados en la administración de las empresas, y se divide de la siguiente manera.

El primer capítulo, **Marco Metodológico**, contiene los lineamientos básicos que guían la realización del trabajo como el planteamiento del problema, el cual proporciona un análisis general de la situación del tema en estudio; la justificación, que establece el porqué y los fundamentos para su realización; los objetivos, indicando lo que se quiere alcanzar con el trabajo realizado y la metodología a utilizar en su desarrollo.

El segundo capítulo, **Marco Histórico**, presenta aspectos generales de las variables como el turismo y la microempresa, abordando aspectos como sus antecedentes, definiciones, importancia y clasificaciones, generalidades del departamento en el cual se ha delimitado el estudio, presentando su reseña histórica, características geográficas, división política, economía y sitios turísticos con los que cuenta el departamento de Morazán

El tercer capítulo, **Marco Teórico**, comprende la Conceptualización y tipos de Microempresa, las condiciones necesarias para establecer una microempresa así como también la clasificación del turismo y los atractivos y servicios turísticos.

El cuarto capítulo, **Estudio de las Condiciones del departamento de Morazán**, comprende el estudio de las condiciones que se consideran necesarias para la funcionabilidad del modelo, como resultado de la investigación de campo realizada en el departamento, dichas condiciones las constituyen los factores políticos, económicos y sociales, el análisis del sector microempresarial, y el análisis de la oferta y la demanda de servicios turísticos en el departamento. Estas condiciones establecen la situación real que enfrentan las microempresas de la industria del turismo y determinan sus requerimientos en el área administrativa.

El quinto capítulo, **Conclusiones**, contiene una síntesis de lo que se ha obtenido a lo largo del estudio la cual conlleva a la determinación de la necesidad de establecer mecanismos o la utilización de herramientas que contribuyan al desarrollo de microempresas de servicio orientadas al turismo, y que garanticen su buen funcionamiento.

El sexto capítulo, **Recomendaciones**, comprende la propuesta que a juicio del grupo es la más conveniente para solucionar los problemas que a nivel administrativo enfrentan los empresarios del departamento de Morazán. Dicha propuesta denominada “Modelo de Microempresa Turística de Servicio (tienda de abastecimiento)” comprende la caracterización del modelo, la descripción de los componentes, la aplicación del proceso administrativo en todas sus etapas, planeación, organización, integración, dirección y control; y el diseño de cada una de las funciones de la empresa como lo son la función de mercadotecnia, la función de producción, la función de finanzas y la función de personal.

Capítulo I

MARCO METODOLÓGICO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.2 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.5 METODOLOGÍA.

1.6 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN.

1.7 LIMITACIONES DEL TEMA.

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde épocas muy remotas, los hombres han tenido la necesidad de buscar los recursos básicos que le permitan satisfacer sus necesidades y subsistir dentro de su grupo social. Para lograrlo, ha tenido que emplear técnicas que llegaron con el tiempo ha generarle lo que hoy en día se conoce como espíritu empresarial, es decir, la necesidad de emprender constantemente acciones tendientes a lograr su objetivo. El espíritu empresarial significa entonces, el afán de abrir caminos para nuevas metas , de enfrentar riesgos desconocidos, de sacar ventaja de cualquier oportunidad que pueda presentársele y aprovechar su habilidad y destreza con el objeto de lograr un beneficio.

Históricamente el hombre ha puesto su ingenio para alcanzar el modo de vida deseado. En este sentido, han sido numerables las acciones que han tenido que realizar. Si nos remontamos a la época medieval encontramos que una de las formas de producción que se impulsaron en ese momento, y que es donde nace la esencia de la empresa, es precisamente, la producción artesanal.

En esta época, los productores – vendedores artesanales se ubicaban en los alrededores de los castillos feudales para realizar las actividades de producción y venta de mercancías, generando así el crecimiento y desarrollo de pequeñas ciudades.

En Latinoamérica y especialmente en el área centroamericana, el desarrollo de ésta forma de producción, la experiencia administrativa y los conocimientos empresariales fueron formando parte de una tradición familiar heredada de padres a hijos; es decir, que la familia fue la escuela que proporcionó los conocimientos y habilidades artesanales en la empresa familiar. Esta escuela fue la base de lo que actualmente se conoce como microempresa.

En cuanto al desarrollo de la rama turística en El Salvador, ha sido lento. El 12 de junio de 1924 se creó la junta de fomento turístico y programa agrícola industrial, bajo el gobierno de Alfonso Quiñónez Molina, con el objeto de dar a conocer los atractivos turísticos de nuestro país.

En la década de los cuarenta, se dió un interés más dinámico por parte del sector público al fomento del turismo, a través de la junta nacional del turismo, la cual se creó dentro del marco del proyecto de desarrollo evolutivo para modernizar la economía. Dicho proyecto alcanzó el rubro turístico, y fue en este período donde se dieron las primeras leyes de fomento de dicha industria, con la cual se desarrollaron diversos centros turísticos como el parque Balboa, turicentro Los Chorros, hoteles de montaña, etc.

Sin embargo, el inicio del turismo receptivo en El Salvador se dió en los años sesenta, debido a que en esta década se desarrolló la infraestructura de transporte, es decir, carreteras, caminos, puentes, etc; y se ampliaron los vuelos hacia el país mediante la apertura del aeropuerto internacional de Ilopango. Además, en esta década la junta de fomento turístico fue reemplazada por el Instituto Salvadoreño del Turismo la cual funciona hasta el día de hoy.

Posteriormente, en El Salvador la guerra interrumpió el crecimiento que mostraba el sector turismo desde 1975. Más tarde, los acuerdos de paz en 1992, le dieron un segundo aire, el cual se respira hasta el día de hoy, por lo que el país ha experimentado un fuerte desarrollo en el rubro a partir de los acuerdos de paz.

Las cifras recopiladas respaldan lo anterior al observarse un crecimiento en 1975 en más de doscientos mil, hasta llegar a los trescientos mil turistas.

El inicio de la guerra marco el punto de declive de lo que parecía un nuevo rubro rentable para El Salvador hasta hacerlo descender por debajo de los cien mil turistas, por lo que los números indican que al final de los años setenta el país había retrocedido quince años.

Durante el período de 1979 a 1990 el flujo de visitantes del país se mantuvo constante, en su mayoría se trataba de periodistas extranjeros o instituciones no gubernamentales que trabajaban con la sociedad salvadoreña.

En 1991 con la presencia de las naciones unidas en el país, el ingreso de personas aumentó de 125 mil a 200 mil. En 1992 la firma de los acuerdos de paz impulso un despegue en el aletargado sector, al alcanzar una cifra record de 300 mil visitantes. Luego de un leve descenso en los dos años posteriores, el turismo ha aumentado desde entonces hasta llegar a casi los 800 mil en el año 2001.

En los últimos años el turismo que ha generado El Salvador presenta un perfil de negocios por lo que la mayoría de personas que entran al país están relacionadas con algún tipo de negocio.

En la actualidad CORSATUR (Corporación Salvadoreña del Turismo) esta promoviendo el turismo rural y cultural en el que los visitantes podrían conocer lugares arqueológicos, pueblos coloniales, montañas, ríos, lagos, presenciar el procesamiento y cultivos de productos agrícolas, etc. Para lo cual se han agrupado los lugares de interés en rutas turísticas como la ruta del henequén, la ruta del café, la ruta de las flores y la ruta de la paz entre otras.

Según investigaciones realizadas por instituciones de apoyo al turismo, se observa que gran parte de empresas vinculadas a este rubro, operan como unidades económicas familiares, empleando entre dos a seis personas, lo cual es de gran importancia dado que la empresa familiar constituye la base para la creación de microempresas.

Bajo este esfuerzo de promoción del turismo rural y cultural en el país, se encuentran proyectos encaminados a la creación de microempresas, orientadas a la satisfacción de la demanda del turista, las cuales al ser pequeñas unidades productoras de bienes y servicios que cuentan con menos de diez empleados y que poseen ventas anuales

menores de 600 mil colones generan una contribución al desarrollo turístico a través de la diversificación de la oferta.

Al considerar el turismo como una actividad importante en El Salvador mediante la aplicación de microempresas, se visualiza al departamento de Morazán como una fuente rica en turismo. Desde el punto de vista político-administrativo, el departamento está dividido en 26 municipios, su extensión territorial es de 1,265.12 km² según datos del anuario estadístico del ministerio de economía, la población para 1998 era de 171,692 habitantes, y de acuerdo a la encuesta de hogares de propósitos múltiples del año 2000 para ese año la población ascendía a los 174,359 habitantes y su cabecera departamental es la ciudad de San Francisco Gotera. Por su origen el departamento se puede dividir en: montañas de Torola, montañas antepuestas de cacahuatique y el volcán de cacahuatique.

La altura sobre el nivel del mar va desde 230 metros en el sur hasta 1,600 metros en el norte, por lo que la zona norte posee un clima fresco y la zona sur un clima tropical. La economía local está fuertemente ligada a las actividades agrícolas, pecuarias y microempresariales.

Los 26 municipios cuentan con servicio telefónico en sus cascos urbanos, la energía eléctrica domiciliar se estima en 25 mil usuarios (viviendas) y según datos, el departamento cuenta con 32,832 viviendas por lo que la cobertura del servicio alcanza el 76%, concentrada principalmente en las áreas rurales.

El servicio de transporte está dado por un sistema de buses entre las áreas urbanas y algunas áreas rurales. La población económicamente activa se estima en 65,140 personas, el salario promedio para la mano de obra no calificada es de US \$4.00 al día y el salario mínimo oficial es de US \$144.00 al mes. La tasa de desempleo es de 7.27% con una tendencia creciente; en el área rural el empleo es básicamente familiar y está muy ligado a la producción de granos básicos y a la venta de la fuerza de trabajo para la recolección de cosecha como caña de azúcar y café principalmente.

En el departamento de Morazán existe un gran potencial turístico, basado en sus recursos naturales y sus atracciones culturales. Los atractivos turísticos más relevantes son el río Torola, sapo y negro; museos comunitarios de la historia reciente y pasada ubicados en Perquin y Cacaopera.

Entre las actividades con potencial para la inversión están: la agroindustria, por la diversidad de cultivos en la zona; el ecoturismo, ya que por sus paisajes naturales, ríos, montañas, costumbres y tradiciones han declarado al departamento como zona turística (Ruta de la Paz); y comercial, ya que linda en la parte norte con la república de Honduras, el puerto Cutuco está a una hora y además está en proceso de reconstrucción y modernización, y la oportunidad de explotar el mercado nostálgico (étnico) de los Salvadoreños residentes en los Estados Unidos y en cualquier parte del mundo.

En el departamento existe una variedad de atractivos turísticos que están siendo desarrollados por diferentes iniciativas locales en las que están involucrados en algunos casos asociados al desarrollo comunal y gobiernos locales. La Corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR) estableció la ruta de la paz, que comprende los municipios de: Arambala, Cacaopera, Corinto, El Rosario, Joateca, Perquin, Jocoaitique, Meanguera, San Fernando y San Francisco Gotera.

La oferta turística está dada por: belleza escénica, ríos, flora, fauna y aguas termales (El Rosario); folklore autóctono, etnia, lenca ulúa; petrograbados, rapel, bici montanismo, caminatas, cabalgatas, producción artesanal de jarca y alfarería negra, museos, etc.

En la zona norte del departamento existe una organización de microempresarios orientados al turismo (PRODETUR) quienes en alianza con la Corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR) mantienen una constante promoción a nivel nacional e internacional por medios escritos e Internet.

La situación problemática que se presenta es que falta fortalecer y diversificar la oferta local de servicios al turista de tal manera que siempre hayan novedades que atraigan a los visitantes y que les provean las condiciones básicas que satisfagan sus necesidades. Las mayores limitaciones son la estacionalidad de la demanda, las malas condiciones de las vías de acceso, la falta de diversidad de la oferta de bienes y servicios, la deficiencia de los lugares de alojamiento, la carencia de establecimientos que provean artículos de conveniencia y restaurantes adecuados higiénicamente; y la no existencia de una promoción amplia y constante de los servicios que se prestan.

Es por ello que se hace necesario proponer un modelo de microempresa turística de servicios (Tienda de abastecimiento) la cual con su implementación ayudara a crear mejores condiciones para los visitantes al proveerlos de artículos de primera necesidad (víveres, agua, medicinas, etc) así como de alimentos higiénicamente preparados y autóctonos de la zona que fortalezcan los arraigos culturales. Todo esto, mediante una visión de desarrollo turístico sostenible, el cual busca satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, es decir, mediante el uso adecuado de los recursos naturales.

La propuesta de un modelo de microempresa de servicios (Tienda de abastecimiento) pretende englobar los principios básicos de la sostenibilidad y contribuir mediante su aplicación practica a obtener beneficios para la sociedad local, la creación de fuentes de empleo, lo cual trae como resultado la mejora de la calidad de vida de los involucrados en el proyecto y de la comunidad en general, fomentar el respeto a los valores socioculturales, incrementar la participación comunitaria y la satisfacción de la demanda de los visitantes.

En cuanto a las grandes empresas, por mucho tiempo se creyó que eran las responsables de la generación de empleo, bienestar y satisfacción; lo cual llevó a tenerlas como ídolo y a tener como meta la vinculación con una gran empresa.

En los últimos años, como un fenómeno a nivel mundial, la multiplicación del número de microempresas ha sido realmente importante lo cual hace pensar que la microempresa es relevante en la economía de un país, debido a que se han convertido en nuevas unidades productivas responsables de dar empleo a la creciente población de edad de trabajar.

Todo lo anteriormente mencionado indica que es de suma importancia la elaboración de dicho modelo con la finalidad de contribuir al desarrollo turístico del departamento de Morazán.

1.2 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.

¿Existirán las condiciones que permitan el funcionamiento de una microempresa turística de servicio (Tienda de abastecimiento) en el departamento de Morazán?

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

El Salvador es un país con una economía de libre empresa, esto es, cualquier, persona física o moral, tiene la libertad de establecer una empresa, ya sea de bienes o servicios, siempre y cuando posea el capital, iniciativa y conocimientos básicos necesarios para implementarla.

Por otra parte, las microempresas son las que principalmente crean y absorben más puestos de trabajo, y esto es importante en un país con una alta tasa de crecimiento demográfico como el nuestro, debido a ello; en los últimos años se han implantado distintos programas de desarrollo y capacitación para las microempresas, ya que se visualiza como una alternativa de solución, por ser ésta una fuente generadora de empleo tanto a mujeres como hombres, exitosos profesionales con importantes títulos académicos y personas simplemente hechas en la escuela de la vida trayendo como resultado un crecimiento

económico lento pero fuerte, lo cual se ve reflejado en el aumento de la calidad de vida de las personas.

El auge del turismo está vinculado al desarrollo socio – económico de las naciones y estriba en el acceso del hombre al descanso recreativo, a las vacaciones y a su libertad de viaje, en el marco del tiempo libre y del ocio, cuya naturaleza profundamente humana subraya su existencia misma y su desarrollo, además están íntegramente vinculados a un estado de paz duradera, al cual el turismo por su parte esta llamado a contribuir

En el contexto de la reconstrucción nacional, la industria del turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes y prometedoras para el departamento de Morazán. El turismo no solo impacta al propio sector económico, sino que influye fuertemente en otros sectores como el social, cultural y ambiental del departamento, y por ende, al fortalecimiento integral de la zona oriental.

Considerando lo importante que es proyectar el turismo, tanto a nivel nacional como internacional se hace necesario plantear un modelo de microempresa turística de servicio (Tienda de abastecimiento) en el departamento de Morazán que conlleve a aprovechar al máximo los recursos necesarios para su funcionamiento y para la satisfacción del turista, mejorando con ello el turismo del lugar y consecuentemente incrementando la participación de las personas en las actividades turísticas.

Al relacionar la industria turística con el sector microempresarial de un país, este sector es beneficiado a medida se desarrolla este mismo, ya que entre mayor sea la actividad turística mayor será la demanda de productos agrícolas y manufacturados, que deberán ser distribuidos al mercado para su comercialización en los diferentes lugares que se presente el visitante y pueda adquirirlos, hasta encontrar sitios donde se le brinde un conjunto de detalles que respondan a sus deseos y/o necesidades.

El departamento de Morazán se identifica con el modelo de microempresa, visualizándolo como un medio que le permitirá su reivindicación social y económica,

debido a que servirá de fuente generadora de empleo, evitando que las personas emigren de lo rural a la ciudad conservando así su esencia, ayuda a la captación de divisas, atrae la inversión extranjera, incrementa la estructura vial y de alojamiento así mismo el comercio local, contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la originalidad y el afianzamiento de las culturas y costumbres de los pueblos y a la preservación de los recursos naturales y centros turísticos.

La investigación brindará elementos teóricos que servirán para diseñar un modelo de microempresa turística de servicio (Tienda de abastecimiento), que de ser aplicado y ejecutado en la industria del turismo, contribuirá a la satisfacción de la demanda y la viabilidad de las microempresas así como también a las actividades turísticas.

Además el modelo contribuirá a incrementar el conocimiento de las personas que dirigen organizaciones turísticas, mejorando con ello la eficiencia de las mismas al contar con un formato a seguir con el cual se pueda brindar asesoría a la población sobre como establecer una microempresa turística de servicio (Tienda de abastecimiento), ayudará a profesionales que se ven confrontados con la tarea de fomentar e incrementar el turismo en el país, servirá como fuente de consulta para organizaciones en la planificación y coordinación de proyectos para el desarrollo de las comunidades, a estudiantes y a otras instituciones dedicadas a la investigación y desarrollo y a todo aquel que desee implementar un tipo de microempresa como la antes mencionada.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de las condiciones existentes en el departamento de Morazán que permitan la elaboración de un modelo de microempresa turística de servicio (Tienda de abastecimiento) que cumpla con los requerimientos básicos de los turistas.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar los factores económicos, sociales y culturales de la zona, que permita determinar la funcionabilidad del proyecto.
- Estudiar los factores del mercado del departamento que ayuden a determinar la demanda y oferta turística de la zona.
- Conocer las condiciones geográficas y naturales de la zona, para establecer las características físicas del diseño.
- Establecer una guía para orientar el manejo de una microempresa turística.

1.5 SISTEMA DE HIPOTESIS.

1.5.1HIPOTESIS GENERAL.

- Con el diseño de un modelo de microempresa de servicio de abastecimiento a ubicada en el departamento de Morazán se logrará contribuir al desarrollo turístico de una forma mas eficiente.

1.5.2 HIPOTESIS ESPECIFICAS.

- A mayor conocimiento de las generalidades de la microempresa y marco teórico sobre el desarrollo humano y sostenible, mayor será la orientación que se tendrá para la elaboración de un modelo de microempresa de servicio de abastecimiento que al implementarse contribuya al desarrollo turístico del departamento de Morazán.
- A medida que se conozca la situación real del desarrollo turístico en el departamento de Morazán, mayor será la capacidad de plantear un modelo de microempresa de servicio de abastecimiento.

- En la medida que organizaciones orientadas al desarrollo turístico apliquen un modelo de microempresa de servicio de abastecimiento, mejor será la orientación en la asignación de los recursos en estas organizaciones.

1.6 METODOLOGÍA.

1.6.1 SELECCIÓN DEL CONTEXTO.

La propuesta de un modelo de microempresa turística de servicio (tienda de abastecimiento) tendrá como unidad de estudio el departamento de Morazán, tomando como base el periodo de 1998 – 2002.

El estudio comprenderá la investigación de los factores y condiciones que influyan en el diseño del modelo, tales como: factores económicos, factores sociales, la competencia (oferta actual) y el mercado (demanda posible).

Además la investigación comprenderá el estudio de otros factores mas específicos como: los habitacionales, características geográficas de la zona, los recursos naturales y atracciones; cultura y tradiciones; actividades productivas, servicios públicos, infraestructura, sistema de transporte, tasa de alfabetización, iniciativas de desarrollo económico y las condiciones climáticas.

El estudio de estos factores y condiciones proporcionara las bases para la fundamentación del modelo de microempresa turística de servicio, así como también las características que deberá poseer.

1.6.2 ELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA.

Para realizar la propuesta del modelo se hará uso del método cualitativo-inductivo, ya que permitirá enfocar y analizar la investigación de una manera mas profunda, describiendo el sentido y significado del problema.

El tipo de investigación a realizar será la investigación directa, ya que la información para el análisis del fenómeno se obtendrá directamente de la realidad. Para ello se utilizaran dos tipos de estudio, los cuales son:

- Exploratorio: ya que por ser un tema poco estudiado la información servirá para familiarizarse con el fenómeno, recabando información previa de ideas o sugerencias que se utilizaran para realizar un análisis preliminar de la situación y así definir el problema.
- Descriptivo: ya que ayudara a especificar las propiedades importantes del estudio a realizar obteniéndose un panorama más preciso del problema, derivándose de ello, elementos de juicio para conocer las variables que se asocian y señalan el modelo propuesto.

El universo sujeto a estudio estará determinado por los municipios del departamento de Morazán, tomando como base aquellos que conforman la ruta de la Paz, ya que es una de las que en la actualidad esta promoviendo la Corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR), dentro de dicha ruta turística se encuentran los municipios de Arambala, Cacaopera, Corinto, El Rosario, Joateca, Perquín, Meanguera, San Fernando y San Francisco Gotera.

1.6.3 MÉTODO DE MUESTREO.

Se utilizará el método no probabilístico ya que será una muestra dirigida, donde la selección de los elementos dependerá del criterio del investigador.

El tipo de muestra será la intencionada, este exige un cierto conocimiento, su técnica consiste en que el investigador es el que escoge intencionalmente sus unidades de

estudio, con el fin de recolectar datos que posean la característica de profundizar en el tema, utilizando para ello muestras pequeñas

1.6.4 UNIDAD DE MUESTREO

Nuestra unidad de muestreo serán todas las personas interesadas en desarrollar este tipo de proyecto como ADEL MORAZAN, PRODETUR, PRODERNOR, PROESA, BONOMYPE, CONAMYPE, microempresarios de la zona, personas de las comunidades, alcaldías, entre otros.

1.6.5 SELECCIÓN DE LA TÉCNICA.

Las fuentes que ayudarán a recopilar información válida y confiable serán a través de la consulta bibliográfica y de campo, mediante fuentes primarias y secundarias.

FUENTES PRIMARIAS O DE CAMPO.

A fin de recopilar la información relacionada con el tema de estudio, se utilizarán algunas técnicas e instrumentos, las cuales se detallan a continuación:

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Entrevista de profundidad: Es aquella en el que el entrevistador interactúa con un individuo y lo alienta para que exprese con entera libertad sus ideas sobre el tema de estudio., lo que busca es ir mas allá de las respuestas superficiales que suele dar.	La información se captara por medio de una grabadora, fichas elaboradas y libretas de apuntes. Se realizara una guía previamente estructurada, sin embargo se podrá improvisar con el fin de profundizar en las respuestas del entrevistado.
Sesiones de Grupo: Este tipo de entrevista se parece al anterior, salvo que se entrevistan grupos pequeños y no un individuo. El grupo se	La captación de la información se hará de manera similar a la anterior.

<p>selecciona de modo que incluya personas que se escogen por su ambiente cultural común o por experiencia en el tema de estudio.</p>	
<p>Observación directa: En este método, sin establecer comunicación con el sujeto de estudio, se limita a observar las acciones y hechos que interesen al investigador.</p>	<p>La información se captara realizando apuntes de lo observado en libretas de apuntes y fichas elaboradas.</p>

FUENTES SECUNDARIAS O DOCUMENTALES.

Con el propósito de exponer los aspectos generales que sirvan como base teórica para nuestro estudio, se hará uso de información obtenida a través de fuentes bibliográficas como libros de texto, tesis referentes al tema de estudio, revistas, boletines y cualquier otro documento que se relacione a la investigación y que permita alcanzar los objetivos propuestos en el diseño.

1.6.6 ANÁLISIS DE DATOS.

La información recopilada a través de las técnicas adecuadas para la investigación cualitativa, como la entrevista de profundidad y sesiones de grupo se analizaran de la siguiente manera:

Entrevista de profundidad:

En esta se realizará una comparación y vinculación entre la información obtenida de los diferentes entrevistados con documentos que proporcionen datos de la zona.

Sesiones de grupo:

- Se establecerá una correlación de la tendencia de opinión de cada asistente de grupo.
- Se realizará un análisis comparativo de las opiniones orales con los datos no verbales (mímicas, gestos, etc.)
- Se realizará un análisis interpretativo de las diferencias y semejanzas entre los miembros del grupo.

1.7 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN.

- Se colaborará con este tipo de proyecto al desarrollo comunal y local de la población del departamento de Morazán.
- El trabajo servirá de información bibliográfica para estudios similares.
- Con este tipo de proyectos se contribuirá al fortalecimiento del turismo a nivel nacional.
- El diseño del modelo de microempresa de servicio de abastecimiento estará orientado para los habitantes que se quieran organizar como microempresarios, dicho diseño contendrá características de flexibilidad geográfica para poder adaptarse tanto a la región en estudio como a regiones que presenten algún atractivo turístico.

- El diseño de la microempresa de servicio de abastecimiento servirá de guía a estudiantes que se encuentren realizando investigaciones referentes a este tema, así como a organizaciones orientadas al turismo que se encuentren promoviendo este tipo de proyectos dentro de las comunidades

1.8 LIMITACIONES DEL TEMA.

En el campo de investigación de nuestro trabajo se encontraron ciertas limitantes que de una u otra forma afectaron el desarrollo del estudio, entre estas limitaciones podemos mencionar:

- Por ubicarse el estudio en el departamento de Morazán, el cual es uno de los más olvidados en las políticas gubernamentales, el acceso a los sitios de interés se tornó difícil debido al estado de las vías de comunicación, las cuales se deterioran aun más en época lluviosa.
- Limitaciones de transporte, ya que en algunas zonas rurales es muy escaso o casi nulo.
- Falta de señalamiento, por lo que no se contó con la orientación necesaria para encontrar las direcciones previstas.
- Poca o nula colaboración por parte de organizaciones que se encargan de promover el turismo a nivel nacional y regional.
- Dificultad para contactar y encontrar a las personas que se debía entrevistar.

Capítulo II

MARCO HISTÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA MICROEMPRESA.

2.2 ANTECEDENTES DEL TURISMO.

2.3 ANTECEDENTES DEL DEPARTAMENTO DE MORAZÁN.

CAPÍTULO II

MARCO HISTÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA MICROEMPRESA.

Desde épocas muy remotas, los hombres han tenido la necesidad de buscar los recursos básicos que le permitan satisfacer sus necesidades y subsistir dentro de un grupo social.

Para lograrlo, ha tenido que emplear técnicas que llegaron con el tiempo ha generarle lo que hoy en día se conoce como espíritu empresarial, es decir, la necesidad de emprender constantemente acciones tendientes a lograr su objetivo.

El espíritu empresarial significa entonces, el afán de abrir caminos para nuevas metas, de enfrentar riesgos desconocidos, de sacar ventaja de cualquier oportunidad que pueda presentársele y aprovechar su habilidad y destreza con el objeto de lograr un beneficio.

Históricamente el hombre ha puesto su ingenio para alcanzar el modo de vida deseado. En este sentido, han sido numerables las acciones que han tenido que realizar. Si nos remontamos a la época medieval encontramos que una de las formas de producción en ese momento y que es donde nace la esencia de la empresa, es precisamente, la producción artesanal.

Este termino encierra diversos significados, dependiendo del punto de vista que se requiera. A continuación se presenta un significado:

Un conjunto de actividades humanas colectivas, organizados para poder producir o rendir beneficios. Según el código de comercio de El Salvador define la empresa mercantil como “Una institución constituida por un conjunto coordinado de trabajo, de elementos

materiales y de valores incorpóreos con objeto de ofrecer al público, con propósito de lucro y de manera sistemática, bienes o servicios”.

El código de comercio, como documento normativo de la actividad económica nacional, presenta su propia clasificación de la empresa, no sin antes identificar los sujetos de su comprensión, dicho instrumento legal en el artículo 2 dice:

Son comerciantes:

I – Las personas naturales titulares de empresa mercantil que se llaman individuales.

II – Las sociedades que se llaman comerciantes sociales se presumirán legalmente que se ejerce comercio, cuando se haga publicidad al respecto o cuando se abra un establecimiento mercantil donde se atienda al público.^{1]}

2.1.1 Clasificación de la Empresa.

Existen diversas clasificaciones de las empresas de acuerdo a criterios adaptables, que no son definitivos, ya que existen empresas que por la índole de sus operaciones y capacidad pueden estar comprendidas en varios grupos

A continuación se presentan algunas de las clasificaciones más utilizadas, para la clasificación de las empresas:

- POR SU MAGNITUD.

“En razón de su magnitud o tamaño se clasifican en: micro, pequeña, mediana o grande. La primera presenta escasos recursos y capacidad limitada para obtenerlos, la segunda posee iniciativas modestas en capacidad, recursos limitados y principalmente de tipo

^{1]} Central de Apuntes, la Empresa, Universidad de El Salvador, marzo de 1993, Pág. 7

familiar o artesanal, la tercera se considera en proceso de crecimiento y la cuarta posee gran cantidad de recursos y volúmenes de operaciones”

- POR EL MONTO DE CAPITAL:

“Por el monto de capital o inversiones en activo las empresas se clasifican en:

Micro capital menor de	100,000.00
Pequeña oscila entre	100,000.00 a 750,000.00
Mediana oscila entre	750,000.00 a 1, 200,000.00
Grande capital mayor de	1,200.000.00

- POR EL NUMERO DE EMPLEADOS

Según el número de empleados o personal ocupados se distinguen 4 categorías:

- Micro de 0 a 10 empleados
- Pequeña de 11 a 25 empleados
- Mediana de 26 a 50 empleados
- Grande de 51 a más empleados^{2]}

2.1.2 Criterios para Clasificar la Microempresa.

Existen diferentes conceptos presentados por varias instituciones, los que sirven de instrumento de medición para la microempresa y así diferenciarla de la pequeña, mediana y gran empresa.

No existe un criterio universal para definir la microempresa ya que las características que esta presentada son muy variadas.

^{2]} Valiente, Raúl Alfonso, La Contribución de la Micro y Pequeña Empresa Industrial en la Economía Salvadoreña, Universidad de El Salvador, 1994.

Según las definiciones proporcionadas por FUSADES y el Libro Blanco de la Microempresa por el monto de sus actividades, sus ventas y el número de trabajadores la microempresa se clasifica de la siguiente manera:

- Monto de sus actividades hasta \$11,428.57
- Niveles de venta mensuales hasta \$5,714.29 y \$68,571.43 al año.
- Número de trabajadores de uno a diez.^{3]}

2.1.3 Importancia de la Microempresa.

Aunque parezca poco creíble, los pequeños negocios tienen futuro. Cabe aclarar que lo de “pequeño” se refiere a una situación inicial relacionada con las dimensiones de las instalaciones, el volumen de operaciones que manejan y la zona geográfica a la que sirva, la que por lo general es limitada.

En el libro blanco de la microempresa se caracteriza a ésta como “aquellas unidades productoras de bienes o servicios con 10 o menos trabajadores, incluyendo al empresario/a y a trabajadores/as familiares no remuneradas, y cuyas ventas anuales no superan los 600 mil colones (\$68,571.00), estas microempresas pueden o no tener registros contables en regla así como contar o no con licencias en orden. Estas clasificaciones aluden a una dimensión cuantitativa y otra de carácter cualitativo; la primera se refiere elementos tales como el tamaño de las unidades económicas a partir del número máximo de trabajadores y el monto de los activos que maneja, la segunda, la dimensión cualitativa, contiene elementos relacionados con su reglamentación jurídica, la forma de organización del trabajo y el tipo de establecimiento que utiliza.

El futuro de las microempresas es prometedor en el complejo mundo actual, si se piensa como sería un país sin negocios pequeños, el panorama es aterrador, cientos de productos y/o servicios serían prácticamente imposibles de encontrar; quizás no habría

^{3]} Banco Central de Reserva, Revista Económica, 1998.

tiendas de barrio, ni salones de belleza, ni reparaciones de calzado, ni tortillas, ni una gran cantidad de estos.

Las grandes empresas a menudo necesitan en gran medida de los negocios pequeños para desarrollar sus propias actividades. Las razones son simples: algunas de ellas están interesadas en obtener pequeños volúmenes de ventas y otras se surten de los servicios como: seguridad, reparaciones, suministros, mantenimiento de maquinaria y equipo, etc.

En El Salvador, la microempresa tiene una importancia fundamental tanto en la generación de empleo como en el combate de la pobreza. Esta desarrolla un papel importante por cuanto utiliza o emplea mano de obra no calificada o marginalmente calificada, esta última situación ha sido originada por la cada vez más creciente utilización de tecnología y modernización de las empresas en el país, lo cual ha generado un alto nivel de desempleo; de esta forma la microempresa contribuye a reducir las tasas de desempleo existente y por ende a mejorar la distribución del ingreso.

Por otro lado, con respecto a las microempresas que se encuentran localizadas en las zonas rurales del país se puede decir que reducen la migración de la población rural a la ciudad logrando con ello el descongestionamiento de la población desocupada dentro de la capital que ocasiona el origen de la delincuencia debido a la falta de oportunidades de empleo.

La participación de la microempresa en el rubro del turismo es de suma importancia dado que ayuda en la creación de mejores condiciones para el turista al abastecerlo de los bienes y servicios básicos durante su visita; los principales bienes y servicios que las microempresas pueden ofrecer al turista son: alojamiento, abastecimiento, restaurantes, transporte, etc.

2.1.4 Características del sector.

Concentración en ciertas ramas de actividad: el mayor número de empleados en este sector se encuentran en actividades relacionadas con el comercio y los servicios generados por el mercado interno.

Alto grado de heterogeneidad entre las unidades productivas que lo conforman: son aquellas empresas con actividades económicas de subsistencia desarrolladas por personas que perdieron su empleo o que no pueden trabajar en el sector formal de la economía. Es de notar que en este segmento de subsistencia prevalecen las mujeres empresarias.

Mano de obra poco calificada: existe un grave problema en la calidad de la fuerza laboral del sector, ya que prevalecen altos índices de analfabetismo y bajos niveles de calidad.

Vulnerabilidad legal y organizacional: este sector difícilmente puede ingresar al sector formal de la economía porque los requerimientos legales para formalizarse son muchos y costosos.

Fuerte competencia: el sector es obligado a competir en nichos de mercados muy competitivos, donde a veces se encuentra también las grandes empresas.

Crédito costoso y difícil de acceder: pocas veces se logra acceder a recursos del sector financiero formal, teniendo que recurrir a fuentes de financiamiento informales tales como ONGs, prestamistas y programas de cooperación.

Fuerte adaptabilidad de las unidades productivas: ante la carencia de los recursos, el sector ha demostrado una gran creatividad para adaptar los recursos disponibles a la realidad enfrentada, principalmente desde el punto de vista tecnológico.^{5]}

^{5]} www.conamype.com

2.2 ANTECEDENTES DEL TURISMO EN EL SALVADOR

2.2.1 Reseña Histórica

La industria del turismo ha evolucionado con grandes limitaciones durante las primeras décadas del siglo. Primeramente, las vías de comunicación eran deficientes y, segundo, el poco interés por el desarrollo de esta rama dentro y fuera del territorio nacional. Por otra parte, el gobierno no poseía la capacidad y personal técnico para lograr el buen desarrollo del turismo en el país.

En El Salvador la primera iniciativa para el fomento del turismo se dio el 12 de junio en 1924, bajo el mando del gobierno de Alfonso Quiñónez Molina, con la creación de la junta de turismo y propaganda agrícola e industrial, la cual tenía como objetivo fomentar el turismo nacional y extranjero. En 1930 se creó la junta nacional de Turismo que persiguió los siguientes objetivos:

- Fomentar dicha actividad en aspectos materiales, culturales, de servicios y financieros de infraestructura.
- La creación de publicidad que enfatizara los atractivos naturales de El Salvador.
- Crear la educación turística.
- Promover conferencias, exposiciones y todo acto cultural en beneficio de dar a conocer una buena imagen y el nombre del país dentro y fuera del territorio nacional.^{6]}

^{6]} Diseño de un plan de mercadeo para la promoción del Ecoturismo en el Parque Nacional de Montecristo. Enrique Andrés Arana Castro, Tesis Licenciatura en Administración de Empresas, UCA.

En 1939, dicha junta se cierra por la necesidad de crear una entidad propia que velara por el crecimiento y desarrollo de esta rama en El Salvador. Otros intentos del sector publico de interés en el fomento del turismo se observan en diferentes periodos, uno de los mas dinámicos fue a finales de los años cuarenta con la junta nacional del turismo, en el marco de un proyecto de desarrollo modernizante de la economía inaugurado con la llamada revolución de 1948.

El esfuerzo por modernizar la economía llevada a cabo por iniciativa de dicho gobierno y posteriormente por el Presidente Oscar Osorio, alcanzaron también el rubro turístico. En este periodo se emiten las primeras leyes de fomento de la industria turística, algunos de los actuales turicentros como el de Apulo, Amapulapa, Atecozotz, Ichánmichen, Altos de la Cueva, Parque Balboa, Los Chorros, etc. se construyeron en esta época.

La junta nacional del turismo funcionó hasta el año de 1960, año en el cual fue reemplazada por otro organismo que se creó mediante un decreto bajo el nombre de Departamento de Fomento de la industria turística, dependiendo del Ministerio de Economía cuyos principales objetivos fueron:

- Detectar medidas tendientes a fomentar el turismo
- Promover la creación de nuevos centros turísticos.^{6]}

La década de los 60's marca el inicio del turismo receptivo en el país, ya que se crearon las instancias oficiales para su promoción. Durante esta década, se da un gran paso al decretarse una ley que fomentara el turismo, con la idea de convertirla en una fuente de riqueza para la economía lo que dio como resultado la creación del programa de integración centroamericana. Este programa fue la creación del Consejo de Turismo de la Organización de Estados Centroamericanos (SITCA), alcanzando una verdadera integración turística centroamericana.

^{6]} Op. Cit.

Otro aspecto importante a mencionar durante este periodo, fue la modernización del transporte. Esta incluyó el establecimiento del Aeropuerto Internacional de Ilopango y la ampliación de la infraestructura de caminos.

El número de vuelos a El Salvador aumento dramáticamente, y se puede afirmar que fue el nacimiento de lo que se conoció como “turismo masivo”, que en proporción mínima alcanzo también a Centroamérica.

Para 1961 se visualizó la creación del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), con el único objetivo de estimular el Turismo en todos sus aspectos e incrementar la promoción en nuestro medio. A partir de 1968, ya se puede contar con mayor evidencia empírica acerca del Turismo, ya que es entonces cuando el ISTU comenzó a publicar boletines estadísticos e informativos.

La vida económica y política de El Salvador en el inicio de la década de los setenta estaba caracterizada por una relativa estabilidad. En el período de 1970 a 1974 se construyeron los hoteles Alameda, Camino Real, Ritz y Terraza y además dió inicio a sus operaciones el hotel de Montana del Cerro Verde. Por otra parte se pudo observar un incremento de los mercados emisores de Centro América y Estados Unidos.

En 1975, la afluencia turística sufrió una baja de aproximadamente de 19,399 visitantes a comparación del año anterior debido que en 1974 se celebró la feria internacional de El Salvador, suceso que fue de gran atracción turística y comercial, pero con la realización del concurso de mis universo se levantó una gran campaña publicitaria para fomentar el Turismo, lo cual logro de nuevo un incremento en la actividad turística en los siguientes años.

Para 1978, se había alcanzado el máximo número de turistas en la historia de El Salvador.

El período de 1973 al 1978 se considero los “años de oro” del turismo ya que se mejoró en gran medida la infraestructura hotelera. Se identificó una alta rentabilidad de este tipo de inversiones y las facilidades de crédito ofrecidas al sector eran bastantes atractivas. Es en este periodo que se dió el despegue del turismo y comenzó a situarse como una actividad capaz de generar divisas y empleo. La construcción del Aeropuerto Internacional de Comalapa vino a beneficiar en gran manera al turismo, al igual que la modernización de algunas carreteras. Complementando esto, se dio la construcción del Hotel Pacific Paradise y el Izalco Caban Club en el Estero de Jaltepeque, e. Hotel Siesta y el Hotel Presidente en San Salvador, así como la ampliación del Hotel Sheraton.

Para 1979, se observó un descenso en dicha actividad debido a la inestabilidad política, económica y social que presentaba en ese momento el país, que culminó con el cambio de gobierno. Un país en ambiente de violencia y de inestabilidad tiene poco que ofrecer en términos de turismo. Así fue catalogado el período de 1980 a 1991 . El conflicto armado borro del mapa turístico internacional a El Salvador, considerándolo un destino peligroso para los turistas. Para 1980, se había alcanzado el nivel más bajo de afluencia turística en quince años. De esta forma, las posibilidades de desarrollo del turismo eran nulas y la construcción de infraestructura turística quedó estancada.

La industria hotelera fue afectada en los primeros años del conflicto, pero posteriormente mejoró, mostrando niveles aceptables de ocupación debido a la escasez de habitaciones que había en la capital para albergar a periodistas, funcionarios de organismos internacionales, etc.

Aunque se dieron incentivos para la reanimación del sector en 1984, el dinamismo del turismo permaneció lento, debido al conflicto armado. A partir de 1989 se observa una leve recuperación, al menos se experimentan los niveles de ingreso de turismo mayores desde el periodo en que comenzó el conflicto.

Los llamados acuerdos de paz de Chapultepec, firmados el 16 de enero de 1992 entre el gobierno y las fuerzas de oposición del FMLN, establecen la finalización del

conflicto armado en el país. Este documento comprendía una serie amplia de tópicos, pero tenía como objetivo la democratización del país, garantizar el respeto a los derechos humanos y reducir la polarización de la sociedad Salvadoreña. Si bien es cierto que el entorno político después de la firma de los acuerdos de paz es muy diferente al que se vivió durante los doce años de guerra, todavía faltan esfuerzos para consolidar la paz en su totalidad.

Se ha evidenciado en la experiencia de El Salvador y en la mención señalada en otros países, que el turismo es producto de Paz y de un clima de seguridad. El clima de potencialidades para la paz y la estabilidad política, le ha dado un giro a la situación del turismo. Se abren de nuevo las posibilidades para comercializar los productos turísticos que El Salvador pueda ofrecer.

La iniciativa relacionada con El Salvador de mayor importancia es la propuesta del proyecto “Mundo Maya” (conformado por los países de Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y asesorado por la Comunidad Económica Europea), el cual contiene propuestas concretas para la promoción e integración de los sistemas turísticos de los países.

En el ámbito Centroamericano, El Salvador corre el riesgo de quedarse a la zaga de sus vecinos en cuanto a turismo respecta. En el año de 1992 se perdieron recursos en una disputa con Honduras que podían haber sido potenciados como atractivos naturales en un proyecto de turismo, la región que se perdió con mayor valor para el turismo es parte de la zona norte de Morazán, particularmente la zona de las comunidades de Sabanetas y El Zancudo.

En 1997, se creó la Corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR) que tiene como finalidad promover el desarrollo del turismo en El Salvador, uno de los proyectos próximos a realizar por esta institución es el del turismo étnico, el cual pretende que los Salvadoreños residentes en los Estados Unidos dirijan sus remesas a la inversión en materia turística que se ejecutara en sus pueblos o ciudades de origen. Se sabe que las remesas

familiares alcanzan ya una cifra de \$1,300 millones al año, las cuales son destinadas principalmente al consumo y no a la inversión.^{7]}

Este mismo año nació el proyecto de alojamientos rurales (hostales) con el fin de buscar polos de desarrollo rural y captar los fondos que los turistas dejan al visitar las zonas rurales del país y crear así microempresas. Con la ejecución de este proyecto se ha buscado también contribuir a la generación de empleo, mejorar los ingresos familiares, aprovechar los recursos naturales propios de cada zona, incrementar el desarrollo rural sostenible y, en general, mejorar las condiciones y la calidad de vida de los Salvadoreños.

La corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR) está ayudando a los propietarios de pequeños establecimientos en la logística, diseño, remodelación, mercado y capacitación. Los primeros hostales fueron creados con una ayuda financiera de la agencia de cooperación Española, en Apaneca ya se encuentran funcionando los hostales: Las Orquídeas, Las Ninfas, El Centro de Convenciones El Paraíso y la Casa de Huéspedes Doña Mercedes, esta última ubicada en Juayúa. Próximamente serán inaugurados el alojamiento turístico Flor de Azalias y el Hotel Santa Leticia Rural Resort, ambos en la zona occidental del país.

El Instituto Salvadoreño del Turismo (ISTU) durante el periodo de 1998-2000 realizó una inversión de doce millones de colones en turicentros, de la inversión para la remodelación de los turicentros una parte ha sido otorgada por el gobierno y la otra parte ha sido de lo que se recolecta con el funcionamiento de los mismos. Gracias al trabajo conjunto entre el sector privado y el gubernamental, se están llevando a cabo una serie de proyectos entre los que se pueden mencionar:

- Fortalecimiento de las medidas de seguridad ciudadana.
- Mejora de los servicios brindados a los viajeros en el aeropuerto.
- Diseño e implementación de la campaña “conoce a tu país” para promover el rescate de nuestras raíces.
- Integración de las rutas turísticas para la venta de sus productos como región.

^{7]} Diario de Hoy, “Suplemento Especial día del Turismo” martes 28 de septiembre de 1999.

- Capacitación en calidad total para el sector turismo.

En el mundo actual hay muchas fuerzas que están empujando a las empresas hacia la globalización, en el sentido de extender su participación en mercados extranjeros. La competitividad es presentada como un factor importante dentro del contexto de una economía global, la cual extiende sus influencias sobre las tendencias internacionales de comercio, políticas y empleo. El fenómeno de la globalización también ha alcanzado a la industria del turismo a nivel mundial, en el caso del turismo en El Salvador, el Ministerio de Economía a través del programa nacional de competitividad, creó recientemente los “cluster” que se definen como un grupo de industrias que se apoyan unas a otras en la producción y comercialización de un bien o servicio, con el fin de competir a nivel global efectivamente, por lo que el turismo se visualiza como una industria a nivel mundial.

2.2.2 Importancia del Turismo.

La actividad turística que desarrolla el país está encaminada a ofrecer tanto a sus habitantes como a extranjeros la oportunidad de recreación y el esparcimiento, para lo cual se lleva a cabo la promoción y el estímulo del turismo en todos sus aspectos, ofreciendo las riquezas naturales y culturales que posee, proyectando de esta manera un lugar atractivo a los ojos de los países que por excelencia sus habitantes buscan un lugar donde poder ir a tomar un confortable y merecido descanso.

Muchas investigaciones basadas en el turismo recalcan la importancia que éste juega en cada nación, lo cual hace que este rubro sea de carácter prioritario para cada gobierno.

Por el reciente conflicto armado en el país durante la última década, se dio un paro turístico a nivel nacional, el cual no ha permitido visualizar los beneficios que el turismo pudiera traer al país.

En el aspecto social, se produce un efecto cambiante en la cultura ya sea al visitante, como al mismo residente de una zona específica.

Cada una de las personas que visitan un país, propagan sus valores cuando viajan, ya que dichos individuos muestran sus modales los cuales llegan en un momento dado a ser la moda de un país. Pero no hay que olvidar que tanto el visitante como el residente tienen el mismo nivel cultural, educativo y económico, el cambio social del cual se habla es menos significativo. Se puede esperar un cambio más drástico cuando la diferencia, entre el factor cultural, educación y economía, es más profunda entre una y otra parte.

Cada turista tiene un motivo específico por lo cual visita un determinado país, algunos tendrán cierto interés por la historia, el folklore o conocer el comportamiento de las personas que se visitan, o simplemente buscando un momento de descanso.

En nuestro país, el turismo favorecería grandemente el redescubrimiento de nuestra propia cultura, ya que habría una influencia más marcada sobre la cultura y la sociedad.

Muchos valores perdidos renacerían con el fin de dar a conocer a otros pueblos lo que poseemos. Por ejemplo, las fiestas patronales de cada pueblo, la elaboración de las diversas artesanías propias, la comida autóctona de cada región, etc.

El turismo contribuye a satisfacer las necesidades y tendencias de asociación, ayuda a compactar nuevas relaciones con personas interesadas en conocer otros pueblos y analizar la forma de ser de los demás seres.

En el campo económico, muchos países como El Salvador, que aspiran un rápido crecimiento socioeconómico, se apoyan en la fórmula turística para lograrlo, ya que puede ser una de las fórmulas más adecuadas y menos costosas para obtenerlo, dada la proporción de alta utilización de recursos humanos, en relación con el capital de inversión requerido para su infraestructura.

El turismo juega un papel importante para la economía de cualquier país, al ser generadora de fuentes de divisas dado que el turismo se considera como un servicio de exportación a través del cual el país vende sus atractivos naturales y culturales a residentes de otros países. Cuando el turista compra en el país, esta tiene las mismas características de una exportación de bienes.

El rubro en mención también tiene una influencia directa en otros sectores importantes como es la agricultura, ganadería y la pequeña industria; un ejemplo típico son las artesanías ya que son utilizadas por la industria turística en forma permanente.

Por ser una actividad generadora de empleo en donde la mayor parte de la mano de obra utilizada solo necesita de una pequeña especialización, el gobierno esta impulsando el turismo como un medio para contrarrestar el desempleo existente, por otra parte es una actividad que aumenta el ingreso de las personas y por ende mejora las condiciones de vida de la población.

Las diferentes formas de mano de obra que absorbe el turismo son:

- La utilizada en la construcción de infraestructura básica (calles, puertos, aeropuertos, instalaciones eléctricas, acueductos y alcantarillados, etc.)
- La ocupada en la superestructura turística (hoteles, moteles, restaurantes, parques, turicentros, etc.)
- La destinada a la producción de alimentos básicos.
- La de transporte aéreo, terrestre, ferroviario y marítimo.
- La de servicio a través de hoteles, restaurantes, agencias de viaje en general y además toda mano de obra empleada en los diferentes servicios prestados por la actividad turística (agentes turísticos, artesanos, guías turísticos, etc.)

El turismo fomenta nuevas industrias, las cuales crecerán en la medida en que el turismo alcance mayor fuerza. Entre las industrias que fomenta el turismo se pueden mencionar: Las Artesanías cuyos productos son de gran atractivo para el turista

internacional; estos productos son explotados fácilmente puesto que para elaborarlos no se necesita de grandes inversiones, sino de un capital pequeño, maquinaria poco costosa y menos complicada. Los productos que más se producen por tener mayor demanda son: hamacas, artículos de barro, mimbre, bambú y alfombras.

La industria hotelera y restaurantera también crece a la par del turismo dado que están íntimamente ligadas, formándose así dos actividades complementarias.

2.2.3 El Cluster del Turismo en El Salvador

Cuando se habla de alguna industria determinada, frecuentemente se comete el error de reducir el análisis de sus partes más sensibles; sin embargo, existen un conjunto de elementos directos e indirectos que la afectan, a estos en conjunto se les denomina “CLUSTER”. Este, es una alianza estratégica entre empresas del sector privado e instituciones del sector público, con el objeto de competir a nivel mundial.

Actualmente el “cluster” del turismo está integrado por el programa Nacional de Competitividad que incluye a la Corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR), El Ministerio de Relaciones Exteriores, El Banco Multisectorial de Inversiones (BMI), La Cámara Salvadoreña del Turismo (CASATUR), La Asociación Salvadoreña de Hoteles, El Buró de Convenciones de El Salvador, La Organización Mundo Maya y la Asociación de Tour Operadores, entre otras.

Para que la promoción del turismo sea efectiva, es indispensable el apoyo de estas instituciones, del sector privado y gubernamental que incentiven destinos, servicios y productos. Sumado a esto, se debe fortalecer las medidas de seguridad ciudadana, mejorar la infraestructura de carreteras y la ampliación hotelera para la ciudad; de ser así, se logrará que El Salvador sea reconocido en el mundo entero como un destino a visitar, alcanzando de esta forma un desarrollo turístico que beneficie a todos los salvadoreños.

En la figura número uno se muestra en forma esquematizada el principal “cluster” del turismo en El Salvador:

Hacia el centro, están colocadas las motivaciones que mueven a los turistas a visitar El Salvador, de las cuales las que mas relevancia tienen para este estudio son aquellas que poseen una relación directa con la cultura, naturaleza y aventura.

Alrededor de estas motivaciones se han colocado los sectores de la industria que interactúan directamente con el turista, tales como: Hospedaje, Transporte, Alimentación, Atracciones y Tour Operadores.

En la periferia se colocan los sectores de apoyo, es decir, todos aquellos que son importantes para el servicio que recibe el turismo, pero que en lo general no interactúan directamente con él.^{8]}

^{8]} El Salvador, Turismo: “El Reto de la Competitividad”, Centro Latinoamericano para la Competitividad y Desarrollo Sostenible (CLACDS), INCAE.

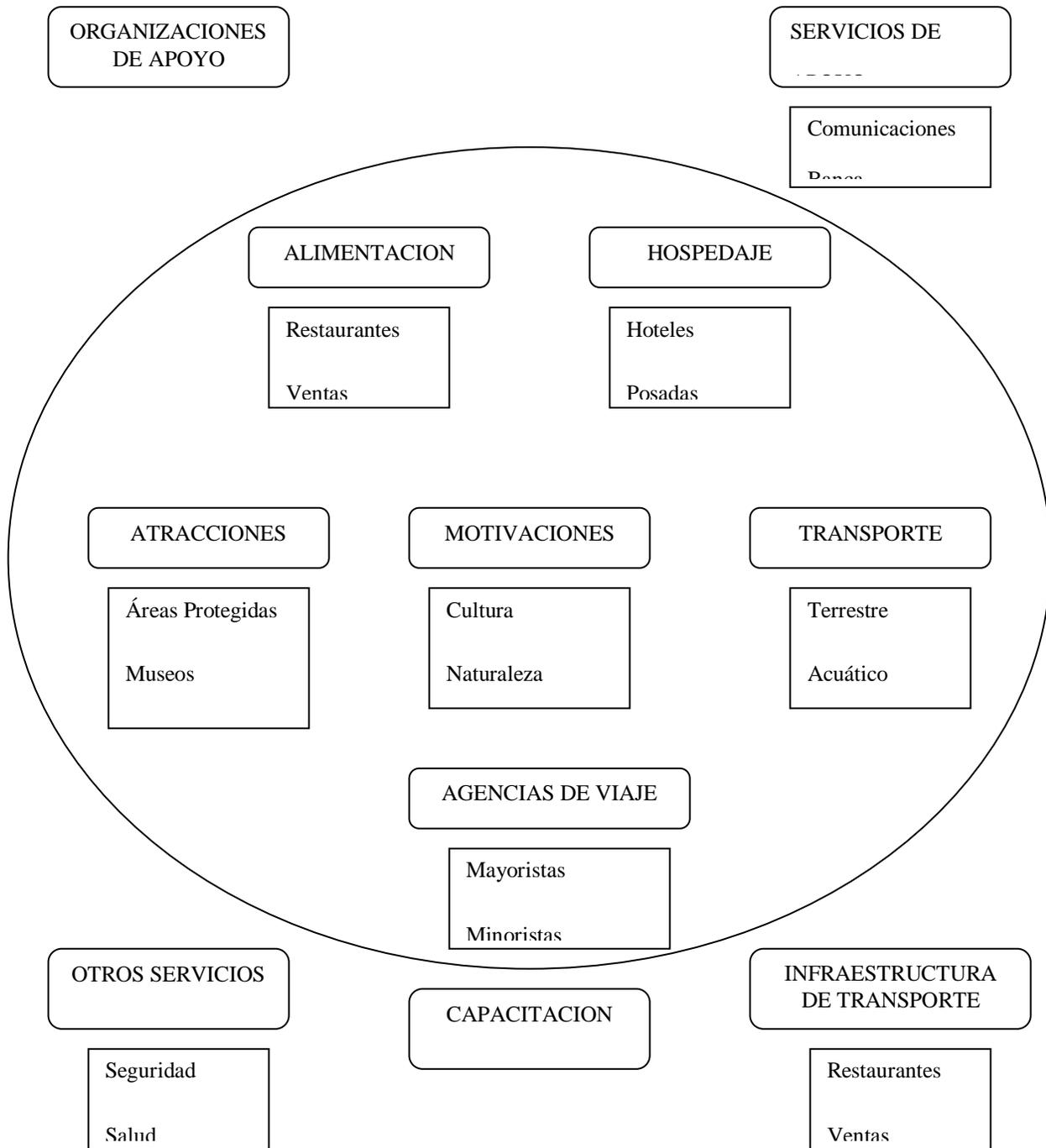


FIGURA 1
CLUSTER DEL TURISMO EN EL SALVADOR

2.2.4 Efecto Multiplicador del Turismo

El sector turismo influye en la economía de un país de diversas formas, una de ellas es mediante el efecto multiplicador.

Este incide en todas las actividades productivas internas de un país por la interrelación del turismo con los demás sectores de la economía, ya que todos están ligados, es decir, afectando cada parte a los restantes.

Cuando un dólar ingresa en la economía de una determinada región o país, parte de este dólar permanece dentro de la economía local, la cual da comienzo a una cadena de desembolsos dentro de la economía de la zona turística, produciendo varios efectos, los cuales pueden ser uno de los siguientes: Construcciones, carreteras, transporte, centros turísticos, industria de la artesanía, etc.

Desde el momento que un dólar entra al país, este se disuelve rápidamente en el mercado, el efecto del factor multiplicador, dependerá grandemente de la proporción de ingreso turístico que ingrese al país, y de la gama de productos y servicios que se ofrezcan por parte de los nacionales o residentes de la zona turística, ya que si todos los productos o servicios son ofrecidos por empresas extranjeras, las utilidades obtenidas en su mayoría, formaran parte de capitales extranjeros.

Cuadro No 1: TURISMO EN EL SALVADOR.

Llegadas de turistas por año.

(Cifras en miles de dólares)

AÑO	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Total de visitantes (cifras en miles)	282,853	387,052	541,863	658,191	794,678	734,627
Ingreso de divisas en concepto de turismo	44.1	74.6	125	210.6	254.3	235.1

Fuente: Banco Central de Reserva BCR.

El turista que entra al país gasta en alojamiento, comida, transporte, etc. lo que trae como consecuencia una demanda de productos primarios tales como agrícolas, industriales, servicios, etc.

Como ejemplo de lo anterior se mencionan las necesidades del turista por conocer una zona determinada. Dicho individuo paga una cantidad de dinero al tour operador para realizar una excursión, el tour operador contratará un transportista obteniendo una ganancia personal y el resto reinvirtiéndolo de nuevo en una determinada economía. Por su parte, el transportista consumirá alimentos, combustibles, uniforme, etc. a su vez los que venden los alimentos en las zonas turísticas adquieren los productos agrícolas producidos en la zona, y así continúa la cadena la cual deberá ser local para que se cumpla el fenómeno multiplicador. Por todo lo anterior se espera que el turismo traiga beneficios a la región o al país.

2.2.5 Oferta de Productos Turísticos

La oferta de productos turísticos se presenta a continuación:

- a. El mayor número de paquetes turísticos que ofrece el país son las principales playas del litoral salvadoreño, representadas en su gran mayoría por recorridos de un día, con almuerzos en un hotel o club de la costa del mar.
- b. Las ofertas basadas en el elemento paisaje que son básicamente un atractivo importante, entre estos están los volcanes, lagos, ríos, montañas y se comparte con las visitas a las zonas arqueológicas que tienen más valor como: las ruinas de Tazumal, San Andrés y Joya de Cerén.
- c. Ofertas mas especializadas como visitas a centros de artesanías, pesca submarina, deportes acuáticos, recorridos en lancha, cayuco y botes; visitas a fincas de café,

bálsamo, recorrer rutas turísticas establecidas, festivales gastronómicos, ferias, etc.^{10]}

2.3 ANTECEDENTES DEL DEPARTAMENTO DE MORAZAN.

El Departamento de Morazán ha sido catalogado como uno de los departamentos más pobres de El Salvador, tal y como se refleja en los índices de Desarrollo Humano. Esta es una característica tradicional en el departamento. Debido a eso fue una zona de las más conflictivas en la década de los `80.

A partir de la firma del Acuerdo de Paz se genera todo un proceso de reconstrucción y una conformación de estructuras organizativas para servir como canalizadores de la cooperación internacional y llevar los recursos hacia las prioridades de la población. Sin embargo este esfuerzo se ha realizado de forma individual y dispersa.

2.3.1 Condiciones geográficas.

“Esta ubicado en la franja Nor-oriental del país y es uno de los catorce departamentos de El Salvador. Constituye en términos de extensión geográfica el 6% del territorio nacional.

El departamento limita al norte y noreste con la republica de Honduras, al este con el departamento de La Unión, mientras que al sur, suroeste y oeste presenta frontera con el departamento de San Miguel. Se trata de un territorio accidentado que comprende dos cuencas, la del Río Torola, afluente del Lempa, y la del Río Grande de San Miguel. El departamento se caracteriza por una economía basada en el sector agropecuario, presenta un dominio de la población rural y es una de las densidades demográficas mas bajas del país.

^{10]} Op. Cit.

Su organización político administrativa está dividida en tres distritos y veintiséis municipios (cuadro 1). Su extensión territorial antes del fallo de La Haya era de 1,447.43 km², debido al litigio territorial con la república de Honduras y con la resolución de La Haya se estima que su territorio se reduce a 1,265.12 km². En cuanto a su población, según el anuario estadístico del Ministerio de Economía del año 1999, para 1998 se estimaba en 171,692 habitantes, tomando como base el censo de 1992. Pero debido a que este departamento fue uno de los principales escenarios del conflicto armado de la década de los '80 el movimiento poblacional ha sido evidente, en algunos municipios más que en otros.

San Francisco Gotera, con una población de 20,771 habitantes, es la cabecera del departamento y está a 170 Km. de la capital, a 130 Km. del principal aeropuerto del país y 80 Km. del puerto de Cutuco en el departamento de La Unión.

Las principales poblaciones con más de los 10 mil habitantes son: San Francisco Gotera (20,771), Corinto (17,163), Sociedad (11,424), Guatajiagua (10,770), Cacaopera (10,397), Jocoro (10,379) y Osicala (10,108).”^{11]}

La red vial principal la constituye la carretera CA-7 y la Ruta Militar (carretera internacional que de San Miguel conduce a la frontera El Amatillo). La CA-7 parte de la ruta militar, a la altura del lugar conocido como kilómetro 18, pasando por la cabecera, San Francisco Gotera, hasta llegar a la población de Perquín. Sin embargo en los últimos años se ha asfaltado la calle que de la ruta militar conduce hacia Corinto, al Este del departamento. También la calle que de San Francisco Gotera conduce a Cacaopera y luego hacia la población de Joateca. De manera general el mal estado de la red vial ha incidido la marginación del departamento, aislándolo de los centros de mercado regionales e incrementando sus costos de producción. Es decir que tal como se menciona en el informe de la Comisión Nacional de Desarrollo, el problema se puede resumir en una palabra: Marginación.

^{11]} Plataforma del Morazán, 2002

CUADRO No 2: MUNICIPIOS DE MORAZÁN.

DEPARTAMENTO DE MORAZAN			
MUNICIPIO	AREA (Km2)	POBLACION** (hab.)	CANTONES
San Francisco	59,76	20.771	6
Arambala*	114,21	2.097	4
Cacaopera	135,73	10.397	7
Corinto	94,99	17.163	5
Chilanga	34,33	8.897	5
Delicias de Concepción	20,22	4.930	2
El Divisadero	61,36	7.931	7
El Rosario	19,12	1.276	2
Gualococti	18,62	3.245	2
Guatajiagua	70,77	10.770	6
Joateca	66,27	3.792	3
Jocoaitique	51,85	2.289	2
Jocoro	63,56	10.379	8
Lolotiquillo	22,62	4.803	4
Meanguera	47,25	8.350	4
Osicala	47,05	10.108	4
Perquín*	109,01	3.783	3
San Carlos	36,94	3.596	4
San Fernando	26,93	1.020	2
San Isidro	11,51	3.189	2
San Simón	39,14	8.949	6
Sensembra	22,02	3.309	2
Sociedad	118,32	11.424	8
Torola	58,26	1.472	4
Yamabal	84,08	3.832	4
Yoloaiquín	13,51	3.920	2
TOTALES	1447,43	171.692	108
* En el área geográfica no se ha quitado lo afectado por el fallo de La Haya.			
** estimado para 1998 según el anuario estadístico del Ministerio de Economía			
Año 2000.			

2.3.2 Características físicas del territorio.

“La altura sobre el nivel del mar va desde 230 metros en el sur hasta 1,600 metros en la zona norte. Por su origen el departamento se puede dividir en las siguientes unidades: a) Montañas de Torola, b) Montañas antepuestas del Cacahuatique, c) Volcán Cacahuatique.

Montañas del Torola: se denomina así al conjunto de cerros que se encuentran en la parte norte del departamento y se prolongan hacia Honduras, conformando el parte agua de la cuenca del río Torola. Las elevaciones más importantes son los cerros: Crucita y El Pericón.

Montañas antepuestas del Cacahuatique: están formadas por una serie de conos y pequeños valles atrapados, contándose como puntos característicos los cerros: La Jojona, Picachito, Cristo, Cacahuatique. Parte de esta unidad se encuentra en la cuenca baja del río Torola.

Volcán Cacahuatique: El Cacahuatique se trata inequívocamente de un volcán destruido por la erosión. Esto debido a que una gran parte del país está cubierto con roca volcánica floja y a los efectos de la erosión producidos por el agua en toda la zona norte. Esta acción ha formado en Morazán crestas, pendientes, barrancos y valles producto de los procesos erosivos

En la zona norte clima es fresco, en su parte central y en el sur es tropical. La variación pluvial oscila entre 1800 y 2,900 m. m. anuales”^{12]}

^{12]} Opt. Cit. en 10

2.3.3 Condiciones Económicas.

Actualmente las principales actividades son: la ganadería, caficultura, henequén, granos básicos, artesanías, microempresas de comercio, industria y servicios.

La población económicamente activa del departamento asciende a 65,140 personas, con una tasa de desocupación del 7.27%, el salario promedio para la mano de obra no calificada es de US\$4.00 por día.

En el área rural el empleo es básicamente familiar y esta muy ligado a la producción de granos básicos, luego venden su fuerza de trabajo para la recolección de cosechas, café y caña principalmente.

2.3.4 Servicios básicos del territorio.

La cobertura del suministro de agua potable, refleja que el área urbana el 27% de las viviendas no cuentan con este servicio, y en el área rural supera el 63% de viviendas sin agua. En general solamente el 48.5% de las viviendas del departamento tienen acceso a agua, y de éstas el 77% consume agua tratada.

El servicio de alcantarilla solamente existe en el área urbana de 7 municipios y con insuficiente cobertura que en promedio alcanza el 34%.

En cuanto al manejo de excretas, en el área urbana el 15% de las viviendas no cuenta con ningún tipo de infraestructura para ello, y en área rural este porcentaje llega al 40%. En resumen el 32% de las viviendas del departamento no cuentan con servicio de aguas negras ni de letrina.

El servicio de transporte público es prestado por empresarios individuales, a los cuales el estado les hace concesión de las líneas o rutas. También existe la modalidad de transporte en vehículos de carga liviana (pick-up) hacia áreas rurales. Al respecto, existen

aproximadamente tres cooperativas de transportistas de carga liviana. En aquellas comunidades en donde no existe transporte vehicular, los pobladores lo hacen a pié, en equinos o en carretas tiradas por bueyes.

Los 26 municipios cuentan con servicio telefónico en los cascos urbanos. Existen 8,000 líneas fijas abonadas a este sistema, el cual se encuentra privatizado. A esto hay que agregar la telefonía celular de la cual no se dispone de información sobre el número de abonados.

En la cabecera departamental existe un local de Infocentros, dependiente del Ministerio de Economía que presta servicios de Internet al público en general. También recientemente se llevó a cabo la apertura de una oficina de servicios de información económica por Internet, que se llama Centro de Agro negocios y depende del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Se cuenta además con un sistema de 33 radios en UHF en 18 municipios que comunica en red a las Alcaldías Municipales, áreas rurales, la Gobernación y otras instituciones del departamento.

Salud.

La red de servicios de salud está conformada por 1 Hospital Departamental de segundo nivel, 25 unidades de salud (en las cabeceras municipales), 12 casas de la salud, 2 dispensarios, 1 clínica del seguro social, 1 clínica del Batallón de Sanidad Militar, 1 centro médico, 1 clínica parroquial, 1 clínica pastoral, 30 consultorios privados. Además existen Organizaciones no Gubernamentales que prestan diversos servicios orientados a la educación y atención en salud.

2.3.5 El Turismo en el Departamento.

El departamento de Morazán posee según diversas investigaciones turísticas, un potencial de gran magnitud, para el desarrollo del turismo vinculado a sus recursos naturales, historia y cultura. La Corporación Salvadoreña de Turismo CORSATUR estructuró una serie de circuitos turísticos a nivel nacional, en poblaciones que cuentan con algún nivel de homogeneidad y características particulares en sus atractivos.

Así se estableció en Morazán la “Ruta de la Paz” fundamentada en la historia reciente relacionada con el conflicto bélico y con la característica de ser una región en transición; de la alta conflictividad a una zona de desarrollo pacífica y con identidad cultural.

En su origen la Ruta de la Paz comprendía los municipios de: Arambala, Cacaopera, Corinto, El Rosario, Joateca y Perquín, pero a partir del año 2001 los municipios de Jocoaitique, Meanguera, San Fernando y San Francisco Gotera han manifestado su interés en incorporarse a esta iniciativa y ampliar su cobertura.

Los principales atractivos turísticos del departamento han sido identificados y se presentan en los siguientes cuadros.

Cuadro No. 3: ATRACTIVOS TURÍSTICOS RUTA DE LA PAZ

SATISFACTOR	MUNICIPIOS CON POTENCIAL	VENTAJA COMPARATIVA
Turismo Naturaleza	Norte de Morazán	Belleza escénica, flora y fauna
Turismo Cultural	Cacaopera, Guatajiagua, Corinto	Folklore autóctono, talleres artesanales, etnia Lenca Ulúa, Petrograbados
Turismo Gastronómico	Departamento	No identificado
Turismo de Aventura	Norte de Morazán	Tramos 4x4, Rapel, Bicimontañismo, Caminatas nivel 1-5, cabalgatas
Turismo Deportivo	Departamento	No identificado
Turismo Religioso	Departamento	No identificado
Turismo Artesanal	Cacaopera, Delicias de Concepción y Guatajiagua	Producción artesanal de jarca y alfarería negra
Turismo Histórico	Norte de Morazán	Historia del conflicto bélico
Turismo Arqueológico	No Identificado	No identificado
Turismo de Recreación	Perquin, Arambala	Centros turísticos y eventos

Fuente: Plan estratégico de turismo regional en el norte de Morazán “Ruta de la Paz” – Proyecto Morazán-2001

Cuadro No. 4: INVENTARIO TURÍSTICO DE MORAZÁN

ATRACTIVO TURÍSTICO	MUNICIPIO	SATISFACTOR
Iglesia y Parque	Arambala	Religioso, cultural
Llano del Muerto	Arambala, Perquín	Naturaleza, aventura
Cascada del Perol	Arambala, Perquín	Naturaleza, aventura
Cerro El Pericón	Arambala, Perquín	Naturaleza, aventura
Río Sapo	Arambala	Naturaleza, aventura
El Bailadero del Diablo	Arambala, Perquín	Naturaleza, aventura
Iglesia	Cacaopera	Religioso
Los Emplumados	Cacaopera	Cultural
Museo casa de la Cultura	Cacaopera	Cultural
Museo Winakirika	Cacaopera	Cultural
La Poza de la Barca	Cacaopera	Naturaleza, aventura
Cueva de la Coquinca	Cacaopera	Naturaleza, aventura
Mirador El Alto	Cacaopera	Naturaleza, aventura

Los Encuentros	Cacaopera	Naturaleza, aventura
Artesanías de jarcía	Cacaopera	Artisanal
Iglesia y parque	Corinto	Religioso, cultural
Cuevas petrograbados	Corinto	Cultural
Poza La Bruja	Corinto	Naturaleza, aventura
Artesanías y jarcía	Delicias de Concepción	Artisanal
Iglesia y parque	El Rosario	Religioso, cultural
Mirador vista al río	El Rosario	Naturaleza, aventura
Cascada del río Araute	El Rosario	Naturaleza, aventura
Artesanías alfarería	Guatajiagua	Artisanal
Iglesia y parque	Joateca	Religioso, cultural
Piedra La Mecedora	Joateca	Naturaleza, aventura
Termos	Joateca	Naturaleza, aventura
Alturas del Cururo	Jocoaitique	Naturaleza, aventura
Portales coloniales	Jocoaitique	Cultural
Grupo los Torogoces	Jocoaitique	Cultural
Llano El Liso	Jocoaitique	Naturaleza, aventura
Triangulo El Araute	Jocoaitique	Naturaleza, aventura
Cuevas la Guilisca	Jocoaitique	Naturaleza, aventura, historia
El Mozote	Meanguera	Historia, cultura
Conjunto urbano	Perquín	Historia, cultural, religioso, gastronómico
Quebrada de Perquín	Perquín	Naturaleza, aventura
Cerro Pelón	Perquín	Naturaleza, aventura
Museo de la revolución	Perquín	Historia, cultura
Río Torola	Meanguera, Cacaopera	Naturaleza, aventura
Volcán Cacahuatique	Guatajiagua, Delicias de Concepción, Gualococti	Naturaleza, aventura, zona de reserva
El Moscarrón	Torola	Naturaleza, aventura y cultura
Río Negro	Perquín, San Fernando	Naturaleza, aventura
Río Araute	El Rosario, Jocoaitique	Naturaleza, aventura
Cerro El Aguacate	Corinto	Naturaleza, aventura
Cerro El Corobán	Lolotiquillo	Naturaleza, aventura y cultura

Fuente: Plan estratégico de turismo regional en el norte de Morazán “Ruta de la Paz” – Proyecto Morazán-2001.

Capítulo III

MARCO TEORICO

3.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

3.2 TIPOS DE MICROEMPRESA

3.3 CONDICIONES NECESARIAS PARA ESTABLECER UNA EMPRESA

3.4 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

3.5 ATRACTIVOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS.

CAPITULO III

MARCO TEORICO

3.1 Conceptualización de la Microempresa.

“La microempresa alude al tamaño de las unidades económicas que se ubican por debajo de la pequeña empresa. Con el fin de diferenciarla, la microempresa se basan en la dimensión financiera como: “La unidad económica que tiene menos de 10 trabajadores y cuyas ventas anuales no superen los 600,000.00.^{4]}

3.2 Tipos de Microempresa

Según el Libro Blanco, con base en el tipo de productividad que caracteriza a la microempresa, se distingue tres tipos que se han clasificado en base a sus recursos, capacidad de disposición de excedente económico y la formalización de sus procesos productivos, las cuales se detallan a continuación:

Microempresa de Subsistencia.

Son empresas que no logran alcanzar o retener el excedente económico o capital de trabajo que le permita reproducir el proceso productivo del negocio, es decir que son aquellas que tiene tan baja productividad que solo logran ingresos con el propósito de consumo inmediato, trabajan sobre la lógica de ir la pasando. Aquí es donde se concentran los mayores problemas de tipo social de la microempresa ya que no se repone el capital de trabajo, es donde los límites del hogar y la unidad económica se confunden más ampliamente.

Entre sus características principales se mencionan:

^{4]} Libro Blanco de La microempresa, segunda edición, El Salvador, 1997, Pág.4.

Ingresos mensuales hasta 15,000.00, no poseen lugar fijo para el desempeño de sus actividades, poco capital de trabajo, se concentra en el mercado minorista y servicios personales, generalmente conformados por mujeres jefes de hogar.

Microempresa de Acumulación Simple

Estas logran generar ingresos que le permiten cubrir los costos de su actividad pero sin alcanzar excedente suficiente que permitan la inversión en crecimiento. Este es el momento en que la microempresa empieza a evolucionar hacia el crecimiento, es cuando el empresario cubre los costos de su actividad aunque aun, no tenga capacidad de ahorro o inversión, es donde se ve carencia de la organización empresarial.

Entre sus características principales encontramos:

Ventas mensuales entre 15,001.00 y 30,000.00, modestas posibilidades de aumentar la producción, inversión y empleo, resultados inmediatos estables a través del tiempo, poseen en su mayoría un local fijo para el negocio en la vivienda, poca calificación técnica y experiencia laboral, poca mano de obra asalariada y en su mayoría familiar oportunidad de capacitación y asesora únicamente de forma colectiva. (Asociados con otras empresas).

Microempresa de Acumulación Ampliada O “MICRO – TOPE”.

Aquí se logra una acumulación de excedente y se convierte en el crecimiento de la empresa. Este es el pequeño segmento microempresarial donde una adecuada combinación de factores productivos y posicionamiento comercializador le permite crecer con márgenes amplios de excedente.

Entre sus características principales tenemos:

Ventas mensuales entre 30,001.00y 50,000.00, dedicadas a la manufactura y servicios, generalmente poseen local estable para el negocio, distinto al hogar, acceso a

crédito, formación técnica, gran experiencia con escolaridad primaria y secundaria, algunas prestaciones sociales a patrones, pequeña cantidad de mano de obra asalariada y en su mayoría familiar.

En El Salvador la micro y pequeña empresa pertenecen al segmento de subsistencia y acumulación simple; lo cual significa que la mayor parte del sector esta formada por unidades cuyo financiamiento solo permite a lo sumo cubrir sus costos de operación, esto pone en evidencia la inestabilidad de la MYPES y la importancia que adquiere el incremento de la productividad para estas.

A continuación se presenta la segmentación basada en los niveles de venta de la micro y pequeña empresa.

SEGMENTO	No. DE EMPRESAS	PORCENTAJE (%)
Subsistencia	415,000	89
Acumulación Simple	33,000	7
Acumulación Ampliada	16,000	3
Pequeña Empresa	4,000	1
	-----	-----
TOTAL	468,000	100

Nota:

Segmentación basada en los niveles de venta de la micro y pequeña empresa [adaptado de FOMMI III Y DIGESTIC, 1998: P.6]

3.3 CONDICIONES NECESARIAS PARA ESTABLECER UNA MICROEMPRESA.

Al hablar de iniciar una empresa, se refiere a la acción de emprender una actividad para ofrecer a la sociedad ciertos productos o servicios, y esta acción de emprender puede ser realizada por una persona, una familia, un grupo de amigos o profesionistas, un conjunto de interesados, etc. Para cualquiera de ellos le es de gran importancia determinar las condiciones que debe de analizar una empresa para tener éxito y establecer sus características.

Antes bastaba con que los empresarios y directivos concentraran su atención en el interior de la empresa para lograr mayor eficiencia en la producción, ventas, finanzas, etc. Ahora, además de esto tienen que entender que las principales oportunidades y riesgos para su empresa se dan en el exterior; de las puertas de su empresa hacia fuera, tienen entonces que estar escudriñando, que cambios se avecinan para aprovechar las oportunidades y disminuir los riesgos.

La situación de cualquier empresa se puede representar como un tronco de un árbol cuando es cortado, esto es, en el centro tiene un núcleo o corazón y alrededor hay diferentes capas o sectores que lo rodean, lo mismo sucede con las condiciones que rodean una empresa por lo cual es necesario conocer estas condiciones ya que determinaran el éxito de la misma. Jorge Salazar Leytte plantea en su obra "Cómo Iniciar una Empresa" las condiciones que se deben estudiar antes del establecimiento de una empresa, estas se detallan a continuación:

3.3.1 Factores Políticos y Gubernamentales.

La política es un factor de enorme influencia en cualquier negocio que esté por establecerse o que ya esté establecido. La explicación de esa influencia es muy sencilla dado que política y gobierno y gobierno y política son una unidad y hay que tener presente que para bien o para mal una de las funciones esenciales de un gobierno es ser rector

económico de un país, ya que es este quien señalan y marca las directrices económicas dentro de las cuales las empresas deben operar.

Todo gobierno a través de sus dependencias es fuente de leyes, disposiciones y reglamentos en muchos campos como el legal, laboral, fiscal, ambiental, etc. que norman y regulan la vida de las empresas.

3.3.2 Factores económicos.

Estos factores son muy complejos, por un lado, política y economía están muy ligadas, son interactúantes, aunque distintas al mismo tiempo, es como vivir y respirar, si se respira se vive y si se vive se respira. Los gobiernos que con criterios políticos han tratado de manejar la economía terminan por aceptar que es la economía la que maneja a los gobiernos.

La economía de una nación es como la de una empresa, en general puede ser buena o mala, aunque al mismo tiempo es distinta para cada uno de sus integrantes. Pueden existir empresas con muy buenas utilidades pero que tenga muy malos sueldos o puede haber empresas hasta con pérdidas pero con buenos sueldos debido a exigencias sindicales y gubernamentales.

Hay que recordar que en una economía sana los precios son estables, las fuentes de trabajo crecen y el poder adquisitivo se incrementa, sin embargo, en una economía enferma sucede lo contrario, hay inflación, se cierran fuentes de trabajo, etc. Todo lo anterior afecta de una u otra manera la idea de iniciar una empresa, por lo cual es necesario conocer las condiciones o factores económicos para pronosticar el fracaso o éxito de una empresa.

3.3.3 Factores sociales.

En las últimas décadas las sociedades en el mundo han cambiado con rapidez y profundidad sus necesidades, gustos preferencias y sus estilos de vida; hablando en términos más psicológicos, inclusive su filosofía y actitud hacia la vida.

Una sociedad que cambia de manera constante representa a grupos de personas que continuamente están necesitando o deseando productos nuevos o modificaciones que respondan a sus cambios. Todo futuro proveedor de productos o servicios por medio de empresas debe estar alerta a estos cambios ya que muchas veces de ahí surgen oportunidades o riesgos para implementar el negocio que tiene en mente. Algunos de los factores que se deben tomar en cuenta al iniciar una empresa son: el crecimiento demográfico, la lejanía de los lugares de trabajo, estudios con respecto al hogar, sexo, cultura, costumbres, geografía y género entre otras.

3.3.4 Competencia (Oferta Actual)

Para ser un empresario exitoso no se necesita tener un producto único, y si lo tuviera, ¿por cuánto tiempo será único?, lo que se necesita es un producto que sea mejor, o tal vez solo que sea diferente a lo que ya existe para lograr que interese a posibles compradores. Para esto se debe ser muy imparcial y objetivo al preguntarse: ¿mi producto tiene o puedo hacer que tenga algo diferente a lo que ya hay, y que por eso pueda interesar y lograr la preferencia de cierto grupo de consumidores? En base a esta pregunta se debe tener conocimiento de sus competidores, los cuales se dividen en:

Competencia Directa:

Es la que ofrece un producto básicamente igual al suyo, aunque obvia y deliberadamente haya diferencia entre ellos en apariencia, marca, precio, etc.

Competencia Indirecta:

Los competidores indirectos son los que ofrecen productos que sin ser iguales y talvez ni parecidos a los futuros productos de la nueva empresa, representan para el consumidor una opción o alternativa para considerar o comprar.

Competidores Potenciales:

Son los que todavía no surgen pero tienen (en base al sentido común) todos los medios y posibilidades de convertirse también en competidores.

El Consumidor.

El consumidor es la persona más importante en su aceptación o rechazo a sus productos, esta genera el éxito o fracaso de un negocio. Los que se debe conocer con respecto al consumidor son los gustos, preferencias y necesidades con el fin de ofrecer lo que quiere o necesita. Los consumidores se clasifican de la siguiente manera:

- a) Personas físicas: ya su propio nombre lo define, son los individuos, los seres humanos y los subgrupos de ellos por ejemplo por edad: mujeres y hombres; por edades: bebés, niños, jóvenes, adultos y ancianos.
- b) La familia: hay ocasiones en que el consumidor es la familia, es decir el grupo de personas que lo constituyen, aunque no todos los miembros de ella participen en la decisión y menos en la compra. Ejemplos comunes de productos de consumo familiar son: las casas, los aparatos para el hogar, etc.
- c) Personas Morales: esta es la forma en que la ley designa a quienes se han constituido como compañías estas pueden ser: sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades civiles, etc. Por supuesto las personas morales son consumidores, por ejemplo: de equipos para oficina, de papelería, etc.

3.3.5 El Mercado (Demanda Posible)

Los libros más conocidos de mercadotecnia definen al mercado como “el grupo de personas y organizaciones (personas morales) con necesidades y deseos por satisfacer y el dinero o la capacidad crediticia para comprar”. El mercado se divide en:

- por su extensión geográfica: local, regional, nacional e internacional.
- Por su dimensión actual y por su posible dimensión futura: mercado real y mercado potencial.

Todos los aspectos anteriores se consideran de vital importancia para el establecimiento de una nueva empresa dado que sientan las bases y características que deberá poseer así como el éxito o fracaso de la misma.

3.4 Clasificación del Turismo.

Cuando se dirige al término turismo se puede obtener varios enfoques: como actividad, como fenómeno, y como industria.

Según el criterio del autor Herman Von Schullerm el turismo es el concepto que comprende todas las actividades, especialmente la economía, actividades que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en y afuera de un determinado municipio, estado o país. Otro de los autores Oscar de la Torre Padilla mencionó que era un fenómeno social que consiste en el desplazamiento y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Como industria, el turismo es una "Industria de viajes, la cual para sus fines ha definido al turismo como el negocio de prever y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros".

Tomando como base las anteriores definiciones los principales enfoques del turismo pueden ser clasificados de la siguiente forma:

1. Según el flujo:

Turismo Receptivo: Es la suma de desplazamientos de visitantes extranjeros hacia el país, con un límite de hasta 90 días y cuyos gastos en el país sean hechos con dinero proveniente del extranjero y que los viajes que realicen, no tengan como finalidad la de obtener trabajo, o residir en el país visitado.

Turismo Emisor: será el total de nacionales de un país que se desplazan al exterior por un límite de 90 días y con fines diferentes al ejercer una actividad remunerada en el país que se visitará.

Turismo Interno: El que se produce en un país a través del flujo de los residentes en el mismo; quienes se desplazan dentro de los límites de las fronteras nacionales, para realizar viajes con fines no comerciales, por un plazo no menor de 24 horas y que hace uso y consumo de los bienes y servicios turísticos instalados"

2. Según el motivo:

Turismo de Placer: Es aquel, que se realiza por motivos tales como: curiosidad, descanso, conocimientos, etc.

Este tipo de turismo es particularmente heterogéneo, pues la idea de "placer" cambia según los caracteres, gustos, medios y temperamento de cada uno.

Turismo de Recreo: es aquel cuya finalidad es únicamente la de obtener descanso físico y mental para quienes lo realizan.

Turismo Cultural: Es aquel que se realiza con fines instructivos, tales como: estudiar las costumbres, las instituciones y la vida de los pueblos; de visitar monumentos históricos y museos, de participar en las manifestaciones y festivales de arte, etc.

Turismo Deportivo: es el que se practica para poder presenciar o tomar parte en eventos de todo tipo de deportes.

Turismo de Negocios o Técnico: es el que se realiza con el objeto de obtener beneficios económicos; de contribuir a la atención de los mismos o bien de adquirir conocimientos para estos fines.

Turismo de Convenciones: es el dirigido a la participación en eventos de naturaleza colectiva cuyo propósito es el de tratar uno ó más temas en particular. Comprende los desplazamientos de todos aquellos que con la finalidad de demostrar o aumentar sus conocimientos profesionales, acuden a reuniones de carácter cultural como son congresos y conferencias científicas, tanto nacionales como internacionales.

3. Según la forma.

Turismo no Organizado: Es el que se presenta cuando una persona o grupo de personas parten de viaje y ellos mismos han establecido el destino y el programa de éste, el cual puede ser libremente modificado en todo momento. El individuo se toma el cuidado de asegurar las prestaciones o servicios que él o ellos, pudieran demandar.

Turismo Organizado: Es aquel en el cual, un individuo o grupo de individuos toman parte en un viaje hacia una destinación predeterminada y siguiendo un programa y un horario fijados con anticipación, por personas ajenas al individuo en mención. Los ocupantes no

tienen que preocuparse de nada, ya que las prestaciones y servicios están asegurados por las personas que organizan los llamados paquetes turísticos.

4. Según el Plazo.

Turismo a Corto Plazo: Es el que cubre desplazamiento breves de una semana a diez días. Cuando son numerosos, su importancia radica en que son signos característicos de la existencia de individuos, que no pueden tomar vacaciones largas en función, principalmente, de su nivel de ingreso y de la edad.

Turismo a Largo Plazo: Es el que implica un viaje de larga duración ya sea de varias semanas o meses. Si su ocurrencia es numerosa, revela por lo general, que los individuos que lo realizan tienen el nivel de ingresos y la edad que les otorga mayor o menor independencia; lo cual está en relación directa con la duración del viaje.

5. Según el medio de transporte:

Terrestre: Es el que se realiza por cualquier medio de transporte terrestre.

Marítimo: Realizado en cualquier tipo de transporte marítimo, principalmente en embarcaciones destinadas explícitamente a este fin.

Aéreos: Realizado por cualquier tipo de transporte aéreo.

Por otra parte se puede clasificar al Turismo en Natural e Inducido.

Natural: Cuando se explotan aquellos lugares dotados de condiciones especiales.

Inducido: Es el encaminamiento a desarrollar zonas o aspectos particulares; creando para ello, los mecanismos necesarios para atraer demandas potenciales.

Se ha investigado la existencia de otras clasificaciones y definiciones de turismo pero las anteriormente expuestas se consideran como las más explicativas, puesto que algunos autores basan la clasificación en las preferencias de los turistas tales como: turismo estudiantil, deportivo, religioso, cultural, etc.

3.5 Atractivos y Servicios Turísticos.

Atractivos Turísticos.

Los atractivos turísticos son aquellos que invitan al turista a recorrer un país y descubrir sus bellezas. En el interior de El Salvador se encuentra una amplia diversidad de flora y fauna, las cuales harán vivir a quien lo visite, las experiencias más inolvidables y relajantes de su vida en este gran pulgarcito de América.

Los atractivos turísticos se agrupan en tres categorías:

- a) Atractivos que por su rango deben tener una alta prioridad de conservación y manejo como parte del patrimonio nacional. Ellos pueden ser incluidos en la actividad turística, con estrechas normas de seguridad para hacer uso adecuado de ellos.
- b) Incluye aquellos atractivos que tienen importancia a nivel nacional y pueden ser utilizados para usos adaptivos al turismo, respetando sus características. Ellos pueden ser incorporados en la actividad turística con usos tales como: alojamiento especial, áreas de interpretación y estudio, museos, servicios de recreación, etc.
- c) Aquellos atractivos que complementan la oferta turística en los cuales se permitirán usos adaptivos y de actividades recreacionales y turísticas, que

tomen en cuenta la conservación de las características y estado actual de cada uno, dado que son condiciones indispensables para su utilización.^{9]}

Servicios Turísticos.

Estos son servicios de alimentación, transporte, esparcimiento y otros servicios de apoyo al turismo, los cuales se detallan a continuación:

a) Alimentación: restaurantes y bares.

La oferta global se ubica en los establecimientos que ofrecen servicios con los estándares de calidad requeridos por el ISTU. La ciudad capitalina concentra la mayor oferta de este tipo de establecimiento, mientras que la menor parte se encuentra distribuida en la zona occidental, en el oriente y en la costa central del país.

b) Transporte: Agencias de viaje y operadores de turismo.

La mayor oferta de operadores de turismo se ubican en San Salvador y lo demás en el resto del país.

c) Esparcimiento:

Como servicios de esparcimiento, se incluyen las instalaciones deportivas, discotecas, salas de cine y de teatro, etc. las cuales se encuentran en mayor número en la zona central del país.

d) Otros servicios:

Existen oficinas de información turística a cargo del Instituto Salvadoreño del Turismo (ISTU) en los tres principales puntos de entrada al país, tanto por vía aérea como terrestre. Los servicios de guías turísticos son realizados también por un

^{9]} Aguirre Castro, Elsa Ruth, anteproyecto arquitectónico para el centro turístico en la Hacienda Santa Bárbara, El Paraíso, Chalatenango, Tesis de Arquitectura.

personal mínimo de guías bilingües especializados por lo que existe una deficiencia de estos.

e) Infraestructura de apoyo al turismo:

El aeropuerto Internacional ofrece un servicio eficiente con capacidad de alojar la demanda actual de transporte aéreo; esta terminal aérea ofrece facilidades para realizar compras, alimentación como restaurantes y cafeterías, oficinas de información turística, servicios bancarios, renta de autos, correos, telecomunicaciones y reservación de hoteles.

Capítulo IV

ESTUDIO DE LAS CONDICIONES DEL DEPARTAMENTO DE MORAZÁN

4.1 FACTORES POLÍTICOS.

4.2 FACTORES ECONÓMICOS.

4.3 FACTORES SOCIALES.

4.4 ANÁLISIS DEL SECTOR MICRO EMPRESARIAL.

4.5 LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE LAS CONDICIONES DEL DEPARTAMENTO DE MORAZÁN.

Es importante señalar que antes de realizar el modelo de microempresa turística de servicio, tienda de abastecimiento en el departamento de Morazán, se hizo necesario hacer un estudio de las condiciones existentes, considerando como las condiciones mas importantes ha estudiar: los factores políticos, económicos, sociales, demográficos, servicios básicos en el departamento, el sector microempresarial y la oferta y la demanda turística.

El estudio de los factores se realizó con el fin de conocer datos del departamento que ayudaran en la realización y diseño del modelo. A continuación se da a conocer el análisis de los datos recolectados a través de entrevistas realizadas a diferentes instancias como las alcaldías municipales, asociaciones y organizaciones orientadas al desarrollo económico y social del departamento, con los propios habitantes y a microempresarios de la zona y documentos proporcionados por instituciones y personas que han realizado estudios del departamento.

4.1 FACTORES POLÍTICOS

En el departamento se han implementado dinámicas de participación ciudadana a partir de las elecciones de 1994, aunque estos espacios han sido inducidos por organismos que canalizan cooperación externa y por proyectos de cooperación más que por iniciativas locales. El nivel de apropiamiento ha sido diferente en unos municipios más que en otros. La expresión más relevante de estos procesos ha sido la conformación de los Comités de Desarrollo Municipal (CODEMs) y los Planes de Acción Municipal Participativos. Estos CODEMs están compuestos por líderes y liderezas del área rural y urbana y tienen un carácter consultivo para el gobierno local y algún nivel de contraloría social.

Existe una Delegación Departamental de la Procuraduría de los Derechos Humanos, que canaliza denuncias de la población y hace organización comunitaria y educación orientada al conocimiento y defensa de los derechos humanos. Según informes de esta delegación, en el período de julio de 1998 a mayo de 1999 se recibieron 430 denuncias, de las cuales admitieron 143 y de éstas, 70 fueron por violación al derecho a la integridad personal y el derecho a la seguridad y privacidad personal; según la misma fuente, para el período de junio de 1999 a mayo de 2000, se procesaron 74 denuncias, de éstas 51 estaban vinculadas a violaciones de derechos civiles y políticos.

En los últimos cinco años se ha promovido la organización territorial, basados en una asociación de municipios, tomando como criterios la vecindad territorial, ser partes de una cuenca o compartir los mismos recursos naturales, una vía de comunicación, etc. Dando paso a conformar las micro regiones. A la fecha se tienen las siguientes micro regiones:

- a) Micro región del norte. Constituida en el 2001. Conformada por los 8 municipios ubicados al norte del río Torola: Meanguera, Jocoaitique, Joateca, Arambala, El Rosario, Perquín, San Fernando y Torola; 7 ONGs: CEBES, PADECOMSM, FSM, PRODETUR, FECANM, ACMM, ADEL Morazán; 2 ministerios: Salud y Educación, y los CODEMs de los 8 municipios. Se encuentra activa, cuentan con una técnica que coordina sus acciones, tienen su plan de inversión y una estrategia de canalización de recursos.
- b) Micro región Yamabal, Sensembra y Guatajiagua. Constituida en 1999. Ubicada al sur-occidente del departamento. Comparten el sur del complejo Cacahuatique y la carretera que de San Francisco Gotera conduce a Chapeltique en el departamento de San Miguel. Está en estudio su ampliación incluyendo a San Francisco Gotera y Chapeltique (depto. de San Miguel).
- c) Micro región Jocoero, El Divisadero y Sociedad. Constituida en 1999. Ubicada en sur-orientado del departamento.

- d) Micro región Corinto, Cacaopera y Joateca. Ubicada en el nor-orienté del departamento. Se mantiene activa con el apoyo de la Fundación de Apoyo a las Municipalidades (FUNDAMUNI).

- e) Micro región, Meanguera, Jocoaitique y El Rosario. No se tiene información sobre esta micro región.

En este momento existen esfuerzos para conformar la micro región nor-poniente que contempla los municipios de Osicala, Gualococti, San Simón y San Isidro. También la micro región sur con los municipios vecinos a la cabecera departamental, San Francisco Gotera, con la finalidad de construir el relleno sanitario.

La seguridad Ciudadana y la aplicación de la Justicia no están siendo abordadas lo suficiente en las diferentes planificaciones del departamento. Los Concejos Municipales Ejercen el Gobierno Local en cada municipio y tiene carácter deliberante y normativo. Estos Concejos están conformados de la siguiente manera: un Alcalde Municipal como la principal figura, un Síndico Municipal y regidores o concejales propietarios y suplentes cuyo número depende de la cantidad de población del municipio.

Las municipalidades no tienen representación en el Gobierno Central. Existe la Corporación de Municipalidades de la República de El Salvador –COMURES que es una gremial de los gobiernos locales. Por otro lado está el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal –ISDEM, depende del gobierno central pero orientado a la asesoría técnica de los gobiernos locales.

El 1 de marzo de 1986 entró en vigencia el Código Municipal en donde se redefine el concepto y el rol de los municipios: El municipio constituye la Unidad Política Administrativa primaria dentro de la organización estatal, establecida en un territorio determinado que le es propio, organizado bajo un ordenamiento jurídico que garantiza la participación popular en la formación y conducción de la sociedad local, con autonomía para darse su propio gobierno, el cual como parte instrumental del Municipio está

encargado de la rectoría y gerencia del bien común local, en coordinación con las políticas y actuaciones nacionales orientadas al bien común general, gozando para cumplir con dichas funciones del poder, autoridad y autonomía suficiente. El Municipio tiene personalidad jurídica con jurisdicción territorial determinada y su representación la ejercerán los órganos determinados en esta ley.

4.1.1 Las instancias de gobierno del Departamento

Las instancias de gobierno del departamento son: la Gobernación Departamental y el Consejo Departamental de Alcaldes.

La gobernación Departamental depende del Ministerio de Gobernación, y tiene dentro de sus funciones la coordinación de las responsabilidades entre las dependencias del gobierno central en el departamento. Se considera la representación de la presidencia en el departamento. No tiene poder decisivo.

El Consejo Departamental de Alcaldes -CDA, es una figura creada por la Corporación de Municipalidades de la República de El Salvador –COMURES. No tiene personalidad jurídica. Es una organización gremial, y su creación más responde a una estrategia de trabajo por parte de COMURES.

El departamento de Morazán tiene tres plazas de diputado en la Asamblea Legislativa. Al igual que los Concejos Municipales, son electos para períodos de tres años, pudiendo reelegirse sin límite legal.

La Gobernación Departamental ejerce algunas funciones del gobierno central, especialmente en lo referente a la seguridad ciudadana (seguridad pública o policía y prevención de desastres y mitigación de riesgos). El Consejo Departamental de Alcaldes, no tiene una relación directa con el gobierno central.

Según información obtenida de distintas instituciones como las alcaldías y organizaciones no gubernamentales existe poco o nulo apoyo por parte del gobierno, en especial a esta zona del país, por lo que la ayuda que brinda la Corporación Salvadoreña del Turismo, la cual es un ente del estado, es únicamente en cuanto a capacitación, a la cual se les permite asistir a miembros de PRODETUR, pero que tienen que ser costeadas por el asistente. Sin embargo se manifiesta las disposiciones de las alcaldías de crear planes de apoyo al turismo, aunque lo que este genera en la actualidad sean egresos y no ingresos para la alcaldía debido a que no se han establecido impuestos o tasas para las empresas que se dedican a este rubro.

4.2 FACTORES ECONÓMICOS

4.2.1 Indicadores generales

El departamento presenta según el último informe sobre desarrollo humano del PNUD, un Índice de Desarrollo Humano (IDH) de 0.619 un nivel bajo comparado con San Salvador que presenta un IDH de 0.765. En relación al ingreso per capita para el año 1999, San Salvador presentaba un nivel de \$5,954.00 y Morazán un ingreso per capita de \$2,475.00. En 1999 el 59.3% de los hogares del departamento se encontraban en situación de pobreza total (28.4% en pobreza extrema y 30.9% en pobreza relativa); en cuanto a personas el 64.7% de la población estaba en una situación de pobreza total (33.0% en pobreza extrema y 31.7% en pobreza relativa).

La población económicamente activa del departamento asciende a 65,140 personas, con una tasa de desocupación del 7.27%.

- Población que se estima que no sobrevivirá hasta los 40 años de edad (%): 14.3
- Tasa de mortalidad infantil (por mil): 41.1
- Tasa de analfabetismo en adultos: 33.33
- Población sin acceso a agua potable (%): 55.6
- Población sin acceso a servicios de salud (%): 26.1

- Niños menores de cinco años con peso insuficiente (%): 12.1

43.2.2 Principales rubros de exportación.

El principal rubro de exportación del departamento es el café. Se estima en el departamento la existencia de 7,251 mzs de café con una producción promedio de 80,921 qq (2.66% de la producción nacional), según las cosechas 98/99 y 99/00; y un número de 811 caficultores.

Además existe otra modalidad de exportación de una variedad de productos tradicionales (artesanías y de consumo humano) hacia el mercado étnico, y la hacen personas que viajan frecuentemente entre El Salvador y Estados Unidos, de la cual no existen registros.

4.2.3 Información socio-demográfica:

El Anuario Estadístico del Ministerio de Economía estimó que para 1998 el departamento tenía una población de 171,692 habitantes. Según la Encuesta de Hogares de propósitos Múltiples del año 2000, para ese año la población ascendía a los 174,359 habitantes, de los cuales 83,458 (47.9%) son hombre y 90,901 (52.1%) son mujeres.

A causa del conflicto armado de los años '80, en las últimas dos décadas el flujo migratorio ha sido significativo Sin embargo, también la pobreza y la exclusión social han incentivado la migración hacia las ciudades más importantes del país y a los Estados Unidos de América.

Según el censo del Sistema Básico de Salud Integral de Morazán –SIBASI Morazán, en el año 2000 había un total de 32,831 viviendas, de las cuales 10,707 (32.6%) corresponden a áreas urbanas y 22,124 (67.4%) al área rural.

La migración poblacional en el departamento durante las últimas dos décadas ha sido significativa, por haber sido uno de los principales escenarios del conflicto armado de

la década de los 80's y por la pobreza y la exclusión. El flujo migratorio más importante fue hacia las ciudades más importantes del país y a los Estados Unidos de América. Para 1998 el saldo Neto Migratorio (en miles) fue de -3.4 y la Tasa Neta de Migración (por mil) fue de -20.0.

También ha existido otra modalidad de migración interna, en donde el desplazamiento se ha dirigido hacia las áreas de trabajo de los cultivos de exportación: café, caña de azúcar; debido a que la economía campesina está muy vinculada al ciclo del cultivo del maíz (de mayo a noviembre).

Cuadro No 5: INDICADORES DEL DEPARTAMENTO DE MORAZAN

INDICADORES		MORAZAN	NACIONAL
1.	TOTAL DE PERSONAS	174,359	6,272,353
2.	PERSONAS POR HOGAR	4.54	4.36
3.	TOTAL HOMBRES	83,458	3,002,068
4.	TOTAL MUJERES	90,901	3,270,285
5.	POBLACIÓN DE 10 AÑOS Y MAS	129,709	4,777,995
6.	HOMBRES DE 10 AÑOS Y MAS	59,760	2,233,411
7.	MUJERES DE 10 AÑOS Y MAS	69,949	2,544,584
8.	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	65,140	2,496,365
9.	TOTAL DE OCUPADOS	60,402	2,322,697
10.	TOTAL DE DESOCUPADOS	4,738	173,668
11.	TASA DE DESOCUPACIÓN (%)	7.27	6.96
12.	TOTAL DE ANALFABETOS 10 AÑOS Y MAS	38,910	836,695
13.	ESCOLARIDAD PROMEDIO (%)	3.89	5.35
14.	INGRESO <i>PER CAPITA</i> MENSUAL (\$)	56.53	96.71
15.	HOGARES EN SITUACIÓN DE POBREZA EXTREMA (%)	29.97	15.98
16.	HOGARES EN SITUACIÓN DE POBREZA RELATIVA (%)	28.54	22.81
19.	HOGARES NO POBRES (%)	41.49	61.21
17.	JEFES DE HOGAR HOMBRES	27,500	1,006,781
18.	JEFES DE HOGAR MUJERES	10,900	431,405

Ministerio de Economía - Dirección General de Estadística y Censos, 2000.

4.3 FACTORES SOCIALES.

De acuerdo a su nueva estructuración la oficina departamental de salud se convierte en el Sistema Básico de Salud Integral de Morazán –SIBASI Morazán. Este se fundamenta en la atención primaria en salud. A su vez el SIBASI de Morazán se estructura internamente en 4 redes, teniendo de base criterios como confluencia de usuarios, circulación vial y accesibilidad, etc.

Las organizaciones que trabajan en salud en el departamento son:

Asociación para la Auto determinación de las Mujeres Salvadoreñas (AMS)

Asociación Salvadoreña Promotora de la Salud (ASPS)

Asociación Médicos por el Derecho a la Salud (MDS)

Ayuda en Acción (ONG Española)

Asociación Salvadoreña Promotora de Lisiados de Guerra –ASPLIG

Sistema Local de Salud de Meanguera

En cuanto al manejo de excretas, en el área urbana el 15% de las viviendas no cuenta con ningún tipo de infraestructura para ello, y en área rural este porcentaje llega al 40%. En resumen el 32% de las viviendas del departamento no cuentan con servicio de aguas negras ni de letrina.

El servicio de alcantarilla solamente existe en el área urbana de 7 municipios y con insuficiente cobertura que en promedio alcanza el 34%.

En cuanto al manejo de la basura, solamente 15 municipios cuentan con algún sistema de recolección y todos la depositan en botaderos a la intemperie. De estos quince, dos municipios: Meanguera y Jocoaitique hacen algún manejo a la basura, especialmente a la orgánica para producir compostaje. Por otro lado cinco municipios comparten el mismo botadero de San Francisco Gotera. Y el botadero de Perquín que será clausurado una vez entre a funcionar el relleno sanitario previsto para el segundo trimestre del presente año.

La cobertura del suministro de agua potable, refleja que el área urbana el 27% de las viviendas no cuentan con este servicio, y en el área rural supera el 63% de viviendas sin

agua. En general solamente el 48.5% de las viviendas del departamento tienen acceso a agua, y de éstas el 77% consume agua tratada. Sin embargo se promueve el tratamiento de agua para consumo humano por medio del suministro de “*puriagua*” que realizan los promotores y promotoras rurales del SIBASI tanto en el área rural como en el área urbana.

Dos municipios: Meanguera y Jocoaitique hacen algún manejo a la basura, especialmente a la orgánica para producir compostaje. Respecto a la inorgánica está haciendo gestiones para comercializar, especialmente hierro, plástico y vidrio. También en el municipio de Perquín está iniciando operaciones un relleno sanitario construido con asesoría de la Organización Panamericana de la Salud –OPS.

4.3.2 La educación

La oferta educativa pública está dada por 280 centros escolares, de los cuales 13 son de bachillerato (secundaria) y el resto son centros escolares que cubren los niveles de parvularia, primaria y básica. Además existen tres centros de capacitación vocacional: en San Francisco Gotera, Meanguera y Jocoaitique. También existe una instancia gubernamental, Instituto Salvadoreño de Formación Profesional, que apoya ciclos de capacitación vocacional de manera rotativa, es decir que puede establecerse en cualquier lugar y cualquier tipo de capacitación.

Nivel de escolaridad del Departamento

Según el Informe sobre Desarrollo Humano de 2001, el nivel de escolaridad de la población del departamento tiene un promedio de 3.8 años y el promedio nacional es de 5.3 años. La deserción escolar, según datos del Ministerio de Educación en 1998, llegó al 8.75%, comparando la matrícula inicial con la matrícula final.

Nivel de analfabetismo

Cuadro No 6: TASA DE ANALFABETISMO EN MORAZÁN, 1998

Rango de edad	Morazán	País
15 a 18 años	15.67%	9.02%
19 a 24 años	21.33%	9.92%
25 a 35 años	37.75%	14.18%
36 a 60 años	53.07%	27.43%
Más de 60 años	68.43%	50.61%

Fuente: Educación de El Salvador en cifras 1998. Ministerio de Educación.

La matrícula total del departamento para los años 2000 y 2001 fue de 49,579 y 50,507 estudiantes respectivamente.

En cuanto a la deserción en educación básica, en 1998, la matrícula inicial fue de 38,621 estudiantes y la matrícula final fue de 35,238 estudiantes, es decir el 8.75% de los matriculados no finalizaron el año escolar.

Cuadro No. 7: TASA DE ESCOLARIDAD EN MORAZÁN, PERÍODO 1992 – 1998

AÑO	Parvularia		Básica		Media	
	Morazán	País	Morazán	País	Morazán	País
1992	17.10	23.72	71.10	84.43	9.00	27.18
1993	15.95	27.23	69.00	86.16	11.30	29.46
1994	13.59	27.98	77.30	86.08	14.24	31.24
1995	18.50	31.27	75.72	89.08	15.85	34.35
1996	39.08	38.21	96.79	94.49	17.09	34.32
1997	41.60	40.24	100.00	97.74	18.58	37.01
1998	41.19	40.09	98.90	96.20	17.59	34.51

Fuente: Educación de El Salvador en cifras 1998. Ministerio de Educación.

Según el Informe sobre Desarrollo Humano de 2001 del PNUD, el nivel de escolaridad de la población del departamento tiene un promedio de 3.8 años (promedio nacional 5.3 años).

En cuanto a la calidad educativa, medida en los promedios de la PAES entre 1997 y 1999, Morazán no muestra diferencias significativas al resto del país. Morazán refleja una nota de 5.5 y la mayor calificación es de 6.0 en San salvador. Pero la probabilidad de que un joven de Morazán termine la secundaria es tres veces menor que uno residente en San Salvador (Informe de Desarrollo Humano 2001, PNUD).

En lo referente a la educación informal, en el departamento se han implementado diversos procesos de capacitación vocacional, primordialmente enmarcados en la reinserción de excombatientes, sin embargo no han tenido el impacto suficiente para incidir en la economía del departamento. También el INSAFORP ha implementado capacitaciones en coordinación con alcaldías y otras instancias locales pero los resultados han sido muy parecidos. Es decir, que el porcentaje de capacitados que al final se dedican al oficio que han aprendido son muy pocos, aunque no hay estudios que cuantifiquen estos resultados.

4.3.3 La cultura

El departamento tiene diversas tradiciones culturales y artesanales. Los bailes o danzas autóctonas: Los Emplumados, Los Negritos y Los Tapojiados de Cacaopera; La Yeguita de Chilanga y Guatajiagua; Los Viejos de Agosto, Los Negritos y Centurión de San Simón; el Santo Tingo de Sensembra y la Giganta de Jocoro. La artesanía de barro de Guatajiagua; la Jarcia (tejido de fibra) de Cacaopera, Delicias de Concepción y Meanguera; el tejido de tule (petates) de Lolotiquillo, Sensembra, Chilanga, San Simón y San Isidro; los cohetes de vara y sombreros de palma de Chilanga. También están las cuevas del Espíritu Santo en Corinto donde se puede observar pintura rupestre, así como la Cueva Unamá y Yarrowalaje de Cacaopera. Al respecto existe una red de Casas de la Cultura en diferentes

poblaciones del departamento que hacen algún nivel de rescate cultural y promoción de ferias artesanales.

También están las cuevas del Espíritu Santo en Corinto, las Cuevas Unamá y Yarrowalaje de Cacaopera donde se puede observar petrograbados.

Además existen dos pequeños museos arqueológicos en Cacaopera y un museo de la historia reciente en el municipio de Perquín y algunas iglesias están catalogadas como patrimonio cultural nacional.

La entidad responsable del arte y la cultura en todos sus ámbitos es el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte – CONCULTURA y depende del Ministerio de Educación. Dentro de CONCULTURA está la Dirección Nacional de Espacios de Desarrollo Cultural y ésta entidad tiene bajo su administración la red de Casas de la Cultura.

En el departamento existen Casas de la Cultura en los siguientes municipios: San Francisco Gotera, Jocoro. Corinto, Cacaopera, Guatajiagua, Delicias de Concepción, Osicala, San Simón, Jocoaitique y Perquín. Estas Casas de la Cultura tienen tres objetivos: a) Fortalecimiento del Patrimonio Cultural, b) Rescate de la Memoria Histórica, y c) Promoción de espacios de Desarrollo Cultural.

En la práctica, estas Casas de la Cultura operan más bien como Bibliotecas en donde los estudiantes llegan a consultar bibliografía para hacer sus tareas. A veces organizan ferias artesanales y algunos eventos culturales durante la celebración de las fiestas patronales de los municipios.

En la primera semana del mes de agosto de cada año se celebra en el municipio de Perquín el “Festival de Invierno” en donde se desarrollan diferentes actividades artísticas, culturales, venta de artesanías, exposiciones, bailes autóctonos, etc.

En cuanto a medios de comunicación, existen tres radios: dos radios comunitarias (Meanguera y Cacaopera) con cobertura micro regional dentro del departamento, y una radio comercial (San Francisco Gotera) con cobertura más allá del departamento. También dos radios de circuito cerrado en el área urbana de San Francisco Gotera. No hay medios escritos locales.

4.3.4 Red vial

La red vial principal la conforma la carretera CA-7 que va desde la ruta militar hasta la población de Perquín. En los últimos tres años se ha asfaltado otras vías de acceso como la que conduce de la ruta militar hacia Corinto, pasando por Sociedad. La calle que de Cacaopera conduce a Joateca y la que de San Francisco Gotera conduce a Cacaopera. Está en proceso la calle que une las poblaciones de Corinto y Cacaopera. Existe un déficit de un poco más 100 kilómetros de calles intermunicipales para contar con adecuadas vías de acceso. Por otro lado, a partir de uno o dos años el mantenimiento de la red vial, especialmente las calles intermunicipales de tierra y las vías de comunicación entre cantones y caseríos, ha quedado bajo la responsabilidad de los gobiernos locales, dedicando parte significativa de su presupuesto anual para ello. Esto limita la capacidad de las municipalidades para resolver otros problemas de la población.

4.3.5 Energía eléctrica

Otro servicio deficiente en el departamento es el suministro de energía eléctrica, existiendo muchas comunidades que carecen de éste. La energía eléctrica domiciliar se estima en 25,000 usuarios (viviendas), y según el SIBASI (Sistema Básico de Salud Integral), en el departamento existen 32,832 viviendas, la cobertura de este servicio alcanza el 76% concentrada principalmente en el área urbana, la cual es distribuida en el departamento por una empresa local HÁCHAME de R.L.

4.3.6 Vivienda

En cuanto a la vivienda existe también un déficit no cuantificado, pero en el caso de micro región norte dos municipios (Torola y Perquín) han priorizado la vivienda como una necesidad sentida por parte de la población. Eso no indica que no haya una significativa demanda en otros municipios.

4.3.7 Transporte

El servicio de transporte público es prestado por empresarios individuales, a los cuales el estado les hace concesión de las líneas o rutas. También existe la modalidad de transporte en vehículos de carga liviana (pick-up) hacia áreas rurales. Al respecto, existen aproximadamente tres cooperativas de transportistas de carga liviana. En aquellas comunidades en donde no existe transporte vehicular, los pobladores lo hacen a pié, en equinos o en carretas tiradas por bueyes.

4.3.8 Telefonía.

Los 26 municipios cuentan con servicio telefónico en los cascos urbanos. Existen 8,000 líneas fijas abonadas a este sistema, el cual se encuentra privatizado. Se cuenta además con un sistema de 33 radios en UHF en 18 municipios que comunica en red a las Alcaldías Municipales, áreas rurales, la Gobernación y otras instituciones del departamento

4.4 El territorio y sus recursos naturales

Los diferentes tipos de suelo existentes en el departamento son:

Podzólicos Rojo Amarillento y Litosoles (fase pedregosa de ondulada a montañosa muy accidentada) se encuentran en todo el municipio de Perquín, parte alta del Cacahuatique y parte de Joateca, Arambala y Jocoaitique.

Latosoles Arcillo Rojizos y Litosoles Alfisoles (fase pedregosa superficial de ondulada a montañosa muy accidentada) cubren el 75% de los suelos del departamento, desde el

municipio de Jocoaitique Torola, Corinto, Sociedad, Cacaopera, Chilanga, Gualococti, Osicala, San Isidro, Delicias de Concepción, Yoloaiquín, Meanguera, El Rosario hasta Guatajiagua llegando a los límites de Gotera.

Grumosoles, Litosoles y Latosoles Arcillo Rojizos. Vertisoles y Alfisoles (fase de casi a nivel, a fuertemente alomadas) se ubican en los municipios de Gotera, San Carlos, Jocoro y sur de Guatajiagua.

4.4.1 Clima

Por su altura con relación al nivel del mar, se pueden detectar en la zona norte y en el Cerro Cacahuatique clima fresco, perteneciendo al tipo de tierra templada, en su parte central y sur el clima es tropical, perteneciendo al tipo de tierra caliente. La variación pluvial oscila entre 1800 y 2,900 m.m. anuales.

La zona central y sur-occidental del departamento son más propensas a la “canícula” o “veranillo” que generalmente ocurre entre el 15 de julio al 15 de agosto y que ocasionan periódicamente pérdidas en granos básicos por sequía. Las últimas sequías severas han ocurrido en los años: 1972, 1976, 1978, 1982, 1987, 1994, 1998 y 2001

4.4.2 Deforestación y áreas protegidas

En la zona norte la extracción de madera ha sido una actividad económica importante y tradicional, y la cual continúa siendo realizada sin planes adecuados de manejo de las áreas de bosque existentes, sumado a esto, los incendios forestales, cierta apatía a reforestar, limitado control oficial, etc. Por otro lado, no existe en esa región ninguna explotación forestal con fines comerciales.

En el complejo Cacahuatique se encuentra la única área protegida del departamento, la cual se encuentra bajo la administración de una ONG local, en la zona de

amortiguamiento de esta área se encuentran plantaciones de café que debido a su sombra permanente protegen el suelo y facilitan la recarga hídrica del complejo.

A pesar de los pocos efectos sufridos en el departamento como resultado de los terremotos del año 2001, el territorio presenta alta vulnerabilidad a los siguientes riesgos:

Sequías: Especialmente en las zona central y sur del departamento

Incendios: En la zona norte, sur-occidental y central oriente.

Inundaciones: En el sistema sur del complejo Cacahuatique y San Francisco Gotera

Deslizamientos: Zona norte y complejo Cacahuatique.

El departamento posee una red hidrográfica que la conforman dos de las cuencas más importantes del país: la Cuenca del Río Lempa y la Cuenca del Río Grande de San Miguel. Sobresalen dentro de la cuenca del Río Lempa los ríos: Negro o El Palmar, San Antonio, Sapo y Torola; y de la cuenca del Río Grande de San Miguel los ríos: Seco, San Francisquito, Yamabal, Gualabo, y El Pueblo.

Los ríos permanentes o no estacionales del departamento son los siguientes: Torola, Sapo, Negro, La Joya, San Antonio, Araute, San Francisquito, Yamabal, Gualabo y El Pueblo.

No existe un inventario sobre la fauna. Sin embargo existe una gran variedad de aves y reptiles. Además se encuentra venados, armadillos, iguanas, etc. Muchos de ellos en peligro de extinción. La caza de animales silvestres está penada por la ley.

4.5 ANÁLISIS DEL SECTOR MICROEMPRESARIAL.

4.5.1 Información General.

Se estima que en Morazán existen alrededor de 5,000 microempresarios, y de éstas el 57.6% están dentro de la categoría de subsistencia, es decir que solamente trabajan para

sobrevivir; y por otro lado más del 73% de las microempresas son de comercio y servicios, es decir no incorporan valor agregado.

Las organizaciones locales que están prestando algún servicio a este sector en todos los municipios del departamento son 9 que atienden a 1,958 microempresarios; lo cual significa una cobertura del 39%. Aunque la especialización en la prestación de servicios no financieros es muy baja, y por otro lado los microempresarios no ven como una necesidad la capacitación y asesoría técnica para mejorar sus negocios.

En el siguiente cuadro se presentan las estadísticas de los microempresarios locales y su categorización según su actuación económica.

Cuadro No. 8: ESTIMACIÓN DE MICROEMPRESARIOS DE MORAZÁN

	Subsistencia		Acumulación simple		Acumulación ampliada		Total	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Comercio	1,761	66.6	1,041	71.5	421	85.4	3,223	70.2
Industria	342	12.9	96	6.6	9	1.8	447	9.7
Servicios	75	2.8	51	3.5	12	2.4	138	3.0
Agropecuarios	467	17.7	268	18.4	51	10.3	786	17.1
Total	2,645	57.6	1,456	31.7	493	10.7	4,594	100.0

Fuente: Diagnóstico de las empresas periféricas de Morazán – 2001. ADEL Morazán

Las principales actividades microempresariales existentes se relacionan en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 9: ACTIVIDADES DE LAS MICROEMPRESAS LOCALES

Industria

Artesanías: Jarcia, alfarería, tule, madera

Carpintería

Granjas

Panadería

Lácteos

Talleres estructuras metálicas

Confeción
Concentrados
Comercio y servicios
Tiendas
Comerciales
Comedores y restaurantes
Hoteles y hospedajes
Talleres de servicios
Transporte
Papelerías
Ferreterías
Farmacias

Fuente: Diagnostico de las empresas periféricas de Morazán – 2001. ADEL Morazán

4.5.2 Crédito

En el departamento existen las siguientes instituciones y organizaciones que atienden al sector: Asociación Salvadoreña para el Desarrollo Integral ASALDI, Agencia de Desarrollo Económico Local de Morazán ADEL Morazán Créditos (AMC de R. L.), Centro de Apoyo a la Microempresa (CAM), Fundación Campo, Fundación Segundo Montes, Banco Salvadoreño, Patronato para el Desarrollo de las Comunidades de Morazán y San Miguel PADECOMSM, Fondo Solidario para la Familia Microempresaria FOSOFAMILIA, Caja de Crédito de Jocoro, Caja de Crédito de Gotera, Fundación Ignacio Ellacuría, Banco Agrícola Comercial y Banco de Fomento Agropecuario.

Estas han otorgado en el departamento, acumulados a noviembre del 2001, un total de 5,277 créditos, no obstante solamente se consideraron aquellos con ubicación geográfica municipal (4,327). Su distribución es de la siguiente manera: el 66.3% ha sido dirigido al sector comercio, el 17.2% al agropecuario, el 11.9% a la industria y el 4.6% a servicios.

San Francisco Gotera es el municipio que presenta más colocación de créditos 23.2%, seguido Osicala con el 11.0%; los municipios que se encuentran en el rango de 4 y

6.1% son San Simón, Corinto, Jocoro, Guatajiagua y Sociedad; entre 3 y 3.8% Delicias de Concepción, Yamabal, Chilanga, Meanguera, El Divisadero y Jocoaitique; entre 1 y 2.8% Gualococti, Cacaopera, San Carlos, Lolotiquillo, Yoloaiquín, Torola, Perquín, Joateca y Sensembra; entre 0.2 y 0.7% Arambala, San Fernando, San Isidro, y El Rosario.

El departamento cuenta además con la central de referencias crediticias – INFOMORAZAN en la que comparte una base de datos crediticios común para su consulta, están asociadas a esta iniciativa las ONGs locales.

Prácticamente los requisitos solicitados por las 14 organizaciones crediticias coinciden en su mayoría, requieren para tramitar los créditos, la cédula de identidad personal, NIT, fiador y prenda, y algunas proporcionan créditos hipotecarios.

Cuadro No. 10: REQUISITOS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Clientes	Requerimientos			
	CIP/NIT.	Fiador	Hipoteca	Prenda
Microempresa	14	14	12	14
Personal	14	14	12	14

4.5.3 Características del crédito

En cuanto al interés, el 64.3% (9) de las organizaciones entrevistadas proporcionan el crédito a una tasa entre 10 y 20% y el resto, 5 cobran tasas entre 21 y 37%. Las organizaciones que cobran más interés, son aquellas que atienden a microempresarios de subsistencia periféricos, y las organizaciones que tienen menores tasas de interés son aquellas que dirigen los préstamos a microempresarios pequeños urbanos. Lo anterior obedece a la diferencia de costos en la administración del crédito, es conocido que el micro crédito tiene altos costos administrativos además de alto riesgo en la recuperación.

Con relación a los plazos definidos para la recuperación del crédito, 11 de las organizaciones otorgan más de un año de plazo. La organización que otorga menos de un año de plazo los créditos son dirigidos a capital de trabajo para lo cual se considera normal para este tipo de orientación.

Con relación a la cobertura geográfica, la mayoría de las organizaciones (6) están atendiendo a microempresarios de los municipios del sur del departamento, 3 a la zona norte y 5 organizaciones atienden a todo el departamento.

En cuanto a las dificultades que los microempresarios enfrentan para el abastecimiento de la materia prima son: la escasez, costos altos de transporte, altos costos de las materias primas, mejores precios en otras localidades, la existencia y costo varía muchas veces por la época del año, algunas materias prima no las permiten en los buses (barro) y en muchos lugares existe un servicio irregular del transporte.

En relación al abastecimiento de productos terminados para el comercio y servicio, los microempresarios enfrentan altos costos del transporte para sacar sus productos a los mercados y baja disponibilidad de capital de trabajo para satisfacer su demanda. Así mismo, para sus procesos de producción les hace falta capital de trabajo y no cuentan con los equipos y herramientas adecuados.

En lo que respecta a la comercialización de sus productos los microempresarios encuentran poca demanda debido principalmente a la baja capacidad de compra, la mayoría no cuenta con demanda fija o mercado definido, enfrentan una competencia interna y externa alta, poseen una baja capacidad de negociación, lo que los hace terminar vendiendo sus productos o servicios a bajo costos y por ende sus utilidades son bajas o nulas; no cuentan con apoyo publicitario y últimamente la baja en las remesas familiares ha disminuido sus ventas.

En cuanto al mercado, la mayoría de los microempresarios menciona que no logran cerrar la cadena productiva, tienen dificultades para hacer una buena presentación de sus productos, poseen pocos conocimientos sobre atención al cliente, su capacidad de

negociación con proveedores y compradores es baja, tienen dificultades con el transporte principalmente por su irregularidad y mala calidad de su servicio y además su costo es elevado, lo que les encarece el producto y por lo tanto son menos competitivos ante los competidores grandes.

En los procesos de producción, los microempresarios manifiestan que existe un desconocimiento de nuevas técnicas y tecnologías relacionadas con sus actividades productivas, muchas veces se desconoce el uso de subproductos, falta de equipos y herramientas adecuadas, falta de información sobre qué, como, cuanto y cuando producir y no existen incentivos para producir nuevos productos o servicios en el departamento.

En cuanto a la capacitación y asistencia técnica, consideran que esta se da sin considerar la especificidad de la demanda, es decir que no se identifican y analizan los problemas de cada actividad productiva de los microempresarios a los cuales se dirige este servicio y además no se le da el seguimiento adecuado. A esto le sumamos el desinterés de los microempresarios a participar en estos procesos por que lo consideran en su mayoría como una pérdida de tiempo.

El lo relacionado a los aspectos administrativos de sus negocios, los microempresarios manifiestan que sus principales dificultades están más relacionadas con el costeo del producto; esto tiene relación directa con sus utilidades y la deficiente gestión administrativa de sus actividades productivas.

Una de las dificultades más grandes que mencionan los microempresarios es la escasa y mala organización que existe en este sector en el departamento, tanto para producir como para vender sus productos o servicios, no hay principios de solidaridad, no cuentan con alianzas estratégicas con otras organizaciones o microempresas, no cuentan con líderes y lideresas empresariales que estimulen los procesos organizativos y dinamicen el crecimiento del sector en el departamento y no encuentran apoyo en sus gobiernos municipales.

Además los microempresarios mencionan otros problemas como por ejemplo la inadecuada localización de sus actividades productivas (granjas), la fuga de personal, el analfabetismo, la falta de interés y voluntad para participar en las capacitaciones, falta de apoyo en la promoción de sus productos y servicios a nivel local, nacional e internacional; así como también no cuentan con la asistencia de políticas e incentivos por parte del gobierno central.

4.6 LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO.

4.6.1 La Oferta.

El departamento de Morazán cuenta con una gran oferta turística, en especial por sus recursos naturales, dentro de la cual se puede hacer referencia de la Ruta de la Paz, entre otras, esta ha sido establecida por la Corporación Salvadoreña del Turismo y se llama así por el periodo de tranquilidad del que gozan actualmente sus habitantes luego de doce años de guerra civil que tuvieron como escenario las montañas y sitios naturales de esta hermosa región al noroeste de El Salvador.

La Ruta de la Paz está integrada por los pueblos de Perquin, Arambala, Villa EL Rosario, Joateca, Cacaopera, Corinto y Guatajiagua en el departamento de Morazán; en donde se puede disfrutar de un verdadero paraíso natural y conocer la historia y la cultura de nuestros antepasados, sus tradiciones indígenas, naturaleza viva, aire puro y cristalinos manantiales que fluyen de ríos cascadas y arroyos. Por otra parte es un atractivo al turista por los vestigios que se pueden observar de la pasada guerra civil en El Salvador.

PERQUIN

El pueblo de Perquin fue fundado por tribus Lenca, con mucha anterioridad a la instauración de la civilización Europea. En lengua Lenca Perquin significa “Camino de Brasas” o “Camino de los Carbones Encendidos”. Es un pueblo rodeado de cafetales y verdes pinares con un clima agradable, este municipio cuenta con servicios de

alimentación, alojamiento, tiendas de artesanías y transporte terrestre aunque en muy poca cantidad.

Ubicación: A 29.9 Kms. Al norte de la ciudad de San Francisco Gotera.

Altura: 1,230 m.s.n.m.

Fiestas Patronales: 21 y 22 de enero en honor a San Sebastián, 14 y 15 de Agosto en Honor a la virgen del Transito.

Otras fiestas: Festival de Invierno del 1 al 7 de Agosto.

Acceso: Carretera CA-7, completamente pavimentada

ATRACTIVOS TURISTICOS.

Museo de la Revolución

En este lugar se ha recopilado información, objetos y momentos históricos relacionados con la guerra civil que vivió El Salvador. Aquí se cuenta la historia del conflicto a través de las imagines y de las narraciones de los ex combatientes de la guerrilla Salvadoreña convertidos hoy en guías locales.

Horario: abierto de martes a domingo de 8:30 a 4:30 p.m.

Costo: \$1.15 adultos \$0.58 niños \$1.71 extranjeros



Que... urbano, la quebrada... uas de un
riac... unto de pozas dent... del Indio
y la del Finado Adán. Durante el recorrido se pasa a... de pinares
y se puede observar una diversidad de aves de la zona como Halcones, Gavilanes y
especialmente el Rey zope.

Cerro de Perquin.

A tan solo 10 minutos del Museo de la Revolución, en una pequeña caminata hacia la cúspide desde donde se aprecia casi la totalidad de nuestro país y se respira lo mejor del aire puro de El Salvador, también se podrán observar vestigios de la guerra y pasar por un ex campamento guerrillero.



VILLA DEL ROSARIO

Desde este pintoresco pueblecito se puede buscar la cascada del Río Araute, una impresionante caída de agua de 30 metros de altura. Debido a lo accidentado del terreno, hay que cruzar el río, subir por laderas escabrosas y llegar a unas barrancas donde la única forma de seguir adelante es deslizándose y rodando por veredas

Ubicación: A 22.2 Kms. al noroeste de San Francisco Gotera

Altura: 465 m.s.n.m.

Fiestas Patronales: El primer domingo de octubre en honor a la virgen del Rosario.

Acceso: A través de una carretera de tierra mejorada.

ARAMBALA

Significa “Río de los alacranes Fue ocupado por los indios Lenca ultralempicos, su fundación precede grandemente a la llegada de los españoles en el siglo XVI, en Lenca Potón,”. Pueblo rico en recursos para practicar el turismo natural y disfrutar de su belleza escénica. Posee un clima fresco y la flora esta constituida por un bosque húmedo sub-tropical.

Ubicación: A 25.3 Kms al norte de San Francisco Gotera.

Altura: 840 m.s.n.m.

Fiestas patronales: 23 y 24 de agosto en honor a San Bartolomé

22 y 23 de enero en honor al Niño Dios

Acceso: Se comunica por calles balastadas con el pueblo de Joateca y la carretera CA-7 que lo une con los pueblos de Perquín y Meanguera.

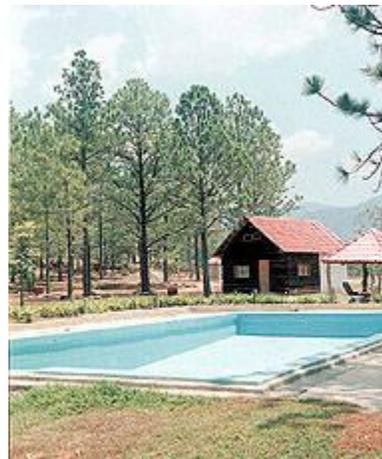
ATRACTIVOS TURISTICOS:

Llano del Muerto.

Imponente zona de pinares y praderas, con una gran cantidad de nacimientos de agua, que corren libremente sobre las grandes formaciones rocosas y bajan hasta perderse en las profundidades de los Ríos Guaco y Sapo. Parte del atractivo durante el recorrido al Llano del Muerto es darse un baño energizante en las aguas de la cascada El Perol. Debido a lo escabroso de la topografía, se recomienda el uso de vehículos 4x4 para realizar visitas a este lugar. También se puede llegar al llano, haciendo una caminata de aproximadamente una hora dentro del bosque.

Acceso: Carretera balastada que conduce

a Bolsón de Nahuaterique, Honduras.



Cerro el Pericón.

Localizado a 3.2 Kms al norte de Arambala, a 1,379 m.s.n.m., posee un pequeño bosque con árboles de roble, pino, manzanas, rosas y serrines. En la cúspide de este macizo, se puede divisar la costa y los volcanes de Cacahuatique, Concagua, Chaparrastique y otros.

Acceso: Carretera balastada que conduce al Bolsón de Nahuaterique, Honduras.

Río Sapo.

Situado en el caserío Cumaro, debe su nombre al imponente color verde de sus tranquilas aguas. El lugar es ideal para aquellos amantes de la naturaleza que gustan de la observación de aves o de practicar una caminata por la ribera del río. Acceso: Se une a través de una carretera balastada con el pueblo de Arambala.



JOATECA

Está situado al norte del departamento de Morazán, limítrofe con la República de Honduras. De clima cálido, Joateca en lengua Potón significa “Valle de los Ocotes”. Es un pequeño pueblo típico que conserva su patrimonio histórico y cultural. Posee una preciosa iglesia colonial, fiel reflejo de que el tiempo se ha detenido en este hermoso rincón de El Salvador.

Ubicación: A 22.5 kms. Al norte de la ciudad de San Francisco Gotera

Altura: 820 m.s.n.m.

Fiestas patronales: 12 y 13 de junio en honor a San Antonio

Acceso: Se une con Arambala a través de una carretera balastada y con Cacaopera

JOCOAITQUE.

Población de origen lenca, fundada el 19 de marzo de 1896. En lengua Lenca significa “Cerro de los Cinco Fuegos” dentro de sus atractivos turísticos se destacan sus portales, así como El Río Araute donde se puede practicar la observación de mariposas y la

natación de pozas. También se puede visitar la Poza de La Huilisca, ubicado sobre la rivera del río la Joya.

CACAOPERA.

En lengua Ulua significa “Huerta de Cacao”. Es un pueblo de origen precolombino y con fuerte tradiciones culturales. En la plaza principal, esta la iglesia colonial construida en 1660. En su construcción, sorprenden las paredes de casi 5 metros de ancho. Muy cerca de la iglesia se encuentra un campanario que sostiene 3 grandes campanas de bronce que datan de 1721.

Ubicación: A 11 Kms. al norte de San Francisco Gotera.

Altura: 520 m.s.n.m.

Fiestas patronales: 12 al 15 de agosto, en honor a la Virgen del Transito.

Acceso: Se comunica por carretera pavimentada con la ciudad de San Francisco Gotera.

ATRACTIVOS TURISTICOS.

Museo Winakirika.

En este museo cuyo nombre “Winakirika” en lengua Ulúa significa “comunitario”, se exhiben las tradiciones de la población de Cacaopera a través de objetos culturales y religiosos, fotografías y artesanías.



Casa de la Cultura.

Se muestran parte de los valores y manifestaciones culturales de la comunidad a través de la exposición de utensilios, herramientas y objetos simbólicos, que se usaron durante la época colonial y de principios de siglo.



CORINTO.

Este caluroso pueblo entre las montañas de la cordillera Cacahuatique – Corobán, esconde un preciado tesoro, que se registra como Monumento Nacional y es considerada la principal muestra de arte rupestre de El Salvador.

Ubicación: A 19.2 Kms. al noroeste de la Ciudad de San Francisco Gotera.

Altura: 820 m.s.n.m.

Fiestas patronales: 29 de Junio en honor a San Pablo.

Acceso: Se comunica por calle de tierra mejorada con la villa de Cacaopera, carretera sin pavimentar, transitable todo el año con la villa de Sociedad.





GRUTA DEL ESPÍRITU SANTO

GUATAJIAGUA.

En lengua lenca significa “Valle con cultivos de tabaco” Este pueblo habitado antiguamente por indígenas lencas o potonas es hoy famoso por producción de alfarería negra. Caminando por las calles de la ciudad, es común observar en los patios de las casa, a las mujeres elaborando bellos comales, sartenes, ollas y tinajas, que luego de ser elaboradas reciben un baño de nacascolo, tinte natural que provee la tonalidad negra a estos objetos. Este trabajo aun se realiza de la misma manera que lo hicieron sus antepasados lencas.

Ubicación: A 11.8 Kms. al este de San Francisco Gotera.

Altura: 260 m.s.n.m.

Fiestas patronales: 20 de enero en honor a San Sebastián.



Además de sus atractivos turísticos naturales, históricos y culturales, la oferta turística que comprende la Ruta de La Paz, parte de esta puede encontrarse en el municipio de Perquin, algunos de estos lugares que ofrecen los servicios para los turistas se encuentran:

- Comedor Blanquita
- Turicentro Cueva del Ratón
- Comedor El comal
- Papelería El Ocote
- Restaurante y Centro de Recreación El Ocotal
- Centro Turístico Llano del Muerto
- La Neveria
- Hotel Perquin Lenca
- Tienda de Artesanías Winakirika
- Eco Albergue Río El Sapo
- Cocina de Mama Toya
- Comedor, Artesanías y hostel La Muralla

4.6.2 La Demanda.

Después del periodo de guerra vivido por el país y principalmente la zona oriental, el departamento de Morazán tomo fuerza como uno de los sitios históricos que mas presentan los vestigios dejados por el conflicto armado. Sin embargo no solo el aspecto histórico es relevante en esta zona sino que también el recurso natural con el que cuenta, al poseer ríos, montañas, manantiales de agua pura, etc.

A lo largo del período de post guerra el turismo a cobrado fuerza en el departamento, por lo que luego de este se diera esporádicamente, en la actualidad se puede considerar constante. La mayor afluencia de turistas se da en épocas de vacaciones como las vacaciones de semana santa, fiestas agostinas y la época navideña, sin embargo existe una afluencia moderada a lo largo del año principalmente los días de semana.

Uno de los principales atractivos turísticos es el festival de invierno el cual a partir del año de 1992 se realiza la primera semana de agosto. La intención de realizar este festival es celebrar la bendición que tiene la zona de poseer hermosos y abundantes inviernos que convierten al norte de Morazán en una verdadera Joya Verde de El Salvador. Además en sus inicios esta celebración tenía como objetivo transmitir a los Salvadoreños que la guerra había terminado.

El festival de invierno incluye en su programación una serie de actividades que busca revalorar la historia, rescatar y proteger la cultura y la naturaleza, así como actividades artísticas y deportivas. La afluencia de turistas en festivales como este es de aproximadamente quince mil, la cual ha ido en ascenso en los últimos años.

En base a la más reciente encuesta realizada por la institución encargada de promover el turismo en la zona PRODETUR (Programa de Desarrollo Turístico), lo que demandan principalmente los turistas es mayor higiene en los alimentos, mejor atención, más organización y variedad de las actividades y una mayor promoción de los sitios turísticos.

Capítulo V

CONCLUSIONES

CAPITULO V

CONCLUSIONES.

Luego de haber realizado el estudio en el departamento de Morazán se puede decir que existen las condiciones necesarias para la implementación del modelo de microempresa turística de servicio debido existen diferentes instituciones cuya finalidad es orientar a los municipios al desarrollo local, además con la ayuda del consejo departamental de alcaldes CDA se esta promoviendo diferentes actividades esentre las que se puede mencionar el impulso del potencial turistico con que cuenta la zona el cual lo conforman sus recursos naturales, su historia y u cultura.

En lo referente al factor economico se puede observar que aunque la mitad de la población se encuentra en algun estado de pobreza, existen iniciativas ciudadanas para buscar otras fuentes de ingreso; a raiz de la caida del café la población comenzo a ingeniarselas para poder subsistir por lo que encontraron una oportunidad de hacerlo a traves de la producción artesanal, la cual se practica mucho hoy en dia, y en algunos productos agrícolas, por lo que el turismo viene a constituir una alternativa para la generacion de ingreso, mejores condiciones de vida, empleos, etc. A traves del aprovechamiento de los recursos naturales que posee la zona.

En relacion a otros factores como la salud y los servicios básicos se puede decir que estos son lo suficientemente buenos para la creación de condiciones que permitan un desarrollo turistico de la zona.

Aunque en el factor educación se observe un alto índice de analfabetismo siempre existen instituciones que apoyan este tipo de proyectos y están dispuestas a colaborar con los habitantes de la zona en lo referente a capacitaciones en distintas áreas. Lo que minimiza la desventaja que representa este factor en el departamento de Morazán.

Uno de los factores de gran importancia para la aplicabilidad del modelo lo constituyen el sector microempresarial en el cual se puede observar que cuenta con el apoyo necesario por parte de instituciones que ofrecen créditos y asesoría técnica a los micro empresarios de la zona, a tasas y plazos muy buenos y con garantías accesibles.

La oferta y la demanda son otras condiciones básicamente necesarias para que se pueda establecer la funcionabilidad del modelo propuesto dado que estos constituyen los productos y servicios ya existentes en la zona y los que se pueden ofrecer y en que condiciones hacerlo, en lo referente a estas condiciones se puede decir que la oferta de sitios turísticos del departamento es alta ya que cuenta con sitios de interés histórico y arqueológico como el museo de la revolución y las grutas del espíritu santo; turismo ecológico como en el río Sapo y el Cerro El Pericón, entre otros. Otra parte esencial de la oferta la forman los establecimientos que brindan productos y/o servicios destinados al rubro del turismo de los cuales se puede decir que aunque existe una buena cantidad de ellos no cumplen con los requisitos básicos de higiene, salubridad y atención al cliente esperados por el visitante.

Con este tipo de proyectos se mejorará la atención que se le brinda al turista actualmente de modo que su visita sea placentera y obtenga mayores comodidades en los sitios que visite.

En base al diagnostico realizado se ha determinado la necesidad de diseñar una herramienta que oriente a los microempresarios en el manejo de sus empresas, para lo cual se ha elaborado un modelo de microempresa turística de servicio, la cual comprende aspectos relacionados con adecuada administración de los recursos de las empresas. Cabe mencionar que el modelo a proponer esta destinado no solo a microempresas nuevas, sino que también para aquellas ya establecidas, lo que permitirá un mayor desarrollo del sector microempresarial en el departamento de Morazán.

Capítulo VI

RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE UN MODELO DE MICROEMPRESA
TURÍSTICA DE SERVICIO (TIENDA DE ABASTECIMIENTO)

6.1 CARACTERIZACIÓN DEL MODELO.

6.2 DESCRIPCIÓN DE LOS COMPONENTES DEL MODELO.

6.3 APLICACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO.

6.4 FUNCIONES BÁSICAS DE LA EMPRESA.

6.5 PASOS PARA LA FORMALIZACIÓN DE UNA MICROEMPRESA.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES: PROPUESTA DE UN MODELO DE MICROEMPRESA TURÍSTICA DE SERVICIO (TIENDA DE ABASTECIMIENTO)

6.1 CARACTERIZACIÓN DEL MODELO.

El modelo de microempresa turística se realiza con el fin de poder proporcionar los conocimientos básicos a las personas en cuanto a la formación de una empresa. El modelo propuesto tendrá dos giros: el primero de servicios mediante un restaurante que se enfocará en la elaboración de platillos autóctonos para ofrecer al turista tanto nacional como internacional, y el segundo comercial al ofrecer artículos de primera necesidad, así como artesanías.

Su ubicación se propone para las áreas rurales de Morazán donde la naturaleza es propicia para este tipo de empresas, ya que estará rodeado de paisajes, árboles, alejado de la ciudad, el bullicio y en contacto directo con la naturaleza.

Dada su naturaleza de microempresa se pretende que cuente con menos de 10 empleados, su estructura será formal y se ha diseñado un modelo de administración simple que incluye el desarrollo del proceso administrativo en sus cinco etapas, como lo son: la planeación, organización, integración, dirección y control que le permitirá a la empresa un trabajo ordenado, obteniendo el ahorro de esfuerzos, tiempo y dinero, coordinando todos los elementos de la empresa.

Además se han aplicado las cuatro funciones básicas en toda empresa como:

- ✓ **Función de Mercadotecnia:** que se encargará de realizar la promoción para vender los productos, aquí se establecerán los servicios y productos a ofrecer, se fijarán los precios, el margen de utilidad y los canales de distribución de los productos y servicios.

- ✓ **Función de Producción:** En donde se establecerán los procesos para la transformación de la materia prima para la elaboración de platillos, el abastecimiento de la materia prima; así como de los productos para la venta y artesanía, su almacenamiento, los controles de calidad, la supervisión y el mantenimiento del equipo de producción.
- ✓ **Función de Finanzas:** Donde se administrarán los recursos financieros de la empresa, estableciendo las necesidades de crédito; así como conseguir los recursos financieros necesarios para que la empresa opere; así como los controles de pago de los controles de los empleados
- ✓ **Función de personal:** donde se seleccionarán controles para el reclutamiento, selección y contratación del personal de la empresa, así como también se desarrollara la motivación, capacitación y el desarrollo con el fin de crear un ambiente grato de trabajo.

6.2 DESCRIPCIÓN DE LOS COMPONENTES DEL MODELO.

El éxito de una empresa depende del logro de los objetivos y para ello es necesario contar con los componentes esenciales que integrados contribuyen al funcionamiento adecuado. Dichos componentes a integrarse en el modelo son los siguientes:

6.2.1 RECURSOS MATERIALES

Este componente está formado por todos los bienes tangibles tales como: edificios, maquinarias, instrumentos, herramientas, materias primas, etc.

Los materiales necesarios a utilizar en el modelo de la microempresa son los siguientes:

- Equipo de cocina
- Utensilios de cocina
- Equipo de limpieza y mantenimiento.
- Papelería y útiles.
- Mobiliario.

6.2.2 RECURSOS HUMANOS

Para el desarrollo de un negocio, es de vital importancia el recurso humano, debido a que de este elemento depende el éxito o fracaso de una empresa; puesto que son ellos los encargados de llevar a cabo las actividades de dicha empresa.

El recurso humano a disponer en la empresa es el siguiente:

- Propietario
- Cajero.
- Mesera.
- Cocinera
- Ayudante de cocina.

6.2.3 RECURSO FINANCIERO.

Son los elementos monetarios con que cuenta la empresa, ya que de él depende la existencia de las mismas. El recurso puede ser proveniente de dos fuentes.

1. Recurso Propio: Es el recurso financiero propio del dueño de la empresa.
2. Recurso ajeno: Es el recurso financiero proveniente de entidades tales como:
 - Instituciones financieras.
 - Bancos
 - Agencias de Desarrollo Local ONG'S.

6.3 APLICACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO.

El proceso administrativo es el conjunto de fases sucesivas e interrelacionadas que se aplican para lograr los objetivos establecidos en una empresa. Es una secuencia lógica que permite que la administración se aplique o realice, guiando a la empresa a la obtención de los objetivos establecidos.

El proceso administrativo constituye un medio útil para comprender mejor lo que debe hacer la persona que administra una empresa; permite desarrollar un trabajo ordenado, obteniendo el ahorro de esfuerzo, tiempo y dinero; y logra una mejor coordinación en la ejecución de las tareas.

El proceso administrativo comprende las etapas de:

- Planeación.
- Organización.
- Integración.
- Dirección.
- Control.

Es importante recalcar que dicho proceso puede ser aplicado a todo tipo de empresas en todo el mundo ya que sirve como una herramienta para alcanzar las metas de toda organización.

El proceso administrativo se divide en dos grandes fases: 1) Fase Mecánica y 2) Fase Dinámica. La primera se ocupa de aspectos abstractos y teóricos en cambio la segunda es más concreta ya que se comienza a ejecutar lo planeado y a controlar los resultados.

EL PROCESO ADMINISTRATIVO.

FASE MECANICA

PLANEACION

Misión

Visión

Objetivos

Políticas

Estrategias

ORGANIZACIÓN

Estructura Organizativa

Manuales de Funciones

FASE DINAMICA

INTEGRACION

Reclutamiento

Selección

Contratación

Inducción

Capacitación

DIRECCION

Liderazgo

Motivación

Comunicación

CONTROL

Establecimiento de Normas

Métodos de Comparación o Medición

Acciones Correctivas

6.3.1 PLANEACION.

La planeación es la más importante de las funciones administrativas, ya que busca prever las condiciones en que deberá desarrollarse la futura acción administrativa. Básicamente la planeación busca responder las preguntas: ¿qué acción es necesaria?, ¿porqué?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿quién debe hacerlo? Y ¿cómo debe hacerlo?

Elementos de la planeación.

- Misión.
- Visión.
- Objetivos
- Políticas.
- Estrategias.
- Programas.

Importancia de la planeación.

- Constituye la base para las demás fases del proceso administrativo.
- Permite a las organizaciones precisar sus objetivos principales, proporcionando guías clave para la toma de decisiones.
- Se constituye en un medio de control.
- Minimiza los costos, a través de la utilización racional de los recursos.
- Se convierte en una herramienta de comunicación entre las gerencias de la empresa sobre los objetivos y cursos de acción establecidos.
- Reduce la toma de decisiones basadas en especulaciones o improvisaciones.

MISION.

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe, y por tanto da sentido y guía a las actividades de la empresa. La misión debe responder ¿quiénes somos?, ¿qué hacemos? Y ¿hacia adonde nos dirigimos?

La misión definida para el modelo de microempresa turística “tienda de abastecimiento” es la siguiente:

“Satisfacer los gustos de los turistas con la venta de artículos de primera necesidad y elaboración de platillos autóctonos fomentando los arraigos culturales y tradicionales de la zona impulsando la conservación de los recursos naturales”.

VISION.

La visión de una empresa denota la ubicación de esta en un futuro, es el lugar hacia donde se quiere llegar como una empresa.

La visión para el modelo de microempresa turística “tienda de abastecimiento” se define de la siguiente manera:

“Constituirnos como la empresa líder en atención al turista en la zona oriental”.

OBJETIVOS.

Los objetivos en una empresa son los fines que se persiguen por medio de una actividad de una u otra índole. Representan no solo el punto terminal de la planeación, sino también el fin que se persigue mediante la organización, la integración, la dirección, el control y el personal.

Los objetivos definidos para la microempresa turística “tienda de abastecimiento” son los siguientes:

- Ofrecer artículos de conveniencia que satisfagan las necesidades básicas de los turistas.
- Fortalecer la cultura y tradiciones del departamento a través de la venta de platillos típicos y artesanías del lugar.
- Establecer controles de calidad y atención al cliente para brindar mejores productos y servicios.
- Definir procesos contables que permitan un mejor control de las operaciones de la empresa.
- Realizar una investigación constante de los requerimientos de los turistas.

POLITICAS.

Las políticas también forman parte de los planes en el sentido de que consisten en enunciados o criterios generales que orientan el pensamiento en la toma de decisiones. La importancia de las políticas en administración es decisiva, por que son indispensables para la adecuada delegación, la cual a su vez es esencial en la administración, ya que esta consiste en “hacer a través de otros”.

Las políticas para la microempresa turística “tienda de abastecimiento” son las siguientes:

- Comercializar bienes y servicios de calidad fomentando las costumbres y cultura propia de la zona.
- La higiene es básica en la elaboración de nuestros productos.

- Mantener una buena atención al cliente para distinguirnos de la competencia.

ESTRATEGIAS.

El término “estrategia” se define como la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento.

Para la microempresa turística “tienda de abastecimiento” se han definido las siguientes estrategias:

- A través del conocimiento de la calidad de nuestros productos y servicios por parte de los consumidores que permita hacerle frente a la competencia.
- Impulsar las costumbres y cultura de la zona enfatizando la higiene de nuestros productos y la salubridad de nuestras instalaciones.
- Brindando la mejor atención a nuestros clientes lograremos salir adelante de nuestros competidores.

6.3.2 ORGANIZACIÓN.

Al establecer los objetivos de una empresa y determinar los elementos humanos, técnicos y materiales, se procede a organizarlos. La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar los objetivos propuestos por la misma.

Para llevar a cabo la organización es necesaria la creación de una estructura que reúna las actividades necesarias de una empresa. En dicha estructura se visualizará la delegación de autoridad en la persona adecuada para un puesto, lo cual implica una presión de ésta hacia sus subordinados y un mejor desarrollo en el trabajo.

La organización es útil porque identifica a la persona con la empresa y las labores que desempeña con el puesto logrando establecer una mejor adaptación de recursos humanos y materiales de los que se dispone con el fin de hacer una adecuada distribución de responsabilidades y actividades de modo que se faciliten el trabajo en equipo.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

Mientras más específico es el perfil del personal que se requiere, es más seguro cubrir las necesidades del puesto. Para ello es necesario contar con un perfil detallado por puesto, aunque no garantice que sea la persona correcta, pero si es más sencillo que al cumplir con las características se pueda poner una mayor atención en aspectos como la actitud de las personas que en ocasiones es más importante que sus conocimientos, experiencias o habilidades.

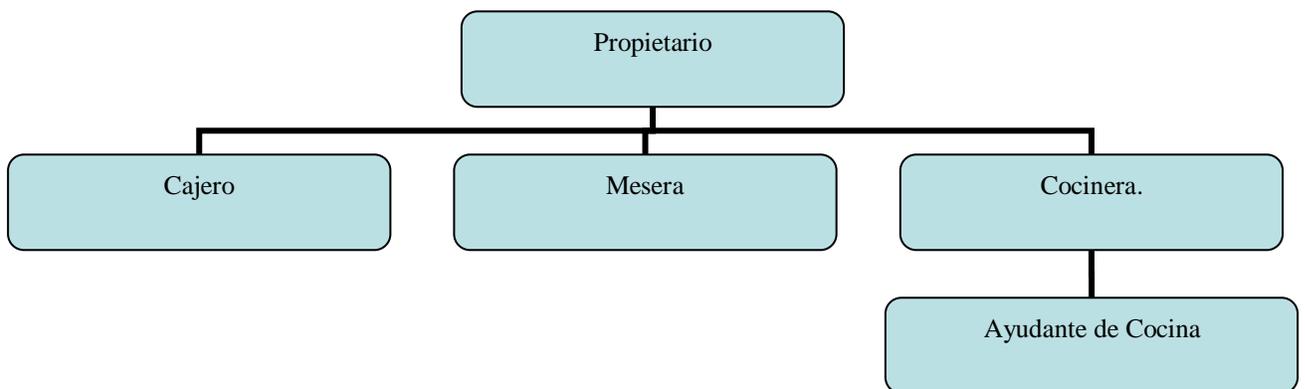
A través del proceso anterior, se genera un organigrama en el que se reflejan las interrelaciones funciones y responsabilidades del personal que labora en la empresa; en este caso se reflejará, un organigrama de puesto donde se incorporan los nombres de las personas que ocupan las plazas presentándolo de manera vertical de arriba hacia abajo partiendo del titular en la parte superior, desagregando los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada, esto se hace con el fin de que pueda ser entendible para cualquier persona que lo consulte:

Esta estructura organizativa está compuesta por 5 personas las cuales son:

- Propietario

- Cajera.
- Mesera.
- Cocinera.
- Ayudante de cocinera.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA.



MANUALES DE FUNCIONES.

Estos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que registran y transmiten a las personas que laboran en una organización de forma ordenada y sistemática información, instrucciones y lineamientos necesarios para un mejor desempeño, con el fin de precisar las funciones asignadas de cada puesto, determinando la

responsabilidad a cada unidad que permita ahorra tiempo y esfuerzo en la realización de las labores de trabajo.

Al establecer una estructura organizativa es necesario determinar las funciones a realizar ya que facilitan la adopción de la persona a su puesto de trabajo.

A continuación se presenta el Manual de Funciones de la microempresa “Tienda de Abastecimiento”

Manual de Funciones Propuesto.

Introducción.

En el siguiente manual se dan a conocer las funciones específicas que cada puesto deberá de realizar en el cual se incluye el del propietario, cajero, mesera, cocinera y ayudante de cocina, con el fin de facilitar y precisar las funciones asignadas a cada unidad administrativa para, definir responsabilidades del puesto en relación con el resto de la organización, estableciendo el grado de autoridad de los niveles jerárquicos que promueva el aprovechamiento racional de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos disponibles.

MANUAL DE FUNCIONES.

Nombre de la Empresa:	Hoja N°: 1 de 5	
Cargo: Propietario	Jefe inmediato Superior: Ninguno.	
Unidades subordinadas: Cajero, mesera, cocinera, ayudante de cocina.		
Objetivos: Servir de guía en las actividades que realizarán los empleados en sus puestos de trabajo para una mejor adaptación, cuidando que las distintas áreas de la empresa lleven a cabo de la mejor manera posible sus funciones dentro de la misma.		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> - Planificar, organizar, dirigir y controlar cada una de las actividades a realizar dentro de la empresa. - Seleccionar adecuadamente el personal. - Realizar reuniones periódicas con las subordinadas para verificar el cumplimiento de su trabajo. - Capacitar continuamente a los empleados. - Realizar el pago de salarios a los empleados. - Establecer contactos con los proveedores para realizar pedidos. - Supervisar el desarrollo de las actividades de la empresa. - Controlar los ingresos y egresos financieros. De artículos y servicios prestados al turista. - Supervisar y controlar el cumplimiento de normas de higiene y seguridad - Recibir los pedidos de los proveedores. - Velar por el mantenimiento de la maquinaria y equipo 		
Elaborado por: el grupo	Fecha de Vigencia:	Fecha de revisión:

MANUAL DE FUNCIONES.

Nombre de la Empresa:	Hoja N°: 2 de 5	
Cargo: Cajero	Jefe inmediato Superior: Propietario	
Unidades Subordinadas: Ninguna		
Objetivo: Servir de guía de las actividades que realizan los empleados en sus puestos de trabajo para una mayor adaptación.		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none">- Realizar las transacciones financieras por venta de productos y servicios.- Llevar las cuentas y registros necesarios para el control y manejo de los fondos.- Custodiar cuidadosamente los fondos de la empresa.- Informar el desarrollo de sus actividades a su jefe- Colocar los productos en sus debidos estantes- Realizar otras actividades que sean asignadas por el jefe.- Revisar la calidad de las compras realizadas a los proveedores.		
Realizado por : el grupo	Fecha de vigencia:	Fecha de revisión:

MANUAL DE FUNCIONES.

Nombre de la Empresa:	Hoja N°: 3 de 5	
Cargo: Mesera	Jefe Inmediato superior: Propietario	
Unidades Subordinadas: Ninguna		
Objetivo: Sirve de guía de las actividades que realizarán los empleados en sus puestos de trabajo para una mayor adaptación		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Informar al turista sobre los platillos y bebidas que se sirven - Atender los pedidos de los turistas que desean degustar - Servir los platillos y bebidas demandadas por el turista. - Retirar y limpiar mesas. - Ayudar en las actividades de la cocina. - Mantener limpio el establecimiento. - Realizar otras actividades que sean asignadas por el jefe. - Ayudar a la venta de artículos ofrecidos a los turistas 		
Realizado por: el grupo	Fecha de vigencia:	Fecha de revisión:

MANUAL DE FUNCIONES.

Nombre de la Empresa:	Hoja N°: 4 de 5	
Cargo: Cocinera	Jefe inmediato Superior: Propietario	
Unidades Subordinadas: Ayudante de Cocina		
<p><i>Objetivo: Sirve de guía de las actividades que realizarán los empleados en sus puestos de trabajo para una mayor adaptación</i></p>		
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar los platillos y bebidas demandadas por los clientes. - Controlar y supervisar la higiene y calidad de los alimentos. - Dirigir el desarrollo de las actividades realizadas en la cocina. - Realizar otras actividades asignadas por el jefe. 		
Realizado por : el grupo	Fecha de vigencia:	Fecha de revisión:

Nombre de la Empresa:	Hoja N°: 5 de 5	
Cargo: Ayudante de Cocina.	<i>Jefe Inmediato Superior: Cocinera.</i>	
Unidades Subordinadas: Ninguna		
Objetivo: Sirve de guía de las actividades que realizarán los empleados en sus puestos de trabajo para una mayor adaptación		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Ayudar en la elaboración de platillos y bebidas - Cooperar con la mesera en el desarrollo de sus actividades. - Mantener limpios e higiénicos los utensilios y equipos de cocina. - Velar por la higiene y limpieza del lugar. - Cooperar en el desarrollo de las actividades en la cocina. - Realizar otras actividades asignadas por el jefe. 		
Realizado por: el grupo	Fecha de vigencia:	Fecha de revisión:

6.3.3 INTEGRACION.

Después de diseñar la estructura organizativa idónea para lograr los objetivos de la empresa se hace necesario complementarla con el recurso humano más calificado, es por eso que hay que tomar los siguientes aspectos con relación a la integración: _

La integración es la obtención de los elementos humanos que la organización y planeación señalan adecuados para el funcionamiento de la empresa, con el fin de garantizar el recurso humano idóneo en el momento oportuno, es decir adecuar al hombre a las funciones, lo que significa que las personas deben reunir requisitos mínimos para desempeñar cualquier función dentro de la empresa, dándole los elementos administrativos necesarios para hacer frente de una forma eficiente a las obligaciones del puesto para poder promover a la empresa del recurso humano se hace necesario los siguientes pasos:

RECLUTAMIENTO.

Consiste en conseguir los candidatos de modo que la empresa pueda seleccionar a los empleados que se necesitan, y que cumplan con las características que el puesto requiera.

Fuentes de Reclutamiento.

Esta dependerá de la disponibilidad de las personas idóneas en el mercado de trabajo; así como de las plazas que necesitan dentro de la empresa. Existen 2 fuentes de reclutamiento:

- **Fuentes Internas:**

Estas lo constituyen los datos o información de los empleados que están laborando en la empresa, personas que con anterioridad han laborado en ellas o por aquellos prospectos que son recomendados por las personas que ya trabajan en la empresa.

- **Fuentes Externas:**

Estas son las que se hacen a través de presentaciones espontáneas cuando las personas solicitan puestos de trabajos, por anuncios en hojas volantes, periódicos con los detalles que se requieren para el puesto, con el personal de otras empresas, etc.

Medios de Reclutamiento.

Son las formas o medios buscados para llegar a las fuentes de reclutamiento, entre estos se pueden utilizar:

- Los anuncios:

Es la información o transmisión de un mensaje a través de un medio de comunicación, estos se hacen a través del periódico, hojas volantes, radio y televisión.

- Carteles:

Son los que se colocan en determinados lugares con las especificaciones del candidato a reclutar.

SELECCIÓN.

Aquí es muy importante que se tengan claras las herramientas y técnicas que se utilizarán en este caso se hará por medio de una entrevista realizada por el propietario en donde buscará información de acuerdo al puesto que se requiera dentro de la empresa en donde se le seleccionará de acuerdo a los requisitos exigidos.

CONTRATACION.

Después de haber seleccionado al candidato que ocupará el puesto, se le proporcionará que ocupará el puesto, se le proporcionaran los compromisos del trabajador con la empresa donde se le informarán las reglas de trabajo que se le exigen confidencialidad, las formas de pago, la cantidad a pagar.

También se le informarán de los aspectos laborales a considerar como que contará con un buen trato laboral, la interacción con el jefe para mejorar los procesos de producción y de mantenimiento.

INDUCCION.

Este es el primer encuentro del trabajador con la empresa cuando éste es contratado, aquí se le presenta con la misión, valores y carácter de la empresa, con el puesto a desempeñar y las políticas.

La empresa trata de inducir la adaptación del comportamiento del individuo a sus necesidades y objetivos imprimiéndole sus características con firmeza. En realidad es un proceso en que cada una de las partes trata de influir para que la otra se adapte a ella, a sus conveniencias y a sus propósitos, creando un ambiente de trabajo receptivo y agradable durante el periodo inicial del empleo.

Es uno de los elementos más importantes y lo realizará el dueño de la empresa y el proceso de inducción se contará con los siguientes pasos:

- ✓ Presentación de la empresa, que es lo que hace, a quiénes sirve, beneficia etc.
- ✓ Presentación del puesto que se va a desempeñar.
- ✓ Dar a conocer las políticas de la empresa.
- ✓ Dar una capacitación general y si es necesario del uso del equipo.

CAPACITACION.

Esta involucra dos elementos que son:

- ✓ Adiestramiento, que no es más que el entrenamiento básico requerido para que la persona desempeñe las funciones para la que se le contrató.
- ✓ Capacitación es el entrenamiento avanzado que se le da a las personas para facilitarles un mayor desarrollo personal y profesional que le permita en consecuencia el desarrollo de la empresa.

Antes de establecerlo se debe de tomar en cuenta los puestos que requieran entrenamiento especial, como se llevará a cabo ya sea internamente o con instituciones de apoyo.

6.3.4 DIRECCION.

La dirección es el proceso que consiste en influir en las personas para que contribuyan al cumplimiento de los objetivos de la organización. La dirección incluye: el liderazgo, la motivación, la comunicación y la supervisión estos últimos se han establecido para el modelo de la siguiente manera:

LIDERAZGO.

El liderazgo es el proceso de influir en las personas, para que se esfuercen con entusiasmo y voluntariamente para el cumplimiento de objetivos definidos.

Algunas de las características que deben poseer un líder son: inteligencia, adaptabilidad, agresividad, entusiasmo, seguridad en si mismo, persistencia, iniciativa,

sentido de cooperación, habilidades para las relaciones interpersonales y capacidad administrativa.

Estilos de liderazgo.

Por la orientación que estos tengan.

- Orientación a lo laboral: en este caso los líderes supervisan de cerca de los empleados para asegurarme que el trabajo se realice de manera satisfactoria. Conseguir que se realice el trabajo es más importante para ellos que el desarrollo de los empleados o la satisfacción personal de los mismos.
- Orientación a lo laboral: en este caso los líderes supervisan de cerca de los empleados para asegurarse de que el trabajo se realice de manera satisfactoria. Conseguir que se realice el trabajo es más importante para ellos que el desarrollo de los empleados o la satisfacción personal de los mismos.
- Orientación al empleado: en este caso los líderes tratan de motivar mas a los empleados, que controlarlos, buscan una relación amistosa de confianza y respeto con el personal, a quienes con frecuencia se les permite participar en las decisiones que los afecten.
- Estilo situacional: este describe la manera en que los líderes adoptaran su estilo de liderazgo en respuesta al deseo que desarrollan sus subordinados, de realización, experiencia, capacidad y buena voluntad para aceptar responsabilidades.

Por el tipo de autoridad que ejercen.

- Líderes autocráticos y autoritarios: en este tipo de liderazgo lo que el jefe dice se hace y punto. Este tipo de líder centraliza el poder y la toma de decisiones en si mismo determinando la situación global del trabajo para los empleados quienes

deberán hacerlo tal y como se les ordena. Algunas ventajas del líder autocrático son que proporciona una fuerte motivación y recompensas para el líder, le permite tomar decisiones rápidas y se tiene un mayor control sobre las personas. La principal desventaja de este tipo de liderazgo es que desagrada a las personas las cuales suelen sentir que producen por que se les obliga a hacerlo. Otra desventaja es que los empleados creen que se les explota, que no se les toma en cuenta y que se abusa de ellos.

- Líderes democráticos: el jefe o líder considera la opinión de los empleados y entre todos toman una decisión. Este tipo de líder, descentraliza la autoridad, a su vez pueden compartir las responsabilidades con sus empleados. Una ventaja que presenta es que puede llevar a consolidar al grupo, pero en ocasiones puede provocar que el proceso de la toma de decisiones sea demasiado lento.

Lo anteriormente expuesto, constituye algunos de los diferentes tipos de liderazgo entre los que el empresario puede escoger, sin embargo, es necesario recalcar que ningún estilo es general, si no que todo dependerá de las situaciones en las que el líder debe utilizar distintos tipos de liderazgo.

LA MOTIVACION.

La motivación es un impulso en las personas para entrar en acción porque desean hacerlo para satisfacer sus necesidades. Esta consiste en encontrar las necesidades de un trabajador y ayudarlo a satisfacerlas para que se sienta con ganas de trabajar.

La motivación de un individuo puede ser sumamente compleja, y en ocasiones contradictoria ya que a un individuo puede motivarlo el deseo de obtener un bien o servicios materiales. Ejemplo: un carro, casa, viajes, etc. Y a otra persona puede motivarla el deseo de obtener estatus, autoestima, autorrealización, etc.

Motivadores.

Los motivadores son cosas que inducen a un individuo a alcanzar un alto desempeño. Son todas aquellas recompensas o incentivos que los gerentes proporcionan al trabajador para que estos se sientan entusiasmados en el desempeño de sus tareas.

Técnicas motivadoras o incentivos motivadores.

- Incentivo económico (dinero): Constituye un valioso elemento y se refiere a los recursos económicos para satisfacer las necesidades del empleado, especialmente las fisiológicas. Tiene la desventaja de que su efecto es muy breve.
- Seguridad: mientras mayor seguridad de permanencia en el trabajo exista, mayor será la participación del individuo en la actividad de la empresa. Además debe garantizarse un desarrollo prometedor al empleado, cuidando que no caiga en una situación de acomodamiento.
- Reconocimiento: el reconocimiento al trabajo desempeñado debe realizarse en el momento más oportuno para que de los frutos deseados. Ejemplo: felicitaciones por escrito, verbales, publicaciones en boletines, etc.
- Participación: se pretende que el trabajador se comprometa al logro de metas y a estimularle su ego. Ejemplo: hacerlo participar en el establecimiento de objetivos, en reuniones, en consultas, etc.
- Las prestaciones sociales: entre estos podemos mencionar los seguros de vida, financiamiento de vivienda, vacaciones y aguinaldos, las bonificaciones, participación de utilidades, transporte al lugar de trabajo, etc.

Existen muchas formas de motivar al personal para que siga las mismas metas de la organización, el dinero no es lo principal, tal como lo piensan muchos gerentes; el dinero es

importante, pero no lo más importante, excepto si al empleado no se le han llenado las necesidades básicas como: alimento, techo, vestido, salud, educación, etc.

LA COMUNICACIÓN.

La comunicación es la transferencia de información, ideas, conocimientos o emociones mediante símbolos convencionales lo que propicia el entendimiento entre una persona y otra.

Ninguna organización puede existir sin comunicación, si esta no se produce los empleados no pueden saber lo que hacen sus compañeros, la gerencia no recibe entradas de información y la administración esta incapacitada para girar instrucciones. Cuando la comunicación es eficiente genera un mayor desempeño en el trabajo y una mayor satisfacción en el empleado, las personas comprenden mejor su trabajo y se sienten parte de el. La comunicación debe estar en términos y palabras que todos puedan entender.

Tipos de comunicación.

En una organización la comunicación fluye en varias direcciones, hacia arriba, hacia abajo, a los lados y diagonalmente.

Comunicación descendente (hacia abajo):

Esta fluye de personas en los niveles superiores a personas en los niveles inferiores de la jerarquía organizacional. Entre los medios orales para esta comunicación están: instrucciones, discursos, reuniones, el teléfono, altavoces, etc. Entre los medios escritos podemos mencionar los memorandos, cartas, manuales, folletos, procedimientos, etc.

Comunicación ascendente (hacia arriba):

Esta circula de subordinados a superiores y continua su ascenso por la jerarquía organizacional. Por lo general este flujo suele verse obstaculizado por los administradores

que filtran el mensaje y no transmiten a sus jefes toda la información. Sin embargo esta comunicación es esencial para efectos de control como datos del desempeño de producción, información de la comercialización, datos financieros, opiniones de los empleados, etc.

Comunicación cruzada:

Esta incluye el flujo horizontal entre empleados de similares o iguales niveles organizacionales, y el flujo diagonal, entre personas de distintos niveles sin ninguna dependencia entre si. Este tipo de comunicación acelera la información, procura una mejor comprensión y coordina esfuerzos para el cumplimiento de los objetivos de la organización.

Medios de Comunicación.

Comunicación escrita:

La comunicación escrita tiene la ventaja de proporcionar registros de la información transmitida, los mensajes pueden ser cuidadosamente preparados y enviados a una gran cantidad de receptores. La desventaja de este medio de comunicación es que tiende a generar grandes cantidades de papel y no brinda una retroalimentación inmediata para quien no ha comprendido el mensaje.

Comunicación Oral:

Esta se da entre dos o mas personas, en encuentros frente a frente o en juntas informativas, puede ser formal e informal, planeada o accidental. Su principal ventaja es que es de rápido intercambio con retroalimentación inmediata.

Comunicación no verbal:

Son ejemplos de ella las expresiones faciales y los movimientos corporales y en la mayoría de las ocasiones acompañan a la comunicación verbal.

Barreras de la comunicación.

El proceso de comunicación humana también está sujeto a lluvias y tempestades, pues existen barreras que sirven de obstáculo o resistencia a la comunicación entre las personas. Estas variables intervienen en el proceso de comunicación y lo afectan profundamente, de modo que el mensaje recibido es muy diferente del que fue enviado.

Las barreras de la comunicación son ciertas interferencias que limitan la comprensión del mensaje, se dividen en:

Barreras personales:

Se refiere a la interferencia de comunicación que surge debido a las emociones humanas, valores y hábitos de escucha deficientes. Es común que ocurran en situaciones de trabajo.

Barreras físicas:

Ocurren en el ambiente en que la comunicación se desarrolla. Una barrera típica es el ruido que distrae y provoca la pérdida temporal del mensaje. Otras barreras físicas son: la distancia entre las personas, las paredes o la estática que interfiere los mensajes de radio.

Barreras semánticas:

Se originan en las limitaciones de los símbolos utilizados en la comunicación. Palabras con diferentes significados.

6.3.5 CONTROL.

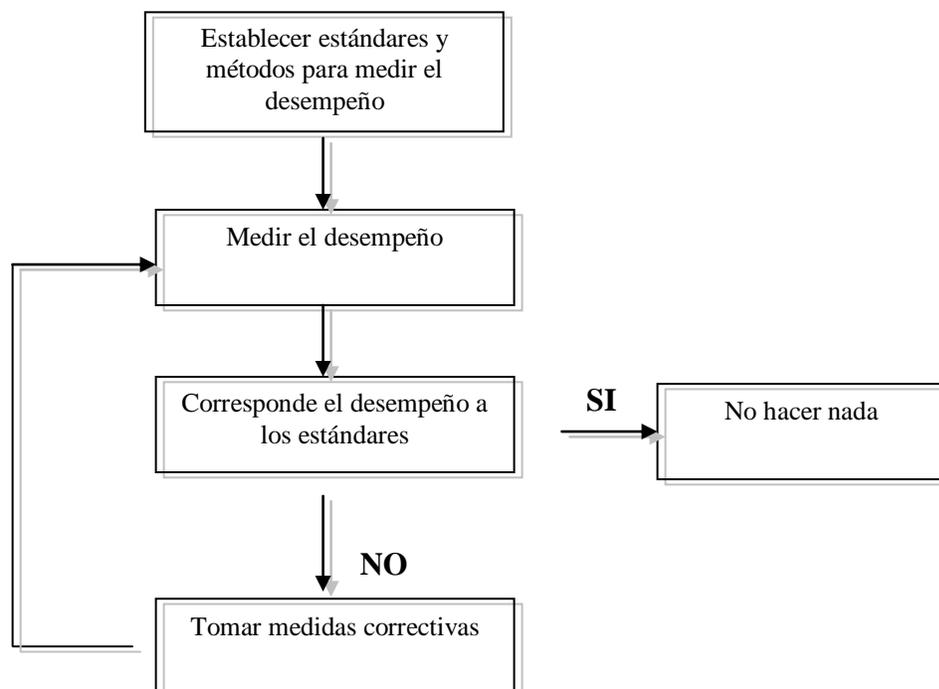
El control es la última etapa del proceso administrativo y se utiliza para vigilar que las actividades de la empresa se desarrollen conforme se planearon y así corregir cualquier desviación existente, su importancia radica en que es una herramienta a través de la cual se comprueban si los objetivos de la empresa son alcanzados conforme a lo que se ha

planificado, contribuyendo a medir y corregir la labor ejecutada por los empleados con el fin de lograr los objetivos; para ello es necesario establecer estándares que identifiquen lo realizado, en cada uno de los departamentos de la empresa, ya que la aplicación de dichos estándares ayudarán al dueño de la empresa a poder comparar lo que se está logrando en la práctica en relación con lo que se ha dicho por escrito en nuestros planes que queríamos hacer y lograr.

Importancia.

- Ayuda a corregir y medir las labores ejecutadas a fin de lograr los objetivos.
- Es una herramienta que permite ver si la empresa está alcanzando los objetivos de acuerdo a lo planeado.
- Permite un análisis de lo que se planeo con lo que realmente se realizo.
- Estas técnicas y sistemas de control pueden ser aplicadas a cualquier actividad administrativa.

A continuación se presenta en el siguiente esquema los pasos básicos en el proceso de control.



Tipos de Control.

En el diseño del modelo de microempresa se utilizaran los siguientes controles:

- ✓ **Control de Compras:** Este se utiliza para determinar las cantidades que se manejan en las áreas de la empresa, este tipo de control se aplicará en el área de producción en la requisición de material y producto para la venta; tomando un control de las unidades que ingresan en la empresa, este lo utilizará el propietario.

- ✓ **Control de Calidad:** este se realizará en forma continua con el propósito de conocer si el producto cumple con los estándares, este lo realizará el propietario de la empresa en el departamento de producción en cuanto a la calidad de los productos a elaborar y a los productos que se ofrecen en la tienda de abastecimiento.

- ✓ **Control de Inventarios:** Aquí se busca tener los artículos en cantidades adecuadas, con el momento y lugar que se necesiten, con el fin de invertir lo necesario sin tener demasiado en inventario ya que podría ocasionarles pérdidas por dinero inmovilizados o porque se tiene menos productos, no se podría satisfacer la demanda de los clientes.

Este lo llevará a cabo el propietario se llevarán con formatos de control de materias primas y los productos para vender, utilizando el sistema A,B,C con el fin de evitar retrasos en la producción y así evitar que se agote mercancía en el almacén.

Periodicidad del Control.

El control se puede realizar cada cierto tiempo, según su aplicación se divide en continua, Periódica y eventual

El control de cantidad se llevará de maneras eventuales cada vez que ingresen los materiales y productos para la venta a la empresa.

El de calidad se realizará continuamente con la elaboración de los platillos eventuales al ingresar la materia prima y los productos para la venta.

El de inventario se hará periódicamente una vez al año, para llevar registros anuales de los artículos tanto materiales, equipo, maquinarias, productos para la venta que se han utilizado y así tomar decisiones.

ELEMENTOS DEL CONTROL.

ESTABLECIMIENTO DE NORMAS.

A través de la planeación se establecen los objetivos de la empresa que se desean alcanzar en un periodo determinado en lo referente a la calidad, costos producción, ventas, etc. En apoyo a ello se fijan modelos de comparación mediante la fijación de las normas, las cuales son patrones o puntos de referencia que identifican, comparan y determinan si las cantidades o cualquier factor en estudio es inferior, igual o superior a lo establecido; estas pueden ser en cuanto a cantidades a vender, producir, gastos a realizar, horas hombre, clientes, entre otros; con el fin de suministrar una base que mida la ejecución con la que se pueda obtener mayor eficiencia y minimización de los costos.

COMPARACIÓN O MEDICIÓN.

Al comparar las normas al hecho o realidad que se compara, se originan resultados, y para que este corresponda a la realidad requiere que se haya comprendido y descrito, y que la norma sea lógicamente establecida.

Para la comparación del hecho con la norma el gerente dispone de diversos medios entre los que se mencionan:

- Los informes verbales: estos incluyen el uso de entrevistas y discusiones de grupo de carácter informal para que permita la obtención de datos sobre lo ejecutado.
- Informes escritos: son útiles para informar lo ejecutado proporcionando datos utilizables en la elaboración de estadísticas que se pueden aprovechar para elaborar planes futuros como pronósticos de venta.

ACCIONES CORRECTIVAS.

Esta es la razón de ser del control, ya que permite que al conocer una realidad, se corrija alguna desviación existente entre esta y la norma; cuando la comparación ha sido correcta, se habrán producido las bases para que nazcan y se cumplan las acciones correctivas, donde estas pueden comprender: el diseño de nuevos planes, la modificación de las metas, reasignación de funciones, captación y selección de personal, etc. las acciones correctivas son necesarias cuando el desempeño no cumple con los niveles establecidos por la organización y que requieren una intervención.

6.4 FUNCIONES BÁSICAS DE LA EMPRESA.

6.4.1 FUNCIÓN DE MERCADOTECNIA.

La mercadotecnia es una de las funciones más relevantes de la empresa, se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, promoción, distribución y venta de bienes y servicios, así como en la definición del producto o servicio a ofrecer, con base en los gustos, preferencias y necesidades de los clientes.

Los elementos a desarrollar en el modelo propuesto son: el producto, el precio, la distribución y venta de los productos y servicios, la promoción, la definición del mercado meta y las ventajas diferenciales con que cuentan.

Objetivos de mercadotecnia.

- Definir y diseñar los productos y servicios a ofrecer.

- El establecimiento de los precios.

- Diseño de los canales de distribución y comercialización.

- La promoción y publicidad de los productos y servicios.

EL PRODUCTO.

Los productos o servicios son satisfactores que la gente compra para obtener determinados beneficios. Los productos son tangibles, objetivos y se pueden medir sus ingredientes y características; en cambio los servicios son relaciones que las personas construyen entre si, de carácter intangible y subjetivo. La percepción de sus atributos esta sujeta en gran medida a gustos y preferencias personales.

Definición de los productos y servicios a ofrecer.

El modelo de microempresa turística “tienda de abastecimiento” se ha diseñado con la intención de ofrecer al turista, algunos productos y servicios básicos que le generen mejores condiciones durante su visita, haciendo uso de los recursos naturales con los que cuenta la zona. Además se propone la asignación de un espacio físico destinado a la venta de productos artesanales que permitan al turista conocer el arte y la cultura de los habitantes del departamento de Morazán así como de poder conservar un recuerdo de su visita.

Los productos a ofrecer serán en general artículos de consumo y necesidades básicas entre los cuales se puede mencionar:

Platos, vasos, cubiertos y pañales desechables, servilletas, papel higiénico, toallas sanitarias, toallitas húmedas para bebe, velas, fósforos, lámparas de mano, repelente de insectos, baterías, rollos fotográficos, maquinas de afeitarse, medicamentos sin prescripción medica, jabones de baño, shampoo, pasta dental, cepillos dentales, preservativos, etc.

Gaseosas, bebidas envasadas, agua en botella, pan dulce empacado, galletas, golosinas, pan de barra, aderezos, sardinas, atún, sopas instantáneas, etc.

Productos artesanales como: comales y ollas de barro, artículos de madera, floreros, hamacas, postales, llaveros, adornos, etc.

El servicio a ofrecer será el de alimentación a través de un restaurante con platillos como:

Desayunos típicos:

Tamales de gallina o elote.

Frijoles, huevo, plátano, cuajada, tortillas, café o chocolate.

Almuerzos:

Carne asada.

Gallina asada.

Sopa de gallina india.

Sopa de frijoles con hueso de res.

Rellenos de güisquil en salsa de tomate.

Plato de vegetales.

Ensalada fresca.

Nota: Los almuerzos serán acompañados con arroz y ensalada, cuajada o frijoles y 2 tortillas.

Bebidas:

- Gaseosas
- Refrescos naturales y artificiales
- Café
- Chocolate

Meriendas:

- Pupusas
- Atole de elote
- Yuca con chicharrón
- Quesadilla de queso
- Tamales.

Los platillos deberán ser presentados en utensilios de barro para reflejar lo autóctono y ser elaborados con las costumbres e ingredientes de la cocina típica de la zona y se han propuesto en base a encuestas realizadas a una muestra de turistas.

EL PRECIO.

El precio es la cantidad de dinero y/o otros artículos con la utilidad necesaria para adquirir un producto. Se da el nombre de trueque al intercambio de bienes o servicios por otros productos. Sin embargo en la economía actual el precio se define en términos monetarios y se utiliza el dinero como medio de intercambio.

El precio del producto o servicio proporciona al vendedor su necesaria ganancia y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada.

La importancia del precio en una empresa es que constituye un determinante esencial de la demanda del mercado, el precio afecta la posición competitiva de la empresa, sus ventajas diferenciales y su participación en el mercado. La importancia del precio para los consumidores es que un pequeño segmento de estos está interesado principalmente en los precios bajos y otro grupo similar es indiferente a ellos. Sin embargo algunas personas creen que la calidad del producto depende directamente del precio, por lo que asumen que a precios mas elevados corresponde una mejor calidad.

Objetivos para la fijación de precios.

Algunos de los objetivos más comunes en la fijación de precios son los siguientes:

- Obtener un margen de ganancia sobre el costo.

Bajo este objetivo los fabricantes por lo general, basan sus precios en el costo de los mismos (materia prima, mano de obra, costos de fabricación, costos de compra, etc.) mas un margen de utilidad. La ecuación para la determinación del precio es la siguiente:

Costos de fabricación + costos indirectos de fabricación + utilidad deseada=Precio de venta

- Estabilizar los precios.

Los mercados donde existe una empresa que asume el liderazgo de precios, a menudo tienen como meta, estabilizar los mismos. Estas empresa evitan las guerras de precios dentro de su giro, por lo que cuando ella fija sus precios sin tomar en cuenta los de las demás empresas, su movimiento de precios es seguido rápidamente por sus competidores.

- Mantener o aumentar la participación en el mercado.

Muchas veces la participación de una empresa en el mercado esta ligada a sus ganancias y a su habilidad para sobrevivir en el, por lo que la fijación de sus precios esta basada en el aumento de sus ventas. Si una empresa mantiene o aumenta su participación en el mercado, sus esfuerzos de comercialización serán considerados exitosos.

Métodos para la fijación de precios.

Los métodos básicos para la fijación de precios de venta son: el método del costo y el de mercado o competitivo. Un tercer método resulta de combinar adecuadamente el del costo y el competitivo.

Método del costo.

En este el empresario fija el precio luego de determinar el costo del producto. Como todas las empresas desean fijar un precio que cubra sus costos y brinde ganancias, la mayoría utiliza alguna variante de este método. Los diferentes enfoques de costo incluyen el margen de ganancia sobre el costo total, la fijación de precios a base de la tasa de rendimiento esperada, los costos variables, el análisis del punto de equilibrio y el costo promedio.

Método de mercado o competitivo.

En este se establecen los precios de acuerdo con los precios existentes en el mercado para artículos o productos similares. A pesar de que el empresario desea cubrir sus costos, los factores de mercado o competitivos pueden ejercer un fuerte influencia sobre los precios. Los métodos básicos de mercado incluyen los precios prevalecientes en el mismo, precios habituales o convenientes, precios de productos sustitutos y liderazgo de precios.

Para la fijación de los precios de los productos y servicios de restaurante a ofrecer se utilizara el método del costo y las ecuaciones ha utilizar son las siguientes:

Para los productos y artesanías:

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo de compra unitario} + \text{utilidad deseada}$$

Donde:

Utilidad deseada: porcentaje de ganancia que se desea obtener que incluya un porcentaje que cubra otros costos como de energía eléctrica, agua, publicidad, gas, teléfono, sueldos, etc. Se recomienda un 50%.

Ejemplo:

Producto: Papel higiénico:

$$\text{PV} = \text{Costo de compra} + \text{utilidad deseada}$$

$$\text{PV} = \$0.23 + 50\%$$

$$\text{PV} = \$0.23 + \$0.23 (0.50)$$

$$\text{PV} = \$0.23 + \$0.115 = \$0.345 = \$0.35$$

Para los servicios de restaurante:

$$\text{PV} = \text{Costo de producción} + \text{utilidad deseada.}$$

Donde:

Costo de producción: costo de la materia prima (carnes, verduras, especias, arroz, etc.) + mano de obra + carga fabril.

Utilidad deseada: porcentaje de ganancia que se desea obtener que incluya un porcentaje que cubra otros costos como de energía eléctrica, agua, publicidad, gas, teléfono, sueldos, etc. Se recomienda un 80%.

Ejemplo:

Desayuno.

PV = costo de producción + utilidad deseada

PV = \$1.00 + \$1.00 (80%)

PV = \$1.00 + \$1.00 (0.80)

PV = \$1.00 + \$0.80

PV = \$1.80

CANALES DE DISTRIBUCION.

Debido a que un producto o servicio debe transferirse de alguna manera, los canales de distribución tienen la función de distribuir o hacer llegar el producto a su mercado meta.

Los canales de distribución están formados por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que este pasa del fabricante al consumidor. Los principales canales de distribución son: para bienes de consumo, para bienes industriales y para servicios.

Dentro del modelo propuesto, debido a la naturaleza de sus operaciones, los canales de distribución son los siguientes:

Para los productos o artículos de conveniencia:

Productor → **detallista** → **consumidor final**

En este se pretende adquirir a detallistas que compran directamente al productor, evitando la intermediación que genera precios más altos, y llevando el producto al consumidor final.

Para el servicio de restaurante:

Productor → consumidor final.

En este el producto o servicio se ofrece directamente al consumidor final.

PROMOCION.

La promoción es un acto de información, persuasión y comunicación, esta incluye varios aspectos entre los cuales se desarrollaran la publicidad y la promoción de ventas.

Publicidad.

La publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado y su objetivo principal es crear un impacto directo en el cliente para que compre un producto.

Los medios a utilizar en la publicidad de la empresa son los siguientes:

Radio.

La radio es accesible a todo lo largo del departamento de Morazán (la mayor parte de los hogares posee radio y la mayoría de vehículos de transporte también) por lo que esta

ofrece la oportunidad de llevar los mensajes masivamente. La radio a utilizar para la transmisión publicitaria de la empresa es la Esteren Morazán, dado que es la que mas se escucha en la zona.

Hojas volantes.

Estos contendrán información de las promociones, productos y servicios que ofrece la empresa, serán distribuidos en puntos estratégicos como: alcaldías y organismos relacionados al turismo. Además se propone la colocación de hojas volantes en vehículos de transporte colectivo y en sitios turísticos de la zona.

Promoción de ventas.

La promoción de ventas comprende actividades que permitan presentar al cliente el producto o servicio que la empresa ofrece. Ejemplo: muestras gratis, regalos por compra de productos, ofertas de introducción, patrocinios y participaciones en eventos sociales, culturales, educativos o deportivos en las comunidades, etc.

La promoción sugerida es la de ofertas por introducción o apertura en las cuales se ofrezcan descuentos en los platillos t o bebidas gratis por lo compra de ellos.

Otra forma de promocionar la empresa es a través del establecimiento de un nombre llamativo a la misma, así como el diseño y creación de un logotipo y eslogan publicitario.

Nombre de la empresa.

El nombre de una empresa es su tarjeta de presentación, su sello distintivo cuya finalidad es identificar a la empresa de un grupo de ellas para diferenciarlo de sus competidores.

El nombre propuesto es el siguiente:

"TIPIICOS LENCA"

Logotipo.

El logotipo es una figura o símbolo específico que represente a la empresa.



Eslogan.

El eslogan es una frase o grupo de palabras, que representan la imagen de la empresa o productos de la misma.

"Donde la naturaleza y el buen sabor
hacen gala de su esplendor"

6.4.2 FUNCION DE PRODUCCIÓN.

Dentro del modelo de microempresa turística existe una función básica de vital importancia para el desarrollo de las actividades de la misma, la cual lleva el nombre de función de producción.

La función de producción es la función del proceso productivo, es decir la transformación que convierte terrenos, capital, mano de obra y administración como insumos que al integrarse da como resultado los productos deseados por la empresa. Dichas productos pueden ser clasificados en dos: Bienes y Servicios.

La producción de bienes es el proceso de conversión de recursos en un producto tangible. En contraste la producción de servicios es la conversión de recursos en un producto intangible, el cual puede ser un acto, un desempeño, un esfuerzo.

El alcance de los objetivos de la empresa, dependerá de cierta manera de los resultados de desempeño de la función de producción.

Objetivos de Producción.

- Producir y vender la demanda en la microempresa Turística “Tienda de Abastecimiento”
- Elevar los niveles de producción de la microempresa.
- Satisfacer las expectativas del consumidor.
- Abastecer a la microempresa turística “Tienda de Abastecimiento” de materia prima
- Mantener la maquinaria y equipos en óptimas condiciones para la producción.

ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA.

Materia Prima

La materia prima se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa: por ello el abastecimiento de materia prima debe realizar adecuadamente. Es conveniente que al hacer una requisición debe especificarse las cantidades a utilizar de materia prima, que en el caso de la microempresa turística “Tienda de Abastecimiento” la materia prima se dividirá en producto para la venta y materia prima para el proceso productivo.

A continuación se presenta un formato para el abastecimiento de materia prima, el cual será una requisición de materia prima.

FORMATO DE REQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA

Nombre de la empresa: (a) Hoja de requisición N°: (b)	Fecha: (c)
Materia prima (d)	Cantidad: (e)

Objetivo: Requerir la cantidad necesaria para el proceso de producción.

Metodología a seguir para llevar el formato.

- a) Nombre de la empresa.
- b) Número de hoja de requisición de materia prima.
- c) La fecha en que se llena el formato.
- d) Anotar el nombre de la materia prima.
- e) Anotar la cantidad de la materia prima necesaria.

Los Proveedores.

Los proveedores son aliados de las empresas y a veces llegan a ser socios, porque la calidad de sus productos y servicios afectan de manera directa en lo que se hace y lo que se es como empresa.

Para ser más eficientes en la selección de proveedores, es indispensable establecer criterios, entre otros, se encuentra:

- a) Cumplimiento en las fechas de entrega.
- b) Calidad
- c) Precio
- d) Servicios que ofrece con pago de flete, post venta.
- e) Créditos.
- f) Localización del proveedor.

Es recomendable identificar a varios proveedores y llevar a cabo la evaluación de cada uno de ellos con base en los criterios establecidos anteriormente.

A continuación se presenta un formato para la selección de los proveedores.

FORMATO PARA LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES.

a) Nombre de la Empresa _____	c) Fecha _____				
b) Hoja de Selección N° _____					
<hr/>					
d) Materia Prima	Proveedor (e)	Precio (f)	Calidad (g)	Servicio que ofrece (h)	Proveedor seleccionado (i)

Objetivo: identificar y seleccionar a los proveedores más adecuados.

Metodología a seguir para llenar el formato.

- a) Nombre de la empresa.
- b) Número de hoja de selección.
- c) Fecha en que se llena el formato.
- d) Materia prima a requerir
- e) Nombre del proveedor.
- f) Anotar el precio.
- g) Anotar la calidad si es buena, mala o regular.
- h) Anotar el servicio que ofrece el proveedor.
- i) Marcar con una X el proveedor seleccionado.

Compras.

Al haber establecido la materia prima, cantidad a requerir en el proceso productivo y seleccionado el proveedor se procede a realizar la respectiva compra.

Asimismo debe establecer, cuando sea posible, si el proveedor o el comprador pagarán el flete, si hay un incremento de precio en la materia prima, etc. Es conveniente saber si hay descuentos por pronto pago o por volumen de compra de la materia prima en cuestión.

A continuación se muestra un formato de requisición de compra propuesto para la microempresa:

FORMATO DE REQUISICION DE COMPRA.

Proveedor (a) _____		b) Orden de Compra N° _____	
		c) Fecha de pedido _____	
		d) Fecha de entrega _____	
		e) Tel y Fax _____	
Empresa Solicitante (f) _____			
Dirección (g) _____			
Cantidad (H)	Concepto (I)	Precio (J)	Importe (K)
		l) Subtotal _____	
		m) IVA _____	
		n) Total _____	
Firma de recepción (ñ) _____			

Devoluciones por defecto en el pedido (o)			
Cantidad	materia prima	Precio	defecto
(p)	(q)	(r)	(s)

Objetivo: Adquirir la materia prima para el proceso productivo.

Metodología a seguir para llenar el formato:

- a) Nombre de proveedor.
- b) Número de la orden de compra.
- c) Anotar la fecha que se realiza el pedido.
- d) Anotar la fecha que se entregará el pedido.
- e) Anotar el teléfono y fax del proveedor.
- f) Nombre de la empresa que solicita el pedidito.
- g) Dirección de la empresa que solicita el pedido.
- h) Cantidad de materia prima.
- i) Nombre de la materia prima.
- j) Precio unitario de la materia prima.
- k) Importe total por materia prima.
- l) Sub total de importe.
- m) IVA a pagar
- n) Total a pagar al proveedor.
- o) Firma de quien autoriza el pedido.
- p) Devoluciones por defecto en el pedido.
- q) Cantidad de materia prima defectuosa.
- r) Nombre de la materia prima defectuosa.
- s) Precio de la materia prima defectuosa.

t) Nombre del defecto de la materia prima.

MANEJO Y CONTROL DE MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIA PRIMA.

Maquinaria y Equipo.

El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar; así como la identificación de la maquinaria y equipo, y el manejo de éste en la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa.

Para esto se requiere determinar el equipo las herramientas, mobiliario y maquinaria, es además necesario garantizar un adecuado funcionamiento del mismo.

A continuación se propone para la microempresa turística el siguiente formato para el manejo y control de maquinaria y equipo.

FORMATO PARA EL MANEJO Y CONTROL DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO.

a) Nombre de la Empresa _____		b) Fecha: _____	
Maquinaria / Equipo (c)	Cantidad (d)	Marca (e)	Precio (f)

	Total (g)
Servicios necesarios (h)	
Instalaciones Necesarias (i)	
Mantenimiento (j)	

Objetivo: El óptimo estado y control de la maquinaria y equipo.

Metodología a seguir para llenar el formato.

- a) Nombre de la empresa.
- b) Anotar la fecha en que se llenó el formato.
- c) Nombre de la maquinaria y equipo.
- d) La cantidad de maquinaria y equipo
- e) La marca de la maquinaria y equipo.
- f) El precio de la maquinaria y equipo.
- g) El total de precios.
- h) Los servicios necesarios para la producción.
- i) Anotar si se requiere alguna instalación.
- j) El mantenimiento que necesita la maquinaria y equipo.

Materia Prima.

Debido a la importancia de la materia prima es necesario establecer un manejo cuidadoso de ésta, ya que para la microempresa turística su materia prima, son bienes de consumo y el manejo que se propone para esta es el seguimiento.

- 1- Al recibir la compra de materia prima el propietario debe de comparar la comprar, con la requisición de compra.

- 2- Si al revisar la compra, se encuentra alguna materia prima con defecto o en mal estado se comunica al proveedor.
- 3- Al terminar la revisión se coloca posteriormente en el mobiliario asignado por el cajero.
- 4- Al ser colocado la materia prima en el mobiliario se encuentra lista para la venta.

CONTROL DE INVENTARIO DE MATERIA PRIMA.

En la microempresa turística se propone que para el control de inventario es necesario tener las requisiciones de materia prima, como también las facturas para tener control total de materia prima, ya que se utiliza el método de inventario ABC para su realización es necesario al precio unitario y la cantidad anual de materia prima para el control de éste.

Método de clasificación de inventario

Análisis“A-B-C, de las existencias de materiales.

Este se utiliza para determinar qué artículos nos dan la mayor parte de la inversión en las existencias.

Lo que realiza es una clasificación de los materiales importantes o poco vitales y los muchos triviales.

Clasificándolos en grupos A, B, C.

Para los materiales considerados como importantes es necesario ejercer una mayor concentración de atención, vigilancia y control ya que:

- Su contribución al valor del costo de las existencias totales representan alrededor del 86%
- Son de alto movimiento de consumo (alta rotación de existencias).
- El método consiste en ordenar en forma decreciente y acumulativa, los ítems que constituyen el stock almacenamiento, de acuerdo al consumo anual en colones €

Esta escala acumulativa debe expresarse en porcentajes acumulados de los consumos anuales en colones (c) cuyas abscisas serán los porcentajes acumulados que en el conjunto representan los artículos de inventario.

Posteriormente la curva se divide en tres secciones, cada una de las cuales corresponde a la clasificación. Ver figura N° 8

Alta Valor – A
 Valor Medio _ B
 Bajo Valor _ C

Artículos “A”

Son los que se emplean todo el tiempo y de una forma más bien continúa representan el 75% del consumo anual en dólares, constituyen la mayor parte del dinero empleado en existencia. Son pocos y representan el 8% del número total de artículos almacenados, son muy importantes y significa que hay que prestarles una cuidadosa atención en:

- Cálculos de sus necesidades.
- Existencias de seguridad.
- Comprobación de existencias.
- Vigilar flujo rápido a través de la fábrica y no permitir que se interrumpa.
- Recepción e inspección meticulosa e inmediatamente.

- Stock mantenido 1 – 2 semanas de existencia.
- Cantidad pedida a recibir 1 – 2 semanas de existencia.

Artículos “B”

Son los intermedios y suficientemente importantes para justificar que se lleve un adecuado control de su empleo.

Representa del 75% - 90% del consumo anual en dólares y el 25% del número total de artículos almacenados

- Stock mantenido 2 – 4 semanas de existencia.
- Cantidad pedida a recibir 4 semanas de existencia.

Artículos “ C”

Los elementos son numerosos, pero de poco valor, que forman una pequeña parte de la inversión en materiales. Representan el 90% - 100% del consumo anual en colones y 67% de los artículos almacenados. Se dispone de ellos en todo momento por tener una amplia existencia.

- La cantidad de reserva incluye 4 semanas de existencia como Stock de seguridad.
- Cantidad pedida a recibir 3 – 12 semanas de existencia.
(Tiempo de abastecimiento que se tarda en recibir el inventario)

Metodología para realización de un análisis A- B- C

- 1- Hacer una lista de todos los materiales que se consumen y asocie a cada uno su precio unitario y el número de unidades que se han consumido en el año. Calcule el valor en dinero que represente cada uno. Esta cantidad es la contribución de cada material al costo total de las existencias.

- 2- Ordene los materiales en base a su costo anual de mayor a menor. Asignar números progresivos a cada material de la lista.
- 3- Obtenga el costo total de los materiales consumidos en el año y en base a él calcule el porcentaje correspondiente a cada uno; así como los porcentajes acumulados.

Los resultados aparecen como en el cuadro que a continuación se presenta:

FORMATO DE CONSUMO ANUAL Y COSTO

N°	NOMBRE DEL ITEM	COSTO VALOR	UNITARIO (¢) UNIDAD	CONSUMO ANUAL (UNIDADES)	COSTO ANUAL (COLONES)	COSTO ANUAL TOTAL	ACUMULADO
TOTAL							

Los materiales que quedan abarcados en el grupo “A” son los que su costo acumulado representa alrededor del 75%, para el caso son los ítems números 1, 2

Los del Grupo “B” están representados los que tienen alrededor del 75% - 90% del costo acumulado, para el ejemplo ninguno cae en el rango.

Los del grupo “C” representan un costo acumulado del 90% - 100% siendo los ítems números 3,4,5

A los materiales clasificados como “A” y “B” representan la mayor parte del dinero y el mayor índice de rotación de existencias, para los cuales se hace necesario ejercer mayor atención, vigilancia y control para no correr el riesgo de agotamiento, esto se logrará aplicando un modelo de control de existencia adecuado a las exigencias y políticas de la empresa.

Objetivo: Llevar un control de los inventarios que se tienen.

Metodología a seguir para llenar el formato.

- a) Número correlativo.
- b) Nombre del ITEM o materia prima.
- c) Costo unitario de la materia prima.
- d) Nombre de la unidad.
- e) Consumo anual de las materias primas.
- f) Costo anual en dólares.
- g) Porcentaje de la materia prima.
- h) Porcentaje acumulado.
- i) Total de costo anual en dólar.

MANTENIMIENTO.

En esta empresa como en todas las demás empresas existe en la función de producción una actividad muy necesaria como lo es el mantenimiento del mobiliario y equipos, ya que su misión es mantener operando eficientemente el equipo y maquinaria, para contribuir al éxito del proceso u operación en que se emplea.

El mantenimiento puede dividirse en 2.

Mantenimiento Preventivo.

Son todas las inspecciones programadas por el fabricante de servicios con el fin de garantizar la vida útil de los bienes.

Para la microempresa turística el mantenimiento preventivo se llevará a cabo por medio de un programa de inspección, que será realizada por el propietario. Además se propone un programa de inspección el cual es un documento que indica las partes de la maquinaria, equipo y herramientas que deben ser inspeccionadas, probadas o retinadas, generalmente se presentan espacios para anotaciones sencillas. Esto le permite al técnico verificar objetivamente si los trabajos que indican las anotaciones en ese programa, han sido ejecutadas en esa maquina.

A continuación se presenta el formato del programa de inspecciones.

FORMATO PARA EL PROGRAMA DE INSPECCIONES.

a) Mantenimiento Preventivo	b) Nombre de la Empresa.
c) Equipo	f) último control.
d) Marca	g) Rutina.
e) N° de serie	h) Fabricante.
I) - Efectuar chequeo general. - Revisar y probar maquinaria. - Revisar y probar equipo. - Limpiar maquinaria y equipo. - Chequear fugas. - Revisar y probar el sistema eléctrico.	
j) Comentario:	
k) Nombre del inspector.	
Fecha de la inspección	

Objetivo: Llevar registro de la maquinaria, equipo y herramientas que se inspecciona.

Metodología a seguir para llenar el formato.

- a) Tipo de mantenimiento.
- b) Nombre de la empresa.
- c) Anotar el nombre de equipo, maquinaria o herramientas.
- d) Anotar la marca del bien.
- e) Anotar el número de serie.
- f) Escribir la fecha de la última inspección.
- g) Escribir el tipo de rutina.
- h) Anotar el nombre del fabricante.
- i) Aquí se detallan las inspecciones a realizar.
- j) Anotar comentarios sobre las actividades realizadas.
- k) Nombre de la persona que realiza la inspección.
- l) Fecha en que se realiza la inspección.

Mantenimiento Correctivo.

Son todas las reparaciones que se realizan cuando ha ocurrido una falla o averías en equipo, maquinaria, herramientas, dentro de las operaciones que se realizan en este, se mencionan; cambio de pieza, reparación de piezas, ajustes, etc.

Este mantenimiento por su falta de programación es el más caro, debido a que debe contratarse un especialista para la reparación que sea necesario en el equipo, maquinaria o herramienta, por lo cual se propone a la microempresa utilizarlo en caso de necesidad.

CONTROL DE CALIDAD.

	<p>prima (ingredientes) es trasladada a la cocina y destinada a la producción de los alimentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se debe inspeccionar las fechas de vencimiento de los productos empacados que se destinan para la venta, así como también el buen estado de los productos artesanales que se ofrecen. • La materia prima destinada a la producción de los alimentos es inspeccionada nuevamente en lo referente a su frescura y buen estado. • La materia prima es desinfectada para su proceso de producción o almacenamiento. • Los desperdicios generados son depositados en el basurero. • El personal de cocina debe desinfectar sus manos y utilizar adecuadamente accesorios y utensilios de cocina que garanticen la higiene de los alimentos. • Se debe realizar continuamente la limpieza de los equipos y utensilios que se encuentren en el área de cocina. 	<p>Cocinera y ayudante de cocina.</p>	
<p>Realizado por : el grupo</p>	<p>Fecha de vigencia:</p>	<p>Fecha de revisión:</p>	

SUPERVISION.

La supervisión es importante dentro de la producción debido a que ésta es realizada a la mano de obra con el fin de que se realice lo que se ha planeado en la empresa. La mano de obra se refiere a las personas que forman parte del proceso productivo y que con su esfuerzo y trabajo transforman la materia prima y obtener el producto terminado. Planear la mano de obra para la producción significa definir las funciones que la persona debe desempeñar en su trabajo, lo cual se encuentra definido en el Manual de Funciones; pero se hace necesario supervisar el cumplimiento de dichas funciones para que el proceso productivo sea más eficiente.

A continuación se propone un formato de supervisión de la mano de obra que se utiliza en la microempresa turística.

FORMATO DE SUPERVISIÓN DE PERSONAL.

Nombre de la Empresa (a)	Fecha (d)
N° de hoja de supervisión (b)	
Fecha de última supervisión ©	
Nombre del Empleado €	
Cargo (f)	
Actividad a realizar (G)	
Descripción del procedimiento (H)	
Comentarios (i)	

N° de fallas en el Proceso (J)

Nombre del Supervisor (K)

Objetivo: Supervisar las actividades del personal.

Metodología a seguir para llenar el formato.

- a) Nombre de la empresa.
- b) Anotar el N° de supervisión realizada.
- c) Anotar la fecha de la última supervisión.
- d) Anotar la fecha.
- e) Nombre del empleado a supervisar.
- f) Nombre del cargo que desempeña el empleado.
- g) Actividad a realizar.
- h) Aquí se describe el procedimiento de la actividad.
- i) Comentario si hay falla o todo está bien.
- j) N° de fallas realizadas en la supervisión.
- k) Nombre de la persona que realiza la supervisión.

6.4.3 FUNCION DE FINANZAS.

Este departamento llevará de manera ordenada las cuentas de la empresa; informando la situación de la misma y así buscar alternativas que permitan ahorrar en costo y gasto que faciliten a aumentar el rendimiento de la misma con el fin de facilitar la toma de decisiones a sus diferentes usuarios.

Objetivos de la función de Finanzas.

- Llevar en forma ordenada las cuentas de la empresa para dar a conocer la situación de la misma.

- Determinar el flujo de efectivo para iniciar las operaciones de producción; así como los costos y gastos, créditos requeridos para el funcionamiento de la empresa.
- Realizar los estados financieros que evalúen la situación de la empresa.
- Elaborar cada año los estados financieros que ayuden a evaluar el rendimiento de la empresa.

SISTEMA CONTABLE DE LA MICROEMPRESA.

Contabilidad de la microempresa.

El proceso contable se establecerá antes de llevar a cabo la primera actividad económica de la empresa, que registre detalladamente cada operación, esto lo llevará a cabo la persona responsable del área de finanzas.

Costos y gastos.

El costo lo entenderemos como la cantidad que se debe de desembolsar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa sin el fin de ganar; el gastos se realiza con el fin de obtener una ganancia.

Tipo de Costos y/o Gastos.

Estos se clasifican en:

- ✓ Variable: Estos se realizan proporcionalmente al nivel de producción por estar relacionado con éste o con el producto mismo, o bien con la prestación del servicio.
- ✓ Fijos: Estos se dan con una misma frecuencia en el tiempo, sin poder ser identificados con el producto o servicio

A continuación se definen los costos y gastos que se realizarán en la microempresa.

Costos Variables

Materia Prima

Productos para la venta

Artesanías.

Costos Fijos.

Publicidad

Servicios públicos

Gastos Variables

Gastos de mantenimiento

Gasto de transporte

Gastos Fijos.

De operación.

De organización

Los impuestos

CONTROL DE ENTRADAS Y SALIDAS.

Entradas.

Estas representan todos los ingresos de dinero que realiza una empresa. Una forma sencilla de registrarlas es la siguiente:

Mensual.

Para el primer mes:

FORMATO DE INGRESOS INICIAL

CONCEPTO	CANTIDAD (\$)
Capital social	
Créditos	
Ingresos por venta	
Total	

Salidas.

Estas representan desembolsos que la empresa realiza, incluyendo los costos y gastos. Una manera sencilla de reflejarlos es a través del siguiente cuadro:

Salidas mensuales:

FORMATO DE SALIDAS MENSUALES.

Concepto	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Compra de maq. y eq.												
Servicios básicos.												
Publicidad.												
Sueldos y salarios.												
Compras.												
Pago de créditos.												
Otros.												
Total.												

La forma propuesta para el registro de las salidas diarias es la misma en caso de las entradas, así:

MANEJO DE PERSONAL.

Los individuos y las organizaciones conviven en un interminable proceso continuo e interactivo de atraerse unas a otras. De la misma manera como los individuos atraen y seleccionan las organizaciones informándose y formando opiniones acerca de ellos, estas tratan de atraer individuos y obtener informaciones acerca de ellos para decidir si hay o no interés en admitirlas.

Para la microempresa turística “Tienda de Abastecimiento” se propone que el manejo del personal se realice de la siguiente manera.

FORMATO PARA EL MANEJO DE PERSONAL

a) Nombre de la Empresa	
Nombre. (b)	fecha (c)
Dirección. (d)	Teléfono (e)
Edad (f)	
Estado Civil (g)	
Sexo	F M (h)
N° D.U.I (i)	
N.I.T (k)	
Escolaridad (m)	
Lugar y fecha de nacimiento (n)	
Nombre del cónyuge (ñ)	
N° de hijos (o)	
Nombre de los hijos (p)	
Fecha de ingreso (q)	
Cargo a desempeñar ®	
Salario (s)	
Fecha de salida (t)	

Motivo (u

Objetivo: Llevar un registro del personal.

Metodología a seguir para llenar el formato.

- a) Nombre de la empresa.
- b) Escribir nombre del empleado.
- c) Fecha en que se llena el formato.
- d) Dirección del empleado.
- e) Teléfono del empleado.
- f) Edad del empleado.
- g) Estado civil de empleado.
- h) Sexo del empleado.
- i) N° de D.U.I. del empleado.
- j) N° de ISSS del empleado.
- k) N° del NIT del empleado.
- l) N° del NUP del empleado.
- m) Nivel de escolaridad.
- n) Lugar y fecha de nacimiento.
- o) Nombre del cónyuge.
- p) Nombre de los hijos si los hay.
- q) Fecha de ingreso a la empresa.
- r) Cargo a desempeñar el empleado.
- s) Salario a devengar.
- t) Fecha de salida de la empresa.
- u) Motivo de la salida.

PRESTACIONES.

Los beneficios sociales son aquellas facilidades, comodidades, ventajas y servicio que las empresas ofrecen a sus empleados para ahorrarles esfuerzos y preocupaciones. Estos beneficios constituyen medios indispensables para el mantenimiento de la fuerza laboral dentro de un nivel satisfactorio de moral y productividad.

Se propone para la microempresa turística que los beneficios sociales que reciban los empleados sean los siguientes:

- Se le dará un día libre, el cual corresponderá al día lunes, por ser el día lunes con menos influencia turística.
- Servicio de primeros auxilios para lo cual se utilizará un botiquín el cual contendrá analgésicos, desinfectantes, vendas, gasas entre otros.
- El empleado recibirá un aguinaldo de acuerdo a la ley.
- Para la época navideña se le brindará una cena.

ADMINISTRACION DE SALARIOS.

La administración de salarios se define como el conjunto de normas y procedimientos tendientes a establecer o mantener estructuras de salarios equitativos y justos en la organización.

Estas estructuras de salario deberán ser equitativas y justas con relación a:

1. Los salarios, respecto de los demás cargos de la propia organización; así se busca el equilibrio interno de los salarios.

2. los salarios respecto de los mismos cargos de otras empresas que actúan en el mercado de trabajo; así como se busca el equilibrio externo de los salarios.

En el caso de la microempresa turística, la estructura de salario que se propone es que los salarios se establezcan respecto de los demás cargos de la empresa.

La administración de salarios se propone alcanzar los siguientes objetivos:

1. Remunerar a cada empleado de acuerdo con valor del cargo que ocupa.
2. recompensarlo adecuadamente por su desempeño y dedicación
3. atraer y retener a los mejores candidatos para los cargos
4. mantener el equilibrio entre los intereses financieros de la organización y su política de relaciones con los empleados.

El salario constituye el centro de las relaciones e intercambio entre las personas y las organizaciones. Todas las personas dentro de las organizaciones ofrecen su tiempo y su esfuerzo y a cambio reciben dinero, lo cual representa el intercambio de una equivalencia entre derechos y responsabilidades recíprocas entre el empleado y el empleador.

El salario debe considerarse de la siguiente manera.

1. Es el pago de un trabajo.
2. Constituye una medida de valor de un individuo en la organización.
3. da estatus jerárquicos en la organización.

ENTRENAMIENTO Y DESARROLLO DE PERSONAL.

En las empresas, el recurso humano es el recurso de mayor importancia para el éxito de las empresas, por lo cual es necesario preparar a las personas para enfrentar el ambiente que presenta su trabajo.

Entrenamiento.

Para que las personas realicen su trabajo como es el esperado por el propietario se debe de brindar entrenamiento para una mayor adaptación de su trabajo.

Entrenamiento es un proceso educativo a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprendan conocimientos, actitudes y habilidades en función de objetivos definidos.

Los principales objetivos del entrenamiento son:

1. Preparar al personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.
2. Proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo.
3. Cambiar la actitud de las personas.

Para la microempresa turística “Tienda de Abastecimiento” el entrenamiento debe ser continuo para una mejor realización de su trabajo.

Los empleados deben de asistir a las capacitaciones que imparten ONG'S , ADEL Morazán, CORSATUR, y otras organizaciones de desarrollo local para una mejor capacitación, dichas capacitaciones deben realizarse los lunes, que son los días que la microempresa permanece cerrada para así no interrumpir las actividades de la tienda de abastecimiento.

La capacitación debe ser realizarse en lugares agradables sin presiones del trabajo para un mayor aprendizaje.

Desarrollo de Personal.

Al impartir el entrenamiento no solo se busca que el empleado realice su trabajo a la perfección, también se busca el desarrollo del personal tanto dentro como fuera de su trabajo.

El desarrollo del personal es la educación tendiente a ampliar, desarrollar y perfeccionar al hombre para su crecimiento del personal en la empresa o para que sea más eficiente y productivo en su cargo. Por lo cual en la microempresa se buscará que los empleados se desarrollen como personas de trabajo y como personas fuera de su trabajo con el fin de que se desarrollen con mejores oportunidades para el futuro.

SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO.

En la empresa la seguridad e higiene de los empleados constituyen una de las actividades principales para la preservación de la fuerza laboral adecuada.

Seguridad en el trabajo.

La seguridad en el trabajo es el conjunto de medidas, técnicas educativas, médicas y psicológicas empleadas para prevenir accidentes y eliminar las condiciones inseguras del ambiente y para instruir o convencer a las personas acerca de la necesidad de implantar prácticas preventivas.

La seguridad del trabajo contempla tres áreas principales de actividad:

1. Prevención de accidentes.

2. Prevención de robos
3. Prevención de incendios.

Prevención de accidentes.

La organización Mundial de la Salud define accidente como “un hecho no premeditado del cual resulta daños considerables”

La seguridad busca minimizar los accidentes de trabajo. La seguridad en la microempresa para evitar los accidentes de trabajo consistirá en:

- Capacitar a los empleados en el uso de maquinaria y equipo.
- Usar equipo de protección con guantes, lentes protectores, etc.
- En caso de suscitarse un accidente, debe de contar con un botiquín de primeros auxilios.

Prevención de Robos.

La empresa para la prevención de robos debe realizar con frecuencia las siguientes actividades:

- Controlar la entrada y salida del personal
- Controlar la entrada y salida de vehículos al establecimiento.
- Realizar rondas por los terrenos y por el interior de la microempresa.
- Tener registros de las máquinas, equipos y herramientas.
- Realizar controles contables especialmente en la compra y requisición de materia prima como el recibimiento de pedido; así como tener las facturas de compras y ventas como un registro.

Prevención de incendios.

En la microempresa, se debe tener en cuenta la prevención de incendios y el combate de éstos, sobre todo cuando hay mercancías, equipos e instalaciones valiosas, que deben protegerse, exigen un extremo cuidado con el uso de equipos que utilizan energía eléctrica; así como el uso de maquinarias que provocan fuego.

Para la prevención de incendios se debe de tener rótulos o avisos sobre los peligros de los incendios:

- Tener un extintos de fuego, así como también tener agua por cualquier incidente que puede usarse en cualquier momento.

Higiene en el Trabajo.

La higiene en el trabajo se refiere a un conjunto de normas y procedimientos tendientes a la protección de la integridad física y mental del trabajador, preservándolo de los riesgos de salud inherentes a las tareas del cargo y al ambiente físico donde se ejecutan.

La higiene en el trabajo en la microempresa turística “Tienda de Abastecimiento” se deberá realizar de la siguiente manera.

- Exámenes médicos de admisión: hacer orina y sangre.
- Tener botiquín de primeros auxilios.
- Eliminar áreas insalubres, manteniendo limpia las mesas, herramientas y utensilios de cocina.
- Los empleados de cocina utilizan guantes, delantal, gorros durante la realización de las actividades de la cocina.

Las condiciones de trabajo deben ser excelentes para la realización de sus actividades:

- La iluminación debe ser constante y directa para evitar la fatiga de sus ojos.
- Eliminar el sonido o ruido indeseable.

A continuación se presenta un reglamento interno que contribuirá a mantener la seguridad e higiene en el trabajo:

- Usar el equipo de seguridad necesario para la realización de sus actividades.
- Asistir a las diferentes capacitaciones que se les impartan.
- Realizar las actividades asignadas eficaz y eficientemente.
- Cumplir con el horario de limpieza establecido
- Comprometerse con la responsabilidad de la higiene y seguridad en el trabajo.
- Buscar ayuda con sus superiores en caso de emergencia.

5.5 PASOS PARA LA FORMALIZACION DE UNA MICROEMPRESA.

A continuación se presentan una serie de pasos para que el microempresario tenga conocimiento de los trámites que deberá realizar en caso de que incremente sus operaciones y desee registrar su empresa legalmente.

Para la formalización de la microempresa se deberán obtener los siguientes documentos:

Número de Identificación Tributaria *NIT*

Es una tarjeta que contiene un número de identificación con el cual se otorga la calidad de contribuyente al fisco, estableciendo un registro y control especial de las obligaciones a que están sujetos todos los pobladores que producen algún ingreso económico en el territorio nacional.

Cualquier persona natural o jurídica que esté obligada al pago de los impuestos de renta, vialidad, transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios, IVA, y cualquier otra tributación fiscal, tienen la obligación de estar inscritos.

- ¿DÓNDE SE OBTIENE?
 - Ministerio de Hacienda
 - Dirección General de Impuestos Internos
 - Departamento de Identificación y Control Tributario, y Delegaciones Fiscales Departamentales

- REQUISITOS
 - Persona Natural
 - Formulario F-210
 - Cédula de Identidad Personal
 - Comprobante de Pago
 - Persona Jurídica
 - Formulario F-210
 - Escritura de Constitución de la Sociedad inscrita en el Registro de Comercio (Original y copia)
 - NIT del Representante Legal y Accionistas
 - Cédula de Identidad Personal del Representante Legal

- COSTO DEL TRAMITE
 - Inscripción ¢ 2.00
 - Reposición ¢ 4.00

Número de registro de contribuyente al Impuesto del Valor Agregado IVA

El objetivo del trámite es registrar los movimientos de ingresos y egresos de los sujetos que realizan transferencia de bienes muebles corporales a título oneroso o a la prestación de servicios en los cuales una persona se obliga a prestarlos y otra se obliga a pagar en cualquier forma de remuneración (renta, honorarios, comisiones, etc.)

El impuesto al valor agregado, grava el valor que se añade al precio de un determinado bien o servicio.

- ¿DÓNDE SE OBTIENE?
 - Ministerio de Hacienda
 - Dirección General de Impuestos Internos
 - Departamento de Registro de Contribuyentes y Delegaciones

- Fiscales Departamentales
- REQUISITOS
 - Persona Natural
 - Formulario F-08
 - Cédula de Identidad Personal
 - NIT
 - Persona Jurídica
 - Formulario F-08
 - Escritura de Constitución de la Sociedad inscrita en el Registro de Comercio (Original y copia)
 - NIT del Representante Legal y Accionistas
 - Cédula de Identidad Personal del Representante Legal
 - Documento que acredite Personería Jurídica del Representante Legal
- COSTO DEL TRAMITE
 - Gratuito

Registro Número de Identificación Patronal *NIP*

La finalidad del trámite es que el patrono adquiera los compromisos de la seguridad social a que están sujetos y vincular con la afiliación al sistema de seguridad social a los trabajadores de la empresa.

- ¿DÓNDE SE OBTIENE?
 - Instituto Salvadoreño del Seguro Social ISSS, Sección de Afiliación
- REQUISITOS
 - Persona Natural
 - Aviso de Inscripción de Patrono
 - Formulario
 - Cédula de Identidad Personal (Original y copia)
 - NIT (Original y copia)
 - Persona Jurídica
 - Aviso de Inscripción de Patrono
 - Formulario
 - Escritura de Constitución de la Sociedad inscrita en el Registro de Comercio (Original y copia)
 - NIT de la Persona Jurídica (Original y copia)
 - Cédula de Identidad Personal del Representante Legal
 - Documento que acredite Personería Jurídica del Representante Legal

- COSTO DEL TRAMITE
 - Gratuito

Matrícula de empresa y sub matrícula de establecimiento

Toda empresa y sus establecimientos deben matricularse en el Registro de Comercio, cada empresa tendrá una sola matrícula aunque desarrolle distintas actividades comerciales, pero si tiene varios establecimientos, deberá obtener una matrícula para cada uno de ellos.

La matrícula de empresa será la única prueba para establecer la propiedad de las impresas mercantiles contra terceros. Ninguna empresa podrá funcionar sin estar matriculada.

- ¿DÓNDE SE OBTIENE?
 - Registro de Comercio
- REQUISITOS
 - Persona Natural
 - Solicitud
 - Certificación de Partida de nacimiento
 - Comprobante de pago de derechos de registro
 - Balance certificado de la situación económica de la empresa
 - Solvencia de inscripción Dirección General de Estadística y Censos
 - Solvencia Municipal
 - Persona Jurídica
 - Solicitud
 - Comprobante de pago de derechos de registro
 - Solvencia de inscripción Dirección General de Estadística y Censos
 - Solvencia Municipal
 - Balance certificado de la situación económica de la empresa
 - NIT de la sociedad
- COSTO DEL TRAMITE
 - El registro de matrícula de empresa, de acuerdo a su activo causará los siguientes derechos:
(Art. 63 Ley Registro de Comercio)

De ¢100,000.00 hasta ¢500,000.00	¢800.00
De ¢500,001.00 hasta ¢1,000,000.00	¢1,200.00
De ¢1,000,001.00 hasta ¢2,000,000.00	¢2,000.00

Si el activo fuere superior a dos millones de colones, se pagará además cien colones por cada millón o fracción de millón, pero en ningún caso los derechos excederán de cien mil colones.

Después de registrada la empresa, previo a la solicitud de renovación de la matrícula, se pagará anualmente en concepto de derechos de registro de renovación la misma cantidad que determina la tabla anterior.

Por cada establecimiento, sucursal o agencia se pagará por el registro de la matrícula de cada uno de ellos ¢300.00.

Por la renovación de cada uno ¢300.00

Se pagará por el aviso en Diario Oficial ¢150.00

Por aviso en otro diario ¢400.00

Registro del Centro de Trabajo

El patrono está obligado a inscribir su empresa en los registros que se llevan en la Dirección General de Inspección de Trabajo o en las Oficinas Regionales de Trabajo. El objetivo es supervisar en las empresas el cumplimiento de las normas laborales con los trabajadores.

- ¿DÓNDE SE OBTIENE?
 - Ministerio de Trabajo
- REQUISITOS
 - Persona Natural
 - Formulario
 - Cédula de Identidad Personal
 - Persona Jurídica
 - Formulario
 - Cédula de Identidad Personal del Representante Legal
 - Copia de Escritura de Constitución

- COSTO DEL TRAMITE
 - Gratuito

Registro de Alcaldía

- ¿DÓNDE SE OBTIENE?
 - Alcaldía Municipal
- REQUISITOS
 - Persona Natural
 - Solicitud
 - Comprobante de Pago de Derecho
 - Cédula de Identidad Personal
 - NIT original y copia
 - Balance Inicial
 - Inventario(para quien no lleve contabilidad formal)
 - Copia de recibo de pago de impuestos municipales del local
 - Persona Jurídica
 - Solicitud
 - Comprobante de Pago de Derecho
 - Testimonio de constitución certificada por notario (Original y copia)
 - NIT (Original y copia)
 - NIT del representante legal (copia)
 - Balance Inicial
 - Credencial del representante legal certificada por notario (Original y copia)
 - Copia de recibo de pago de impuestos municipales del local
- COSTO DEL TRAMITE
 - El monto a pagar varía de un municipio a otro de acuerdo al capital invertido y según el tipo de actividad que se realiza.

Solvencia Municipal

La solvencia municipal es una constancia o comprobante extendido por la Alcaldía, en la que se hace constar que una persona natural o jurídica se encuentra solvente con el pago de sus impuestos municipales.

De acuerdo al Art. 100 del Código Municipal, establece como requisito la presentación de la solvencia municipal para poder inscribir documentos al Registro de Comercio, como un medio de obligar a los ciudadanos al pago de los impuestos municipales.

- ¿DÓNDE SE OBTIENE?
 - Alcaldía Municipal respectiva

- REQUISITOS
 - Persona Natural
 - Solicitud
 - Comprobante de Pago de Derecho
 - Mandamiento de pago de tributos municipales
 - Persona Jurídica
 - Solicitud
 - Comprobante de Pago de Derecho
 - Mandamiento de pago de tributos municipales

- COSTO DEL TRAMITE
 - El monto a pagar varía de un municipio a otro.

Bibliografía.

BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS.

Administración I y II “Conforme a Programas de Teoría administrativa I y II aprobados por el MINED”

Alcaraz, Rafael; “El Emprendedor de Éxito”, Editorial Mc Graw Hill; Segunda Edición; México; 1995.

Anzola Rojas, Servulo; “Administración de pequeñas empresas”; Editorial; Mc Graw Hill; Segunda Edición; México; 1998.

Chiavennato Gidalberto, Administración de Recursos Humanos”; Editorial Mc Graw Hill; 8ª Edición.

Hiebing, Roman y Cooper, Scott; “Como Preparar el exitoso Plan de Mercadotecnia”; Rosa Sánchez, Rosa; traductora; Editorial Mc Graw Hill; Primera edición; México; 2000.

Koontz Harold, Weihrich Heinz; “Administración Una perspectiva global” traducción González, Enrique Mercado, Editorial Mc Graw Hill, 11ª edición.

Kotler, Philip; Bowen, John; Makens, James; “Mercadotecnia para Hotelería y Turismo”; Sánchez, Miguel Angel; Traductor; Editorial Hall Hispanoamericana; Primera Edición; México; 1997.

“Libro Blanco de la Microempresa”, Segunda Edición, El Salvador, 1997.

López Batista; “El Turismo Interno y sus Posibilidades en el Desarrollo Económico y Social de El Salvador”; 1978

Reyes Ponce, Agustín; “Administración Moderna”; Editorial Limusa; Séptima Edición; México; 1998.

Robins, Stephen; “Comportamiento Organizacional”; Fernández, Alberto; Traductor; Editorial Pearson; Octava Edición; México; 1998.

Schmelkes, Corina; “Manual para la Presentación de Anteproyectos e Informes de investigación (Tesis)”;

Stanton, Willian; Etzel, Michael; Walker, Bruce; “Fundamentos de Marketing”; Ascencio, Celia; Traductora; Editorial Mc Graw Hill; Onceava Edición; México; 1999.

Varela Villegas, Rodrigo; “Innovación Empresarial”; Editorial Pearson; Segunda Edición; Colombia; 2001.

TESIS.

Aguirre Castro, Elsa Ruth; “Anteproyecto Arquitectónico para Centro Turístico en la Hacienda Santa Bárbara, El Paraíso, Chalatenango”; Febrero –1996;

García Paredes, Sara Guadalupe; “Propuesta de un Modelo de Administración Aplicable a la División de Turicentros y Parques Nacionales”; Julio – 1995

Hernández Hernández, Alma Patricia; “Anteproyecto Arquitectónico para Complejo Turístico Playa El Icacal, Departamento de La Unión”; Marzo – 1995

BOLETINES.

Melhado, Oscar; “Perspectivas y Limitaciones del Turismo de El Salvador”; FUSADES; San Salvador 1990.

Plan de Desarrollo Departamental, Año 2002.

Plataforma de Morazán, Año 2002.

Anexos.

Modelo 1



Modelo 2

