

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



**“PLAN DE DESARROLLO LOCAL PARA EL BARRIO SAN ESTEBAN  
DEL CENTRO HISTORICO DE SAN SALVADOR”**

PRESENTADO POR:

**ILIANA LISSETH CRUZ ROQUE**

**YURI IVETTE LOPEZ AGUILAR**

**MARIO ELMER PERAZA ESTRADA**

PARA OPTAR AL TITULO DE:

**INGENIERO INDUSTRIAL**

CIUDAD UNIVERSITARIA, AGOSTO DE 2011

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

RECTOR

:

**MSc. RUFINO ANTONIO QUEZADA SÁNCHEZ**

SECRETARIO GENERAL :

**LIC. DOUGLAS VLADIMIR ALFARO CHÁVEZ**

**FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA**

DECANO

:

**ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO**

SECRETARIO

:

**ING. OSCAR EDUARDO MARROQUÍN HERNÁNDEZ**

**ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

DIRECTOR

:

**ING. OSCAR RENÉ ERNESTO MONGE**

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

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:  
**INGENIERO INDUSTRIAL**

Título:

**“PLAN DE DESARROLLO LOCAL PARA EL BARRIO SAN ESTEBAN  
DEL CENTRO HISTORICO DE SAN SALVADOR”**

Presentado por:

**ILIANA LISSETH CRUZ ROQUE  
YURI IVETTE LOPEZ AGUILAR  
MARIO ELMER PERAZA ESTRADA**

Trabajo de Graduación aprobado por:


Docente Director:

**ING. MANUEL ROBERTO MONTEJO**

San Salvador, Agosto de 2011

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Director

A handwritten signature in blue ink, consisting of a horizontal line that curves upwards at the right end, and a diagonal line that crosses the horizontal line from the bottom-left to the top-right.

**ING. MANUEL ROBERTO MONTEJO**

## **COMO GRUPO AGRADECEMOS A:**

**Dios** todo poderoso por habernos permitido culminar la ardua tarea del trabajo de graduación. Te damos las gracias por ayudarnos en cada etapa de nuestra carrera y por permitirnos culminarla de forma exitosa. Por darnos paciencia, sabiduría y entendimiento para alcanzar nuestros objetivos. Señor permítenos poder tener éxitos en todos los caminos que emprendamos y ayúdanos a poder contribuir al progreso de esta nación, otórganos fuerzas y buena salud para afrontar las adversidades. Por todo esto y más te damos infinitas gracias.

**Nuestro asesor: Ing. Manuel Montejo** por habernos brindado su tiempo, dedicación, paciencia, conocimientos y orientación para la elaboración y culminación exitosa de nuestro trabajo de graduación. Por hacer un esfuerzo extra por ayudarnos en cada momento, por ser más que un asesor un amigo que nos brindó su mano para salir cada día mejor infinitas gracias.

**Todas las instituciones y organizaciones nacionales** citadas en este documento, las cuales nos proporcionaron valiosa información para la elaboración del trabajo de graduación. Por el apoyo de la Iglesia la Nuestra Señora de la merced, y la cooperativa acovichss que siempre nos guiaron.

**MUCHAS GRACIAS**

*Iliana , Yuri y Mario*

Nunca renuncies a un sueño solo trata de ver las señales que te conducen hacia él. -Paulo Coelho

## **AGRADEZCO A**

A DIOS TODO PODEROSO, que me ha permitido llegar a este momento, que me ha dado tanto quizás más de lo que merezca, Gracias a él me puedo sentir satisfecha por cerrar una etapa de mi vida con gran entusiasmo, gracias por darme salud, fortaleza y paciencia para superar los diferentes obstáculos, a la virgencita maría por acompañarme y guiarme en mi camino.

Mi plan para tu futuro está lleno de esperanza.

Jeremías 29:11

A MIS PADRES, Luis mi padre que con su carácter y su forma de ser me enseno a ver las cosas diferentes a ser disciplinada, a prepararme lo mejor posible para enfrentar la vida, por ser mi ejemplo a seguir, Teodora mi madre con su inmenso cariño y dedicación , me enseno a ser mejor persona cada día, a ser tolerante y a amar sin condición , los amo mucho por ser los mejores padres del mundo si volviera a nacer sin pensarlo sería su hija, este triunfo que hoy alcanzo no lo hubiera logrado sin su apoyo, por eso se los dedico.

A mis hermanas Claudia, Evelyn por estar muy pendientes de mí en todo aspecto, por ayudarme y apoyarme hasta el final.

A Ricardo por estar junto a mí en los momentos difíciles, por apoyarme y tener paciencia gracia por darme fortaleza, cariño y comprensión mil gracias.

A mi grupo de tesis Yuri y Mario que me enseñaron muchas cosas entre ellas el don de la paciencia y trabajo en equipo. Al asesor Manuel Montejo por los buenos consejos y palabras de aliento en el desarrollo del proyecto.

A mis amigas, primas y compañeros de estudio Estefany, Wendy, Glenda, Mario, Ariela, Marcela, por estar siempre conmigo en todo este proceso de mi vida por brindar su comprensión su compañía y sobre todo su amistad. Gracias por todos los bellos momentos vividos a lo largo de este viaje.

Solo me resta decirles que cada uno de ustedes representan una página en el libro de mi vida, que este momento me dispongo a cerrar un capitulo y abrir uno nuevo, pero ustedes ya quedaron grabados en mi memoria ¡!!!! Gracias a todos ¡!!!!

Aprendí que la valentía no es la ausencia del miedo, sino el triunfo sobre él. – Nelson Mandela

Iliana Lisseth

Como símbolo de que he concluido una de las principales metas que me he puesto en la vida, estoy en un punto en que debo agradecer principalmente a Dios por haberme dado la sabiduría y fortaleza necesaria para terminar mi trabajo de graduación.

La primera persona a quien quiero decirle Gracias! Es a mi mama Alida Aguilar, quien se que le llena de orgullo que todo su esfuerzo este dando resultados gracias por su infinito apoyo y por sacarme adelante; debo agradecer también a mi papa quien sé que también ha estado conmigo siempre, quien me a heredado lo necesario para cumplir mis metas.

Mis más sinceros agradecimientos a:

A mis hermanos:

Brenda y Carlos Aguilar, Quienes me han inspirado a buscar mi superación personal y a quienes espero que en un futuro cercano pasen por este momento tan importante en la vida.

A mis amigos de la vida:

Quienes estuvieron a mi lado, cuando estuve en los peores momentos y siempre que los necesite; el mencionarlos aquí es simplemente un detalle para agradecerles su amistad y apoyo incondicional: Carlos Alfaro, Maria Jose Flores, Nelson Flores y Melvin Serrano.

A mis compañeros de la U que poco a poco se convirtieron en amigos:

Son personas inolvidables y a quienes debo agradecer sinceramente por haberme acompañado de mil maneras en este proceso: Jairo Cruz, Ezequiel Miranda, Ronal Torres, Mario Marengo, Enoc Alfaro.

A mis compañeros de tesis y amigos: Mario Peraza y Iliana Cruz sin su genialidad esto simplemente no sería posible complementamos de tal forma en que cada quien mostro su fortaleza cuando mas lo necesitamos. Gracias por su Esfuerzo!!!!

A ti Marcela Palacios que llegastes a mi vida en un punto en donde casi no había fuerza, pero me diste tu apoyo y me ayudaste a sacar este trabajo adelante, gracias por tu atención!!!!

Un cariñoso y sincero agradecimiento a mi asesor Ing. Manuel Montejo, gracias por formar parte del equipo, por su objetividad y paciencia para transmitirnos sus conocimientos sin cohibir nuestra creatividad Gracias!!!.

Yuri Lopez

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>I</b>
<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>II</b>
<b>ALCANCES Y LIMITACIONES</b> .....	<b>III</b>
<b>IMPORTANCIA</b> .....	<b>IV</b>
<b>JUSTIFICACION</b> .....	<b>V</b>
<b>ETAPA DE DIAGNOSTICO</b>	
<b>OBJETIVOS DE LA ETAPA DE DIAGNOSTICO</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPITULO I. MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>2</b>
1.1. DEFICION DE DESARROLLO.....	2
1.1.1 DEFINICION DESARROLLO.....	2
1.1.2 DEFINICION DESARROLLO HUMANO (definición del PNUD) .....	2
1.1.3 DESARROLLO ECONOMICO.....	3
1.1.4 DESARROLLO URBANO .....	3
1.1.5 MEDICION DEL DESARROLLO.....	4
1.2. SOCIECONOMIA .....	8
1.2.1 SOCIO-ECONOMIA VS. ECONOMIA NEOCLASICA .....	8
1.2.2 EXIGENCIAS DE LA SOCIO-ECONOMIA.....	10
1.3. DESARROLLO SOCIOECONOMICO .....	11
1.4. TURISMO.....	11
1.4.1 DEFICION DE TURISTA.....	11
1.4.2 INDUSTRIA DEL TURISMO (Tipos de turismo).....	12
1.4.3 PATRIMONIO Y RECURSOS TURISTICOS.....	13
1.4.4 SERVICIOS TURISTICOS .....	14
1.4.5 ORGANIZACIONES NACIONALES RELACIONADAS CON EL TURISMO.....	14
1.4.6 ORGANIZACIONES INTERNACIONALES RELACIONADAS CON EL TURISMO .....	15
1.4.7 DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE .....	15
1.4.8 IMPORTANCIA SOCIOECONOMICA DEL TURISMO .....	17
1.5. PROCESO ADMINISTRATIVO.....	17
1.5.1 LA ADMINISTRACION .....	17
1.5.2 LA ADMINISTRACION COMO PROCESO .....	17
<b>CAPITULO II. MARCO CONTEXTUAL</b> .....	<b>34</b>
2.1. SITUACION DE CENTRO AMERICA DESDE LA PERSPECTIVA DE DESARROLLO HUMANO.....	34
2.1.1 INDICE DE POBREZA HUMANA PARA PAISES EN DESARROLLO .....	37
2.1.2 EL PIB Y EL PNB COMO INDICADORES DE DESARROLLO .....	38
2.1.3 DESARROLLO HUMANO .....	40
2.1.4 EMPLEO EN EL DESARROLLO HUMANO .....	41
2.2. SITUACION GENERAL DEL PAIS DESDE UNA PERSPECTIVA DE DESARROLLO HUMANO.....	42
2.2.1 PRINCIPALES CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS .....	42
2.2.2 PRINCIPALES CARACTERISTICAS EDUCATIVAS .....	43
2.2.3 SITUACION DEL EMPLEO EN EL PAIS.....	45



2.2.4	SITUACION DEL DESEMPLEO EN EL PAIS .....	46
2.2.5	NIVELES DE POBREZA EN EL PAIS.....	47
2.2.6	POSICION DEL PAIS RESPECTO AL INDICE DE DESARROLLO HUMANO .....	48
2.2.7	ECONOMIA SALVADORENA .....	49
2.2.8	INDICES DE DESARROLLO HUMANO DE EL SALVADOR .....	50
2.2.9	INDICES DE DESARROLLO HUMANO Y SUS COMPONENTES .....	53
2.3.	SITUACION DE SAN SALVADOR DESDE LA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO.....	60
2.3.1	DESARROLLO URBANO EN SAN SALVADOR.....	60
2.3.2	ENTORNO DEL CENTRO HISTORICO DE SAN SALVADOR .....	61
2.4.	SITUACION ACTUAL DEL BARRIO SAN ESTEBAN DE SAN SALVADOR .....	65
2.4.1	HISTORIA DEL BARRIO SAN ESTEBAN .....	65
2.4.2	UBICACIÓN DEL BARRIO SAN ESTEBAN .....	66
2.4.3	INFORMACION GENERAL DEL BARRIO SAN ESTEBAN .....	67
2.5.	APORTE DEL TURISMO AL DESARROLLO.....	81
2.5.1	TURISMO EN EL SALVADOR .....	81
2.5.2	RESULTADOS DEL BAROMETRO DE TURISMO MUNDIAL .....	83
2.5.3	INDICADORES DE TURISMO CONSATUR 2010 .....	85
<b>CAPITULO III. METODOLOGIA DEL DIAGNOSTICO.....</b>		<b>88</b>
3.1.	MODELO DE DIRECCION ESTRATEGICA .....	88
3.2.	ETAPAS DEL MODELO DE DIRECCION ESTRATEGICO .....	89
3.2.1	ANALISIS ESTRATEGICO .....	89
3.2.2	ELECCION ESTRATEGICA .....	90
3.2.3	DESARROLLO ESTRATEGICO .....	91
3.3.	METODOLOGIA PARA EL ANALISIS INTERNO .....	94
3.3.1	NIVEL DE DESARROLLO .....	95
3.3.2	RECURSOS DEL BARRIO SAN ESTEBAN .....	97
3.4.	METODOLOGIA PARA EL ANALISIS EXTERNO .....	98
3.5.1	EL ENTORNO .....	98
3.5.2	EXPECTATIVA DE LOS INTERESADOS .....	99
<b>CAPITULO IV. DESARROLLO DE ANALISIS INTERNO .....</b>		<b>100</b>
4.1.	NIVEL DE DESARROLLO DEL BSE .....	100
4.1.1	OBJETIVOS .....	100
4.1.2	ESTABLECIMIENTO DE FACTORES.....	101
4.1.3	FUENTES DE INFORMACION .....	104
4.1.4	DETERMINACION DE LA POBLACION OBJETIVO .....	106
4.1.5	DETERMINACION DEL UNIVERSO Y MUESTRA .....	106
4.1.6	ELABORACION DE INSTRUMENTOS .....	109
4.1.7	METODOLOGIA DE ENCUESTAJE DEL ANALISIS INTERNO .....	119
4.2.	TABULACION Y ANALISIS DE INVOLUCRADOS. ....	121
4.2.1	ECONOMIA .....	121
4.2.2	EDUCACION, CULTURA Y VALORES.....	131
4.2.3	ANALISIS A ESCUELAS .....	137
4.2.4	ALIMENTACION.....	139
4.2.5	SEGURIDAD.....	145

4.2.6	ANALISIS DE NEGOCIOS .....	148
4.2.7	CALCULO Y ANALISIS DEL INDICE DE DESARROLLO HUMANO DEL BARRIO SAN ESTEBAN .....	163
4.3.	RECURSOS DEL BARRIO SAN ESTEBAN .....	166
4.3.1	OBJETIVOS .....	166
4.3.2	ESTABLECIMIENTO DE FACTORES.....	166
4.3.3	FUENTES DE INFORMACION .....	169
4.3.4	DETERMINACION DE LA POBLACION OBJETIVO .....	170
4.4.	ELABORACION DE INSTRUMENTOS.....	171
4.4.1	RECURSOS FISICOS.....	171
4.4.2	DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS SOBRE ORGANIZACION .....	173
4.4.3	DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS SOBRE RECURSOS FINANCIEROS 174	
4.4.4	DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS SOBRE RECURSOS INTANGIBLES 174	
4.4.5	DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS SOBRE SEGURIDAD PÚBLICA	175
4.4.6	METODOLOGIA PARA LA RECOLECCION DE DATOS .....	176
4.5.	TABULACION Y ANALISIS DE DATOS .....	178
4.5.1	RECURSOS FISICOS.....	178
4.5.2	ORGANIZACIÓN .....	186
4.5.3	RECURSOS FINANCIEROS .....	190
4.5.4	RECURSOS INTANGIBLES .....	204
4.5.5	RECURSOS HUMANO .....	206
4.5.6	SEGURIDAD PÚBLICA .....	208
4.6.	GRADO DE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS .....	209
<b>CAPITULO V. DESARROLLO DE ANALISIS EXTERNO.....</b>		<b>211</b>
5.1.	METODOLOGIA DE ESTUDIO .....	211
5.1.1	ENTORNO.....	211
5.1.2	IDENTIFICACION DE LOS FACTORES EXTERNOS.....	212
5.2.	SEGMENTACION E INSTRUMENTO DEL FACTOR PRODUCTOS Y SERVICIOS .....	227
5.2.1	SEGMENTACION DE TURISTA INTERNACIONAL.....	227
5.2.2	DISEÑO DEL INSTRUMENTO TURISTA INTERNACIONAL .....	230
5.2.3	SEGMENTACION DE TURISTA NACIONAL .....	233
5.2.4	DISEÑO DEL INSTRUMENTO TURISTA NACIONAL.....	236
5.2.5	METODOLOGIA DE ENCUESTAJE DEL ANALISIS EXTERNO .....	240
5.3.	ANALISIS DEL FACTOR PRODUCTOS Y SERVICIOS .....	243
5.3.1	TURISTA INTERNACIONAL.....	243
5.3.2	TURISTA NACIONAL .....	258
5.3.3	DEMANDA POTENCIAL DEL MERCADO TURISTICO.....	271
5.3.4	PERFIL DEL TURISTA NACIONAL E INTERNACIONAL .....	274
5.4.	ANALISIS DE FACTORES EXTERNOS.....	275
5.4.1	ANALISIS FACTOR POLITICA Y ECONOMIA NACIONAL.....	275
5.4.2	ANALISIS FACTOR POLITICA Y ECONOMIA MUNICIPAL .....	283
5.4.3	ANALISIS FACTOR SOCIAL .....	290
5.4.4	ANALISIS FACTOR DEMOGRAFICOS, CULTURALES Y AMBIENTALES.....	293
5.4.5	ANALISIS FACTOR LOCALIZACION Y VIAS DE ACCESO .....	298

5.4.6	ANALISIS FACTOR COMPETENCIA.....	303
5.4.7	ANALISIS FACTOR EXPECTATIVAS DE LOS INTERESADOS .....	306
<b>CAPITULO VI. ANALISIS .....</b>		<b>308</b>
6.1.	ANALISIS PEST .....	308
6.1.1	ANALISIS FACTOR INTERNOS DEL BSE .....	308
6.1.2	ANALISIS FACTOR EXTERNOS DEL BSE .....	310
6.2.	ANALISIS DE LOS GRUPOS DE INTERESADOS .....	313
6.3.1	MAPEO DE ACTORES DEL BARRIO SAN ESTEBAN .....	313
6.3.2	IDENTIFICACION DE ACTORES CLAVES EN EL BSE.....	313
6.3.3	IDENTIFICACION Y EVALUACION DE ACTORES CLAVES EN EL BSE.....	315
6.3.4	MATRIZ PODER/ INTERES .....	317
6.3.5	MATRIZ PODER/ DINAMISMO. ....	319
6.3.	ANALISIS FODA .....	320
	Fortalezas.....	321
	Oportunidades.....	322
	Debilidades .....	324
	Amenazas.....	325
6.3.6	MATRIZ FODA. ....	326
6.3.7	ASOCIACION DE ESTRATEGIAS POR PLANES.....	329
<b>ETAPA DE DISENO</b>		
<b>OBJETIVOS DE LA ETAPA DE DISENO .....</b>		<b>331</b>
<b>CAPITULO VIII. MARCO CONCEPTUAL .....</b>		<b>332</b>
1.1.	CUADRO MANDO INTEGRAL. ....	332
8.1.1	DEFINICION DE CUADRO MANDO INTEGRAL. ....	332
8.1.2	HISTORIA.....	333
8.1.3	CARACTERISTICAS.....	336
8.1.4	APORTACIONES.....	336
8.1.5	CONSIDERACIONES PREVIAS.....	337
1.2.	FASES PARA LA ELABORACION DEL CMI .....	339
8.2.1	VISION Y MISION.....	339
8.2.2	ANALISIS INTERNO Y EXTERNO .....	340
8.2.3	IDENTIFICACION DE LOS FACTORES CLAVES.....	340
8.2.4	RELACIONES CAUSA EFECTO ENTRE FACTORES.....	341
8.2.5	ESTABLECIMIENTO DE LOS OBJETIVOS.....	342
8.2.6	ELECCION DE LOS INDICADORES .....	342
8.2.7	ESTABLECIMIENTO A NIVEL GLOVAL .....	346
1.3.	METODOLOGIA DE DISENO CMI.....	347
1.4.	DISEÑO DE LA SOLUCION .....	349
8.4.1	POSICIONAMIENTO ESTRATEGICO .....	349
8.4.2	RETROALIMENTACION DEL FODA.....	349
8.4.3	LINEAS ESTRATEGICAS .....	355
8.4.4	OBJETIVOS ESTRATEGICO .....	356

1.5.	JUSTIFICACION DE ELECCIÓN DE LAS LINEAS DE ACCION A DESARROLLAR EN EL PLAN SOCIOECONOMICO DEL BSE.....	364
<b>CAPITULO IX. LE 1. CONVERTIR EL BSE EN EL PRINCIPAL EJE DE DESARROLLO TURISTICO DEL CHSS.....</b>		<b>371</b>
2.1.	OE 1. DISENAR UN SISTEMA DE ELABORACION DE PRODUCTOS Y PRESTACION DE SERVICIOS ....	371
9.1.1	ACCION 1. DETERMINACION DE LA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	371
9.1.2	ACCION2: DEFINICION DE REQUERIMIENTOS BASICOS DE LOS NEGOCIOS. ....	383
9.1.3	ACCION 3. DESCRIPCION DE SERVICIOS Y ELABORACION DE PROPUESTAS .....	387
9.1.4	ACCION 4. FORMACION DE RUTAS TURISTICAS.....	390
2.2.	OE 2. IMPLANTACION DE SISTEMA DE MONITOREO DE CALIDAD Y SATISFACCION AL CLIENTE....	402
9.2.1	ACCION 1. INVOLUCRAMIENTO EN LA CAPACITACION A LOS HABITANTES DEL BSE .....	402
9.2.2	ACCION 2. CAPACITACION DE LOS HABITANTES DEL BSE PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS DE CALIDAD.....	402
9.2.3	ACCION 3. DEFINICION DE FORMA DE MONITOREO DE SATISFACCION DEL CLIENTE .....	403
2.3.	OE 3. DISENAR SISTEMA DE ADMINISTRACION .....	404
9.3.1	ACCION 1. DISENAR UN SISTEMA PARA LA ASIGNACION DE LOCALES.....	404
9.3.2	ACCION 2. DISENAR UN SISTEMA DE COMERCIALIZACION DEL PROYECTO .....	411
<b>CAPITULO X. LE 2. AUMENTAR EL INDICE DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL DE LOS HABITANTES DEL BARRIO SAN ESTEBAN QUE ACTUALMENTE NO TIENE ACCESO A ESTA. ....</b>		<b>427</b>
3.1.	OE 1. DISENAR UNA DESPENSA PARA EL MEJORAMIENTO DEL ACCESO A LA CANASTA BASICA ALIEMNTARIA QUE PROMUEVA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LOS HABITANTES DEL BSE.....	427
10.1.1	ACCION 1. DETERMINACION DE LOS PRODUCTOS A COMERCIALIZAR .....	427
10.1.2	ACCION 2. DETERMINACION DEL TAMANO DEL PROYECTO .....	428
10.1.3	ACCION 3. ESTABLECER LOCALIZACION DE LA DESPENSA .....	433
10.1.4	ACCION 4. SELECCIONAR LA MAQUINARIA Y EQUIPO .....	436
10.1.5	ACCION 5. ESTABLECER EL SISTEMA ADMINISTRATIVO DE LA DESPENSA .....	438
3.2.	OE2. PROMOVER LA EDUCACION INFORMACION Y COMUNICACIÓN Y NUTRICION PARA MEJORAR EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN LA POBLACION DEL BSE .....	449
10.2.1	ACCION 1. SOLICITAR AL MINISTERIO DE SALUD UNA CAPACITACIÓN PARA LA COOPERATIVA SOBRE NUTRICIÓN.....	449
10.2.2	ACCION 2. DESARROLLAR UN PLAN DE PROMOCIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA ADECUADA NUTRICIÓN .....	449
10.2.3	ACCION 3. ESTABLECER UN CONVENIO CON EL MINISTERIO DE SALUD PARA LA FACILITACIÓN DE PROMOTORES DE SALUD QUE PROMUEVAN LA ADECUADA ALIMENTACIÓN Y EL VALOR DE ESTA .....	449
10.2.4	ACCION 4. ESTABLECER CONTACTO CON LOS DIRECTORES Y LIDERES DE IGLESIAS, DE CENTROS ESCOLARES PARA PROMOCIONAR LA CAMPANA.....	449
10.2.5	ACCION 5. DESARROLLAR CAPACITACION EN CENTROS ESCOLARES E IGLESIAS DEL BARRIO. 449	
10.2.6	ACCION 6. IMPULSAR LA REPRODUCCION DE LA INFORAMCION COMPROMETIDAO A LOS CAPACITADOS A TRAVES DE LA NECESIDAD DE INFORMAR A LOS HABITANTES DE LA IMPORTACIA DE LA ADECUADA NUTRICION. ....	449
<b>CAPITULO XI. LE 3: CREAR UN CLIMA DE SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD EN EL BSE. ....</b>		<b>450</b>
4.1.	OE1: FORTALECER LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA SEGURIDAD DEL BSE.....	450

11.1.1	ACCION 1. ORGANIZAR LA COMUNIDAD A TRAVES DE UN COMITÉ PARA LA PREVENCION DE LA VIOLENCIA.....	450
11.1.2	ACCION 2. ESTABLECER FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL COMITÉ PARA LA PREVENCION.....	450
11.1.3	ACCION 3. DAR UNA EDUCACION FAMILIAR CON LA FINALIDAD DE RECUPERAR LOS VALORES Y ORIENTAR A UN CAMBIO EN LA ACTITUDES DE LAS PERSONAS.....	453
4.2.	OE 2. DISEÑO DE SISTEMA DE SEGURIDAD PREVENTIVA.....	454
11.1.4	ACCION 1. IDENTIFICAR LAS ACTIVIDADES PREVENTIVAS CON LA MUNICIPALIDAD Y EL COMITÉ DE SEGURIDAD.....	454
11.1.5	ACCION 2. DISEÑAR LAS ACTIVIDADES PREVENTIVAS CON OTROS SECTORES.....	455
11.1.6	ACCION 3. ESTABLECER LAS ACTIVIDADES PREVENTIVAS PNC Y COMITÉ DE SEGURIDAD. .	456
4.3.	OE 3. DISEÑO DE SISTEMA DE SEGURIDAD CORRECTIVA.....	457
11.3.1	ACCION 1. DETERMINAR PUNTOS CRITICOS Y VULNERABLES (FACTORES CONDICIONANTES DE INSEGURIDAD).....	457
11.3.2	ACCION 2. GESTIONAR EL APOYO INCONDICIONAL DE LA PNC Y CAM.....	459
11.3.3	ACCION 3. ORGANIZAR ACTIVIDADES CONJUNTAS PNC, CAM Y COMITÉ .....	460
11.3.4	ACCION 4. IDENTIFICAR LAS METAS ALCANZAR POR EL COMITÉ DE SEGURIDAD CON LAS ACCIONES A REALIZAR EN CONJUNTO CON TODAS LAS INSTITUCIONES.....	460

**CAPITULO XII. LE4: FORTALECER LA EDUCACIÓN COMPLEMENTARIA EN DEPORTE, RECREACIÓN Y VALORES**  
**..... 461**

5.1.	OE 1. CREAR ESPACIOS DE PRÁCTICAS DEPORTIVAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EN TIEMPO LIBRE DE LOS HABITANTES.....	461
12.1.1	ACCIÓN 1. IDENTIFICAR LOS ESPACIOS PARA PRÁCTICA DE DEPORTES EXISTENTES.....	461
12.1.2	ACCION 2. CREAR UN COMITÉ DE GESTIÓN DE RECURSOS Y ORGANIZACIÓN DE DEPORTES. 461	
12.1.3	ACCION 3. GESTIONAR EL INVOLUCRAMIENTO DE LA POLICÍA NACIONAL CIVIL PARA DAR SEGURIDAD A LOS TORNEOS.....	461
12.1.4	ACCION 4. DESARROLLAR TORNEOS DEPORTIVOS QUE PROMUEVA EL USO DEL TIEMPO LIBRE EN SANO ESPARCIMIENTO SOBRE TODO EN LA JUVENTUD.....	461
12.1.5	ACCION 5. CREAR UNA ESCUELA DE FUTBOL PARA LOS NIÑOS Y JÓVENES DEL BSE EN CONJUNTO CON EL CONSEJO DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR Y EN CONJUNTO CON VOLUNTARIADO DE LA FUNDACIÓN EDUCANDO A UN SALVADOREÑO (FESA) 461	
5.2.	OE2. FORTALECER ESPACIOS DE RECREACIÓN FAMILIAR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO FAMILIAR A TRAVÉS DEL COMPARTIR.....	462
12.2.1	ACCION 1. IDENTIFICAR LOS ESPACIOS PARA RECREACIÓN EXISTENTES.....	462
12.2.2	ACCION 2. DESARROLLAR UN PLAN DE RECREACIÓN FAMILIAR EN LOS ESPACIOS EXISTENTES.....	462
12.2.3	ACCION 3. PRESENTAR PLAN AL CONSEJO MUNICIPAL PARA LA PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA.....	462
12.2.4	ACCION 4. DESARROLLAR DE MANERA CONSTANTE ACTIVIDADES DE RECREACIÓN FAMILIAR PARA PROMOCIONAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS HABITANTES.....	462
12.2.5	ACCION 5. GESTIONAR EL INVOLUCRAMIENTO DE LAS INSTITUCIONES DE INTERÉS EN PREVENCIÓN DE VIOLENCIA: ONG'S, PNC, MINISTERIO DE GOBERNACIÓN, SECRETARIA DE LA FAMILIA.	

5.3.	OE3. PROMOCIONAR VALORES EN LOS HABITANTES PARA PROPICIAR UNA CULTURA DE PAZ BSE.	462
12.3.1	ACCION 1. FORMAR UN COMITÉ DE PROMOCIÓN DE VALORES DE LA MANO DE IGLESIAS, CENTROS ESCOLARES Y EL CONSEJO DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA. ....	462
12.3.2	ACCION 2. GESTIONAR VOLUNTARIADO Y PRÁCTICAS DE HORAS SOCIALES DE UNIVERSIDADES PRIVADAS COMO PROMOTORES DE VALORES EN EL BARRIO.....	462
12.3.3	ACCION 3. GESTIONAR LA PARTICIPACIÓN DE LA FUNDACIÓN SALVADOR DEL MUNDO EN EL DESARROLLO DE UNA CURRICULA PARA LA PROMOCIÓN DE VALORES. ....	462
12.3.4	ACCION 4. ELABORAR UN PLAN DE PROMOCIÓN DE LA CURRICULA EN CENTROS ESCOLARES Y EN IGLESIAS DE BARRIO. ....	462
12.3.5	ACCION 5. DESARROLLAR LA PROMOCIÓN DE VALORES ESTABLECIDO EN EL PLAN Y PROPICIAR LA REPRODUCCIÓN DEL APRENDIZAJE ENTRE LOS HABITANTES. ....	462
12.3.6	ACCION 6. DESARROLLAR DE MANERA CONSTANTE LA REPRODUCCIÓN DEL PLAN MEJORÁNDOLO EN LA ADQUISICIÓN DE EXPERIENCIA. ....	463

**CAPITULO XIII. LE5: DESARROLLAR UN SISTEMA DE OBTENCIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS Y LA ADMINISTRACIÓN DE LOS MISMOS. .... 463**

6.1.	OE1: DETERMINAR EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR DE LAS INSTITUCIONES PARA LA OBTENCION DE RECURSOS. ....	463
13.1.1	ACCION 1. INDICAR LAS FORMAS DE OBTENCION DE RECURSOS FINANCIEROS .....	463
13.1.2	ACCION 2. DEFINICION DEL PROCESO A SEGUIR PARA LA OBTENCION DE LOS RECURSOS FINANCIEROS .....	464
6.2.	OE2. CAPACITAR A LOS INVOLUCRADOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS	470
13.2.1	ACCION 1. DEFINIR LA TEMATICA DE LOS MODULOS A IMPARTIR DENTRO DE LAS SESIONES DE LA CAPACITACION PARA LA FORMACION ADMINISTRATIVA. ....	470
13.2.2	ACCION 2. DEFINIR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA ELABORACION DE CAPACITACION.	470
13.2.3	ACCION 3. ELABORAR CADA UNO DE LOS MODULOS QUE SE IMPARTEN DENTRO CAPACITACION.....	471

**CAPITULO XIV. LE6. ORGANIZAR OPTIMAMENTE AL BSE ..... 475**

7.1.	OE 1. DEFINIR LA ORGANIZACIÓN ADECUADA PARA LA EJECUCION DEL PROYECTO .....	475
14.1.1	ACCION 1. SELECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN QUE EJECUTARA EL PLAN SOCIOECONOMICO DEL BSE. ....	475
14.1.2	ACCION 2. DISENAR LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA ADECUADA.....	482
7.2.	OE 2. DEFINIR LA FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL .....	496
14.2.1	ACCION 1. DEFINIR LA VISION Y LA MISION PARA EL DESARROLLO ESTRATEGICO.....	496
14.2.2	ACCION 2. CREAR Y EVALUAR LOS OBJETIVOS, VALORES, POLITICAS Y NOEMAS EMPRESARIALES CON LOS QUE FUNCIONARA LA ORAGANIZACION.....	500
14.2.3	ACCION 3. DISENO DE LAS ESTRATEGIAS. ....	504
7.3.	OE 3. DESARROLLO DE LOS ASPECTOS BÁSICOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA. ....	507
14.3.1	ACCION 1. IDENTIFICAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA.....	507
14.3.2	ACCION 2. DEFINIR LOS PASOS NECESARIOS PARA LA IMPLANTACION.....	507
14.3.3	ACCION 3. SISTEMA DE MONITOREO GERENCIAL.....	508

14.3.4	ACCION 3. CREACION DE LOS MANUALES ORGANIZATIVOS .....	510
<b>CAPITULO XV. INDICADORES DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS .....</b>		<b>532</b>
8.1.	INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 1 .....	532
8.2.	INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 2 .....	533
8.3.	INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 3 .....	534
8.4.	INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 5 .....	536
8.5.	INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 6 .....	537
<b>ETAPA DE EVALUACIONES</b>		
<b>OBJETIVOS DE LA ETAPA DE EVALUACIONES.....</b>		<b>540</b>
<b>CAPITULO XVI. MARCO TEORICO .....</b>		<b>541</b>
10.1.	GUIA EVALUACION ECONOMICA.....	544
16.1.1	IDENTIFICACIÓN, CLASIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LAS INVERSIONES .....	544
16.1.2	ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE COSTOS .....	546
16.1.3	PRESUPUESTACIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS FUTUROS.....	548
16.1.4	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA (FUTUROS) .....	548
16.1.5	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	551
16.1.6	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	553
16.1.7	ANÁLISIS VERTICAL.....	555
16.1.8	ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS .....	556
16.1.9	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	559
16.1.10	ESTABLECIMIENTO DE SISTEMA DE COSTOS.....	560
<b>CAPITULO XVII. METODOLOGIA.....</b>		<b>560</b>
<b>CAPITULO XVIII. COSTEO DE LAS LINEAS ESTRATEGICAS .....</b>		<b>563</b>
12.1.	COSTEO DE LE1. CONVERTIR AL BSE EN PRINCIPAL EJE DE DESARROLLO TURISTICO DEL CHSS.....	563
18.1.1	REQUERIMIENTOS DEL OE1. DISEÑO DE UN SISTEMA DE ELABORACION DE PRODUCTOS Y PRESTACION DE SERVICIOS.....	564
18.1.2	REQUERIMIENTOS DEL OE2. IMPLANTACION DE SISTEMA DE MONITOREO DE LA CALIDAD Y SATISFACCION DEL CLIENTE.....	574
18.1.3	REQUERIMIENTOS DEL OE3. DISEÑO DE SISTEMA ADMINISTRATIVOS .....	576
18.1.4	RESUMEN DE COSTOS .....	579
18.1.5	CAPITAL DE TRABAJO .....	581
12.2.	COSTEO DE LE2. AUMENTAR EL INDICE DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL DE LOS HABITANTES DEL BSE QUE ACTUALMENTE NO TIENEN ACCESO ESTA .....	584
18.1.6	INVERSIONES DEL PROYECTO OBJETIVO ESTRATÉGICO1.....	584
18.1.7	COSTOS DEL PROYECTO DE LA DESPENSA FAMILIAR .....	590
18.1.8	DETERMINACION DE COSTOS UNITARIOS.....	595
12.3.	COSTEO DE LE3. CREAR UN CLIMA DE SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD EN EL BSE .....	601
18.3.1	INVERSIONES DEL PROYECTO.....	601
18.3.2	CAPITAL DE TRABAJO .....	603
18.3.3	DETERMINACION DE COSTOS TOTALES .....	605
1.	<u>COSTOS DE PRESTACION DE SERVICIOS</u> .....	605
12.4.	COSTEO DE LE4. FORTALECER LA EDUCACION COMPLEMENTARIA EN DEPORTE Y VALORES .....	608

12.5.	COSTEO DE LE5. DISEÑAR UNA PROPUESTA DE OBTENCIÓN DE RECURSOS Y ADMINISTRACIÓN DE LOS MISMOS .....	609
18.5.1	INVERSIONES DEL PROYECTO.....	609
18.5.2	DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS TOTALES .....	611
12.6.	COSTEO DE LE6. DISEÑAR EL SISTEMA DE ORGANIZACIÓN DEL BSE.....	615
18.6.1	INVERSIONES DEL PROYECTO.....	615
18.6.2	DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS TOTALES .....	616
12.7.	RESUMEN DEL TOTAL DE COSTOS DEL PROYECTO .....	621
18.7.1	INVERSIÓN TOTAL .....	621
18.7.2	CAPITAL DE TRABAJO .....	622
12.8.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.....	623
18.8.1	INGRESOS ANUALES .....	625
18.8.2	EGRESOS ANUALES.....	626
18.8.3	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS .....	627
18.8.4	ESTADO DE RESULTADOS PRO FORMA .....	628
18.8.5	BALANCE PRO FORMA.....	629
<b>CAPÍTULO XIX. EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA DEL PROYECTO .....</b>		<b>631</b>
13.1.	INDICADORES ECONÓMICOS FINANCIEROS.....	631
19.1.1	TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO (TMAR).....	631
19.1.2	VALOR ACTUAL NETO .....	632
19.1.3	TASA INTERNA DE RETORNO.....	633
19.1.4	RELACIÓN BENEFICIO /COSTO.....	634
19.1.5	TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN .....	635
13.2.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	636
13.3.	RAZONES FINANCIERAS.....	638
13.4.	BENEFICIOS DE LOS INDICADORES .....	640
<b>CAPÍTULO XX. EVALUACIÓN SOCIAL.....</b>		<b>647</b>
<b>CAPÍTULO XXI. EVALUACIÓN DE GÉNERO .....</b>		<b>652</b>
<b>CAPÍTULO XXII. EVALUACIÓN AMBIENTAL .....</b>		<b>655</b>
22.1.1	METODOLOGÍA GENERAL.....	656
22.1.2	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y SUS ALTERNATIVAS.....	656
22.1.3	DESCRIPCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE NATURAL .....	656
22.1.4	IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS.....	657
22.1.5	<u>PREDICCIÓN E INTERPRETACIÓN DE IMPACTOS</u> .....	657
22.1.6	MEDIDAS DE MITIGACIÓN.....	661
22.1.7	MONITOREO AMBIENTAL.....	662
<b>CAPÍTULO XXIII. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN .....</b>		<b>663</b>
17.1.	DESGLOSE ANALÍTICO .....	664
23.1.1	OBJETIVO GENERAL.....	664
23.1.2	SUBSISTEMAS .....	665
17.2.	ESTRATEGIAS DE IMPLANTACIÓN .....	668
17.3.	ACTIVIDADES DE IMPLANTACIÓN .....	669
24.3.1	PROGRAMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES .....	670



17.4.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA .....	671
23.4.1	ORGANIGRAMA GENERAL.....	671
23.4.2	ENCARGADOS DE IMPLANTACION .....	671
17.5.	MATRIZ RESPONSABILIDAD.....	675
17.6.	CONTROL DE IMPLANTACION .....	677
23.6.1	INDICADORES DE IMPLANTACION .....	678
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>680</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>		<b>684</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>		<b>685</b>
<b>GLOSARIO TÉCNICO .....</b>		<b>686</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>696</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Economía Neoclásica versus Socioeconómica .....	10
Tabla 2:	Características de la planeación .....	21
Tabla 3:	Calculo de los índices de desarrollo humano .....	35
Tabla 4:	Indicadores utilizados en el índice de desarrollo humano desagregado .....	36
Tabla 5:	Población y densidad según departamento .....	42
Tabla 6:	Índice de desarrollo humano por país.....	49
Tabla 7:	Tasa de Crecimiento del PIB .....	50
Tabla 8:	Desempeño económico de El Salvador .....	52
Tabla 9:	Esperanza de vida al nacer .....	53
Tabla 10:	Índice de desarrollo humano y sus componentes.....	55
Tabla 11:	Índice de desarrollo humano por país relativo al género .....	56
Tabla 12:	Índice de desarrollo humano relativo al género por departamentos de El Salvador.....	57
Tabla 13:	Índice de precios al consumidor, canasta básica alimentaria .....	58
Tabla 14:	perfil de pobreza por división urbana y rural.....	59
Tabla 15:	Densidad de la población según AMSS 2008.....	60
Tabla 16:	Características del Centro Histórico de San Salvador.....	62
Tabla 17:	Infraestructura Social del BSE.....	71
Tabla 18:	Información a recolectar Nivel de Desarrollo Humano.....	102
Tabla 19:	Información a recolectar de factor Seguridad.....	103
Tabla 20:	Información a recolectar factor alimentación.....	103
Tabla 21:	Nivel de confianza e incertidumbre .....	108
Tabla 22:	Resultados prueba piloto familias .....	108
Tabla 23:	Metodología de encuestas .....	120
Tabla 24:	Ficha técnica para encuesta .....	120

Tabla 25: Costo de canasta de Sobre vivencia .....	125
Tabla 26: Precio prometido por mercado. ....	144
Tabla 27: Tipos de negocios y porcentaje de representatividad.....	150
Tabla 28: Tipos de negocios y número de encuestas.....	153
Tabla 29: Tipos de negocio y productividad por muestra.....	156
Tabla 30: Tipos de negocio y productividad total. ....	159
Tabla 31: Tipos de negocio, número de empleados .....	162
Tabla 32: Valores límites para el cálculo del IDH .....	163
Tabla 33: Información a recolectar de los recursos del BSE.....	168
Tabla 34: Instrumento recolector de dato sobre el estado actual de los patrimonios.....	172
Tabla 35: Instrumento recolector de recursos potenciales de turismo cultural dentro del BSE ....	172
Tabla 36: Instrumento recolector de dato sobre la organización .....	173
Tabla 37: Instrumento recolector de dato sobre servicios del BSE .....	175
Tabla 38: Instrumento recolector de dato sobre Seguridad Publica .....	175
Tabla 39: Recursos potenciales de turismo cultural dentro del BSE.....	186
Tabla 40: Organización ACOVICHSS dentro del BSE.....	188
Tabla 41: Consejo Económico Parroquial Ntra. Sra. merced dentro del BSE.....	189
Tabla 42: Recursos financieros.....	203
Tabla 43: Recursos Intangibles dentro del BSE .....	204
Tabla 44: Grado de aprovechamiento Recursos y factores claves.....	210
Tabla 45: Métodos de recolección de información, instituciones y Objetivos del factor “política y economía nacional” del estudio.....	218
Tabla 46: Métodos de recolección de información, instituciones y Objetivos del factor “política y economía municipal” del estudio. ....	219
Tabla 47: Métodos de recolección de información, instituciones y Objetivos del “factor social” del estudio.....	220
Tabla 48: Métodos de recolección de información, instituciones y Objetivos del factor “Demográfico, cultural y medio ambiente”, del estudio .....	221
Tabla 49: Objetivo del estudio del factor “Grupo de interesados”, instituciones competentes y los medios de recolección de información .....	222
Tabla 50: Objetivo del estudio del factor “Localización y vías de acceso”, instituciones competentes y los medios de recolección de información.....	223
Tabla 51: Objetivo del estudio del factor “Competencia”, instituciones competentes y los medios de recolección de información.....	224
Tabla 52: Objetivo del estudio del factor “Productos”, instituciones competentes y los medios de recolección de información.....	225
Tabla 53: Objetivo del estudio del factor “servicios”, instituciones competentes y los medios de recolección de información.....	226
Tabla 54: Tipo de viajero .....	228
Tabla 55: Perfil del visitante internacional según estructura de edades .....	228
Tabla 56: Departamentos con número de encuestas .....	234
Tabla 57: Metodología para realizar las encuestas de turistas .....	241

Tabla 58: Ficha técnica de encuesta turista internacional.....	242
Tabla 59: Ficha técnica de encuesta turista nacional.....	242
Tabla 60: Legislación y normativas ambientales por sector. ....	277
Tabla 61: Instituciones Relacionadas al turismo. ....	282
Tabla 62: Indicador por departamento de Población no pobre.....	286
Tabla 63: Indicador por departamento de Población pobre relativa.....	287
Tabla 64: Indicador por departamento de Población pobre extrema. ....	288
Tabla 65: Aspectos físicos de San Salvador. ....	294
Tabla 66: Sistema de transporte público para turistas nacionales. ....	301
Tabla 67: Vías terrestres para turistas internacionales.....	302
Tabla 68: Expectativas de los involucrados fuera del BSE.....	307
Tabla 69: Matriz de identificación de actores claves. ....	314
Tabla 70: Definición de los intereses de los Stakeholders. ....	317
Tabla 71: Definición de características de los Stakeholders del BSE para matriz poder/interés... 318	
Tabla 72: Definición de características de los Stakeholders del BSE para matriz poder/dinamismo. ....	319
Tabla 73: Matriz FODA. ....	326
Tabla 74: Asociación de las estrategias por planes. ....	329
Tabla 79: Factores claves. ....	340
Tabla 80: Prospectiva financiera. ....	343
Tabla 81: Perspectiva de la satisfacción del cliente. ....	344
Tabla 82: Perspectiva del cliente hacia la calidad. ....	344
Tabla 83: Perspectiva financiera. ....	345
Tabla 84: Análisis FODA.....	350
Tabla 85: Análisis FODA.....	351
Tabla 86: Análisis FODA.....	352
Tabla 87: Línea estratégica 1.....	356
Tabla 88: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 2. ....	357
Tabla 89: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 3. ....	358
Tabla 90: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 4. ....	360
Tabla 91: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 5. ....	361
Tabla 92: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 6. ....	363
Tabla 93: Aplicación de la Ingeniería Industrial en la línea de acción.....	365
Tabla 94: Disponibilidad de ayuda externa. ....	366
Tabla 95: Convenios por línea de acción.....	367
Tabla 96: Recursos disponibles para la ejecución. ....	368
Tabla 97: Valoración de criterios.....	369
Tabla 98: Evaluación de criterios. ....	369
Tabla 99: Análisis de resultados.....	370
Tabla 100: Disponibilidad de pago de turistas nacional.....	372
Tabla 101: Disponibilidad de pago de turistas Internacional.....	372
Tabla 102: Productos de preferencia. ....	373

Tabla 103: servicios de preferencia de los turistas .....	373
Tabla 104: ingresos de los alimentos típicos.....	373
Tabla 105: Ingredientes de los alimentos típico pupusas .....	374
Tabla 106: Ingredientes de curtido complemento de pupusas .....	375
Tabla 107: Ingredientes de salsa complemento de pupusas .....	375
Tabla 108: Ingredientes del alimento típico tamales.....	375
Tabla 109: Ingredientes de los alimentos típico atol de elote .....	376
Tabla 110: Ingredientes de los alimentos típico yuca .....	376
Tabla 111: Ingredientes de los alimentos típico empanadas.....	377
Tabla 112: Ingredientes de los alimentos típico pastel.....	377
Tabla 113: Ingredientes de los alimentos típico riguas.....	378
Tabla 114: Ingredientes de los alimentos típico Enchiladas .....	378
Tabla 115: Producción estimada de los alimentos típicos .....	379
Tabla 116: Cantidades anuales a producir por alimentos típicos .....	380
Tabla 117: Cantidades anuales a producir .....	381
Tabla 118: Requerimientos para la mano de obra.....	382
Tabla 119: Evaluación de criterios para las actividades a realizar .....	383
Tabla 120: Rutas turísticas .....	392
Tabla 121: Lugares turísticos del BSE .....	397
Tabla 122: Ruta cultural del BSE.....	399
Tabla 123: rutas turísticas adicionales .....	399
Tabla 124: Ruta ecológica cultural .....	400
Tabla 125: rutas turísticas adicionales .....	400
Tabla 126: Requerimientos básicos para el desarrollo de rutas turísticas .....	401
Tabla 127: Procedimiento de solicitud de local .....	406
Tabla 128: Formato de solicitud de local .....	407
Tabla 129: Solicitud de apelación.....	408
Tabla 130: Contrato anual de local .....	410
Tabla 131: Tonos de la comunicación .....	412
Tabla 132: Publicidad en medios televisivos.....	414
Tabla 133: Publicidad en prensa escrita.....	414
Tabla 134: Otros medios para publicidad .....	415
Tabla 135: Agencias de viaje .....	418
Tabla 136: Procedimiento para la comercialización del proyecto .....	424
Tabla 137: Procedimiento promoción en medios de comunicación.....	425
Tabla 138: Promoción vía internet.....	425
Tabla 139: Alianzas con agencias publicitarias y de viajes .....	426
Tabla 140: Alimentos básicas .....	428
Tabla 141: Canasta básica alimentaria.....	429
Tabla 142: Demanda de granos básicos.....	430
Tabla 143: Familias consumidoras .....	431
Tabla 144: Factores de consideración.....	432

Tabla 145: Establecimiento del tamaño de la despensa.....	433
Tabla 146: Factores de micro localización .....	434
Tabla 147: Valoración de criterios.....	434
Tabla 148: Evaluación de criterios .....	435
Tabla 149: Selección de maquinaria y equipo.....	436
Tabla 150: Especificación de equipos.....	437
Tabla 151: Equipo de Comercialización .....	437
Tabla 152: Procedimiento de inscripción al proyecto.....	440
Tabla 153: Procedimiento de Abastecimiento de Granos Básicos.....	441
Tabla 154: Procedimientos de comercialización de granos.....	441
Tabla 155: Formato de solicitud de inscripción .....	442
Tabla 156: Formato de visitas a hogar solicitante.....	444
Tabla 157: Formato de solicitud de compra .....	445
Tabla 158: Formato de recibimiento a proveedor .....	446
Tabla 159: Formato para comercialización .....	446
Tabla 160: Factura comercial .....	447
Tabla 161: Formato de informe de ventas.....	448
Tabla 162: Formato control de ingresos y egresos .....	448
Tabla 163: Formato de reuniones comunitarias .....	452
Tabla 164: Puntos críticos y vulnerables.....	458
Tabla 165: Módulos de capacitación.....	470
Tabla 166: Modulo de administración de empresas.....	471
Tabla 167: Modulo de planeación.....	472
Tabla 168: Modulo de organización.....	472
Tabla 169: Modulo de dirección.....	473
Tabla 170: Modulo de control.....	473
Tabla 171: Modulo de elaboración de presupuesto .....	474
Tabla 172: ejecución exitosa de proyectos .....	476
Tabla 173: Capacidad Organizativas.....	477
Tabla 174: Recursos con los que cuenta cada organización .....	477
Tabla 175: Interés en el plan de desarrollo para el BSE.....	478
Tabla 176: Asignación de valores para cada organización evaluada .....	479
Tabla 177: criterios para la selección de organización.....	479
Tabla 178: Asignación de valores para cada organización evaluada .....	480
Tabla 179: Aspectos importantes sobre la construcción de organigramas .....	487
Tabla 180: Análisis de factores de la cooperativa .....	489
Tabla 181: Información necesaria para la construcción organizativa.....	490
Tabla 182: Características de las diferentes formas legales de organización.....	491
Tabla 183: Configuraciones <b>Organizativas de Mitzberg</b> .....	492
Tabla 184: Configuraciones de estructuras Organizacionales. ....	494
Tabla 185: Elementos de la estructura sugeridos .....	495
Tabla 186: Elementos básicos de la misión.....	496

Tabla 187: Elementos básicos de la visión .....	497
Tabla 188: Elementos básicos de la misión específicos a la organización .....	498
Tabla 189: Elementos básicos de la visión específicos a la organización.....	499
Tabla 190: Índice de manual organizativo .....	510
Tabla 191: Indicadores de línea Estratégica 1, objetivo1.....	532
Tabla 192: Indicadores de línea Estratégica 1, objetivo 2.....	532
Tabla 193: Indicadores de línea Estratégica 1, objetivo 3.....	533
Tabla 194: Indicadores de línea Estratégica 2, objetivo1.....	533
Tabla 195: Indicadores de línea Estratégica 2, objetivo 2.....	534
Tabla 196: Indicadores de línea Estratégica 3, objetivo1.....	534
Tabla 197: Indicadores de línea Estratégica 3, objetivo 2.....	535
Tabla 198: Indicadores de línea Estratégica 3, objetivo 3.....	535
Tabla 199: Indicadores de línea Estratégica 5, objetivo 1.....	536
Tabla 200: Indicadores de línea Estratégica 5, objetivo 2.....	536
Tabla 201: Indicadores de línea Estratégica 6, objetivo 1.....	537
Tabla 202: Indicadores de línea Estratégica 6, objetivo 2.....	537
Tabla 203: Indicadores de línea Estratégica 6, objetivo 2.....	538
Tabla 204: Tipos de evaluaciones.....	541
Tabla 205: Sistemas de Costeos .....	543
Tabla 206: Tipos de Inversiones tangibles e intangibles .....	545
Tabla 207: Tipos de inversiones fijas.....	546
Tabla 208: Rubros de Capital de trabajo .....	546
Tabla 209: Tipos de costos .....	547
Tabla 210: Ventajas y Desventajas del VAN .....	552
Tabla 211: Clasificación de Cuentas de activo y pasivos.....	554
Tabla 212: Razones financieras a utilizar .....	555
Tabla 213: Descripción de los rubros de fuentes.....	557
Tabla 214: Descripción de los rubros de usos.....	558
Tabla 215: Descripción de actividades para instalación de kiosco. ....	565
Tabla 216: Descripción de actividades para instalación de kiosco. ....	566
Tabla 217: costos de Kioscos de comida y artesanías.....	568
Tabla 218: Actividades para el parqueo san esteban.....	568
Tabla 219: cantidad de luminaria en plaza san esteban .....	569
Tabla 220: Costos de servicios profesionales para la inscripción de negocios .....	569
Tabla 221: Costos de alquiler y servicios.....	570
Tabla 222: costos por salarios de personal Administrativo Casa de la Cultura .....	570
Tabla 223: costo de Mobiliario y Equipo para el funcionamiento de la casa de la cultura.....	571
Tabla 224: Costos de Equipo de trabajo para Casa de la Cultura.....	571
Tabla 225: Costo del Personal para el funcionamiento de la casa de la Oficina de Turismo.....	572
Tabla 226: costo de Mobiliario y Equipo para oficina de turismo .....	573
Tabla 227: Costo de Equipo para el funcionamiento de la casa de oficina de turismo .....	573
Tabla 228: Costo Mural Icnográfico: .....	574

Tabla 229: Costo de capacitaciones de satisfacción al cliente .....	574
Tabla 230: Costo de servicios profesionales para capacitaciones: .....	575
Tabla 231: Costos de materiales de capacitaciones.....	575
Tabla 232: Costos de monitoreo de satisfacción del cliente.....	576
Tabla 233: Costos servicios profesionales de comercialización .....	576
Tabla 234: Costo de mobiliario y equipo de comercialización.....	576
Tabla 235: Costos de los medios publicitarios .....	577
Tabla 236: Resumen de costos de promoción y publicidad.....	577
Tabla 237: Costos de amortizaciones.....	577
Tabla 238: Costos de construcción de parqueo y kioscos para ventas .....	579
Tabla 239: Resumen de Costos de mobiliarios y equipo.....	579
Tabla 240: Costos de inversión fija intangible.....	580
Tabla 241: Resumen de costos de inversión de línea estratégica 1.....	580
Tabla 242: capital de trabajo para personal administrativo. ....	581
Tabla 243: Capital de trabajo de salarios .....	581
Tabla 244: Capital de trabajo costos de suministros administrativos .....	582
Tabla 245: Consumo de energía eléctrica .....	583
Tabla 246: Consumo de agua potable.....	583
Tabla 247: Consumo de teléfono .....	583
Tabla 248: costos totales de prestación de servicios y costos administrativos .....	583
Tabla 249: Resumen de capital de trabajo.....	584
Tabla 250: Costos de mobiliario línea estratégica 2. ....	585
Tabla 251: Costos de equipo línea estratégica 2.....	585
Tabla 252: Gastos de organización legal línea estratégica 2.....	586
Tabla 253: Resumen de inversión fija total.....	587
Tabla 254: Costos de inventario de la despensa .....	587
Tabla 255: Costos de materiales indirectos LE2.....	588
Tabla 256: Salarios de línea estratégica 2. ....	588
Tabla 257: Costos de servicios básicos línea estratégica 2. ....	589
Tabla 258: resumen de capital de trabajo de línea estratégica 2. ....	589
Tabla 259: Costos de mano de obra línea estratégica 2. ....	590
Tabla 260: Costos de materiales indirectos línea estratégica 2.....	590
Tabla 261: Costos depreciación de mobiliario línea estratégica 2.....	591
Tabla 262: Costos de Inversión inicial de granos básicos.....	591
Tabla 263: Costos de suministros de área administrativa .....	592
Tabla 264: Costos de depreciación de mobiliario y equipo .....	593
Tabla 265: consumo de energía eléctrica Línea estratégica 2. ....	593
Tabla 266: Consumo de agua potable línea estratégica 2. ....	594
Tabla 267: Consumo de servicio telefónico .....	594
Tabla 268: Costos totales .....	595
Tabla 269: Costos de Inversión inicial de granos básicos.....	595
Tabla 270: Costos unitario.....	597

Tabla 271: Costos unitario.....	598
Tabla 272: Costos unitario.....	599
Tabla 273: Costos unitario.....	600
Tabla 274: Costos de mobiliario de línea estratégica 3. ....	602
Tabla 275: Costos de equipo línea estratégica 3.....	602
Tabla 276: Resumen de costos de inversión .....	603
Tabla 277: costo de servicios profesionales en capital de trabajo línea estratégica 3. ....	604
Tabla 278: costo de servicios profesionales en capital de trabajo línea estratégica 3. ....	604
Tabla 279: Resumen de capital de trabajo línea estratégica 3. ....	605
Tabla 280: costo de depreciación línea estratégica 3. ....	605
Tabla 281: costo de mano de obra línea estratégica 3. ....	606
Tabla 282: costo de suministros de área administrativa .....	606
Tabla 283: costo de depreciación de mobiliario y equipo. ....	607
Tabla 284: Consumo de energía eléctrica línea estratégica 3.....	607
Tabla 285: Consumo de agua potable línea estratégica 3. ....	608
Tabla 286: Resumen de costos línea estratégica 3. ....	608
Tabla 287: costo de mobiliario línea estratégica 5.....	609
Tabla 288: costo de equipo línea estratégica 5.....	610
Tabla 289: costo de mano de obra directa línea estratégica 5. ....	611
Tabla 290: costo de insumos línea estratégica 5.....	611
Tabla 291: costo de depreciación línea estratégica 5. ....	612
Tabla 292: costos administrativos línea estratégica 5. ....	612
Tabla 293: costo de suministro de área administrativa .....	613
Tabla 294: Consumo de energía eléctrica línea estratégica 5.....	613
Tabla 295: Consumo de agua potable línea estratégica 5. ....	614
Tabla 296: Consumo de teléfono línea estratégica 5.....	614
Tabla 297: Costos totales línea estratégica 5. ....	614
Tabla 298: costo de mobiliario línea estratégica 6.....	615
Tabla 299: costo de equipo línea estratégica 6.....	615
Tabla 300: resumen de inversión fija línea estratégica 6.....	616
Tabla 301: Salarios línea estratégica 6. ....	617
Tabla 302: costo de suministros línea estratégica 6. ....	617
Tabla 303: costo de depreciación línea estratégica 6. ....	618
Tabla 304: costos administrativos línea estratégica 6. ....	618
Tabla 305: costo de suministro línea estratégica 6.....	618
Tabla 306: costo de depreciación de área adminisitrativa .....	619
Tabla 307: Consumo de energía eléctrica línea estratégica 6.....	619
Tabla 308: Consumo de agua potable línea estratégica 6. ....	620
Tabla 309: Consumo de servicio telefónico línea estratégica 6.....	620
Tabla 310: Resumen de costo totales línea estratégica 6.....	620
Tabla 311: Inversión total del proyecto .....	621
Tabla 312: Capital de trabajo del proyecto .....	622



Tabla 313: Ingresos anuales del proyecto.....	625
Tabla 314: Egresos totales del proyecto .....	626
Tabla 315: Presupuesto de ingreso y egresos.....	627
Tabla 316: Estado de resultados proforma .....	628
Tabla 317: Balance General Inicial .....	629
Tabla 318: Balance general final .....	630
Tabla 319: Indicadores de financiamiento para escenario 1. ....	637
Tabla 320: Indicadores de financiamiento para escenario 2. ....	637
Tabla 321: Indicadores de financiamiento para escenario 3. ....	638
Tabla 322: Razones financieras .....	639
Tabla 323: Razones financieras .....	640
Tabla 324: Indicadores de línea estratégica 1.....	640
Tabla 325: Escenario de locales de comida.....	641
Tabla 326: escenario de locales de artesanías .....	642
Tabla 327: Escenario de negocio de ruta turística .....	643
Tabla 328: Indicadores de línea estratégica 2.....	644
Tabla 329: Indicadores de línea estratégica 3.....	646
Tabla 330: Empleos generados. ....	648
Tabla 331: Proyección del IDH .....	649
Tabla 332: Ahorro por canasta básica.....	651
Tabla 333: Cantidad de puesto de trabajo y perfiles. ....	654
Tabla 334: Tipos de impactos ambientales relacionados .....	657
Tabla 335: Predicciones para impactos posibles.....	658
Tabla 336: Criterios y valores para la evaluación Ambiental .....	660
Tabla 337: Matriz de calificación para evaluación ambiental.....	660
Tabla 338: Calificaciones para la Evaluación de los Impactos Ambientales .....	661
Tabla 339: Medidas de Mitigación de impactos .....	662
Tabla 340: Fases de implementación.....	663
Tabla 341: Actividades de implementación. ....	669
Tabla 342: Perfil del gerente del proyecto.....	672
Tabla 343: Perfil del auditor .....	673
Tabla 344: Perfil del asesor legal.....	674
Tabla 345: Perfil del encargo de construcción .....	675
Tabla 346: Símbolos Matriz de responsabilidades.....	676
Tabla 347: Matriz de responsabilidades .....	676
Tabla 348: Actividades de control para la implantación.....	678
Tabla 349: Índices de implantación.....	679
Tabla 350: Simbología de índices .....	679

## INDICE DE FIGURA

Figura 1: Figura de dimensiones del índice de desarrollo humano .....	6
Figura 2: Proceso Administrativo .....	18
Figura 3: Atributos del concepto del Proceso Administrativo .....	18
Figura 4: Principios de la Planeación.....	22
Figura 5: Propósito de la Planeación .....	24
Figura 6: Planeación en el tiempo .....	25
Figura 7: Tipos de Planeación.....	25
Figura 8: Partes del proceso de Planeación .....	26
Figura 9: Circuitos de retroalimentación del control administrativo.....	33
Figura 10: Ubicación del BSE .....	66
Figura 11: Ubicación de la Calle de la Amargura.....	73
Figura 12: Elementos del Modelo de Dirección Estratégica .....	88
Figura 13: Elementos del Análisis Estratégico.....	89
Figura 14: Etapas del elementos Modelo de Dirección Estratégica.....	91
Figura 15: Etapas del Análisis Estratégico .....	92
Figura 16: Metodología para el análisis interno.....	94
Figura 17: Proceso para el cálculo del Índice .....	96
Figura 18: Pasos del Etapas del diagnóstico de influencias del entorno.....	98
Figura 19: Factores del nivel de desarrollo del BSE .....	101
Figura 20: Limitación geográfica del BSE del CHSS.....	106
Figura 21: Metodología para la recolección de datos.....	118
Figura 22: Indicador .....	163
Figura 23: Indicador de esperanza de vida .....	164
Figura 24: Indicador de educación .....	164
Figura 25: Indicador del PIB .....	165
Figura 26: Indicador del IDH.....	165
Figura 27: Recursos del BSE .....	167
Figura 28: Metodología para datos de Recursos Físicos .....	176
Figura 29: Metodología para datos de Recursos Organizaciones .....	176
Figura 30: Metodología para datos de Recursos Financieros .....	177
Figura 31: Metodología para datos de Recursos Intangibles .....	177
Figura 32: Metodología para datos de Recursos Seguridad.....	177
Figura 33: Esquema de ubicación de alumbrado deficiente o inexistente en BSE .....	178
Figura 34: Esquema de ubicación de calle en mal estado en BSE.....	179
Figura 35: Esquema de ubicación de promontorios de basura en BSE.....	180
Figura 36: Elementos del Análisis Estratégico.....	211
Figura 37: Pasos del Etapas del diagnóstico de influencias del entorno.....	212
Figura 38: Análisis externo Principales Factores a considerar .....	215
Figura 39: Aspectos a investigar de cada factor externo .....	216
Figura 40: Aspectos a investigar de cada factor externo .....	217

Figura 41: Actividades económicas de San Salvador .....	285
Figura 42: Factores demográficos y culturales de San Salvador .....	293
Figura 43: Vías de acceso terrestre a Ubicación de San Salvador .....	298
Figura 44: Vías de acceso a Ubicación de Barrio San Esteban .....	299
Figura 45: Vías de acceso a Ubicación de San Salvador .....	300
Figura 46: Recursos turísticos cercanos a Municipio San salvador .....	303
Figura 47: Recursos turísticos del CHSS .....	304
Figura 48: Recursos turísticos del CHSS por barrios.....	305
Figura 49: Análisis PEST de factores Internos Nivel de desarrollo del BSE .....	308
Figura 50: Análisis PEST de factores Internos de Recursos del BSE .....	309
Figura 51: Análisis PEST de factores Externos del BSE (Política Nacional y Municipal, Economía Nacional y Municipal).....	310
Figura 52: Análisis PEST de factores Externos del BSE (Demográficos, culturales y ambientales, Social, Localización y vías de acceso, grupo Involucrados) .....	311
Figura 53: Análisis PEST de factores Externos del BSE (Competencia, Clientes).....	312
Figura 54: Cuadro de mando integral .....	332
Figura 55: Cuadro de mando integral como sistema de información.....	333
Figura 56: Perspectivas del cuadro de mando integral.....	335
Figura 57: Proceso de construcción y seguimiento del CMI .....	339
Figura 58: Relación Causa efecto entre factores.....	341
Figura 59: Relaciones causa efecto entre indicadores.....	346
Figura 60: Metodología de Diseño del CMI.....	347
Figura 61: Posicionamiento estratégico.....	349
Figura 62: Líneas estratégicas .....	355
Figura 63: Medio de transporte .....	401
Figura 64: Modelo de encuesta de satisfacción del cliente .....	403
Figura 65: Imagen del proyecto .....	412
Figura 66: Estructura del Sistema.....	439
Figura 67: Formato de carnet.....	443
Figura 68: Procedimiento de obtención de recursos financieros .....	464
Figura 69: Procedimiento para obtención de recursos.....	466
Figura 70: Procedimiento de obtención de recursos .....	469
Figura 71: Estructura Organizativa de la Cooperativa ACOVICHSS .....	481
Figura 72: Esquema de entorno dinámico como organización.....	482
Figura 73: <b>Esquemas de pasos a seguir en evaluación</b> .....	544
Figura 73: Flujo neto de efectivo.....	549
Figura 74: Balance General .....	550
Figura 74: Esquema Desarrollo de evaluación Económica-Financiera.....	559
Figura 77: Metodología del estudio económico .....	560
Figura 78: Esquema de Inversiones y costos.....	561
Figura 79: Esquema de evaluación económica-financiera.....	562
Figura 80: Esquema de evaluación social.....	562

Figura 81: Esquema del plan de implementacion .....	563
Figura 82: Vista de planta del kioscos de comida .....	565
Figura 83: vista frontal de kiosco de comida.....	565
Figura 84: Vista de planta del kioscos artesanías.....	567
Figura 85: vista frontal de kiosco de artificial .....	567
Figura 86: Inversiones fijas.....	601
Figura 87: Proceso de transformación del Medio Ambiente .....	655
Figura 88: Desglose Analítico Implantación .....	664
Figura 74: Programación de actividades .....	670
Figura 74: Organigrama general de implantación.....	671

### INDICE DE GRAFICO

Gráfico 1: Grafico de índice de desarrollo humano por país .....	36
Gráfico 2: Índice de desarrollo humano en Centroamérica .....	37
Gráfico 3: Índice de pobreza humana en Centroamérica .....	37
Gráfico 4: Índice de Desarrollo humano según tipo de inserción laboral 2006.....	41
Gráfico 5: Población Analfabeta por área .....	43
Gráfico 6: Tasa de asistencia escolar por área .....	44
Gráfico 7: Escolaridad promedio por área .....	44
Gráfico 8: PEA según nivel de empleo.....	46
Gráfico 9: Tasa de desempleo por área.....	46
Gráfico 10: Proporción de Hogares en Pobreza a nivel Nacional.....	47
Gráfico 11: Tasa de crecimiento real del PIB.....	50
Gráfico 12 : Tasa de inflación (precios al consumidor) .....	51
Gráfico 13: Esperanza de vida al nacer .....	53
Gráfico 14: Tasa de alfabetización .....	54
Gráfico 15: Participación del turismo en el PIB por trimestre del 2009.....	82
Gráfico 16: Gasto turístico 2004-2009 .....	85
Gráfico 17: Visitantes Internacionales a El Salvador 2004-2009.....	86
Gráfico 18: Ingreso de divisas por turismo 2004-2009 .....	86
Gráfico 19: Ingreso por turismo I trimestre 2010 .....	87
Gráfico 20: Estadía promedio de los turistas 2004-2009.....	87
Gráfico 21: Porcentaje de Hombres y Mujeres por hogar .....	121
Gráfico 22: Genero de las personas jefe de hogar.....	121
Gráfico 23: Familias en la q ha fallecido un miembro .....	122
Gráfico 24: Número de personas que trabajan en la vivienda.....	122
Gráfico 25: Tipo de trabajo.....	123
Gráfico 26: Área de Trabajo .....	123
Gráfico 27: Personas que posee prestaciones .....	124
Gráfico 28: Personas que buscan empleo actualmente.....	124

Gráfico 29: Ingreso mensual familiar .....	125
Gráfico 30: Acceso a servicios .....	126
Gráfico 31: Otros Ingresos.....	127
Gráfico 32: Primer lugar de Gastos de Manutención.....	127
Gráfico 33: Segundo lugar de Gastos de Manutención.....	127
Gráfico 34: Tercer lugar de Gastos de Manutención .....	128
Gráfico 35: Cuarto lugar de Gastos de Manutención.....	128
Gráfico 36: Quinto lugar de Gastos de Manutención.....	128
Gráfico 37: Sexto lugar de Gastos de Manutención.....	129
Gráfico 38: Porcentaje de inversión económica .....	129
Gráfico 39: Factores que impiden la inversión.....	129
Gráfico 40: Inversión de Fuerza Laboral.....	130
Gráfico 41: Proyectos a realizar con participación ciudadana. ....	130
Gráfico 42: Proyectos a realizar con participación ciudadana. ....	131
Gráfico 43: Personas que estudian por genero.....	131
Gráfico 44: Personas que no estudian por género.....	131
Gráfico 45: Porcentaje de personas que saben leer .....	132
Gráfico 46: Porcentaje de personas que saben leer por género .....	132
Gráfico 47: Porcentaje de personas que no saben leer por edad.....	132
Gráfico 48: Nivel educativo .....	133
Gráfico 49: Porcentaje de estudiantes dentro o fuera del BSE.....	133
Gráfico 50: Factores que impiden estudiar .....	134
Gráfico 51: Porcentaje de personas que conocen Iglesias e Infraestructuras .....	134
Gráfico 52: Infraestructuras que conocen.....	135
Gráfico 53: Porcentaje de personas que saben que Iglesias e Infraestructuras son patrimonios. 135	
Gráfico 54: Porcentaje Iglesias e Infraestructuras que conocen como patrimonios .....	135
Gráfico 55: Nivel de honradez.....	136
Gráfico 56: Nivel de Amabilidad.....	136
Gráfico 57: Nivel de asistencia a eventos religiosos. ....	137
Gráfico 58: Promedio de asistencia a clases. ....	138
Gráfico 59: Promedio de responsabilidad de las tareas.....	138
Gráfico 60: Ayuda alimentaria de organizaciones.....	139
Gráfico 61: lugar donde obtiene los alimentos.....	139
Gráfico 62: Alimentos que consume en su vivienda.....	140
Gráfico 63: Alimentos que consume como los obtiene. ....	141
Gráfico 64: Alimentos donde los obtiene .....	142
Gráfico 65: Precio prometido de los Alimentos. ....	143
Gráfico 66: Porcentaje de asaltos.....	145
Gráfico 67: Seguridad del BSE según criterio .....	145
Gráfico 68: Frecuencia de agentes oficiales en el BSE. ....	146
Gráfico 69: Eficiencia de los puestos policiales.....	146
Gráfico 70: Seguridad .....	147

Gráfico 71: Inversión como porcentaje de seguridad.....	147
Gráfico 72: Producción de la muestra.....	157
Gráfico 73: Producción total.....	160
Gráfico 74: Fuerza laboral del BSE.....	207
Gráfico 75: Sabe leer y escribir.....	207
Gráfico 76: Nivel de educación.....	207
Gráfico 77: Porcentaje de turismo por género.....	243
Gráfico 78: Turistas por edad.....	243
Gráfico 79: País de procedencia turística.....	244
Gráfico 80: Motivos de visita al país.....	244
Gráfico 81: San Salvador como destino turístico.....	245
Gráfico 82: Motivos de las visitas a San Salvador.....	245
Gráfico 83: San Salvador como primera experiencia en turismo.....	245
Gráfico 84: Visitas San Salvador.....	246
Gráfico 85: Disposición a visitar CHSS.....	246
Gráfico 86: Factores condicionantes para Visitas San Salvador.....	246
Gráfico 87: Patrimonios que le gustaría conocer.....	247
Gráfico 88: Horario de Visitas Turísticas.....	248
Gráfico 89: Tiempo de Duración de Visitas Turísticas.....	248
Gráfico 90: Época del año de Visitas Turísticas.....	249
Gráfico 91: Gasto por paseo Turísticos.....	249
Gráfico 92: Paquete turístico.....	249
Gráfico 93: Transporte de Visitas Turísticas.....	250
Gráfico 94: Formas de pago de Visitas Turísticas.....	250
Gráfico 95: Medios de comunicación de preferencia.....	251
Gráfico 96: Formas de promoción.....	251
Gráfico 97: Experiencia similares de visitas turísticas a otros países.....	251
Gráfico 98: País de Experiencia similares de visitas turísticas.....	252
Gráfico 99: Pago de paquete turístico.....	252
Gráfico 100: Precio de paquete turístico.....	253
Gráfico 101: Elementos que incluyen un paquete turístico.....	253
Gráfico 102: Primer lugar de producto de compra en visita turística.....	254
Gráfico 103: Segundo lugar de producto de compra en visita turística.....	254
Gráfico 104: Tercer lugar de producto de compra en visita turística.....	254
Gráfico 105: Cuarto lugar de producto de compra en visita turística.....	255
Gráfico 106: Tipo de Artesanías que le gustaría comprar.....	255
Gráfico 107: Alimentos típicos.....	255
Gráfico 108: Tipo de alimentos típicos demandados.....	256
Gráfico 109: Demanda del chocolate con significado histórico.....	257
Gráfico 110: Formas de venta del chocolate.....	257
Gráfico 111: Género del turista Nacional.....	258
Gráfico 112: Edad del turista Nacional.....	258

Gráfico 113: Departamentos donde reside el turista Nacional .....	258
Gráfico 114: Porcentaje de visitas al CHSS.....	259
Gráfico 115: Motivos de visitas al CHSS .....	259
Gráfico 116: Volvería a visitar la capital .....	260
Gráfico 117: Disposición a Visitar CHSS por atractivos turísticos .....	260
Gráfico 118: Condiciones para visitas al CHSS .....	261
Gráfico 119: Atractivos turísticos de preferencia .....	261
Gráfico 120: Tradiciones religiosas que le gustaría conocer.....	262
Gráfico 121: Patrimonios culturales que le gustaría conocer .....	262
Gráfico 122: Horario de visitas turísticas TN.....	263
Gráfico 123: Paquetes turísticos complementarios .....	263
Gráfico 124: Tiempo de duración de la visita turística TN .....	263
Gráfico 125: Épocas de año de visita turística.....	264
Gráfico 126: Cantidad dispuesta a pagar por paseo turístico .....	264
Gráfico 127: Formas de transporte .....	265
Gráfico 128: Elementos que componen el paquete.....	265
Gráfico 129: Experiencia similares de turismo .....	266
Gráfico 130: Países de Experiencia similares de turismo .....	266
Gráfico 131: Pago de paquete turístico.....	266
Gráfico 132: Precio del paquete turístico TN .....	267
Gráfico 133: Elementos que incluye paquete turístico .....	267
Gráfico 134: Primer lugar de producto de compra en visita turística TN .....	268
Gráfico 135: Segundo lugar de producto de compra en visita turística TN .....	268
Gráfico 136: Tercer lugar de producto de compra en visita turística TN .....	268
Gráfico 137: Cuarto lugar de producto de compra en visita turística TN .....	269
Gráfico 138: Quinto lugar de producto de compra en visita turística TN .....	269
Gráfico 139: Artesanías demandadas por turistas Nacionales .....	269
Gráfico 140: Disponibilidad de degustar productos típicos .....	270
Gráfico 141: Demanda de; chocolate con significado Histórico .....	270
Gráfico 142: Formas de venta del chocolate.....	271
Gráfico 143: Personas que incluyen San salvador en Visita turística.....	272
Gráfico 144: Personas que volverían a visitar San salvador .....	272
Gráfico 145: Personas que han visitado CHSS.....	272
Gráfico 146: Personas que volverían a CHSS.....	273
Gráfico 147: Visitas al CHSS por motivos turísticos.....	273
Gráfico 148: Ingresos por turismo El Salvador .....	278
Gráfico 149: PIB por actividad Económica en El Salvador .....	285
Gráfico 150: Población de El Salvador en 2008.....	289
Gráfico 151: Población de San Salvador 2008.....	289
Gráfico 152: Porcentaje de hogares con remesas.....	290
Gráfico 153: Tasa de Analfabetismo en El Salvador .....	291
Gráfico 154: Tasa de Analfabetismo San Salvador .....	291

Gráfico 155: Tasa de Analfabetismo San Salvador por Género .....	292
Gráfico 156: Año de escolaridad promedio de la población El salvador.....	292
Gráfico 157: Año de escolaridad promedio de la población San Salvador .....	293
Gráfico 158: Población total por edad El Salvador.....	294
Gráfico 159: Población total por edad en San Salvador.....	295
Gráfico 160: Población total por sexo en el Salvador .....	296
Gráfico 161: Población total por sexo en San Salvador .....	296
Gráfico 162: Total de viviendas en San Salvador .....	297
Gráfico 163: Personas por hogar en El Salvador .....	297
Gráfico 164: Calificaciones de las líneas de acción .....	371
Gráfico 165: Población sin acceso a la canasta básica .....	429
Gráfico 166: Consumo de alimentos en el BSE .....	430
Gráfico 167: Grafico de evaluación de criterios.....	435
Gráfico 168: calificaciones obtenidas por las organizaciones.....	480



# INTRODUCCIÓN

---

---

El Plan de Desarrollo Local para el Barrio San Esteban del Centro Histórico de San Salvador tiene como objetivo que los habitantes del BSE puedan percibir el desarrollo en diferentes áreas como educación, seguridad, alimentación y educación; Desarrollo que se puede lograr a través del aumento de sus ingresos principalmente.

El plan inició con una investigación de campo donde se dieron a conocer aspectos generales de los habitantes del BSE en base a los cuales se pudo obtener el IDH del mismo, al momento de la investigación, también se investigaron aspectos del mercado potencial para comprobar la posibilidad de obtener ingreso a través del turismo, convirtiendo a este último en principal fuente generadora de ingresos.

Conociendo la realidad del BSE en términos de Desarrollo y conociendo también la disponibilidad de los turistas en visitar el CHSS para conocer su historia y cultura, se inició el diseño de las estrategias a seguir para lograr el objetivo planteado, esto consistió en la definición de las líneas estrategias en torno a: Economía, Educación, Alimentación, Seguridad y Organización; Por cada una de estas líneas se plantearon una serie de objetivos y acciones para lograr dichos objetivos, planteando también la manera en que se verificaría el cumplimiento de los objetivos planteados a través de indicadores.

Luego del diseño de las estrategias para aumentar el desarrollo de los habitantes del barrio fue necesaria la definición de la organización adecuada para liderar el proyecto así como la determinación de la mejor forma de obtener los recursos económicos para ejecutarlo.

Luego del diseño se cuantifican los recursos necesarios para hacer realidad dicho desarrollo, planteando costos para cada una de las propuestas diseñadas y haciendo las evaluaciones económicas, financieras, sociales y de género respectivas que comprueben la eficiencia de las propuestas realizadas.

La viabilidad del proyecto se puede analizar desde dos perspectivas, la primera a través de los ingresos que percibirá el ente organizador del proyecto, a través del ingreso directo de efectivo de cada propuesta de negocio descrita, por otro lado se deben considerar los beneficios que obtendrán directamente las familias del BSE sin que se vean reflejados en las utilidades del proyecto.

# OBJETIVOS

---

---

## OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de desarrollo socioeconómico que promueva la mejora de la calidad de vida de los habitantes del barrio San Esteban y a su vez contribuya al rescate del centro histórico de San Salvador.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Realizar un diagnóstico de la situación actual del barrio San Esteban a partir de los datos recopilados y el análisis de estos.
- ✓ Elaborar un plan de desarrollo con base en el potencial turístico para impulsar el desarrollo económico de los habitantes del barrio San Esteban.
- ✓ Elaborar una propuesta de un plan de alimentación básica para combatir la pobreza garantizando el acceso a la canasta básica alimentaria de los habitantes del barrio San Esteban.
- ✓ Elaborar un plan de educación complementaria y cultura para el impulso del desarrollo social de los habitantes del barrio San Esteban.
- ✓ Proponer un plan de prevención de la violencia para mejorar las condiciones de seguridad a mediano y largo plazo en el sector del barrio San Esteban.
- ✓ Elaborar un plan de capacitación y difusión a las personas involucradas directamente con el proyecto para garantizar la calidad y sostenibilidad del proyecto en el barrio San Esteban.
- ✓ Evaluar económica y financieramente el plan de desarrollo y sus probables escenarios para determinar los beneficios que esta tendrá a favor de comunidad del barrio San Esteban y el Centro histórico de San Salvador.
- ✓ Elaborar un plan de implantación que permita desarrollar la propuesta de gestión integral

# ALCANCES Y LIMITACIONES

---

---

## ALCANCES

- ✓ El estudio bajo la línea de acción de propuesta de negocio basada en turismo abarcará propuestas y diseños comprendidos a lo largo de calle de la amargura que pertenece al barrio San Esteban del centro histórico de San Salvador.
- ✓ Se llegará hasta el establecimiento de las necesidades de infraestructura y servicios básicos que son necesarias para la puesta en marcha del proyecto debido a que la restauración del patrimonio así como la instalación de servicios básicos como agua y luz son responsabilidad de las instancias gubernamentales.

## LIMITACIONES

- ✓ Dependencia de los planes de Instituciones como SECRETARIA DE CULTURA, MINISTERIO DE TURISMO Y ALCALDIA DE SAN SALVADOR para la rehabilitación de las infraestructuras arquitectónicas de la zona y la gestión de servicios básicos en la zona.
- ✓ El estudio deberá concluirse antes de las fechas independentistas del año 2011 debido a las personas pertenecientes a instituciones de diversos países que asistirán a los actos en dichas fechas y que pueden estar interesados en invertir en el proyecto.

## IMPORTANCIA

---

---

La importancia de este proyecto se deriva de varios factores como el económico y social entre otros que se detallan a continuación:

- **Desarrollo Comunal**

Al impulsar el desarrollo del barrio San Esteban por medio de un plan de turismo cultural se genera una gran oportunidad de empleos, según el ministerio de turismo en el primer trimestre de año 2009 se generó 41,064 empleos con lo que se contrarrestaría la tasa de desempleo actual de 6.6% en el país según estadísticas oficiales en el año 2008, con la creación del proyecto se tiene como meta la generación de por lo menos 40 empleos directos y en consecuencia la creación de 100 empleos indirectos los cuales serían la base para un crecimiento en el PIB que aunque pueda ser insignificante en un inicio, la ejecución del proyecto puede marcar el inicio de una recuperación completa del centro histórico de san salvador, lo cual implicaría un incremento mayor en cuanto a turismo. Es importante el desarrollo del BSE ya que en índices como educación, trabajo e ingresos se tiene los siguientes datos:

En educación el 55.6% ha cursado estudios básicos, el 16.4% bachillerato y el 4.2% superior universitario (completo o incompleto). El 8.5% no ha cursado ningún estudio. Teniendo en cuenta que el 68.8% de la población posee edades entre los 10 y 59 años (edad adecuada para trabajo) se tiene que en el sector se localiza un 41.1% desempeñándose como vendedores ambulantes, un 17.9% se desempeña en el sector informal de los servicios. Un porcentaje más reducido (3.2%) laboraba en una manufacturera y artesanías, y el 2.1% tenía un empleo formal. Con respecto al ingreso que se genera con estas condiciones en un 81.7% de los jefes/as de familia se ubicaba en el rango de uno y dos salarios mínimos (US\$ 144.00, año 2002. Además la mayoría de los habitantes viven en mesones y la jefatura del hogar es por el hombre en un 63.8%.

En el área de influencia se ayudara a los habitantes del barrio San Esteban a mejorar su nivel de vida, mejorando las oportunidades de estudio, salud y desarrollo comunal. Además regenerar las industrias tradicionales, al brindarles una expansión de su mercado de productos autóctonos del lugar.

- **Factor Económico**

En el aspecto económico con el desarrollo del barrio San Esteban por medio de un plan de turismo será importante ya que este sector representa un porcentaje del 2.1 % del PIB en la economía de El Salvador para el primer trimestre del año 2009. Este sector es muy importante desde el punto de vista de la adquisición de ingresos mediante la Exportación de turismo porque, aunque en realidad lo reciben, se trata de un producto de exportación solo que consumido en el lugar de producción. Además tiene un efecto positivo en las exportaciones de otros bienes, pues promociona los productos locales a través de los turistas que los han conocido en el lugar. Por lo tanto, proyectos como este contribuirán a mejorar económicamente al país.

# JUSTIFICACION

---

---

El proyecto de plan de desarrollo para el barrio San Esteban del centro histórico de San Salvador se justifica por los siguientes factores:

Uno de los factores importante es el valor histórico que tienen los patrimonios culturales tangibles concentrados en la calle de amargura (sexta calle oriente) como lo es el campanario de independencia, la iglesia San Esteban, el cuartel central de la policía (museo), la arquitectura de las casas coloniales y algunos escritos de José Matías Delgado. No se puede dejar de lado la riqueza existente en valor cultural sobre el patrimonio intangible de la calle de la amargura que atrae la visita de miles de personas al sector en las épocas litúrgicas de la iglesia católica.

Además es oportuno porque ya existen iniciativas de desarrollo a fin de contribuir en la promoción de este sector como es la remodelación de la plaza san esteban, restauración de patrimonios culturales como el Cuartel general de la policía en donde se ha instalado un museo, restauración del campanario y de algunas casas coloniales.

Existe un acuerdo de entendimiento firmado por La Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) y la Alcaldía de San Salvador para el fortalecimiento municipal en materia de planificación y gestión del centro histórico en donde se contempla la contratación del Plan Especial de Recuperación de la calle de la Amargura. Además ya existen rutas turísticas realizadas por la POLITUR en el centro de San Salvador

Otro factor importante es que en el año 2011 se cumplen 200 años del primer grito de independencia lo cual atraería a muchos turistas y sería un momento oportuno para buscar inversión para la zona y fomentar el turismo de manera permanente.

Debido a este acontecimiento a nivel latinoamericano diversas instituciones están interesadas en promover proyectos que fomenten el desarrollo y recuperación del centro histórico como lo son: CONCULTURA, MINISTERIO DE TURISMO, ALCALDIA DE SAN SALVADOR (AMSS), AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACION INTERNACIONAL (AECI).

Una de las carreras más adecuadas para la elaboración de este tipo de proyectos es la Ingeniería Industrial, ya que permiten respaldar los resultados con una gran gama de herramientas y técnicas; principalmente en los aspectos técnicos, en donde se justifica claramente todos los requerimientos y diseño de procesos además la realización de evaluaciones económicas financieras.

## **APORTE DE LA INGENIERIA INDUSTRIAL AL DESARROLLO LOCAL**

El Salvador está caracterizado por las grandes necesidades de impulsar el desarrollo para sus habitantes que les permita tener acceso a una mejor calidad de vida. Las distintas ramas de las ingenierías han hecho un aporte esencial tanto en la creación de propuestas así como la ejecución de estas. La ingeniería industrial ha venido evolucionando en sus distintas áreas de desempeño

dejando atrás el hecho de trabajar sobre única y exclusivamente los sistemas de producción y es así como en la actualidad la ingeniería industrial se ocupa del diseño, mejoramiento e instalación de sistemas integrados por personas, materiales, información, equipo y energía.

**Visión Global del Ingeniero Industrial** El desarrollo local no puede enfocarse desde un elemento específico sino dentro de un conjunto de elementos que están dentro de contexto, que siendo mejorados pueden generar una mejora calidad de vida para los habitantes de cierta región.

La formación que el ingeniero industrial recibe es la que ha permitido ir incursionando en diversas ramas dentro de las actividades laborales de este. Dentro del aporte al desarrollo local el ingeniero industrial a diferencia de otras ramas de ingeniería tiene la capacidad de analizar las problemáticas con una visión global tomando todos los elementos como un sistema que mejorándolo puede generar desarrollo. El ingeniero industrial está capacitado para solventar situaciones enfocadas a la gestión y planeamiento vistas como sistemas integrados, que son básicos para la generación de propuestas de desarrollo local.

**La optimización de recursos:** La optimización de los recursos ha sido un aporte sustancial en las propuestas de desarrollo debido a que el ingeniero industrial es capaz de generar la máxima utilización de los recursos de la localidad y detectar el desaprovechamiento de estos sin descuidar la calidad y eficacia de estos a través de una optimización de recursos propia de su formación.

**Capacidad de análisis:** Una propuesta de desarrollo debe ser sostenible a través del tiempo. El ingeniero industrial en su formación es capacitado para poder analizar áreas económicas y financieras que le permita la toma de decisiones en las distintas estrategias propuestas para mejorar los índices de desarrollo de una localidad.

**Capacidad técnica.** La formación del ingeniero industrial está caracterizada por una gama de técnicas que le permiten generar diversas estrategias para el aprovechamiento de los recursos o la obtención de estos en las propuestas del desarrollo local. Conocimientos cuantitativos, humanísticos, sociales, la formación económica y financiera, y diversas técnicas de administrativas y de producción se conjuntan para dar al ingeniero industrial la capacidad de poder generar propuestas integrales que beneficien a la promoción del desarrollo en El Salvador.

El principal valor que tiene diseñar un Plan de Desarrollo es dejar atrás la improvisación, la visión de cortísimo plazo. El lugar de estas deficiencias gerenciales sería ocupado por la planificación, es decir, por la concepción de proyectos y programas que irían del corto al largo plazo.

# ETAPA DE DIAGNÓSTICO

# **OBJETIVOS DE LA ETAPA DE DIAGNOSTICO**

---

---

## **OBJETIVO GENERAL DE LA ETAPA DE DIAGNOSTICO**

Diagnosticar la situación actual del Barrio San Esteban tomando en cuenta el potencial turístico de este; con el fin de conceptualizar el diseño óptimo de un plan de desarrollo socioeconómico que ayude al BSE para su desarrollo.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Desarrollar un marco teórico y conceptual de manera que la investigación posea un panorama más amplio que guíe el desarrollo del mismo.
- Establecer las fuentes de información primaria y secundaria necesarias; para recolectar y analizar la información referente los índices de desarrollo humano y el desarrollo de la actividad de turismo.
- Analizar la situación interna de Barrio San Esteban con el propósito de determinar variables, que contribuyan al diseño del plan de desarrollo.
- Determinar las condiciones de vida de los habitantes del BSE, y analizarlas respecto al parámetro de comparación elegido para tener la base de la generación de estrategias orientadas a mejorar dichas condiciones.
- Identificar los perfiles de habitantes, visitantes y turistas del BSE para identificar las áreas en las que pueden hacer un aporte al desarrollo.
- Conocer la percepción de los habitantes del barrio sobre el desarrollo de sus actividades productivas para tener en cuenta sus perspectivas de desarrollo.
- Actualizar y recopilar información de la oferta o potencial turístico del barrio para tener conocimiento del recurso con el que se cuenta para fomentar el desarrollo.
- Determinar la demanda de los productos turísticos Nacional e Internacional del BSE, a fin de establecer propuestas de comercialización que puedan ser factibles para realizarse adoptando las características, necesidades y expectativas de los clientes (turistas).
- Identificar los principales competidores turísticos del BSE, con el fin establecer las estrategias de mercado adecuadas para la oferta del mismo.
- Determinar los requerimientos de diseño para el establecimiento del plan de desarrollo local socioeconómico, con el fin de facilitar algunas decisiones correspondientes a las estrategias, planes a implementar y aspectos organizacionales que afectarán a este.
- Identificar y evaluar las diferentes soluciones a la problemática planteada; con el fin de llegar a la solución óptima proporcionando los lineamientos necesarios para el buen diseño de la propuesta.
- Conceptualizar el diseño de solución que mejor se adapte a las necesidades del proyecto.



# CAPITULO I. MARCO CONCEPTUAL

---

---

## 1.1. DEFICION DE DESARROLLO

---

---

Se entiende como desarrollo, la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales. Para ello se utilizarían tecnologías que no se encuentran en contradicción con los elementos culturales de los grupos involucrados. Este concepto integra elementos económicos, tecnológicos, de conservación y utilización ecológica, así como lo social y político.

Por otra parte el desarrollo establecería una condición de acceso a:

- Los servicios sociales (educación, vivienda, salud, seguridad y a la satisfacción de las necesidades de sobrevivencia en términos de alimento)
- Participación social activa (capacidad del individuo y de las instituciones sociales a garantizar que las agrupaciones de poder sean instancias de intermediación entre los sujetos y actores en la toma de decisiones)

### 1.1.1 DEFINICION DESARROLLO

La más conocida definición de Desarrollo sostenible es la de la Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo (Comisión Brundtland) de 1987

"Es la condición de vida de una sociedad que asegura la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades".

### 1.1.2 DEFINICION DESARROLLO HUMANO (definición del PNUD)

"El desarrollo humano es el proceso de ampliación de las opciones de la gente, aumentando las funciones y capacidades humanas"

El Desarrollo humano representa un proceso a la vez que un fin.

En todos los niveles del desarrollo las tres capacidades esenciales consisten en que la gente viva una vida larga y saludable, tenga conocimientos y acceso a recursos necesarios para un nivel de vida decente. Pero el ámbito del desarrollo humano va mucho más allá: otras esferas de opciones que la gente considera en alta medida incluyen la participación, la seguridad, la sostenibilidad, las garantías de los derechos humanos, todas necesarias para gozar de respeto por sí mismo, potenciación y una sensación de pertenecer a una comunidad.

### **1.1.3 DESARROLLO ECONOMICO**

“Es la capacidad de regiones para crear riqueza a fin de promover o mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía de desarrollo”

### **1.1.4 DESARROLLO URBANO**

“Es la posibilidad de una población determinada, de satisfacer las necesidades básicas: Alimentación, salud, educación, trabajo, vivienda, cultura. Es crear un hábitat en un ambiente armónico, en el que se respete los derechos humanos de las personas; no exista masificación, niños abandonados, mendigos, ni contaminación, ni delincuencia o estas sean mínimas; es decir un lugar racional y equilibrado en el que se respete la dignidad del ser humano; la ecología; seguridad y bienestar social.

Algunos ejes sobresalientes para el desarrollo urbano se describen a continuación:

#### *a) Seguridad*

Proviene de la palabra securitas del latín. Cotidianamente se puede referir a la seguridad como la ausencia de riesgo o también a la confianza en algo o alguien. Sin embargo, el término puede tomar diversos sentidos según el área o campo a la que haga referencia.

La seguridad es un estado de ánimo, una sensación, una cualidad intangible. Se puede entender como un objetivo y un fin que el hombre anhela constantemente como una necesidad primaria

#### *b) Alimentación*

Es el conjunto de acciones mediante las cuales se proporcionan alimentos al organismo. Abarca la selección de alimentos, su cocinado y su ingestión. Depende de las necesidades individuales, disponibilidad de alimentos, cultura, religión, situación socioeconómica, aspectos psicológicos, publicidad, moda, etc. Los alimentos aportan sustancias que denominamos nutrientes, que necesitamos para el mantenimiento de la salud y la prevención de enfermedades.

#### *c) Educación*

El proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no sólo se produce a través de la palabra: está presente en todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes.

El proceso de vinculación y concienciación cultural, moral y conductual. Así, a través de la educación, las nuevas generaciones asimilan y aprenden los conocimientos, normas de conducta, modos de ser y formas de ver el mundo de generaciones anteriores, creando además otros nuevos.

#### *d) Cultura*

Es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano

#### *e) Valores*

Para la axiología o estimativa, una disciplina de la filosofía, el valor además permite ponderar el valor ético o estético de las cosas, por lo que es una cualidad especial que hace que las cosas sean estimadas en sentido positivo o negativo

### **1.1.5 MEDICION DEL DESARROLLO**

La medición tradicional del desarrollo en el mundo se ha basado en la riqueza de las naciones y el indicador más utilizado ha sido el PNB/PIB (herencia de los modelos desarrollistas de la década 50). Sin embargo, este indicador presenta muchas deficiencias y limitaciones:

- Solo mide el crecimiento económico ignorando otras facetas básicas del desarrollo como la salud, educación, esperanza de vida, la democracia, la libertad de expresión, la seguridad.
- Mide medias nacionales, ocultando la situación de grupos de población (hombres/mujeres) (clases altas/bajas) (nacionales/emigrantes) (rural/urbana)
- Sólo mide el trabajo productivo contabilizado y no cuenta el trabajo reproductivo, el voluntario y la economía sumergida (mayores mercados del mundo son economía no contabilizada: armas, drogas...)
- Sólo cuenta el tiempo de trabajo, el tiempo de ocio no se considera riqueza
- Mide incrementos absolutos y no relativos: Un aumento de 10 \$ p/cápita en EEUU y Sudán tiene el mismo valor
- No distingue entre actividades económicas : la producción de armas cuenta igual que la producción de libros
- Las pérdidas de recursos naturales no se contabilizan: la deforestación de un monte o la pérdida de un glaciar no son restados
- Además, el gasto derivado de “reparar” la degradación ambiental (la descontaminación de suelos) es contabilizada en positivo y no como un coste

Desde 1990, se utiliza el IDH (Índice de Desarrollo Humano) creado por PNUD a partir de las aportaciones del economista paquistaní Mahbub UI Haq y del hindú Amartya Sen .

El IDH responde a una visión más amplia del desarrollo y trata de medir 3 componentes: capacidad económica, educación-escolarización y salud.

El IDH es una fusión de indicadores: PIB p/cápita en Paridad de poder adquisitivo, tasa de alfabetización de adultos, tasa de matriculación en primaria secundaria terciaria y la esperanza de vida al nacer. Entre las medidas más utilizadas para medir el desarrollo se pueden citar: Ingreso per cápita, Índice de Desarrollo Humano, Índice de Calidad de Vida.

### 1. Índice de Desarrollo Humano

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha propuesto exitosamente el Índice de Desarrollo Humano (IDH), se basa en tres medidas resumidas de funcionamiento (lo que una persona logra ser o hacer):

- a) La *esperanza de vida* o el funcionamiento básico de vivir larga y saludablemente;
- b) El *alfabetismo* y la *matriculación* escolar o la habilidad de leer, escribir y adquirir conocimientos y
- c) El ingreso (*Producto Interno Bruto (PIB) per cápita* ajustado por paridad y poder de compra PPC), que refleja el estándar económico de vivir o la habilidad para comprar los bienes y servicios que uno desea.

Tradicionalmente se consideraba que la única manera de evaluar el progreso social y económico de un país era a través de la medición del PIB per cápita. Desde 1990, las Naciones Unidas han impulsado la evaluación del desarrollo teniendo en cuenta su carácter multidimensional.

“La expansión de la libertad es tanto el fin primordial del desarrollo como su medio principal. El desarrollo consiste en la eliminación de algunos tipos de falta de libertad que dejan a los individuos pocas opciones y escasas oportunidades para ejercer su capacidad de dirigir su propio destino.” (Sen, 1999.pp. 16)

El IDH incluye tres dimensiones que cualquier persona podría considerar como deseable:

a) **PIB:** Un ingreso suficiente para tener acceso y disfrutar tanto de la propiedad como de los bienes básicos (PIB per cápita). El criterio más común para medir y compara el nivel de desarrollo de un país es el ingreso per cápita

- El PIB per cápita indica la cantidad de bienes y servicios que cada persona de un país podría comprar en un año si los ingresos se distribuyeran por igual para cada habitante.
- Es un indicador fácil de calcular.
- Proporciona una medición aproximada de la productividad relativa con la cual los distintos países emplean sus recursos.
- Mide el bienestar material relativo entre los diferentes países, sin contabilizar la tenencia de tierras o recursos naturales de alta calidad o la productividad de su utilización.
- Para muchos analistas este criterio es insuficiente porque hay países con ingreso per cápita elevado, pero condiciones de vida inferiores a otros que tienen un nivel de ingreso más bajo, porque no incorpora factores como el acceso a los servicios públicos, a la educación, salud, vivienda, entre otros.

b) **ESPERANZA DE VIDA:** La esperanza de vida al nacer es una estimación del promedio de años que viviría un grupo de personas nacidas el mismo año si los movimientos en la tasa de mortalidad de la región evaluada se mantuvieran constantes.

Usualmente se toma como esperanza de vida la edad promedio de fallecimiento, valor que no es exactamente la esperanza de vida. Cuando no existen estadísticas precisas de fallecimiento para una región concreta puede usarse el porcentaje de personas por encima de una cierta edad, etc. Todos esos valores son aproximaciones posibles al valor de la esperanza de vida al nacer.

c) **NIVEL EDUCATIVO:** Cada uno de los tramos en que se estructura el sistema educativo formal. Se corresponden con las necesidades individuales de las etapas del proceso psico-físico-evolutivo articulado con el desarrollo psico-físico social y cultural. Los niveles de educación son: Inicial, Educación General Básica, Polimodal y Superior no universitario.

Este nivel se refiere a un nivel educativo que le permita a la persona aumentar la capacidad de dirigir su propio destino (tasa de analfabetismo y tasa de matrícula)

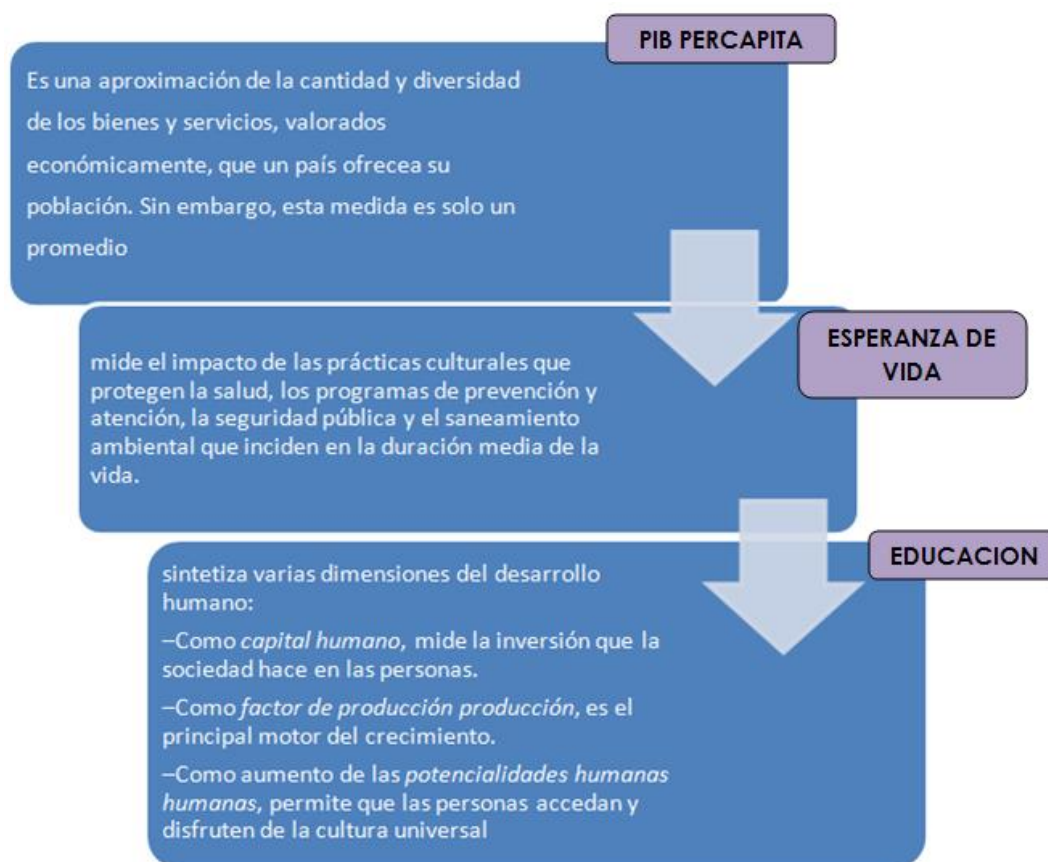


Figura 1: Figura de dimensiones del índice de desarrollo humano

## 2. Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas –NBI

Este índice capta la pobreza estructural. Aunque mide incidencia, no mide el grado. Permite clasificar la población por:

- El acceso a los servicios sanitarios
- Las condiciones de la vivienda
- Dependencia económica
- Inasistencia escolar
- Hacinamiento crítico

## 3. Índice de Condiciones de Vida –ICV

El ICV mide lo que socialmente se considera deseable, incluyendo las variables con mayor poder discriminatorio.

- Es una ordenación parcial, en la que los objetos de valor y su peso cambian en el tiempo. Su medida se hace con las ECV.
- Al definir la población objeto de transferencia, debe tomarse en cuenta, estrictamente, el concepto de equidad y no el de un mercado en el cual la utilidad de cada cual tiene un peso distinto.

Las dimensiones de lo integran son:

1. Variables que miden capital físico individual: **características de la vivienda**
2. Variables que miden el capital físico colectivo: **infraestructura**
3. Variables que miden el capital humano individual: **educación**
4. Variables que miden el capital social básico: **composición del hogar**

Se tiene una función continua que permite medir la intensidad y la distribución, a niveles muy desagregados.

## 4. El índice de desarrollo relativo al género (IDG)

Así como el IDH mide el progreso medio, el IDG ajusta este progreso medio para que se refleje las desigualdades entre hombres y mujeres en las siguientes dimensiones:

- Vida larga y saludable, medida según la esperanza de vida al nacer.
- Educación, medida según la tasa de alfabetización de adultos y la tasa de matriculación combinada en primaria, secundaria y terciaria.
- Nivel de vida digno, medido según el cálculo de los ingresos percibidos (PPA en US\$).

## 5. El índice de potenciación de género (IPG)

El índice de potenciación de género se refiere más a las oportunidades de la mujer que a sus capacidades y refleja las desigualdades de género en tres ámbitos fundamentales:

- Participación política y poder de decisión, medidos en función de la proporción porcentual de hombres y mujeres que forman parte de concejos municipales.

- Participación económica y poder de decisión, medidos en función de dos indicadores: participación porcentual de hombres y mujeres en cargos de altos funcionarios y directivos y participación de hombres y mujeres en puestos profesionales y técnicos.
- Poder sobre los recursos económicos, medidos según el cálculo de los ingresos percibidos por mujeres y hombres (PPA en US\$).

#### 6. *Coeficiente de Gini*

Medida que muestra hasta qué punto se aproxima una determinada distribución de alguna variable –por ejemplo, el ingreso– a la igualdad o la desigualdad absoluta. A medida que el coeficiente se aproxima a cero (uno), la distribución del ingreso se acerca a la igualdad (desigualdad) absoluta.

## **1.2. SOCIECONOMIA**

---

La Socio economía se propone como un nuevo paradigma económico. Entre las bases de pensamiento están los siguientes supuestos:

- Que la Economía está inmersa en la realidad social y cultural y que no es un sistema cerrado y auto-contenido.
- Que los mecanismos de decisión que usan los individuos están influenciados por valores, emociones, juicios y prejuicios, así como por afinidades culturales y otros condicionamientos, y no simplemente por un preciso cálculo de interés propio.

La Sociedad Mundial de Socio-economía (SASE) fue fundada por Amitai Etzioni en Harvard en 1989.

La Socio-economía se presenta para muchos como una de las novedades intelectuales más importantes aparecidas en los últimos años y, sin duda, una de las de más relevancia política. El auge actual de la Socio-economía debe mucho, ciertamente, a esa vocación de paradigma alternativo de la que se ha dotado desde el inicio. Lo que esta nueva perspectiva pretende es reconducir la ciencia económica al seno del contexto social y moral que la vio nacer, con una formulación rigurosa de los criterios de racionalidad o coherencia interna en vista de los fines que se persiguen: la justicia, la solidaridad, y la felicidad globales, y no solamente la maximización de una utilidad llamada interés propio.

### **1.2.1 SOCIO-ECONOMIA VS. ECONOMIA NEOCLASICA**

La economía estándar o neoclásica, de corte neoliberal, ha intentado etiquetar el comportamiento humano de modo que pueda predecir respuestas ante unas condiciones determinadas. Dos son las condiciones que llevan a los economistas (neoclásicos) a calificar de racional un comportamiento: que sea consistente, que se repita ante condiciones semejantes, y que maximice una única

utilidad, el interés propio. La economía neoclásica no pretende conocer al ser humano o a la sociedad, pero de hecho asume que siempre se comporta de la misma manera.

Frente a la economía neoliberal neoclásica, la Socioeconomía denuncia aquí la incapacidad de la economía estándar de proporcionar un criterio transnacional de bienestar. El modo de enfocar los fines, propio del sistema de relaciones comerciales vigente, no tiene otra salida lógica que apostar por el crecimiento continuo, y esto, a pesar de observarse el paralelo aumento de la desigualdad.

Junto a esto la Socioeconomía también delata la incapacidad de la economía estándar para medir el valor, o lo que es lo mismo: la imposibilidad de tener baremos de suficiencia o de crecimiento no monetarizable. Las desigualdades globales, pues, nos dan idea de la pobreza valorativa de los indicadores utilizados al centrar las referencias fundamentalmente en las diferencias de renta. Ciertamente la visión de conjunto nos pone a todos en carrera: una competencia por potenciar un tipo de valores, que como ya denunció el economista y Nobel sueco G. Myrdal, tienen un carácter acumulativo-adquisitivo y son monetarizables hasta la exponencialidad.

Pero hay una tercera crítica que la Socioeconomía lanza a la economía neoclásica y se refiere al marco de análisis relacional. El contexto apropiado es el formado por la suma de relaciones múltiples que continuamente se dan entre tres ámbitos:

1. Los recursos, materias y procesos naturales que posibilitan el sostenimiento vital y los productos iniciales en los procesos de transformación.
2. El sistema de producción y consumo, que es lo que caracteriza a la sociedad industrial y a las transacciones económicas y comerciales que configuran el modelo capitalista moderno.
3. El entorno cultural, conformado por unos valores y sistemas de creencia que, se supone, modelan estilos de vida y priman una serie de aspiraciones sociales determinadas.

Las relaciones entre estos tres ámbitos dan soporte a todo el sistema y lo dotan de su propia coherencia interna. Naturalmente, la ciencia económica, que más propiamente está presente o hace referencia al sistema de producción y consumo, no puede reafirmar su autonomía hasta el punto de romper la relación de dependencia entre los tres ámbitos referidos. Para la Socioeconomía, la economía estándar ha hecho precisamente esto. Y es ésta una de las razones principales por las que en los planteamientos economicistas priman unos fines (técnicos) sobre otros (sociales).

Si en el paradigma económico neoclásico las preferencias eran dadas y constantes en el contexto de una economía y un mercado competitivos, en la propuesta socioeconómica los actores amoldan sus preferencias a los valores de la comunidad. El resultado es que mientras la economía liberal incrementa cada vez más la competitividad entre unos actores económicos definidos exclusivamente como sujetos de mercado (sin una dimensión afectiva, social o cultural), la Socioeconomía prima la cooperación responsable, que incluye esas dimensiones.



<b>ECONOMIA NEOCLASICA VRS SOCIOECONOMIA<sup>1</sup></b>	
<b>ECONOMIA NEOCLASICA</b>	<b>SOCIOECONOMIA</b>
<b>Única utilidad</b>	Al menos doble utilidad: placer y ética.
<b>Sólo razón.</b>	También valores y emociones.
<b>Sujeto individual.</b>	También sujeto colectivo.
<b>Mercado autocontenido.</b>	Existen criterios extramercantiles.
<b>El poder lo da el mercado.</b>	Hay repartos de poder previos al mercado.

*Tabla 1: Economía Neoclásica versus Socioeconómica*

## **1.2.2 EXIGENCIAS DE LA SOCIO-ECONOMIA**

En el encuentro Latinoamericano de cultura y Socio -economía solidaria celebrada en Porto alegre en 1998 se establecieron algunas exigencias primarias para la Socio-economía:

- Construirse a partir de lo local y lo micro, a través de un proceso que venga desde abajo y de dentro, hasta el nivel global y macro.
- Desarrollar tecnologías, metodologías, "la ciencia", además de lenguajes y modos de relación interpersonal que sean coherentes con sus objetivos.
- Elaborar su propia práctica y su propia definición de mercado, incluyendo en ellas los valores de la solidaridad, de la reciprocidad y de la co-responsabilidad y, como consecuencia de esto, darle un nuevo contenido y sentido al dinero.
- Alimentarse por medio de procesos educativos que desarrollen en los sujetos la conciencia de que son productores y consumidores y, además de eso, generadores de sus propias necesidades.
- Introducirse en los programas y currículos de los procesos educativos, desde el inicio de los mismos y de forma continuada.
- La conciencia de que los propios sujetos son los generadores de sus propias necesidades, se plantea a la Socioeconomía como línea estratégica importante, en la medida en que, siendo su significado el empoderamiento de los sujetos, les permite poner límites a su consumo y vivir según la ética de lo suficiente, de lo moderado, de la simplicidad voluntaria y de la co-responsabilidad.
- La Socioeconomía solidaria, como una nueva forma de producir, consumir y de distribuir, no teme proponerse como alternativa viable y sostenible para la satisfacción de las necesidades de la población y de la humanidad.
- La Socioeconomía solidaria es fundamental para los modos de vida que abarquen la integralidad del ser humano y el respeto al medio ambiente.

<sup>1</sup> Fuente: Pérez Adán, José (1997). *Socioeconomía*, Trotta

### **1.3. DESARROLLO SOCIOECONOMICO**

---

El término desarrollo sostenible, perdurable o sustentable se aplica al desarrollo socio-económico y fue formalizado por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas,

Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades

El ámbito del desarrollo sostenible puede dividirse conceptualmente en tres partes: ambiental, económica y social. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica. Deben satisfacerse las necesidades de la sociedad como alimentación, ropa, vivienda y trabajo, pues si la pobreza es habitual, el mundo estará encaminado a catástrofes de varios tipos, incluidas las ecológicas.

#### **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO**

Es la capacidad para crear riqueza a fin de promover o mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad.

### **1.4. TURISMO**

---

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

“Conjunto de actividades que contribuyen al descanso, que ofrecen la posibilidad de conocer y entrar en contacto con otras culturas, expresiones humanas y con la naturaleza diferentes a lo cotidiano que nacen del derecho que tienen los seres humanos a disponer del tiempo libre en la búsqueda de su satisfacción personal y el disfrute de los bienes que proporciona la naturaleza y la sociedad”

#### **1.4.1 DEFICION DE TURISTA**

Se considera turista a “toda persona que viaja a un sitio distinto de su residencia habitual por un periodo mínimo de una noche y no superior a un año, y cuyo principal motivo de visita no sea ejercer una actividad remunerada en el país visitado. El termino incluye personas que viajan por

ocio, recreo o vacaciones para visitar amigos, familiares o motivos profesionales, por tratamiento de salud, por religión, peregrinación o por otros motivos. No se consideran turistas a aquellas personas que se encuentran de paso, desplazados, diplomáticos, viajes de rutina, personal de fuerzas armadas y viajeros temporales” (OMT, 1994)

#### **1.4.2 INDUSTRIA DEL TURISMO (Tipos de turismo)**

La industria del turismo es el “Conjunto de industrias y actividades comerciales que producen bienes y servicios total o principalmente para el consumo turístico como alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, agencias de viaje, operadores de turismo, atracciones comerciales, artesanías y recuerdos que suceden en el origen y en el destino” (Weaver y Opperman).

Los principales tipos de turismo son:

##### a) Turismo de descanso

Conocido también como turismo de Sol y Playa. Se realiza en zonas con playas y soleadas; con temperaturas promedio de 25 y 30 C. Es practicado en gran número por personas que viven en zonas lluviosas, frías o nubladas; o que no tienen playas cercanas en su lugar de residencia.

##### b) Ecoturismo

Es aquella actividad dirigida y controlada que respeta el patrimonio natural y cultural y que se lleva a cabo dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. Busca la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar y su desarrollo debe generar recursos para su preservación y para la comunidad aledaña.

##### c) Turismo Cultural

Es aquella forma de turismo que apunta, entre otros fines, al conocimiento de sitios Históricos y arqueológicos. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de bienes del patrimonio cultural, lo cual sirve de disfrute y medio de comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Por turismo cultural es aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos. Para el turista cultural, el patrimonio cultural y ecológico es el elemento de identidad de los sitios y el atributo diferenciador para su selección. Las principales actividades en torno al patrimonio cultural se relacionan con el patrimonio tangible y destaca la visita a las zonas arqueológicas y monumentos arquitectónicos.

##### d) Turismo Arqueológico

Es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal. Es una forma alternativa de turismo cultural, basado en promocionar la pasión por la arqueología y las iniciativas de conservación de los yacimientos y lugares históricos

e) Turismo Rural

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realizando la cultura, los Valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos.

f) Turismo Gastronómico

Se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas.

g) Turismo Religioso

Desplazamiento de Viajeros a un destino; motivados por su devoción religiosa o por cumplir alguna manda, dar gracias por algún beneficio, alguna petición; viajan a Santuarios o lugares que tienen significado importante en sus creencias.

h) Turismo de negocios

Ya sea Individuos o Grupos, que se desplazan a un Destino con el objetivo de llevar a cabo actividades laborales o profesionales. Se desplaza el Viajero (os) ya sea por realizar negocios o la asistencia a Congresos, Convenciones, Ferias, Exposiciones, Viajes de Incentivos u otros.

i) Turismo de salud

Los Viajeros viajan a los destinos con el objetivo de curar o tratar dolencias, relajarse, tomar tratamientos para rejuvenecer y adelgazar y otros, y a su vez lograr una mejora en el estado espiritual.

### **1.4.3 PATRIMONIO Y RECURSOS TURISTICOS**

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) existen 2 conceptos muy importantes y claramente diferenciados en materia de turismo. Estos son:

Patrimonio Turístico (de un país, región o zona): es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas.

El patrimonio turístico constituye el elemento fundamental que el hombre podrá transformar en recursos turísticos utilizando los medios técnicos, económicos y financieros propios a su entorno cultural, político y social.

Recursos Turísticos: Son todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

#### 1.4.4 SERVICIOS TURISTICOS

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de alimentación, cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Servicio de intermediación, en la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos.
- Servicio de información, cuando se facilite la información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de guía, servicios prestados por guías profesionales, para interpretar el patrimonio natural y cultural.
- Servicio de acogida de eventos congresuales, convenciones o similares.

#### 1.4.5 ORGANIZACIONES NACIONALES RELACIONADAS CON EL TURISMO

Las principales organizaciones nacionales relacionadas con el turismo son:

- **MITUR:** Ministerio de turismo de El Salvador. La misión del ministerio de turismo de El Salvador es posicionar a El Salvador como marca y destino turístico de primer orden en la Región Centroamericana, mediante la ordenación turística del territorio, la mejora cuantitativa y cualitativa de la oferta, así como la puesta en valor y sostenibilidad de los recursos turísticos, haciendo partícipe, mediante la sensibilización, formación e información, a la comunidad salvadoreña, donde quiera que esta resida.
- **CORSATUR:** Corporación Salvadoreña de Turismo
- **ISTU:** Instituto Salvadoreño de Turismo
- **CASATUR:** Cámara Salvadoreña de turismo.
- **ASOTUR:** Asociación salvadoreña de operadoras mayoristas de turismo
- **POLITUR:** Policía Nacional Civil, División turismo
- **AVA:** Asociación de Agencias de viaje autorizadas
- **Asociación Alternativa**

#### 1.4.6 ORGANIZACIONES INTERNACIONALES RELACIONADAS CON EL TURISMO

Las principales organizaciones internacionales relacionadas con el turismo son:

- **OMT:** Organización Mundial de Turismo. Su objetivo es promover el desarrollo económico, social y cultural del turismo y los viajes a nivel mundial. Cooperación entre países. Elaborar datos estadísticos. Asesora de la ONU. Sede en Madrid.
- **OACI:** Organización Internacional de Aviación Civil. Promueve la aviación civil a escala mundial y establece las normas internacionales que la rigen.
- **IATA:** Asociación de Transporte Aéreo Internacional. De carácter privado, forman parte de ella cualquier compañía aérea que tenga de su gobierno autorización para operar de forma regular. Establece cooperación entre compañías en cuanto a servicios, liquidación de billetes, interviene y regula el tráfico aéreo, establece códigos de compañías aéreas, aeropuertos, billetes, actúa en el campo de la seguridad y participa en negociaciones entre gobiernos. Sede en Ginebra y Montreal.
- **IRU:** Unión Internacional de Transporte por Carretera.
- **FUAAV/UFTAA:** Federación Universal de las Asociaciones de Agencias de Viajes o Universal Federation of Travel Agencies Associations. Conformada por las Asociaciones Nacionales de Agencias de Viajes de casi 100 países. Sede en Bruselas.
- **IH&RA:** International Hotel & Restaurant Association. Sede en Londres.
- **ICCA:** International Congress & Convention Association. Ferias, congresos, convenciones y viajes de incentivo. Sede en Ámsterdam.
- **IYHF:** International Youth Hostel Federation. Sede en UK.
- **IFTO:** International Federation of Tour Operators. Sede en UK.
- **IAATO:** International Association of Antarctica Tour Operators. Sede en USA.

#### 1.4.7 DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE

La organización mundial de turismo ha definido el desarrollo turístico sostenible de la siguiente manera: "El turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de acogida, protegiendo y promoviendo las oportunidades para el futuro. Se concibe como una forma de gestionar todos los recursos a fin de satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sustentan la vida. "

En el marco de esta declaración fundamental, se pueden ampliar los principios de desarrollo turístico sostenible:

1. Los recursos naturales, históricos, culturales y de otro tipo empleados por el turismo se conservan para su uso continuando en el futuro, reportando así al menor tiempo beneficios a la sociedad actual.

Este enfoque de desarrollo sostenible reviste especial importancia en el turismo dado que este sector depende principalmente de las actividades y atracciones turísticas que guardan relación con el entorno natural y con el patrimonio cultural e histórico. Si estos recursos se degradan o destruyen, el turismo decae o muere. De hecho la conservación de algunos de estos recursos puede con frecuencia verse favorecida gracias al desarrollo turístico. El mantenimiento de aspectos deseables de las tradiciones culturales e identidades étnicas constituye un elemento importante de conservación del patrimonio cultural de una zona. La conservación de los recursos puede contribuir a que los residentes de una zona adquieran mayor conciencia de su patrimonio y apoyen esta protección.

2. El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales y socioculturales en la zona de turismo.

El criterio ambiental en la planificación y los análisis de capacidad turística son técnicas importantes para evitar problemas socioculturales y ambientales derivados del turismo. La aplicación de tecnología ambientalmente amigable puede contribuir mucho a la reducción de los efectos adversos del desarrollo turístico.

3. La calidad ambiental global de la zona turística se mantiene y mejora donde sea necesario.

La mayoría de los turistas desea visitar zonas atractivas, funcionales, limpias y no contaminadas. El turismo puede representar el incentivo y el medio para mantener y donde sea necesario, mejorar la calidad ambiental de las zonas. Un alto nivel de calidad ambiental es también importante para el disfrute de los residentes locales. El turismo puede contribuir a que los residentes sean más conscientes de la calidad de su entorno y apoyen su mantenimiento y, si es necesario, su mejora.

4. Se mantiene un alto nivel de satisfacción turística de forma que los destinos retienen su comerciabilidad y prestigio.

Si los turistas no están satisfechos, la zona no podrá retener su cuota de mercado y seguir siendo un destino viable. Los enclaves más antiguos, por ejemplo, requieren normalmente una revitalización periódica para mantener su actual sostenibilidad y sus objetivos de mercado.

5. Los beneficios del turismo se reparte ampliamente por toda la sociedad.

El desarrollo turístico debe planificarse y gestionarse de forma que sus beneficios económicos se repartan tan ampliamente como sea posible por toda la comunidad del destino. De esta forma, los beneficios se optimizaran y los residentes prestaran su apoyo al turismo local. Los proyectos turísticos de base comunitaria son una técnica importante para hacer llegar los beneficios a los residentes del área.

#### **1.4.8 IMPORTANCIA SOCIOECONOMICA DEL TURISMO**

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen en el aspecto económico: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que se desarrolla de forma más activa se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuando a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

### **1.5. PROCESO ADMINISTRATIVO**

---

---

#### **1.5.1 LA ADMINISTRACION**

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.

La administración comprende varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina, correctamente.

#### **1.5.2 LA ADMINISTRACION COMO PROCESO**

Un proceso es una forma sistemática de hacer las cosas. Se habla de la administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los gerentes, sean cuales fueran sus aptitudes o habilidades personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas que desean.





Figura 2: Proceso Administrativo

En su concepción más sencilla se puede definir el proceso administrativo como la administración en acción, o también como:

*“El conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.”*

<b>Universalidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Existe en cualquier grupo social y es susceptible de aplicarse lo mismo en una empresa industrial que: en el ejército, en un hospital, en un evento deportivo, etc.</li> </ul>
<b>Valor instrumental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Dado que su finalidad es eminentemente práctica, la administración resulta ser un medio para lograr un fin y no un fin en sí misma: mediante ésta se busca obtener determinados resultados</li> </ul>
<b>Especificidad.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Aunque la administración se auxilie de otras ciencias y técnicas, tiene características propias que le proporcionan su carácter específico. es decir, no puede confundirse con otras disciplinas afines como en ocasiones ha sucedido con la contabilidad o la ingeniería industrial.</li> </ul>
<b>Flexibilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•La administración es afín a todas aquellas ciencias y técnicas relacionadas con la eficiencia en el trabajo.</li> </ul>
<b>Interdisciplinariedad.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Los principios administrativos se adaptan a las necesidades propias de cada grupo social en donde se aplican. La rigidez en la administración es inoperante</li> </ul>

Figura 3: Atributos del concepto del Proceso Administrativo

## **1. PLANEACION**

### **a) Definición de Planeación**

En una administración es imprescindible determinar los resultados que pretende alcanzar el grupo social, así como las condiciones futuras y los elementos necesarios para que éste funcione eficazmente. Esto sólo se puede lograr a través de la planeación. Carecer de estos fundamentos implica graves riesgos, desperdicio de esfuerzos y de recursos, y una administración por demás fortuita e improvisada.

Por estas razones es que la planeación precede a las demás etapas del proceso administrativo, ya que planear implica hacer la elección de las decisiones más adecuadas acerca de lo que se habrá de realizar en el futuro. La planeación establece las bases para determinar el elemento riesgo y minimizarlo.

- "La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización". A. Reyes Ponce.
- "Determinación del conjunto de objetivos por obtenerse en el futuro y el de los pasos necesarios para alcanzarlos a través de técnicas y procedimientos definidos" Ernest Dale.
- "Planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados esperados" George R. Terry.
- "La planeación es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se embozan planes y programas" J. A. Fernández Arenas.
- "Planear es el proceso para decidir las acciones que deben realizarse en el futuro, generalmente el proceso de planeación consiste en considerar las diferentes alternativas en el curso de las acciones y decidir cuál de ellas es la mejor" Robert N. Anthony.

### **b) Importancia de la planeación**

La importancia de la planeación en la vida actual donde el cambio está presente constantemente, la planeación permite asimilar estos cambios. A continuación se dan razones por las cuales la planeación es importante.

- Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, más no los elimina.
- Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, con las mayores garantías de éxito.
- Mantiene una mentalidad futurista teniendo más visión del porvenir y un afán de lograr y mejorar las cosas.

- Condiciona a la empresa al ambiente que lo rodea.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas o empirismo.
- Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
- Proporciona los elementos para llevar a cabo el control.
- Al establecer un esquema o modelo de trabajo (plan), suministra las bases a través de las cuales operará la empresa.
- Disminuye al mínimo los problemas potenciales y proporciona al administrador magníficos rendimientos de su tiempo y esfuerzo.
- Permite al ejecutivo evaluar alternativas antes de tomar una decisión

c) **Características de la planeación**

<b>CARACTERISTICAS DE LA PLANEACION</b>	
<b><i>La planeación es un proceso permanente y continuo</i></b>	No se agota en ningún plan de acción, si no que se realiza continuamente en la empresa. En algunos autores, la planeación es más una actitud de mentalidad orientada hacia el futuro que un conjunto de planes y programas de acción
<b><i>La planeación esta siempre orientada hacia el futuro:</i></b>	La planeación se halla ligada a la previsión, aunque no debe confundirse con esta. En el fondo, la planeación es una relación entre tareas por cumplir y el tiempo disponible para ello, el aspecto de temporalidad y de futuro se encuentra implícito en el concepto de planeación. Dado que el pasado ya no es y el presente deja de ser, la planeación debe preocuparse por el futuro
<b><i>La planeación busca la racionalidad en la toma de decisiones</i></b>	Establecer esquemas para el futuro, la planeación funciona como un medio orientador del proceso decisorio, que le da mayor racionalidad y disminuye la incertidumbre inherente en cualquier toma de decisión. En cierto sentido, la planeación limita las alternativas de decisión y reduce gran parte de la libertad para decidir, pero en compensación infunde mayor dosis de seguridad y consistencia en las elecciones realizadas.
<b><i>La planeación busca seleccionar un curso de acción entre varias alternativas:</i></b>	La planeación constituye un curso de acción escogida entre varias alternativas de caminos potenciales. Cuando se selecciona un curso de acción que prosigue en el tiempo, se dejan a un lado todas las alternativas que fueron rechazadas por algún motivo o razón. Aunque el curso de acción seleccionado puede tener duración corto, mediano o largo plazo y amplitud desde la empresa como totalidad hasta determinada unidad de trabajo- muy variable, su elección debe estar siempre en función de las consecuencias futuras y de las posibilidades de ejecución y realización.

<b><i>La planeación es sistémica</i></b>	La planeación debe tener en cuenta el sistema y los subsistemas que lo conforman; debe abarcar la organización como totalidad (si la planeación se elaboró en el nivel organizacional) o una unidad como totalidad (si se elaboró en el nivel de ejecución). Esto significa que la planeación debe tener en cuenta la totalidad de la empresa, el órgano o la unidad para la cual se elaboró, sin omitir las relaciones externas e internas.
<b><i>La planeación es repetitiva</i></b>	Incluye pasos o fases que se suceden. Es un proceso que forma parte de otro mayor: el proceso administrativo. Dado que la planeación se proyecta hacia el futuro, debe ser suficientemente flexible para aceptar ajustes y correcciones, a medida que se vaya ejecutando. La planeación debe ser iterativa, pues supone avances y retrocesos, alteraciones y modificaciones, en función de los eventos e inesperados que ocurran en los ambientes interno externo de la empresa o de la unidad.
<b><i>La planeación es una técnica cíclica</i></b>	La planeación se convierte en realidad a medida que se ejecuta. A medida que va ejecutándose, la planeación permite condiciones de evaluación y medición para establecer nueva planeación con información perspectivas más seguras y correctas. Así mismo, reduce la incertidumbre y aumenta la información.
<b><i>La planeación es una función administrativa que interactúa con las demás</i></b>	está estrechamente ligada a las demás funciones – organización, dirección y control -, sobre las que influye y de las que recibe influencia en todo momento y en todos los niveles de la organización
<b><i>La planeación es una técnica de coordinación e integración</i></b>	Permite la coordinación e integración de varias actividades para conseguir los objetivos previos. Dado que la eficacia se haya ligado al logro de los objetivos deseados, es necesario integrar, sincronizar y coordinar las diversas actividades de los distintos órganos o unidades para conseguir los objetivos finales. La planeación permite esa coordinación e integración.
<b><i>La planeación es una técnica de cambio e innovación</i></b>	constituye una de las mejores maneras deliberadas de introducir cambios e innovaciones en una empresa, definidos y seleccionados con anticipación y debidamente programados para el futuro

Tabla 2: Características de la planeación

#### d) Principios de la planeación

Los principios en la planeación son muy importantes para poder aplicar cada uno de los elementos que la forman. Un principio es una proposición que se formula para que sirva de guía a la acción. Aunque no hay dos empresas que sean idénticas, hay ciertos principios comunes a todas ellas. Sin embargo, su aplicación tiene que variar por necesidad, para ajustarlos a las circunstancias individuales.

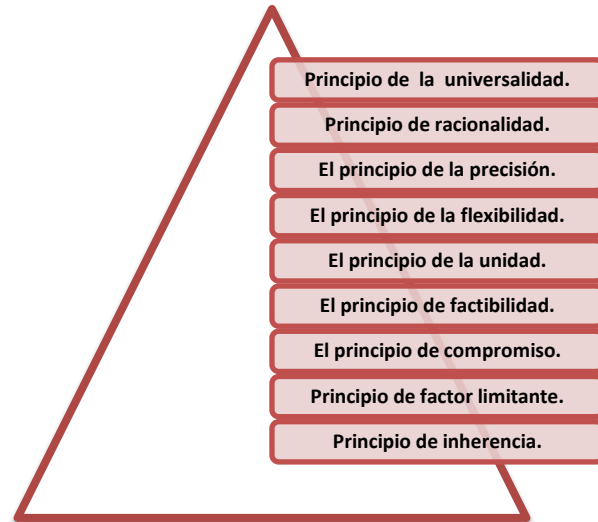


Figura 4: Principios de la Planeación

- Principio de la universalidad.  
La planeación debe comprender suficiente cantidad de factores como tiempo, personal, materia, presupuesto etc. de tal manera que al desarrollar el plan sea suficiente.
- Principio de racionalidad.  
Todos y cada uno de los planes deben estar fundamentados lógicamente, deben contener unos objetivos que puedan lograrse y también los recursos necesarios para lograrlos.
- El principio de la precisión.  
"Los planes no deben hacerse con afirmaciones vagas y genéricas, sino con la mayor precisión posible, porque van a regir acciones concretas." Cuando carecemos de planes precisos, cualquier negocio no es propiamente tal, sino un juego de azar, una aventura, ya que, mientras el fin buscado sea impreciso, los medios que coordinemos serán necesariamente ineficaces, parcial o totalmente. Siempre habrá algo que no podrá planearse en los detalles, pero cuando mejor fijemos los planes, será menor ese campo de lo eventual, con lo que habremos robado campo a la adivinación. Los planes constituyen un sólido esqueleto sobre el que pueden calcularse las adaptaciones futuras.
- El principio de la flexibilidad.  
"Dentro de la precisión –establecida en el principio anterior- todo plan debe dejar margen para los cambios que surjan en éste, ya en razón de la parte imprevisible, ya de las circunstancias que hayan variado después de la previsión." Este principio podrá parecer a primera vista, contradictorio con el anterior. Pero no lo es. Inflexible es lo que no puede amoldarse a cambios accidentales; lo rígido; lo que no puede cambiarse de ningún modo. Flexible, es lo que tiene una dirección básica, pero que permite pequeñas adaptaciones momentáneas, pudiendo después volver a su dirección inicial. Así una espada de acero es flexible, porque doblándose son romperse, vuelve a su forma inicial cuando cesa la presión

que la flexiona. Todo plan preciso debe prever, en lo posible, los varios supuestos o cambios que puedan ocurrir:

- El principio de la unidad.  
"Los planes deben ser de tal naturaleza, que pueda decirse que existe uno sólo para cada función; y todos los que se aplican en la empresa deben estar, de tal modo coordinados e integrados, que en realidad pueda decirse que existe un solo plan general". Es evidente que mientras haya planes inconexos para cada función, habrá contradicción, dudas, etc. Por ello, los diversos planes que se aplican en uno de los departamentos básicos: Producción, ventas, finanzas y contabilidad, personal, etc., deben coordinarse en tal forma, que en un mismo plan puedan encontrarse todas las normas de acción aplicables. De ahí surge la conveniencia y necesidad de que todos cooperen en su formación. Si el plan es principio de orden requiere la unidad de fin, es indiscutible que los planes deben coordinarse jerárquicamente, hasta formar finalmente uno sólo.
- El principio de factibilidad.  
Lo que se planee debe ser realizable; es inoperante elaborar planes demasiado ambiciosos u optimistas que sean imposibles de lograrse. La planeación debe adaptarse a la realidad y a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente.
- El principio de compromiso.  
La planeación debe comprender un periodo en el futuro, necesario para prevenir, mediante una serie de acciones, el cumplimiento de los compromisos involucrados en una decisión. Este principio indica que la planeación a largo plazo es la más conveniente porque asegura que los compromisos de la empresa encajen en el futuro, quedando tiempo para adaptar mejor sus objetivos y políticas a las tendencias descubiertas, a los cambios imprevistos.
- Principio de factor limitante.  
En la planeación se hace necesario que los administradores sean lo suficientemente habilitados para detectar los factores que puedan llegar a limitar o a frenar el alcance de los objetivos perseguidos por la empresa. En este principio se resalta la importancia de la objetividad en el momento de tener que escoger entre diferentes cursos de acción o diversas alternativas para llegar a un fin.
- Principio de inherencia.  
La programación es necesaria en cualquier organización humana y es propia de la administración. El estado debe planificar la forma de alcanzar sus objetivos, fijando siempre metas mediatas o inmediatas. Planificar conduce a la eficiencia y otorga la posibilidad de ofrecer respuestas oportunas a los cambios sociales.

### e) Propósito de la planeación

Propósito hace referencia a una función o tarea básica de una empresa o una agencia o de cualquier parte de ella. Es así como por lo general las empresas tienen un propósito relacionado con la producción y distribución de bienes y servicios; el de los tribunales por ejemplo es la interpretación de las leyes y su aplicación, y así sucesivamente.

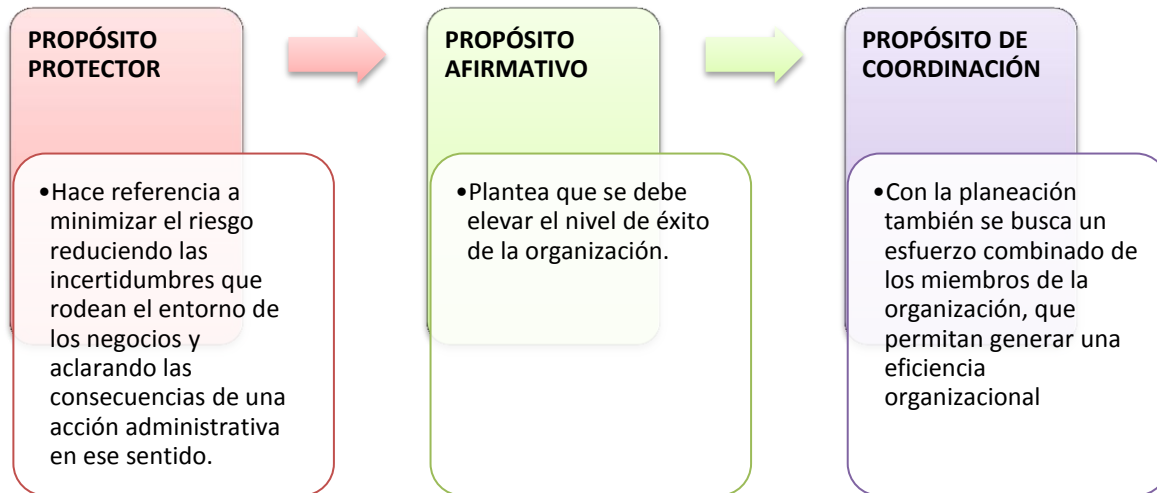


Figura 5: Propósito de la Planeación

### f) Tipología de la planeación

Con el fin de comprender mejor el proceso de la planeación, así como de clarificar y ubicar algunos conceptos acerca del mismo, se estudiará la clasificación de la planeación, y su terminología. Cabe mencionar que todavía no existe un criterio unificado en cuanto a la nomenclatura, pero que la que se presenta es, a juicio de los autores, la más idónea, ya que proporciona una metodología sistemática que sirve como marco de referencia al desarrollar un plan.

Requisito previo para entender la tipología de la planeación, es estudiar el concepto del plan y su clasificación en cuanto al tiempo.

Los planes son el resultado del proceso de la planeación y pueden definirse como diseños o esquemas detallados de lo que habrá de hacerse en el futuro, y las especificaciones necesarias para realizarlos.

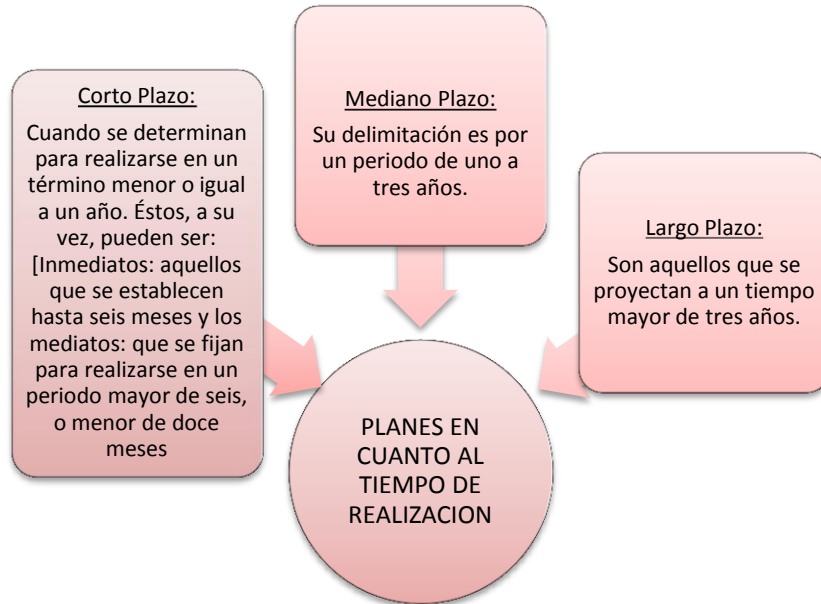


Figura 6: Planeación en el tiempo

Algunos autores se refieren a la planeación como Planeación integral o como Planeación Total, en los casos en que dicha planeación abarca la empresa en su autoridad, integrando todos los planes de la organización. Ésta, a su vez, puede ser:

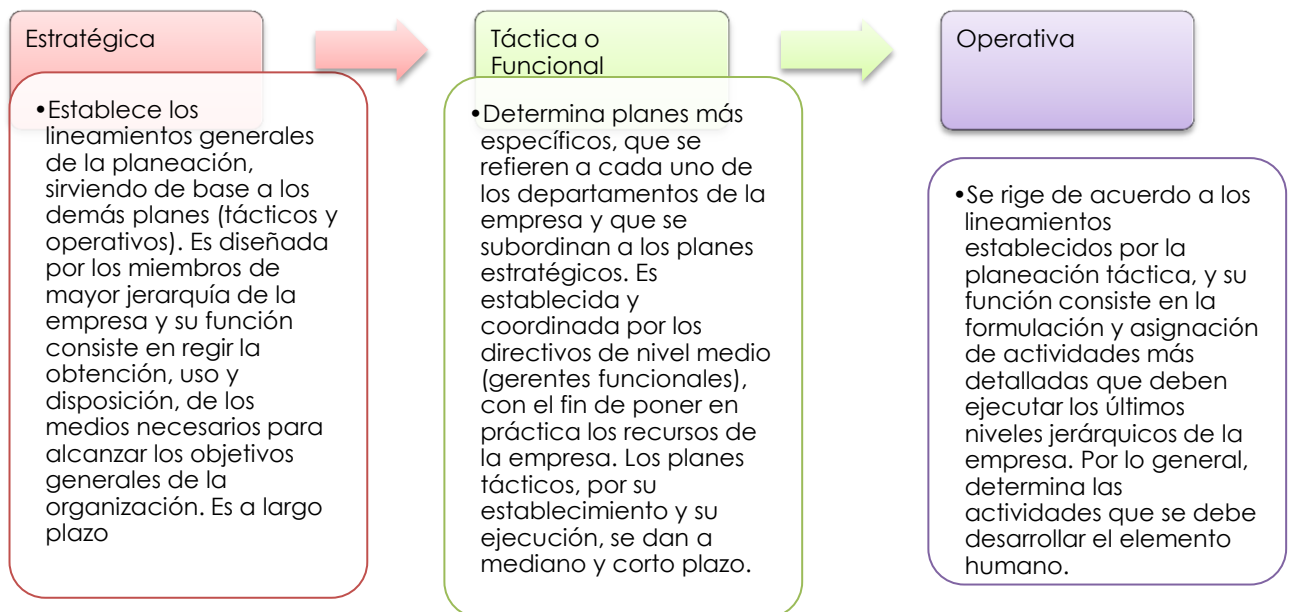


Figura 7: Tipos de Planeación



### g) Proceso de planeación

La planeación debería ser un proceso continuo y por tanto, ningún plan es definitivo; esta siempre sujeto a revisión. Por consiguiente, un plan no es nunca el producto final del proceso de planear, sino un informe "provisional". Es un registro de un conjunto complejo de decisiones que actúan sobre otras y que se puede dividir de muchas maneras distintas. Cada planificador tiene distinto modo de subdividir las decisiones que deben tomarse. Con tal que se tomen en cuenta todas las decisiones importantes, las diversas maneras de dividir un plan en partes son generalmente cuestión de estilo o preferencia personal.

El orden en que a continuación se dan las partes de la planeación, no representa el orden en que se deben llevar a cabo. Recordando que las partes de un plan y las fases de un proceso de planeación al cual pertenecen, deben actuar entre sí.



*Figura 8: Partes del proceso de Planeación*

- **FINES:** especificar metas y objetivos.
- **MEDIOS:** elegir políticas, programas, procedimientos y prácticas con las que han de alcanzarse los objetivos.
- **RECURSOS:** determinar tipos (humanos, técnicos, de capital) y cantidades de recursos que se necesitan; definir como se habrán de adquirir o generar y como habrán de asignarse a las actividades.
- **REALIZACIÓN:** diseñar los procedimientos para tomar decisiones, así como la forma de organizarlos para que el plan pueda realizarse.
- **CONTROL:** diseñar un procedimiento para prever o detectar los errores o las fallas del plan, así como para prevenirlos o corregirlos sobre una base de continuidad.

Estas son las partes que "debería" tener un plan. Muchos planes no las contienen. Es principalmente cuestión de la filosofía que sustente la planeación, la que indica que partes están contenidas en un plan y la atención relativa de que sean objeto.

### h) Programas

Instrumento rector derivado de la planificación institucional, destinado al cumplimiento de las funciones de una organización, por el cual se establece el orden de actuación, así como los objetivos o metas, cuantificables o no (en términos de un resultado final), que se cumplirán a través de la integración de un conjunto de esfuerzos y para lo cual se requiere combinar recursos humanos, tecnológicos, materiales y financieros; especifica tiempos y espacio en los que se va a desarrollar y atribuye responsabilidad a una o varias unidades ejecutoras debidamente coordinadas.

Programa son acciones de corto plazo, que emerge del plan de largo plazo, y contiene los elementos (objetivo, estrategia, meta y acción) que permiten la asignación de recursos humanos y materiales a las acciones que harán posible el cumplimiento de las metas y objetivos de un proyecto específico.

Los programas sociales son acciones concretas cuya finalidad es la contribución directa (impacto positivo) sobre la calidad de vida y el modo de vida de una población o sociedad. Los programas sociales abordan a la calidad y el modo de vida de una población por ser ellos indicadores del bienestar social, en cuanto a la disponibilidad de servicio y bienes como de la satisfacción de las necesidades individuales y sociales.

## **PLAN DE NEGOCIOS.**

Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examinando su viabilidad técnica, económica y financiera; desarrollando todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir dicha oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto. Pero sobre todo, es un instrumento que ayuda al emprendedor a definir su oportunidad de negocio con una enorme profundidad. Un plan de negocios define su empresa con precisión, identifica sus metas y sirve como currículum de la compañía.

Los planes de negocios según estas definiciones son modelos o formas de pensar sobre el futuro del negocio, a donde, como o que hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos a los cuales la empresa enfrentara al encontrarse operando; por lo que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción; en el que se incluyen las estrategias futuras que deberán ejecutarse, tanto por el empresario como por sus colaboradores; utilizando los recursos con los que dispone la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y al mismo tiempo establecer mecanismos que permitirán controlar dichos logros.

### Funciones del Plan de Negocios:

Se detallan algunas de las funciones principales para los cuales se utiliza esta herramienta:

- ✓ Define los servicios que se pretenden comercializar.
- ✓ Se conoce la complejidad de los servicios.
- ✓ Estudia el mercado de los servicios de interés.
- ✓ Especifica la infraestructura física y humana requerida.
- ✓ Estudia la estrategia de comercialización.
- ✓ Fija precios y definir las políticas de venta del servicio.
- ✓ Considera el financiamiento requerido para todas las fases del proyecto.

- ✓ Permite tener un documento de venta para distintas audiencias; conseguir recursos económicos para financiar el proyecto (inversionistas, socios o bancos), contactar gente clave para el proyecto (normalmente el promotor domina área técnica; pero es débil en mercadeo, finanzas u operaciones y requiere personal en estas u otras aéreas).

Es un instrumento de control que permita detectar desviaciones del plan original. Una desviación no significa necesariamente que las cosas van mal. Los planes deben ser dinámicos y adaptarse lo mejor posible a cada circunstancia. Sin embargo, tener un plan rector permitirá identificar variaciones si estas son convenientes o es preferible regresar a la idea original.

## **2. ORGANIZACION**

Según Alexei Guerra Sotillo, la "organización es, a un mismo tiempo, acción y objeto. Como acción, se entiende en el sentido de actividad destinado a coordinar el trabajo de varias personas, mediante el establecimiento de tareas, roles o labores definidas para cada una de ellas, así como la estructura o maneras en que se relacionarán en la consecución de un objetivo o meta. Como objeto, la organización supone la realidad resultante de la acción anterior; esto es, el espacio, ámbito relativamente permanente en el tiempo, bajo el cual las personas alcanzan un objetivo preestablecido"

Para Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, la "organización consiste en ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, que son necesarios para lograr las metas, y en actividades que incluyan atraer a gente a la organización, especificar las responsabilidades del puesto, agrupar tareas en unidades de trabajo, dirigir y distribuir recursos y crear condiciones para que las personas y las cosas funcionen para alcanzar el máximo éxito"

Según la American Marketing Association (A.M.A.) la organización "cuando es utilizada como sustantivo, implica la estructura dentro de la cual, las personas son asignadas a posiciones y su trabajo es coordinado para realizar planes y alcanzar metas"

Se plantea la definición de organización, para cada uno de los siguientes casos:

### **1. Como entidad:**

Una organización es un sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines. Por ejemplo: Una organización sin fines de lucro (una ONG) o con fines de lucro (una empresa).

### **2. Como actividad:**

La organización es el acto de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos. Por ejemplo: La organización de una empresa para que ofrezca productos de valor y

sea competitiva en el mercado o la organización de un evento para el lanzamiento de un nuevo producto.

### **3. DIRECCION**

Es la capacidad de influir en las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo. Implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para la tarea de dirección, de hecho la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos.

La dirección incluye motivación, enfoque de liderazgo, equipos y trabajo en equipo y comunicación. La dirección es la supervisión cara a cara de los empleados en las actividades diarias del negocio. La eficiencia del gerente en la dirección es un factor de importancia para lograr el éxito de la empresa.

#### **a. Principios de dirección**

- Coordinación de intereses:  
El logro del fin común se hará más fácil cuanto mejor se logre coordinar los intereses del grupo y aún los individuales de quienes participan en la búsqueda de aquel.
- Impersonalidad del mando:  
La autoridad en una empresa debe ejercerse más como producto de una necesidad de todo el organismo social que como resultado exclusivo de la voluntad del que manda.
- Resolución de conflictos:  
Debe procurarse que los conflictos que aparezcan se resuelvan lo más pronto que sea posible y de modo que, sin lesionar la disciplina produzcan el menor disgusto a las partes.
- Aprovechamiento de conflictos:  
Debe procurarse aún aprovechar el conflicto para forzar el encuentro de soluciones.
- Vía jerárquica: Al transmitirse una orden deben seguirse los conductos previamente establecidos, y jamás omitirlos sin razón ni en forma constante.

#### **b. Elementos de la dirección**

##### Motivación:

Es una característica de la Psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona. Incluye factores que ocasionan canalizan y sustentan la conducta humana de un sentido

particular o comprometido. Las metas de la organización son inalcanzables a menos que exista el compromiso permanente del miembro de la organización.

La motivación fue uno de los primeros conceptos a los que se enfrentaron gerentes y administradores. El llamado modelo tradicional suele estar ligado a Taylor y la administración científica. Los gerentes determinaban cuales eran la forma más eficiente de ejecutar tareas repetitivas y después motivaban a los trabajadores mediante un incentivo salariales cuanto más producían los trabajadores más ganaban el supuesto básico era que los gerentes entendían el trabajo mejor que los trabajadores quienes en esencia, eran holgazanes y solo podían ser motivado mediante el dinero. La conclusión es que los gerentes pueden motivar a los empleados reconociendo las necesidades sociales y haciendo que se sientan útiles e importantes, de tal manera que se sientan parte de la organización.

#### Liderazgo:

En forma gerencial es el proceso de dirigir las actividades laborales de los miembro de un grupo y de influir en ellas, el liderazgo involucra a otras personas, empleados o seguidores, si no hubiera a quien mandar las cualidades del liderazgo del gerente serian irrelevantes; también involucra una desigualdad de poder entre los líderes y los miembros del grupo la cual se usa de diferentes forma para influir en la conducta de los seguidores de diferentes manera.

#### Comunicación:

La comunicación es el fluido vital de una organización, los errores de comunicación en más de una organización han ocasionado daños muy severos, por tanto la comunicación efectiva es muy importante para los gerentes ya que ella representa la hebra común para las funciones administrativas. Los gerentes preparan planes hablando con otras personas, para encontrar la mejor manera de distribuir la autoridad y distribuir los trabajos. De igual manera las políticas motivacionales, el liderazgo, y los grupos y equipos se activan en razón del intercambio regular de información las comunicaciones como cualquier actividad intelectual se pueden perfeccionar enfrentando los retos que representan, las organizaciones pueden ser un lugar ideal para aprender esta lección.

#### Equipos y Trabajo en equipo:

Un equipo se define como dos o más personas que interactúan y se influyen entre sí, con el propósito de alcanzar un objetivo común. En las organizaciones, desde siempre, han existido dos tipos de equipos los formales e informales. Los equipos formales son creados por los gerentes con el propósito de encargarles tareas específicas, el tipo de grupo formal que prevalece es el equipo de mando, otro tipo de equipo formal es el comité el cual por regla formal dura mucho tiempo y se encarga de problemas y decisiones que se repiten.

Los equipos informales son de naturaleza social estos grupos son formaciones naturales que aparecen en el ambiente de trabajo en respuesta a la necesidad de un contacto social. Estos equipos tienden a formarse alrededor de amistades e intereses comunes.

#### **4. CONTROL**

##### **a) Definición**

Es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos de las empresas. Implica medir el desempeño contra las metas y los planes, muestra donde existen desviaciones con los estándares y ayuda a corregirlas. El control facilita el logro de los planes, aunque la planeación debe preceder del control. Los planes no se logran por si solos, éstos orientan a los gerentes en el uso de los recursos para cumplir con metas específicas, después se verifican las actividades para determinar si se ajustan a los planes.

El propósito y la naturaleza del control es fundamentalmente garantizar que los planes tengan éxito al detectar desviaciones de los mismos al ofrecer una base para adoptar acciones, a fin de corregir desviaciones indeseadas reales o potenciales.

La función de control le proporciona al gerente medios adecuados para checar que los planes trazados se implanten en forma correcta.

##### **b) Propósito y función del control**

El propósito y la naturaleza del control es fundamentalmente garantizar que los planes tengan éxito al detectar desviaciones de los mismos al ofrecer una base para adoptar acciones, a fin de corregir desviaciones indeseadas reales o potenciales.

La función de control le proporciona al gerente medios adecuados para checar que los planes trazados se implanten en forma correcta

1º Señalar niveles medios de cumplimiento; establecer niveles aceptables de producción de los empleados, tales como cuotas mensuales de ventas para los vendedores.

2º Checar el desempeño a intervalos regulares (cada hora, día, semana, mes, año, etc.)

3º Determinar si existe alguna variación de los niveles medios.

4º Si existiera alguna variación, tomar medidas o una mayor instrucción, tales como una nueva capacitación o una mayor instrucción. Si no existe ninguna variación, continuar con la actividad

##### **c) Fases del control**

Un proceso de control corriente, cuyo propósito sea ayudar a vigilar las actividades periódicas de un negocio y de cada centro de responsabilidad, consta de las siguientes fases:

- Comparar el desempeño (resultados reales) con las metas y normas planificadas.
- Preparar un informe de desempeño que muestre los resultados reales, los resultados planificados y cualquier diferencia entre ambos.
- Analizar las variaciones y las operaciones relacionadas para determinar las causas subyacentes de las variaciones.
- Desarrollar cursos de acción opcionales para corregir cualesquier deficiencia y aprender de los éxitos.
- Hacer una selección (acción correctiva) del menú de alternativas y ponerla en práctica.
- Hacer el seguimiento necesario para evaluar la efectividad de la corrección; continuar con la alimentación adelantada para efectos de re-planificación.

El control eficaz exige la alimentación adelantada. En otras palabras, se supone que los objetivos, los planes, las políticas y las normas se han desarrollado y comunicado a aquellos gerentes que tienen las correspondientes responsabilidades de desempeño. Por lo tanto, el control debe necesariamente apoyarse en el concepto de la retroalimentación, el cual exige mediciones del desempeño y dispara la acción correctiva prevista para asegurar el logro de los objetivos. Cuando los planes se hacen operacionales, debe ejercerse el control para medir el avance. En algunos casos, el control tiene también como resultado la modificación de los planes y metas anteriores o la formulación de nuevos planes, cambios en la operación y reasignación de la gente. Deben desarrollarse métodos de control para las características particulares de la operación y la estructura de organización.

Un importante aspecto de control que a menudo se pasa por alto es su relación con el momento de la acción. El control no puede ser a posteriori; por ejemplo, un desembolso ya efectuado o una ineficiencia ya cometida no puede deshacerse. Por lo tanto, debe aplicarse un control eficaz en el momento de la acción o cuando se asuma el compromiso. Este concepto sugiere que el gerente responsable de ciertas acciones debe empeñarse en alguna forma de control previo (a priori); para hacer tal cosa, los objetivos, los planes, las políticas y las normas deben haber sido comunicados al gerente y plenamente comprendidos por éste con la anticipación necesaria.

La comparación de los resultados reales con las metas y normas planificadas constituye una medición de la efectividad del control durante un período pasado especificado, el cual constituye la base para una eficaz retroalimentación. Los hechos que se muestran en un informe de desempeño no pueden ya cambiarse; sin embargo, la medición histórica puede conducir a un mejoramiento del control en el futuro. El concepto importante aquí es que los objetivos, las políticas y las normas cumplen dos necesidades básicas en el proceso global de control, a saber:

- La alimentación adelantada - que constituye una base para el control en el momento de la acción
- La retroalimentación - que representa una base para la medición de la eficacia del control posteriormente a la acción. Además la retroalimentación sirve para la re-planificación

#### d) El control como proceso de retroalimentación

El control administrativo es esencialmente el mismo proceso básico que se encuentra en los sistemas físicos, biológicos y sociales. Muchos sistemas se controlan a sí mismos mediante la retroalimentación de información, que muestra las desviaciones con respecto a los estándares y da origen a los cambios, en otras palabras, los sistemas utilizan parte de su energía para retroalimentar información se compara el desempeño con un estándar e inicia la acción correctiva.



Figura 9: Circuitos de retroalimentación del control administrativo



## CAPITULO II. MARCO CONTEXTUAL

Luego de aclarar los conceptos que se encuentran alrededor de los términos Desarrollo Socio-económico y Turismo es necesario tener un panorama de la situación de estos a nivel nacional e internacional.

### 2.1. SITUACION DE CENTRO AMERICA DESDE LA PERSPECTIVA DE DESARROLLO HUMANO<sup>2</sup>

El índice de desarrollo humano (IDH) es una medida extractada de los adelantos medios de un país en tres aspectos básicos: una vida larga y saludable (esperanza de vida al nacer), conocimientos (tasa de alfabetización de adultos y tasas brutas de matriculación primaria, secundaria y terciaria), y un nivel de vida decoroso (PIB per cápita). El índice mide el desarrollo nacional medio, y no de qué manera éste se distribuye en el país.

El IDH se calcula utilizando datos internacionales disponibles. Para hacer comparaciones entre países y a lo largo del tiempo, se estandariza la información internacionalmente, por lo que es posible que los ajustes provoquen diferencias respecto de las fuentes nacionales. Para el año 2000, más de 360 informes nacionales y sub-nacionales de desarrollo humano habían sido elaborados en 120 países, así como 9 informes regionales.

En el 2002 todos los países de Centroamérica tenían al menos un informe nacional publicado.

El PNUD ha venido desarrollando un conjunto de índices complementarios al de desarrollo humano: el índice de pobreza humana, el índice de desarrollo relativo al género y el índice de potenciación de género que se presentan a continuación.

#### CALCULO DE LOS INDICES DE DESARROLLO HUMANO<sup>3</sup>

Indicador	Objetivo	VARIABLES
<b>Índice de desarrollo humano (IDH)</b>  <b>173 países</b>	Índice sintético que mide los adelantos medios d un país en desarrollo humano, en tres dimensiones: vivir una vida larga y saludable, tener acceso a la educación y a un nivel de vida digno	<ul style="list-style-type: none"><li>• Esperanza de vida al nacer</li><li>• Tasa de alfabetización de adultos</li><li>• Tasa combinada de matriculación en primaria, secundaria y nivel terciario.</li><li>• PIB per cápita PPA en US\$</li></ul>

<sup>2</sup> INFORME ANUAL PNUD 2009-IDHAC

<sup>3</sup> PNUD- 2002

<p><b>Índice de pobreza humana para países en desarrollo (PH-1)</b></p> <p><b>88 países</b></p>	<p>Mide las privaciones en los tres aspectos básicos del desarrollo humano que refleja el IDH: longevidad, conocimiento y nivel de vida decente. Aproxima la distribución del progreso de un país e identifica la proporción de personas que vive con carencia básica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probabilidad al nacer de no vivir más de 40 años.</li> <li>• Tasa de analfabetismo de adultos.</li> <li>• Porcentaje de población sin abastecimiento de agua potable.</li> <li>• Porcentaje de niños menores de 5 años con peso insuficiente.</li> </ul>
<p><b>Índice de desarrollo relativo al género (IDG)</b></p> <p><b>146 países</b></p>	<p>Ajusta el progreso medio en desarrollo humano (IDH) para reflejar las desigualdades entre hombres y mujeres. Primero se calculan los índices femeninos y masculinos de cada componente de IDH y luego se combinan, de tal forma que se penalicen las diferencias en el grado de adelanto entre hombres y mujeres. Finalmente, para cada variable se construye el índice de la variable igualmente distribuida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esperanza de vida al nacer igualmente distribuido</li> <li>• Índice de educación igualmente distribuido.</li> <li>• Índice de ingreso igualmente distribuido (estimación del ingreso proveniente del trabajo)</li> </ul>
<p><b>Índice de Potenciación de género. (IPG)</b></p> <p><b>66 países</b></p>	<p>Mide las oportunidades de las mujeres, más que su capacidad, y refleja las desigualdades en tres esferas: participación política, participación económica y poder sobre los recursos económicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporción de hombres y mujeres que ocupan escaños parlamentarios.</li> <li>• Participación porcentual de hombres y mujeres en cargos de legisladores, altos funcionarios y ejecutivos.</li> <li>• Participación porcentual de hombres y mujeres en puestos profesionales y técnicos.</li> <li>• Estimación del ingreso proveniente del trabajo para hombres y mujeres.</li> </ul>

Tabla 3: Cálculo de los índices de desarrollo humano

Además, en el Informe del 2001 el PNUD incluyó un indicador sintético para medir el grado de adelanto tecnológico de los países, y en el 2002 incorporó una propuesta de indicadores para evaluar el progreso mundial en el cumplimiento de las metas de la Declaración del Milenio.

Al separar los datos, la primera conclusión a la que se llega es que la población de Centroamérica tiene distintos niveles de desarrollo humano<sup>4</sup>. El 86.4% de ella (31.2 millones de personas) vive en regiones con IDH medio, el 11.3% (4.09 millones de personas) se ubica en regiones con IDH alto, y el restante 2.3% (menos de un millón de personas) reside en zonas con IDH bajo. En todos los países existen diferencias importantes entre las distintas regiones como se muestra a continuación.

<sup>4</sup> Fuente: Estimación propia El Salvador PNUD-El Salvador, 2002

**Centroamérica: índice de desarrollo humano por regiones o departamentos según país. 2000<sup>5</sup>**

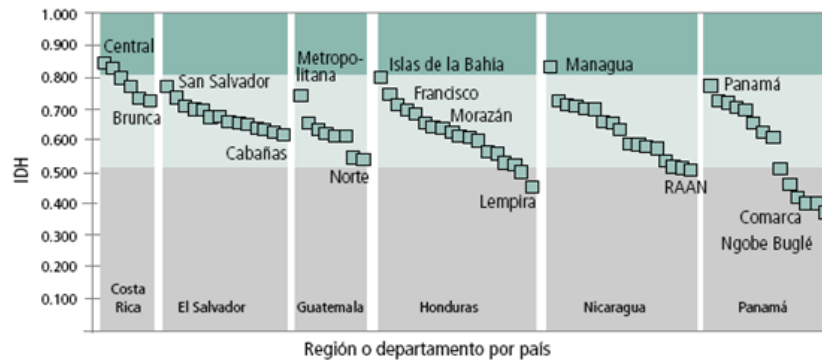


Gráfico 1: Gráfico de índice de desarrollo humano por país

En las estimaciones del IDH<sup>5</sup> realizadas en los informes nacionales de desarrollo humano se utilizan algunas medidas alternativas a las definidas en el cálculo del IDH presentado en el informe mundial, para El Salvador estas medidas son:

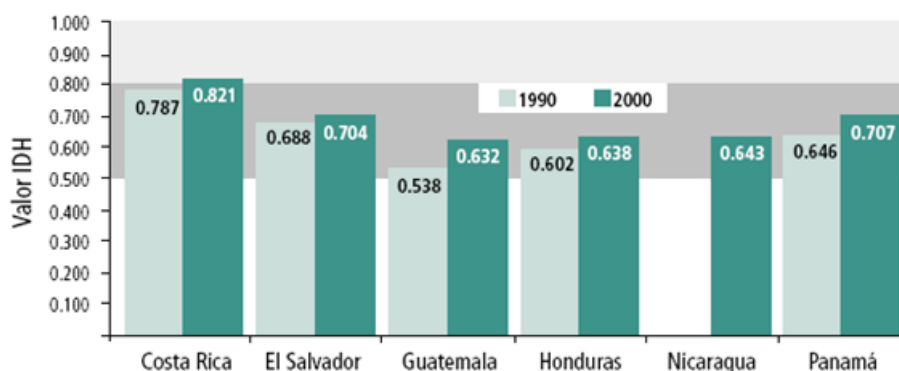
INDICADORES UTILIZADOS EN EL CALCULO DEL INDICE DE DESARROLLO HUMANO DESAGREGADO			
Dimensión del IDH			
	Longevidad	Conocimiento	Nivel de vida decente
<b>El Salvador (Departamento)</b>	Esperanza de vida al nacer	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de alfabetización de adultos (15 y más años)</li> <li>Tasa bruta de matriculación combinada</li> </ul>	PIB per cápita (PPA en dólares).
<b>Honduras (Municipios)</b>	Tasa de nutrición	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de alfabetización de adultos (15 y más años)</li> <li>Tasa de matriculación combinada primaria y secundaria</li> </ul>	Nivel de ingresos promedio de los jefes de hogar (ajustados con PPA)
<b>Guatemala (Regiones administrativas)</b>	Esperanza de vida al nacer	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de alfabetización de adultos (15 y más años)</li> <li>Tasa de escolaridad (15 a 24 años)</li> </ul>	PIB per cápita (PPA en dólares).

Tabla 4: Indicadores utilizados en el índice de desarrollo humano desagregado

Con base en esas estimaciones propias de los países, se puede afirmar que en la última década las distancias promedio entre las naciones del área se han acortado (1.46 veces el valor del IDH a 1.29).

<sup>5</sup> Fuente: Estimación propia El Salvador PNUD-El Salvador, 2002

**Centroamérica: índice de desarrollo humano. 1990<sup>a/</sup> y 2000<sup>b/</sup>**



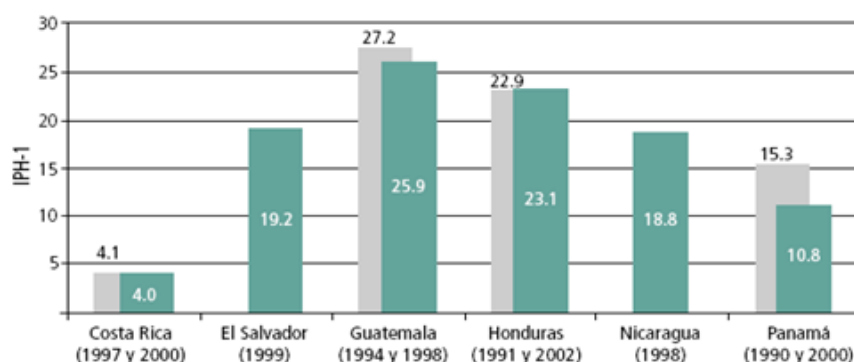
*Gráfico 2: Índice de desarrollo humano en Centroamérica*

### 2.1.1 INDICE DE POBREZA HUMANA PARA PAISES EN DESARROLLO<sup>6</sup>

Al igual que en el caso del IDH, en las estimaciones de los países del índice de pobreza humana que se presentan en los informes nacionales, hay algunos cambios en términos de las variables consideradas. Teniendo en cuenta las limitaciones ya señaladas para la comparación de las estimaciones, se puede decir que el bajo nivel de vida el conocimiento y son las principales privaciones que sufre la población centroamericana.

De acuerdo con las últimas estimaciones, Costa Rica y Panamá se ubican entre los países de América Latina que muestran un índice de pobreza humana menor al 10%. El Salvador y Honduras se sitúan en el medio, y Nicaragua y Guatemala muestran el mayor índice de pobreza humana como se muestra a continuación.

**Centroamérica: índice de pobreza humana**



*Gráfico 3: Índice de pobreza humana en Centroamérica*

<sup>6</sup> Fuente: Estimación propia El Salvador PNUD-El Salvador, 2002

## 2.1.2 EL PIB Y EL PNB COMO INDICADORES DE DESARROLLO

En general, se suele aceptar que lo que marca realmente la diferencia entre las distintas economías nacionales en cuanto a su nivel de desarrollo es la productividad con la que emplean sus recursos productivos, es decir su dotación de riquezas naturales, capacidades humanas y equipamiento. No obstante, resultando extremadamente difícil asignar valores precisos a esta variable, se suele recurrir en la práctica al procedimiento más simple de calcular el valor del producto nacional bruto (PNB) o del producto interno bruto (PIB) como indicadores de desarrollo.

Como es sabido, tales indicadores registran el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por una economía en el lapso de un año. No obstante, hay que tener presente que las discrepancias entre los resultados que arrojan estos dos indicadores pueden llegar a ser bastante significativas.

“El PNB de un determinado país puede ser muy inferior a su PIB si gran parte de los ingresos derivados de la producción se distribuye a personas o empresas extranjeras. En 1994 por ejemplo el PNB de Chile era 5% menor que su PIB. Si en cambio ciudadanos o firmas de un país perciben grandes ingresos de acciones y bonos de otros Estados o empresas en el exterior, suele ocurrir lo contrario: el PNB puede ser superior al PIB. Tal fue el caso de Arabia Saudita en 1994, cuando el PNB superó al PIB en 7%”<sup>7</sup>

Desde luego, los montos globales del PIB y del PNB deben ser dividirlos por el número de los habitantes de cada país. Sólo así, como PIB o PNB per cápita es posible hacerse una primera idea de la cantidad aproximada de bienes y servicios que cada persona de un país podría comprar en el lapso de un año si los ingresos fuesen repartidos en forma equitativa, lo que, como se sabe, está muy lejos de ocurrir en la práctica.

Además, para realizar comparaciones apropiadas se hace aún necesario corregir las paridades nominales derivadas del tipo de cambio mediante un factor de conversión que permita establecer una paridad real de los ingresos en términos del efectivo poder adquisitivo del signo monetario en los respectivos espacios económicos nacionales. Es la llamada “paridad de poder adquisitivo” (PPA) que “indica el número de unidades de la moneda de un país necesario para adquirir la misma cantidad de bienes y servicios en el mercado local que se podrían comprar con un dólar en los Estados Unidos. El PNB ajustado en función de la PPA permite entonces comparar mejor el consumo o los ingresos medios entre distintas economías” (Banco Mundial, 2000, Capi).

En los países pobres, el PIB real per cápita suele ser más alto que el PIB nominal per cápita, y en los países ricos, más bajo. Ello es expresivo del hecho de que el poder de compra interno de las monedas suele ser en los países pobres mayor que su poder de compra externo y en el caso de los países ricos suele suceder lo contrario. Todo esto implica que la diferencia entre los ingresos reales per cápita de los países desarrollados y en desarrollo suele ser menor que la diferencia entre los

---

<sup>7</sup> BANCO MUNDIAL, 2000, CAP.II

ingresos nominales per cápita, debido a las diferencias de precios en los productos de consumo de origen nacional.

Siendo numerosas las objeciones que desde hace bastante tiempo se vienen levantando al uso del PIB y/o del PNB como indicadores de desarrollo, una de las voces críticas más autorizadas y reconocidas es la del Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD). Tanto es así que el PNUD no sólo llegó a estimar imprescindible la elaboración de un indicador alternativo sino que también lo desarrolló y comenzó a aplicarlo desde 1990: el índice de desarrollo humano (IHD).

Según este organismo, aun corrigiendo sus actuales omisiones e inconsistencias, el PIB y el PNB jamás podrán ser una medida útil de desarrollo, entendido como nivel de bienestar humano, por la muy simple razón de que el criterio en que se basan no es apropiado para ese objetivo: el PIB y el PNB sólo se orientan a medir los medios (la producción de bienes y servicios), pero no los fines últimos de la actividad económica (el bienestar de las personas)

Además la metodología de cálculo utilizada para estimar el PIB y el PNB exhibe numerosas inconsistencias y limitaciones entre las cuales el Informe sobre desarrollo humano del PNUD del año 1996 (Recuadro 2.5, p.64) destaca las siguientes:

1. sólo registra los intercambios monetarios, ignorando la gran cantidad de trabajo que se realiza en el seno del hogar y de la comunidad (estimado en 2/3 del trabajo femenino y 1/4 del trabajo masculino)
2. considera en los mismos términos la producción de “bienes” (como la atención de los niños y los ancianos) y de “males” (como la manufactura de cigarrillos o armas químicas)
3. suma a la producción de males la de los medios y acciones remediales que ellos demandan (el sobreconsumo de alimentos o de alcohol y las terapias que luego se requieren)
4. asume que los recursos naturales son gratuitos, ignorando la degradación ambiental, la contaminación y el progresivo agotamiento de los recursos
5. no asigna valor al tiempo libre de las personas, sea que lo ganen (aun a expensas de un menor ingreso) o que lo pierdan (por la necesidad de trabajar horas extra o de tener una segunda ocupación)
6. tampoco considera el valor de la libertad, los derechos humanos o la participación, con lo que resulta perfectamente compatible un alto nivel de ingreso con condiciones de virtual esclavización de las personas.

De estas objeciones, todas ellas contundentes, una de las más importantes es la que apunta a la, a veces extrema, desigualdad existente en la distribución del ingreso, lo que invalida la consideración de este indicador como una señal de bienestar. En efecto, como es fácil de entender, un mismo ingreso promedio por habitante puede ser expresivo de realidades humanas y

sociales muy distintas. Además, como el indicador que se estima significativo es el PIB o PNB por habitante, es decir un promedio estadístico, se hace merecedor de todas las conocidas objeciones metodológicas que le restan validez cuando la población a la que alude exhibe una distribución clara y persistentemente asimétrica.

### **2.1.3 DESARROLLO HUMANO**

Se puede entender el Desarrollo económico como un Cambio cualitativo y reestructuración de la economía de un país en relación con el progreso tecnológico y social. El principal indicador del desarrollo económico es el aumento del PNB per cápita (o PIB per cápita), que refleja el incremento de la productividad económica y del bienestar material, como promedio, de la población de un país. El desarrollo económico está estrechamente vinculado al crecimiento económico. El desarrollo humano es el proceso de ampliación de las opciones de las personas. Esa ampliación de opciones se logra a través del aumento de las capacidades y los funcionamientos humanos. El ingreso es uno de los muchos medios de ampliar las opciones y el bienestar, pero no lo es todo.

En todos los niveles del desarrollo las tres capacidades esenciales para el desarrollo humano consisten en:

- Que la gente viva una vida larga y saludable.
- Que tenga conocimientos.
- Que cuente con acceso a recursos necesarios para tener un nivel de vida decente.

Pero el ámbito del desarrollo humano es algo más. La población valora en gran medida las oportunidades políticas, económicas y sociales, de ser creativos y productivos hasta el respeto por sí mismo, la potenciación y la conciencia de pertenecer a una comunidad.

El Desarrollo Humano va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses. Las personas son la verdadera riqueza de las naciones. Por lo tanto, el desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que valore. El desarrollo es entonces mucho más que el crecimiento económico, que constituye sólo un medio —si bien muy importante— para que cada persona tenga más oportunidades.

Para que existan más oportunidades lo fundamental es desarrollar las capacidades humanas: la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida. Las capacidades más esenciales para el desarrollo humano son disfrutar de una vida larga y saludable, haber sido educado, acceder a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y poder participar en la vida de la comunidad. Sin estas capacidades, se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y muchas oportunidades en la vida permanecen inaccesibles.

Según el Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2007-2008:

**Desarrollo Humano:** Proceso de expansión de las capacidades de las personas que amplían sus opciones y oportunidades.

Dos componentes:

- Formación de capacidades humanas: mejoras en la salud, conocimiento y habilidades. Educación, capacitación, salud.
- Uso que las personas hacen de esas capacidades adquiridas: empleo productivo y trabajo reproductivo.

### 2.1.4 EMPLEO EN EL DESARROLLO HUMANO

El empleo que interesa desde la perspectiva del DH es el que dignifica a la persona, no el que proporciona ingresos para un nivel de vida precario o el que, por su incertidumbre y alto riesgo, genera peligro e inseguridad.

**Empleo:** Es la más fundamental de todas las oportunidades económicas porque brinda ingresos a la gente y un medio para realizarse y vivir mejor (IDH 1996).

**Trabajo decente:** remuneración adecuada para cubrir canasta de mercado y acceso a una red de protección social. La relación es entre trabajo decente y desarrollo humano se muestra en el siguiente gráfico<sup>8</sup>.

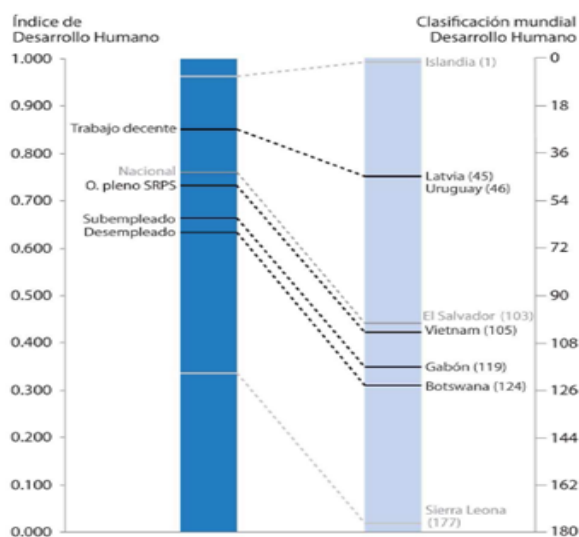


Gráfico 4: Índice de Desarrollo humano según tipo de inserción laboral 2006

Lo anterior refleja la importancia de la creación de oportunidades a través de un trabajo decente a las personas que impulse su desarrollo.

<sup>8</sup> Cálculos propios a partir de base de datos de EHIPM 2006 (Digestic 2006)



## 2.2. SITUACION GENERAL DEL PAIS DESDE UNA PERSPECTIVA DE DESARROLLO HUMANO

### 2.2.1 PRINCIPALES CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS

El Salvador tiene una superficie de aproximadamente 21.040.79 km<sup>2</sup> y una población de 6.122,413 millones de habitantes. Es el país más pequeño y más densamente poblado del continente (291 hab/km<sup>2</sup>). Un 35% de su población es menor de 18 años y 34% de los hogares tienen como jefa a una mujer (Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2008). Se estima que hay cerca de 3 millones de salvadoreños residentes en el exterior, de los cuales el 85% vive en los Estados Unidos.

La EHPM 2008, reporta que el 59.8% de la población es menor de 30 años y la población de 60 años y más, que es considerada como de la tercera edad, representa el 10.1%. Esto revela que la población salvadoreña es bastante joven, lo que facilita la renovación generacional en los ámbitos productivos y de la sociedad en general.

Al diferenciar la población por sexo, los datos proporcionados por la encuesta, muestran que las mujeres representan el 52.6% de la población total del país y los hombres el 47.4%; obteniéndose un índice de masculinidad de 0.90, es decir que existen en el país 90 hombres por cada 100 mujeres. En la zona urbana este índice es de 0.87, en la rural, 0.95 y en la AMSS, 0.89.

**El Salvador: Población y densidad, según departamento, EHPM – 2008.**

Departamento	Población Total	Extensión Km <sup>2</sup>	en	Habitantes por Km <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>6,122,413</b>	<b>21,040.79</b>		<b>291</b>
San Salvador	1,680,578	886.15		1896
La Libertad	703,934	1,652.88		426
Sonsonate	460,892	1,225.77		376
Cuscatlán	262,506	756.19		347
Santa Ana	537,344	2,023.17		266
Ahuachapán	315,112	1,239.60		254
La Paz	344,296	1,223.61		281
San Miguel	463,750	2,077.10		223
Usulután	364,644	2,130.44		171
La Unión	266,852	2,074.34		129
San Vicente	176,149	1,184.02		149
Cabañas	163,308	1,103.51		148
Morazán	181,346	1,447.43		125
Chalatenango	201,702	2,016.58		100

*Tabla 5: Población y densidad según departamento*

La tabla presenta la densidad poblacional por departamento, de los cuales San Salvador, La Libertad, Sonsonate y Cuscatlán, son los que presentan mayor densidad, respecto al promedio nacional. El resto de departamentos se ubican por debajo de ese promedio; los departamentos de Chalatenango y Morazán, son los que tienen menor población por Km<sup>2</sup>.

## 2.2.2 PRINCIPALES CARACTERISTICAS EDUCATIVAS

Entre los datos de mayor relevancia que proporciona la EHPM 2008, están las variables educativas; debido a la importancia social de la educación, como un instrumento para el acceso a un mejor nivel de vida y desarrollo del individuo; y como elemento clave para la equidad de oportunidades. Existen tres indicadores básicos que permiten conocer las fortalezas y debilidades del sistema educativo nacional:

- Tasa de analfabetismo
- Asistencia escolar
- Escolaridad promedio.

### 1. ANALFABETISMO

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) define el analfabetismo como la situación de una persona que no posee las habilidades para leer y escribir con comprensión una frase simple y corta. La EHPM 2008, revela que a nivel nacional, aproximadamente 691,689 personas no saben leer y escribir, lo que representa una tasa de analfabetismo de 14.1%.

En el país el 16.4% de las mujeres son analfabetas, en cambio el 11.5% que presentan los hombres. En el área urbana, la proporción de mujeres en situación de analfabetismo es de 12.2% y la de los hombres de 7.1%; en lo rural, la tasa es de 24.9% para las mujeres y 19.6% para los hombres.

La tasa de analfabetismo es más alta en la personas de mayor edad; así las personas mayores de 34 años poseen una tasa de 25.7 %; mientras que en la población de 10 a 18 años, es de 3.6 %.

Por área, se observa una brecha bien marcada en las tasas de analfabetismo, ya que para el área urbana, este es de 9.9% y para en el área rural, de 22.4%; en al AMSS es de 5.5%.

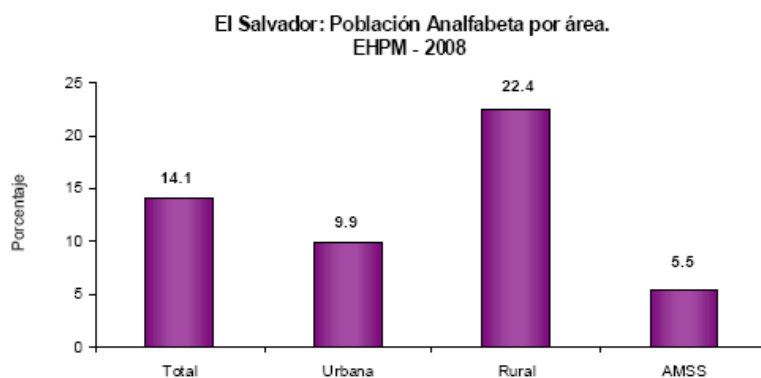


Gráfico 5: Población Analfabeta por área

## 2. ASISTENCIA ESCOLAR

Dentro de los Objetivos del Desarrollo del Milenio suscrito por El Salvador ante las Naciones Unidas, se contempla el logro de la educación primaria universal, dadas las ventajas que tiene la asistencia temprana al sistema educativo en el desarrollo de los niños; por lo tanto, este indicador es sumamente importante para ver el avance que ha tenido el país en términos de cobertura.

La tasa de asistencia escolar para el 2008, fue 33.0% del total de población de 4 años y más, lo que representa un total de 1, 880,809 alumnos que asistieron a un centro educativo formal en todo el territorio nacional.

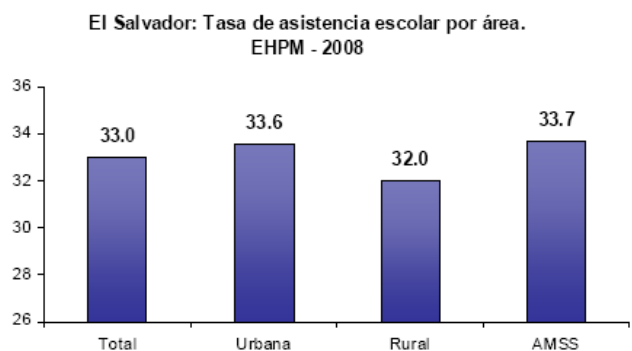


Gráfico 6: Tasa de asistencia escolar por área

## 3. ESCOLARIDAD PROMEDIO

Dentro de las características educativas de un país, un indicador que es importante analizar es la escolaridad promedio, ya que nos permite conocer el nivel de educación de una población determinada; este indicador se define como el número de años aprobados por las personas de 6 años y más. La escolaridad promedio a nivel nacional para el año 2008 es de 5.9 años, a nivel de área se encuentran diferencias así: para el AMSS la escolaridad promedio es de 8.0 años; para el área urbana es de 6.9 años; el área rural presenta el nivel más bajo de escolaridad, con 4.0 años.

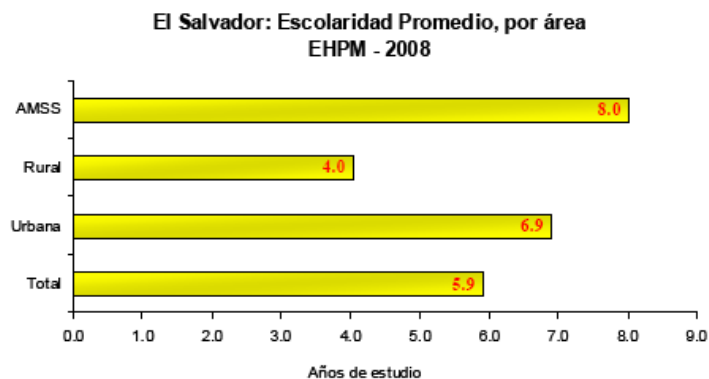


Gráfico 7: Escolaridad promedio por área

A nivel nacional la escolaridad promedio por sexo es de 6.0 años para los hombres y 5.8 para las mujeres. En el área urbana, la escolaridad promedio de los hombres es de 7.1 y de las mujeres de 6.7; en la zona rural, la de los hombres es de 4.1 y de las mujeres de 3.9.

Al desagregar la escolaridad promedio por departamento se encuentra que los departamentos de San Salvador y la Libertad registran los indicadores más altos, con 7.6 y 6.4 años de escolaridad, respectivamente. Por otro lado, los departamentos con los niveles más bajos de escolaridad son Cabañas y Morazán con 4.2 y 4.2 años, respectivamente.

### **2.2.3 SITUACION DEL EMPLEO EN EL PAIS**

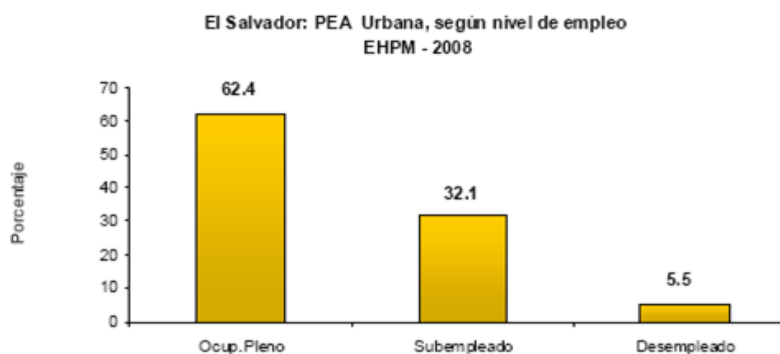
En El Salvador, como en la mayoría de los países Latinoamericanos, los indicadores que caracterizan a los mercados de trabajo, son medidos a través de las encuestas de hogares realizadas por las diferentes oficinas estadísticas, las que de acuerdo a la situación particular del mercado de trabajo de cada país, se determina la Población en edad de Trabajar (PET); en El Salvador esta es a partir de los 16 años. La PET, para el año 2008 asciende a 3, 980,187 personas, lo que representa un 65.0% de la población total.

#### **CARACTERISTICAS DE LA POBLACION ECONOMICA ACTIVA**

Del total de la PET, 2, 495,908 personas constituyen la Población Económicamente Activa (PEA), es decir, la parte de la PET que realiza alguna actividad económica u ofrece su fuerza de trabajo al mercado laboral. Al hacer una caracterización de la PEA por área geográfica, la EHPM 2008 reveló que el 68.9% se encuentra en el área urbana y el 31.1% en el área rural; del total de la PEA los hombres representan el 58.7% y las mujeres un 1.3%.

La tasa global de participación, es un indicador que cuantifica el tamaño relativo de la fuerza de trabajo; este es definido, como la relación porcentual entre el número de personas que componen la fuerza de trabajo o PEA y el número de personas que integran la PET. Para el año 2008, este indicador es de 62.7%, es decir, existen más de 62 personas ocupadas u ofertando su fuerza de trabajo al mercado laboral por cada 100 personas en edad de trabajar.

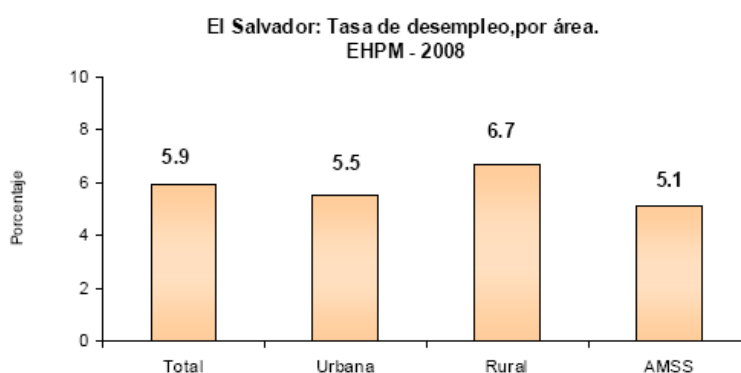
Del total de la PEA, el 94.1% se encuentran ocupadas, equivalente a 2,349,050; mientras que 146,858 personas se encuentran desocupadas, lo que indica una tasa de desempleo de 5.9% . En el área urbana, la PEA, según su condición de empleo, por cada 100 personas, 62 aproximadamente se encontraron plenamente ocupados; 32 subempleados y 5 desempleados.



*Gráfico 8: PEA según nivel de empleo*

## 2.2.4 SITUACION DEL DESEMPLEO EN EL PAIS

El desempleo está conformado por la población en edad de trabajar y con disposición a hacerlo, pero que no encuentran trabajo. Para el año 2008 se encontraban en situación de desocupado 146,858 personas a nivel nacional, lo que representa una tasa de desempleo de 5.9%. Esta tasa en el área urbana es del 5.5% y en el área rural de 6.7%; en el AMSS la tasa de desempleo se ubica en 5.1%.



*Gráfico 9: Tasa de desempleo por área*

La tasa de desempleo por sexo, revela que el desempleo es mayor en los hombres, con una tasa de 7.5%; en tanto la tasa de desempleo en las mujeres es de 3.6%. Al caracterizar el desempleo por grupos de edad, es más alto en la población joven; para el año 2008, el grupo de edad de 16 a 29 años registró una tasa de desempleo de 8.9%; en cambio, para el grupo de 30 a 44 años de edad, se obtuvo una tasa de 4.1%.

## 2.2.5 NIVELES DE POBREZA EN EL PAIS

Entre los indicadores más relevantes que se obtienen a través de la EHPM, está el indicador de la pobreza. Esta se divide en extrema y relativa. Su parámetro es el valor de la Canasta Básica Alimentaria (CBA).

En pobreza extrema se ubican aquellos hogares que con su ingreso per-cápita no alcanzan a cubrir el costo per-cápita de la Canasta Básica Alimentaria (CBA) y en pobreza relativa los hogares que con sus ingreso per-cápita no alcanzan a cubrir el costo de la CBA ampliada (dos veces el valor de la CBA). El costo de la CBA per-cápita urbana en el año 2008 fue de US\$ 44.81 y la rural de US\$ 29.13

Para el año 2008 el costo de la CBA, en el área urbana, para un hogar tipo promedio de 3.82 miembros es de \$171.20 y de la CBA ampliada es de \$342.40 El costo de la CBA en el área rural, para un hogar tipo promedio de 4.39 miembros es de \$127.90 y de la CBA ampliada es de \$ 255.80.

A nivel nacional un 40.0% de los hogares se encuentran en pobreza; de estos el 12.4% se encuentra en pobreza extrema; mientras que el 27.6% están en pobreza relativa. En el área urbana el 35.7 % de los hogares viven en pobreza; el 10.0% están en pobreza extrema y el 25.7% en pobreza relativa. En el área rural un 49.0% de hogares se encuentran en pobreza, de los cuales el 17.5% están en pobreza extrema y el 31.5% en pobreza relativa. El AMSS cuenta con el menor número de pobres, el 24.8% de hogares están en esta situación, el 4.1% se encuentran en pobreza extrema; el 20.6% está en pobreza relativa.

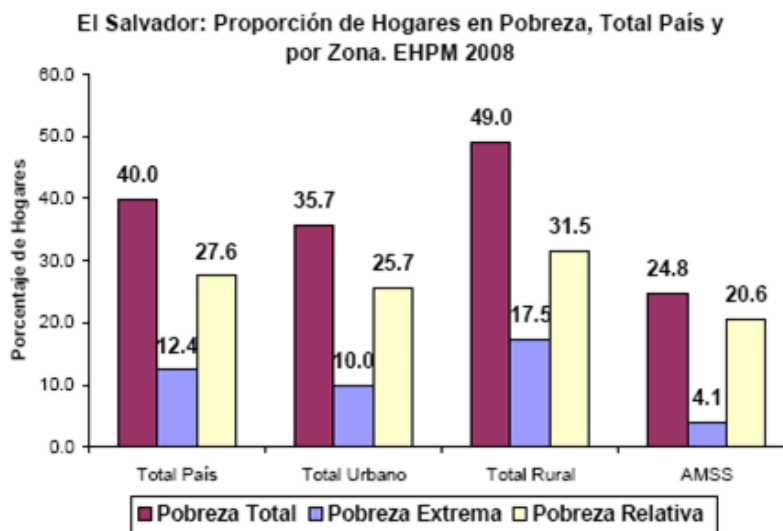


Gráfico 10: Proporción de Hogares en Pobreza a nivel Nacional

Entre los diversos problemas que persisten en materia de desarrollo humano están:

- Persisten las desigualdades en la distribución del ingreso. De acuerdo con la EHPM en 2004, un 34,7% del ingreso total se concentraba en el 10% de hogares en mejor situación económica, mientras que el 10% de hogares más pobres apenas recibía el 1% del ingreso total.
- La tasa de crecimiento económico disminuyó desde un promedio anual de 6,1% en el período 1991-1995 hasta 2,0% en el intervalo 1999-2004. Dado que la tasa de crecimiento demográfico es de casi 2%, el crecimiento medio del PIB per cápita ha sido igual a cero en ese último período. En 2005, la tasa de crecimiento fue de 2,8%, es decir, hubo un ligero repunte.
- La tasa de homicidios comenzó a aumentar considerablemente a partir de 2003, después de varios años de descenso. Según datos de la PNC los casos de homicidio van en aumento: en 2003 la tasa de asesinatos por cada cien mil habitantes fue de 33; 41 en 2004; y 54,7 en 2005. En 2005, el promedio de asesinatos fue de más de 10 personas por día.

El primer informe del Gobierno salvadoreño sobre los adelantos hacia el logro de los ODM (GOES, 2004) destacaba que, de continuar las tendencias del último decenio, es posible que el país alcance la mayoría de las metas de los ODM, inclusive las relacionadas con la erradicación de la pobreza extrema y el hambre, y la reducción de la mortalidad infantil.

El informe, no obstante, mencionaba también varios problemas que, de no ser enfrentados debidamente, afectarán el logro de los ODM. En relación con la erradicación de la pobreza extrema y el hambre, preocupa que las brechas entre poblaciones urbanas y rurales, lejos de disminuir, continúen aumentando. Existe también preocupación con respecto a las brechas en cuestiones de género, que continúan profundizándose. Una tercera esfera de preocupación está relacionada con el cumplimiento del objetivo de sostenibilidad del medio ambiente, especialmente en cuanto a la reducción de las emisiones de anhídrido carbónico y el mantenimiento de un porcentaje mínimo del territorio como zonas forestales protegidas.

## 2.2.6 POSICION DEL PAIS RESPECTO AL INDICE DE DESARROLLO HUMANO

El IDH (índice de desarrollo humano) es una medida comparativa de la esperanza de vida, alfabetismo, educación y niveles de vida correspondiente a países de todo el mundo. Es una unidad estándar para medir la calidad de vida y sobre todo la protección de la infancia. Es usado para distinguir si un país es desarrollado, en desarrollo, o subdesarrollado, y también para medir el impacto de las políticas económicas sobre la calidad de vida. El índice fue desarrollado en 1990 por el economista pakistaní Mahbub ul Haq y el economista indio Amartya Sen.

▲ = Ascenso. Los países entran en tres grandes categorías basadas en su IDH: desarrollo humano  
— = Igual. **Muy alto**, **Alto**, **Medio**, y **Bajo**. Las flechas muestran los cambios con respecto a  
▼ = Descenso. *antiguos* datos de 2006.

Valores similares de IDH en la presente lista no representan igualdad en la posición ya que ésta se determina a partir de valores de IDH con seis decimales.

El número entre paréntesis representa la variación de puestos desde la publicación de 2006

### IDH Medio

Posición	País	IDH	
		Datos de 2007	Variación respecto a los datos de 2006
94	 Samoa	0,771	▲ +0,005
95	 Maldivas	0,771	▲ +0,006
96	 Jordania	0,770	▲ +0,003
97	 Surinam	0,769	▲ +0,004
98	 Túnez	0,769	▲ +0,006
99	 Tonga	0,768	▲ +0,001
100	 Jamaica	0,768	▼ -0,002
101	 Paraguay	0,761	▲ +0,004
102	 Sri Lanka	0,759	▲ +0,004
103	 Gabón	0,755	▲ +0,005
104	 Argelia	0,754	▲ +0,005
105	 Filipinas	0,751	▲ +0,004
106	 El Salvador	0,747	▲ +0,001
107	 Siria	0,742	▲ +0,004

Tabla 6: Índice de desarrollo humano por país

### 2.2.7 ECONOMIA SALVADOREÑA

La economía salvadoreña ha experimentado una mezcla de resultados durante los últimos gobiernos que han impulsado iniciativas de mercado libre y un modelo de gerencia fiscal que incluyen la privatización de la banca, las telecomunicaciones, las pensiones públicas, la distribución y una parte de la generación eléctrica, reducción de los aranceles, eliminación de los controles de precios y subsidios, y una aplicación mejorada de los derechos de propiedad intelectual.

El PIB ha crecido a un paso constante pero modesto después de la firma de los Acuerdos de Paz en 1992, en un ambiente de la estabilidad macroeconómica. Sin embargo, El Salvador enfrenta un problema de desigualdad económica de la distribución de ganancias personales. El Gobierno de El Salvador emprendió un plan monetario de integración iniciado 1º. De enero del 2001, por el cual el dólar estadounidense se convirtió en moneda de curso legal junto al colón salvadoreño.



## 2.2.8 INDICES DE DESARROLLO HUMANO DE EL SALVADOR

Para Evaluar el desempeño económico del país podemos analizar los siguientes Indicadores:

- **Producto Interno Bruto – PIB Per Cápita :**

El PIB en precios corrientes refleja el incremento del mismo aunque no representa un crecimiento en la economía debido a la inflación, según los datos del PNUD el PIB en precios corrientes ha aumentado desde 1999 hasta el 2007 en un 63%. El PIB en precios constantes es más útil como una medida de comparación año con año, pues están ponderados en un año base (1990). Este ha presentado variaciones de entre 2.15% y 4.65%.

Los datos manejados internacionalmente son los presentados en la tabla posterior (Tabla 3.1) sin embargo en los resultados del VI censo de población 2007 se obtuvo un dato poblacional menor al esperado, 5.7 Millones de habitantes, lo cual cambia drásticamente el Cálculo del PIB per capita usado internacionalmente para medir el nivel de renta de una nación; El Banco Central de Reserva (BCR) reporta que el PIB del país en 2007 fue de \$20,372.6 millones, el cual, dividido entre la cantidad de población (5.7 millones de hab.) da como resultado un PIB per cápita de \$3,574.14

- **Tasa de Crecimiento del PIB real:**

Esta variable da el crecimiento anual del PIB ajustado por la inflación y expresado como un porcentaje.

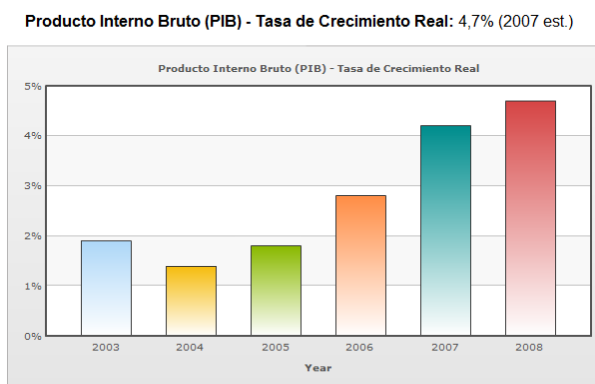


Gráfico 11: Tasa de crecimiento real del PIB

Año	Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2003	1,90 %	137		2002 est.
2004	1,40 %	162	-26,32 %	2003 est.
2005	1,80 %	174	28,57 %	2004 est.
2006	2,80 %	149	55,56 %	2005 est.
2007	4,20 %	126	50,00 %	2006 est.
2008	4,70 %	119	11,90 %	2007 est.

Tabla 7: Tasa de Crecimiento del PIB

- **Tasa de Inflación (Precios al consumidor):**

Esta variable suministra el cambio porcentual anual de los precios al consumidor comparado con los precios al consumidor del año anterior.



Gráfico 12 : Tasa de inflación (precios al consumidor)

- **Tasa de Interés Activa:**

Tasa de interés que los bancos cobran a sus clientes en pago por un crédito o por el uso del dinero.

- **Tasa de Interés Pasiva:**

Tasa de interés que pagan los bancos a sus depositantes, es el rendimiento por retener un instrumento financiero en vez de dinero.

A continuación se presenta un cuadro resumen de los indicadores descritos anteriormente cuya fuente son las publicaciones del PNUD:

## Desempeño económico del país

### Economía

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 /p	2006 /p	2007 /p
<b>Desempeño económico</b>									
Producto interno bruto (en millones de US\$ precios corrientes)	12,464.7	13,134.1	13,803.7	14,306.7	15,046.7	15,798.3	17,070.2	18,653.6	20,372.6
Producto interno bruto (en millones US\$ precios constantes 1990)	7,372.3	7,531.0	7,659.7	7,839.0	8,019.3	8,167.7	8,419.7	8,772.0	9,179.9
Producto interno bruto per cápita (US\$ corrientes)	2,025.4	2,092.8	2,159.3	2,195.0	2,266.7	2,337.9	2,483.0	2,668.4	2,867.4
Producto interno bruto per cápita (US\$ constantes)	1,197.9	1,200.0	1,197.4	1,202.7	1,208.1	1,208.7	1,224.7	1,254.8	1,292.0
Tasa de crecimiento del PIB real	3.4	2.2	1.7	2.3	2.3	1.9	3.1	4.2	4.7
Tasa de crecimiento del PIB real per cápita	1.4	0.2	-0.2	0.4	0.4	0.1	1.3	2.5	3.0
Tasa de inflación	-1.0	4.3	1.4	2.8	2.5	5.4	4.3	4.9	4.9
Índice de precios al consumidor (base diciembre 1992=100)	153.5	160.0	162.3	166.8	171.0	180.2	187.9	197.1	206.7
Tipo de cambio (1990= 8.75)	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75	8.75
Tasa de interés activa (nominal en US\$)	10.4	10.7	9.6	7.1	6.6	6.3	6.9	7.5	7.8
Tasa de interés pasiva (nominal en US\$)	6.6	6.5	5.5	3.4	3.4	3.3	3.2	4.5	4.9
Remesas familiares (en millones de US\$)	1,373.8	1,750.7	1,910.5	1,935.2	2,105.3	2,547.6	2,830.2	3,470.9	3,695.3
Remesas familiares como porcentaje del PIB	11.0	13.3	13.8	13.5	14.1	16.1	16.6	18.6	18.1

Tabla 8: Desempeño económico de El Salvador

## 2.2.9 INDICES DE DESARROLLO HUMANO Y SUS COMPONENTES

- **Índice de Desarrollo Humano:**

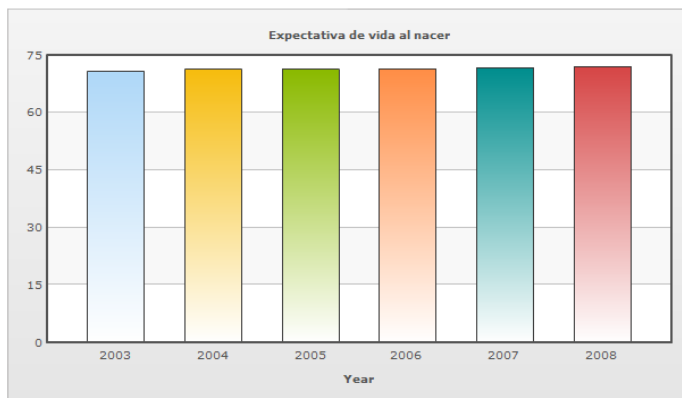
El IDH (índice de desarrollo humano) es una medida comparativa de la esperanza de vida, alfabetismo, educación y niveles de vida correspondiente a países de todo el mundo. Es una unidad estándar para medir la calidad de vida y sobre todo la protección de la infancia. Es usado para distinguir si un país es desarrollado, en desarrollo, o subdesarrollado, y también para medir el impacto de las políticas económicas sobre la calidad de vida.

- **Esperanza de Vida al Nacer:**

Esta variable contiene el número promedio de años de vida para un grupo de personas nacidas en el mismo año, si la mortalidad para cada edad se mantiene constante en el futuro. La entrada incluye *el total de la población*, así como los componentes *masculino y femenino*. La esperanza de vida al nacer es también una medida general de la calidad de vida en un país y resume la tasa de mortalidad para todas las edades. También puede ser pensada como un indicador de la tasa de retorno potencial de la inversión en capital humano y es necesaria para el cálculo actuarial de diversas medidas.

Año	Expectativa de vida al nacer	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2003	70,62	114		2003 est.
2004	71,22	120	0,85 %	2004 est.
2005	71,22	121	0,00 %	2005 est.
2006	71,49	121	0,38 %	2006 est.
2007	71,78	118	0,41 %	2007 est.
2008	72,06	118	0,39 %	2008 est.

Tabla 9: Esperanza de vida al nacer

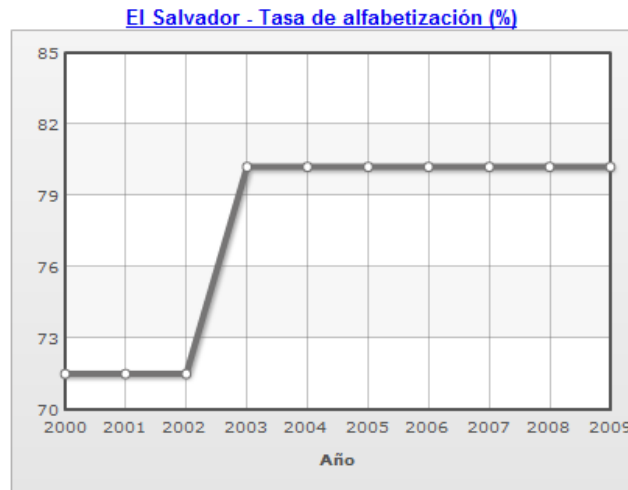


A lo largo de los años esta variable ha tenido un cambio porcentual menor al 1% y si lo observamos por departamento, San salvador es el que mayor esperanza de vida al nacer presenta, con 72.8 años, Cabañas se encuentra en el otro extremo con 67.0 años.

Gráfico 13: Esperanza de vida al nacer

- **Tasa de Alfabetización:**

Esta variable incluye una definición de la alfabetización y porcentajes de la Oficina del Censo para el *total de la población, varones, y mujeres*. No hay definiciones universales y normas de la alfabetización. Salvo indicación contraria, todas las tasas se basan en la definición más común - la capacidad de leer y escribir a una edad determinada. Bajos niveles de alfabetización y de educación en general pueden impedir el desarrollo económico de un país, especialmente en un mundo que cambia rápidamente impulsado por la tecnología.



*Gráfico 14: Tasa de alfabetización*

- **Tasa de Matriculación:**

La tasa de matriculación por edad mide la cobertura o atención total que el sistema educativo nacional brinda a la población por edades observadas, sin hacer distinción del grado escolar o la edad de las personas matriculadas.

- **Índices (esperanza de vida, educación, PIB):**

Antes de calcular el IDH es necesario crear un índice para cada una de estas dimensiones los índices de esperanza de vida, educación y PIB), para lo cual se escogen valores mínimos y máximos (valores límite) para cada uno de los tres indicadores. Luego, se calcula el IDH como simple promedio de los índices de los componentes.

Índice de Desarrollo Humano por Departamento y sus componentes

Índice de desarrollo humano y sus componentes

Clasificación según el IDH	Valor del Índice de Desarrollo Humano (IDH)	Esperanza de vida al nacer (años)	Tasa alfabetización (% de personas de 15 años y mayores)	Tasa bruta de matriculación combinada en primaria, secundaria y terciaria (%)	PIB per cápita (PPA en US\$)	Índice de esperanza de vida	Índice de educación	Índice del PIB
1 San Salvador	0.795	72.8	92.2	75.5	7,523	0.797	0.867	0.721
2 La Libertad	0.753	71.7	86.6	67.2	5,830	0.778	0.801	0.679
3 Santa Ana	0.727	72.3	80.1	65.8	4,623	0.788	0.754	0.640
4 Sonsonate	0.727	71.5	81.0	61.7	5,186	0.775	0.746	0.659
5 Cuscatlán	0.717	70.9	83.2	70.0	3,625	0.765	0.788	0.599
6 La Paz	0.714	69.6	82.4	69.0	4,055	0.743	0.779	0.618
7 San Miguel	0.712	71.5	75.8	63.4	4,755	0.775	0.717	0.645
8 San Vicente	0.702	68.4	81.5	71.1	3,672	0.723	0.780	0.601
9 Usulután	0.702	71.1	75.5	61.6	4,303	0.768	0.708	0.628
10 Chalatenango	0.701	67.8	77.2	71.9	4,459	0.713	0.755	0.634
11 Ahuachapán	0.699	69.8	78.8	63.0	3,983	0.747	0.735	0.615
12 Cabañas	0.676	67.0	76.1	63.0	3,882	0.700	0.717	0.611
13 La Unión	0.675	70.1	69.0	57.7	4,107	0.752	0.652	0.620
14 Morazán	0.634	67.7	63.7	56.7	3,153	0.712	0.614	0.576
El Salvador	0.742	71.3	83.6	67.8	5,525	0.772	0.783	0.670

Tabla 10: Índice de desarrollo humano y sus componentes

- **Índice de Desarrollo Relativo al Género (IDG):**

Éste considera la información desagregada por sexo y mide el logro en las mismas dimensiones y con las mismas variables que el IDH, pero tomando en cuenta la desigualdad de logro entre mujeres y hombres. Mientras mayor sea la disparidad de género en cuanto al desarrollo humano básico, menor es el IDG de un país en comparación con su IDH. El Salvador se ubicaba en la clasificación 80 en el Informe del 2005, de un total de 140 países clasificados según IDG (con un valor de 0,715), pasando en el *Informe Sobre Desarrollo Humano Mundial 2006* a la clasificación 76 entre 136 países.

Clasificación según el IDH	Índice de desarrollo relativo al género (IDG) 2007		como % del valor del IDH	Esperanza de vida al nacer (años) 2007		Tasa de alfabetización de adultos* (% de personas de 15 años y mayores) 1999–2007		Tasa de matriculación bruta combinada en educación <sup>b</sup> (%) 2007		Ingreso percibido estimado <sup>c</sup> (PPA en US\$) 2007		Clasificación según el IDH, menos la clasificación según el IDG <sup>d</sup>
	Clasificación	Valor		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
<b>DESARROLLO HUMANO MEDIO</b>												
84 Armenia	68	0,794	99,5	76,7	70,1	99,3	99,7	77,8	71,6	4.215	7.386	2
85 Ucrania	69	0,793	99,7	73,8	62,7	99,6	99,8	93,2 <sup>i</sup>	87,0 <sup>i</sup>	5.249	8.854	2
86 Azerbaiyán	73	0,779	99,0	72,3	67,6	99,2 <sup>g</sup>	99,8 <sup>g</sup>	..	..	4.836	11.037	-1
87 Tailandia	72	0,782	99,8	72,1	65,4	92,6	95,9	79,6 <sup>th</sup>	76,6 <sup>th</sup>	6.341 <sup>i</sup>	10.018 <sup>i</sup>	1
88 Irán (Rep. Islámica de)	76	0,770	98,4	72,5	69,9	77,2	87,3	73,0 <sup>th</sup>	73,4 <sup>th</sup>	5.304 <sup>i</sup>	16.449 <sup>i</sup>	-2
89 Georgia	..	..	..	75,0	68,1	..	..	77,7 <sup>h</sup>	75,8 <sup>h</sup>	2.639	6.921	..
90 República Dominicana	74	0,775	99,7	75,2	69,8	89,5	88,8	76,7 <sup>f</sup>	70,4 <sup>f</sup>	4.985 <sup>i</sup>	8.416 <sup>i</sup>	1
91 San Vicente y las Granadinas	..	..	..	73,6	69,4	..	..	70,3 <sup>f</sup>	67,6 <sup>f</sup>	5.180 <sup>i</sup>	10.219 <sup>i</sup>	..
92 China	75	0,770	99,8	74,7	71,3	90,0	96,5	68,5 <sup>f</sup>	68,9 <sup>f</sup>	4.323 <sup>i</sup>	6.375 <sup>i</sup>	1
93 Belice	..	..	..	78,0	74,2	..	..	79,2 <sup>th</sup>	77,4 <sup>th</sup>	4.021	9.398	..
94 Samoa	80	0,763	99,0	74,7	68,4	98,4	98,9	76,3 <sup>th</sup>	72,0 <sup>th</sup>	2.525 <sup>i</sup>	6.258 <sup>i</sup>	-3
95 Maldivas	77	0,767	99,5	72,7	69,7	97,1	97,0	71,4 <sup>th</sup>	71,3 <sup>th</sup>	3.597 <sup>i</sup>	6.714 <sup>i</sup>	1
96 Jordania	87	0,743	96,5	74,3	70,7	87,0	95,2	79,9 <sup>f</sup>	77,5 <sup>f</sup>	1.543	8.065	-8
97 Suriname	79	0,763	99,3	72,5	65,3	88,1	92,7	79,3 <sup>th</sup>	69,4 <sup>th</sup>	4.794 <sup>i</sup>	10.825 <sup>i</sup>	1
98 Túnez	84	0,752	97,8	76,0	71,8	69,0	86,4	78,9 <sup>th</sup>	73,6 <sup>th</sup>	3.249 <sup>i</sup>	11.731 <sup>i</sup>	-3
99 Tonga	78	0,765	99,6	74,6	69,0	99,3	99,2	78,8 <sup>th</sup>	77,2 <sup>th</sup>	2.705 <sup>i</sup>	4.752 <sup>i</sup>	4
100 Jamaica	81	0,762	99,5	75,1	68,3	91,1	80,5	82,0 <sup>th</sup>	74,3 <sup>th</sup>	4.469 <sup>i</sup>	7.734 <sup>i</sup>	2
101 Paraguay	82	0,759	99,8	73,8	69,6	93,5	95,7	72,2 <sup>th</sup>	72,1 <sup>th</sup>	3.439 <sup>i</sup>	5.405 <sup>i</sup>	2
102 Sri Lanka	83	0,756	99,6	77,9	70,3	89,1	92,7	69,9 <sup>th</sup>	67,5 <sup>th</sup>	3.064	5.450	2
103 Gabón	85	0,748	99,1	61,5	58,7	82,2	90,2	75,0 <sup>f</sup>	79,8 <sup>f</sup>	11.221 <sup>i</sup>	19.124 <sup>i</sup>	1
104 Argelia	88	0,742	98,4	73,6	70,8	66,4	84,3	74,5 <sup>th</sup>	72,8 <sup>th</sup>	4.081 <sup>i</sup>	11.331 <sup>i</sup>	-1
105 Filipinas	86	0,748	99,6	73,9	69,4	93,7	93,1	81,6 <sup>f</sup>	77,8 <sup>f</sup>	2.506 <sup>i</sup>	4.293 <sup>i</sup>	2
106 El Salvador	89	0,740	99,0	75,9	66,4	79,7	84,9	74,8	73,3	3.675 <sup>i</sup>	8.016 <sup>i</sup>	0
107 República Árabe Siria	98	0,715	96,4	76,0	72,2	76,5	89,7	63,9 <sup>th</sup>	67,5 <sup>th</sup>	1.512 <sup>i</sup>	7.452 <sup>i</sup>	-8
108 Fiji	90	0,732	98,7	71,0	66,5	.. <sup>m</sup>	.. <sup>m</sup>	73,2 <sup>th</sup>	70,0 <sup>th</sup>	2.349 <sup>i</sup>	6.200 <sup>i</sup>	1
109 Turkmenistán	..	..	..	68,8	60,6	99,3	99,7	..	..	3.594 <sup>i</sup>	5.545 <sup>i</sup>	..

Tabla 11: Índice de desarrollo humano por país relativo al género

Índice de Desarrollo Humano relativo al género

Índice de desarrollo humano relativo al género y sus componentes

Clasificación según el IDH	Índice de desarrollo relativo al género (IDG)		Esperanza de vida al nacer (años)		Tasa de alfabetización (% de personas de 15 años y mayores)		Tasa de matriculación combinada en educación primaria, secundaria y terciaria (%)		Ingreso percibido estimado (PPA en US\$)	
	Clasificación	Valor	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
1 San Salvador	1	0.793	70.0	75.7	95.3	89.8	75.7	75.3	9,361	5,942
2 La Libertad	2	0.748	68.8	74.6	88.7	84.9	67.4	67.1	7,964	3,959
3 Santa Ana	3	0.724	69.7	75.0	85.7	75.6	67.0	64.6	5,946	3,401
4 Sonsonate	4	0.722	67.5	75.7	86.1	76.8	63.3	59.9	7,031	3,455
5 Cuscatlán	5	0.713	67.5	74.4	84.6	81.8	69.7	70.4	4,836	2,433
6 La Paz	6	0.710	66.0	73.4	85.2	80.1	70.0	67.9	5,390	2,824
7 San Miguel	7	0.709	68.4	74.8	76.7	75.1	62.0	64.7	6,391	3,374
8 San Vicente	8	0.699	65.6	71.4	84.0	79.3	69.3	73.4	4,756	2,595
9 Usulután	9	0.697	68.0	74.4	80.7	71.0	62.5	60.6	5,830	2,888
10 Chalatenango	10	0.694	65.3	70.4	78.7	76.1	69.4	74.5	6,402	2,734
11 Ahuachapán	11	0.693	66.7	73.0	85.6	72.8	66.4	59.5	5,344	2,681
12 Cabañas	12	0.669	64.4	69.8	75.0	76.9	62.1	63.8	5,631	2,381
13 La Unión	13	0.667	66.3	74.1	69.5	68.6	57.3	58.1	6,051	2,420
14 Morazán	14	0.624	65.4	70.0	66.7	61.4	55.9	57.5	4,704	1,818
El Salvador		0.739	68.3	74.5	86.7	81.0	68.1	67.6	7,217	4,018

Tabla 12: Índice de desarrollo humano relativo al género por departamentos de El Salvador



- **Canasta Básica**

La canasta básica es el conjunto de bienes y servicios indispensables para que una persona o una familia pueda cubrir sus necesidades básicas a partir de su ingreso; en otras palabras, una canasta básica es aquella que tiene todos los productos necesarios para poder tener una vida sana, tanto física como mentalmente. El IPC (Ingreso por consumo) vigente toma como base el año 1992, para el nuevo la base será el año 2009.

**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC)  
CANASTA BASICA ALIMENTARIA  
URBANA-RURAL(2009-2010)**

AÑO	ARTICULO	GRAMOS POR PERSONA	URBANA											
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>2009</b>														
2009	Pan Francés	49	0.11	0.12	0.12	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11	0.12	0.11
2009	Tortillas	223	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.14	0.14	0.14	0.14
2009	Arroz	55	0.09	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
2009	Carnes 1_ /	60	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35
2009	Grasas 2_ /	33	0.09	0.09	0.09	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
2009	Huevos	28	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
2009	Leche Fluida *	106	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
2009	Frutas 3_ /	157	0.09	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.09	0.09
2009	Frijoles	79	0.13	0.13	0.13	0.12	0.12	0.12	0.12	0.11	0.10	0.10	0.10	0.10
2009	Verduras 4_ /	127	0.13	0.11	0.10	0.10	0.11	0.11	0.12	0.12	0.13	0.12	0.11	0.11
2009	Azúcar	69	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
2009	Costo diario por persona	0	1.39	1.38	1.36	1.34	1.35	1.35	1.34	1.33	1.33	1.32	1.31	1.31
2009	más 10% (cocción)	0	1.53	1.51	1.50	1.47	1.49	1.49	1.48	1.47	1.46	1.45	1.44	1.44
2009	Costo diario por familia de 3.82 miembros	0	5.85	5.78	5.71	5.63	5.68	5.68	5.64	5.61	5.58	5.55	5.51	5.49
2009	Costo mensual por familia	0	175.65	173.42	171.43	168.96	170.40	170.26	169.34	168.31	167.52	166.59	165.43	164.64

*Tabla 13: Índice de precios al consumidor, canasta básica alimentaria*

- **Coefficiente de Gini**

El PNUD utiliza el coeficiente de medida de la desigualdad de la distribución del ingreso (Gini), que es un indicador para medir el grado de inequidad que tienen los países. Sus valores se ubican entre cero y uno. Si es igual a uno, significa que el país tiene el máximo de inequidad, y si es cero tiene igualdad la sociedad, En el informe, El Salvador tiene 0.52 Gini (2006-2007).

SAN SALVADOR - El Salvador es el segundo país con mayor grado de inequidad después de Brasil en el continente latinoamericano, según el Informe sobre Desarrollo Humano de El Salvador 2006-2007 elaborado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Un claro ejemplo de inequidad que recibió el país fue el reciente aumento salarial de los parlamentarios de \$1,800 a \$2,900, ocurrido el pasado 18 de enero. El resumen de los indicadores anteriores se presenta a continuación:

Perfil de pobreza												
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Costo de la canasta básica alimentaria familiar mensual (en US\$)</b>												
Urbano	126.0	142.8	142.7	140.6	135.6	128.2	129.1	127.0	126.5	130.0	136.5	137.8
Rural	92.0	110.0	111.0	103.1	98.3	98.6	97.7	93.2	89.9	96.3	87.5	97.1
<b>Razón entre quintil más rico y el quintil más pobre de la población (Ingreso familiar)</b>												
Nacional	..	15.1	13.0	15.9	18.0	17.3	18.4	19.6	17.1	14.5	13.4	11.2
Urbano	..	11.6	11.0	12.8	12.7	12.2	13.7	14.7	12.7	11.3	13.0	11.5
Rural	..	12.7	8.9	11.4	15.9	16.2	16.3	17.6	16.0	14.4	12.2	8.8
<b>Coefficiente de Gini (Ingreso por hogar)</b>												
Nacional	..	0.48	0.48	0.50	0.50	0.49	0.51	0.52	0.50	0.48	0.48	0.46
Urbano	..	0.44	0.44	0.46	0.46	0.45	0.48	0.49	0.47	0.45	0.46	0.45
Rural	..	0.45	0.42	0.46	0.47	0.47	0.48	0.48	0.47	0.46	0.45	0.40
<b>Coefficiente de Gini (Ingreso per cápita)</b>												
Nacional	..	0.51	0.51	0.52	0.52	0.52	0.53	0.54	0.51	0.50	0.49	0.48
Urbano	..	0.47	0.47	0.48	0.47	0.47	0.49	0.50	0.48	0.47	0.47	0.46
Rural	..	0.45	0.44	0.46	0.47	0.47	0.49	0.49	0.48	0.47	0.46	0.41

Tabla 14: perfil de pobreza por división urbana y rural

## 2.3. SITUACION DE SAN SALVADOR DESDE LA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO

El departamento de San Salvador tiene una superficie de aproximadamente 610.84 Km<sup>2</sup> y una población de 1,695,748 Habitantes. Su densidad poblacional es de 2,776 Hab./km<sup>2</sup>, los datos demográficos existentes según la EHPM 2008 son:

<b>País/Municipio</b>	<b>Población</b>	<b>Extensión en Km<sup>2</sup></b>	<b>Habitantes por Km<sup>2</sup></b>
AMSS	<b>1,695,748</b>	<b>610.84</b>	<b>2,776</b>
Cuscatancingo	57,144	5.4	<b>10,582</b>
Soyapango	259,553	29.72	<b>8,733</b>
Mejicanos	154,015	22.12	<b>6,963</b>
San Salvador	342,636	72.25	<b>4,742</b>
San Marcos	64,857	14.71	<b>4,409</b>
Ayutuxtepeque	35,738	8.41	<b>4,249</b>
Delgado	121,840	33.4	<b>3,648</b>
Ilopango	114,012	34.63	<b>3,292</b>
Apopa	159,955	51.84	<b>3,086</b>
Antiguo Cuscatlán	37,729	19.41	<b>1,944</b>
Tonacatepeque	101,873	67.55	<b>1,508</b>
San Martín	79,428	55.84	<b>1,422</b>
Santa Tecla	136,468	112.2	<b>1,216</b>
Nejapa	30,500	83.36	<b>366</b>

*Tabla 15: Densidad de la población según AMSS 2008*

La densidad poblacional del Área Metropolitana, es de 2,776 habitantes por km<sup>2</sup>; siendo los de mayor concentración los municipios de Cuscatancingo con una población de 10,582 hab./Km<sup>2</sup>, Soyapango con 8,733 hab./Km<sup>2</sup>, Mejicanos con 6,963 hab./Km<sup>2</sup> y San Salvador con 4,742 hab./Km<sup>2</sup>.

### 2.3.1 DESARROLLO URBANO EN SAN SALVADOR

Para conocer el entorno del centro histórico de San Salvador se consultó a la municipalidad sobre las iniciativas existentes orientadas al Desarrollo, se tiene que los proyectos actuales están relacionados únicamente con la infraestructura y ordenamiento, ninguna institución pública o privada ha presentado alguna propuesta con los objetivos que tiene el plan de Desarrollo Socio-Económico para el cual se realiza el presente Diagnostico.

En cuanto a Desarrollo Urbano específicamente la municipalidad tiene la siguiente misión y funciones:

### **Misión**

EJECUTAR PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA, ORNAMENTACIÓN Y ORDENAMIENTO DE LA CIUDAD MEJORANDO ASI LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS

#### Funciones Principales

- ✓ Garantizar la provisión de servicios municipales relacionados con obras de infraestructura que la Alcaldía Municipal de San Salvador debe desarrollar en barrios, colonias y comunidades de tal manera que éstas sirvan de forma óptima a las necesidades de los ciudadanos.
- ✓ Proporcionar el mantenimiento efectivo del alumbrado público a nivel municipal.
- ✓ Supervisar todos los proyectos que la Subgerencia, los Distritos, o Empresa privada ejecutan a nivel municipal.
- ✓ Administrar las obras físicas con base en las necesidades del municipio y el mantenimiento de instalaciones e infraestructura relacionada con el equipamiento de la ciudad

Para hablar de Desarrollo Urbano también se deben considerar aspectos como salud, educación, seguridad, cultura, etc.; actualmente no se encuentra en proceso de formulación ni ejecución proyectos de esta naturaleza.

### **2.3.2 ENTORNO DEL CENTRO HISTORICO DE SAN SALVADOR**

Las ciudades europeas, entre ellas las españolas, surgieron de forma espontánea, como sitios de intercambio comercial, sedes del poder político y militar, adoración religiosa, aprendizaje y cultura. En contraposición a esta situación, la mayoría de las ciudades en América Latina fundadas por los españoles, fueron producto deliberado y planificado con base en una sofisticada empresa cultural, orientada a construir una impresionante red de ciudades coloniales con el propósito de administrar y controlar los vastos dominios del imperio español a partir del siglo XVI; muchas de ellas se convirtieron en ejes hegemónicos en política, cultura y finanzas después de la independencia.

En la actualidad, los centros históricos de muchas de estas ciudades adolecen de problemas como pobreza, deterioro urbano y fuga de capital. San Salvador no es la excepción, situación que se ha agravado a partir de la década de los 80 del siglo XX, cuando una gran cantidad de personas emigró hacia la capital salvadoreña debido a la guerra civil, empeorando esta situación con el terremoto de 1986 que destruyó, en gran parte, las edificaciones del centro histórico. Además, la falta de empleo formal para la población de escasos recursos ha repercutido en el aumento del comercio informal, situación que los gobiernos municipales de dicha ciudad no han podido solucionar.



El centro histórico de San Salvador comprende el área donde se inició la expansión de la ciudad capital de El Salvador desde el siglo XVI y fue durante mucho tiempo el centro de poder político, económico y religioso del país.

CARACTERIZACION DEL CENTRO HISTORICO DE SAN SALVADOR <sup>9</sup>	
Área	11.2 Km <sup>2</sup>
Población	13,000 habitantes
Empleos	27.6 % empleados públicos
	54.6 % empleo formal y precario
	13.7 % Trabajadores independientes
Centros educativos	3 institutos públicos
	4 universidades privadas
	1 parvularia publica
Industrias	185
Comercios formales	1,910
Vivienda	50% Unifamiliar: 469 unidades y 160 unidades precarias
	20% Apartamentos : 31 condominios y 771 unidades
	10% Mesones: 310 piezas y 20% otros.
Mercados	5
Vendedores	5,775
Otros	21 Asociaciones Vendedores informales
	4, 742 vendedores informales (85% del total fueron censados en el año 2000)
	250 a 500 mil transeúntes

Tabla 16: Características del Centro Histórico de San Salvador

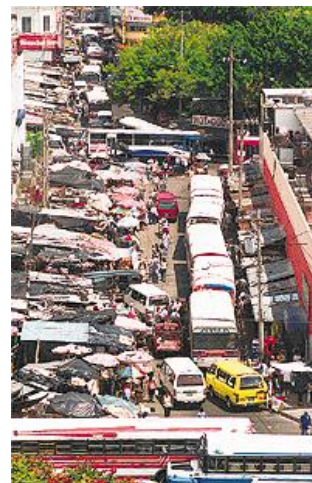
<sup>9</sup> Fuente: Oficina de cooperación Europea, URBAL 2003

## *Problemas Principales del Centro Histórico de San salvador*

- **TRAFICO Y TRANSPORTE MASIVO**

Hasta el año 2001 en el Centro Histórico pasaban 636 buses por hora en los periodos críticos, que correspondía al 90% de todas las rutas de buses del área metropolitana de San Salvador.

El Vice-ministerio de Transporte (VMT), que es una entidad Estatal, implemento en el centro Histórico un plan de reordenamiento del sistema tradicional de autobuses, modificando especialmente los recorridos de las rutas hacia la periferia, reduciendo significativamente el desorden vehicular. Según el ministro de obras públicas Gerson Martínez afirma que existe un plan maestro con el que se pretende sacar a todas las rutas del centro de San Salvador.



Según Carlos Coto, encargado del consejo capitalino de obras públicas de la alcaldía de San Salvador por su parte propone la construcción de una red de pasarelas que creen una especie de corredor que aleje a las personas de las calles y sus aceras. Esto, sabiendo que las personas se sienten irresistiblemente atraídas a caminar debajo de las pasarelas, y no sobre ellas. Falta por implementar una solución integral a nivel metropolitano en la que se vean involucradas todas las instituciones pertinentes y que cambie sustancialmente la imagen del Centro Histórico y que reduzca la contaminación ambiental.

- **COMERCIO INFORMAL**

La ocupación del comercio informal en los espacios públicos abiertos es un problema heredado de administraciones públicas anteriores de los últimos años, debido a la situación de necesidad social aun no resuelta y a la imposibilidad de efectuar medidas de control adecuadas por parte de las autoridades correspondientes.

El crecimiento desordenado del mercado informal en el Centro Histórico no solo emplea vías de tránsito vehicular, aceras, parques y plazas, sino que rodea los edificios y mercados municipales más importantes.

El efecto sobre el comercio formal se refleja por el lado, en la dificultad de acceso vehicular y peatonal a los establecimientos comerciales, y por otra parte brindan servicios y abastecimiento de mercadería al mercado informal mismo.



La solución al desorden de las ventas informales sumando el transporte público, es fundamental para todas las intervenciones de recuperación del Centro Histórico.

Según FUNDASAL en su CARTA URBANA 127 del año 2005 afirma sobre el comercio informal:

Cada año aumentan, más y más, las ventas callejeras en el Distrito Centro Histórico de San Salvador. Crecen de manera tan acelerada que, de acuerdo con proyecciones estadísticas, en dos años y medio se podría ver duplicada la cantidad que existe ahora. Según estudios, el número de ventas informales crece el 20.63% cada seis meses, de acuerdo con los registros analizados entre 2004 y el primer semestre de 2005. Eso significa que cada año, hay cuatro mil ventas nuevas en el centro. La invasión de calles y avenidas en el centro de San Salvador puede caracterizarse como un problema de anarquía y falta de gobernabilidad, pues la ciudad tiene la suma de la injusticia económica y la inequidad tributaria, que es fruto de un modelo económico que empobrece más y más a la población, faltando oportunidades de un trabajo formal, el cual les brinde una remuneración mensual constante. El hecho de que se den estas invasiones se debe a dos aspectos importantes:

Los vendedores sienten como suyo el espacio que ocupan en las vías de circulación de la capital, dejando de lado el hecho de que calles y avenidas son de uso público. A pesar que este punto de vista resulta negativo, pues existe una verdadera lucha de espacios, es importante tomar en cuenta que esta población necesita un lugar para desarrollar sus actividades comerciales.

La situación económica nacional es bastante crítica, pues a pesar de que se ha reducido la tasa de pobreza (17.8% en la última década), esta situación no se ha traducido en un aumento de oportunidades de trabajo, empeorando en el caso de un trabajo formal. Una solución muy común es dedicarse al comercio informal, pues es una forma simple de obtener ingresos. En la mayor parte de casos, se trabaja sobre la base de créditos para comprar los productos que serán comercializados.

Existe una incapacidad por parte de la alcaldía municipal de San Salvador para solventar esta problemática. Hasta el momento (año 2006) no existe ningún diálogo entre la comuna capitalina y el Gobierno Central, a través del cual se pueda llegar a un avance en este tema.

- *INSEGURIDAD CIUDADANA*

Junto con el comercio informal y el problema de transporte la inseguridad en el centro de San Salvador se une a las grandes problemáticas del centro de San Salvador.

Los altos índices delincuenciales en algunas zonas del centro histórico han sido un verdadero desafío para las autoridades de la



Policía Nacional Civil y el cuerpo de Agentes metropolitanos quienes son los encargados de dar esta seguridad dentro de toda la zona.

La presencia de las pandillas de la MS y de la pandilla 18 así como la delincuencia común y los problemas suscitados recientemente entre vendedores, pandilleros y vigilantes de la zona han llevado al centro de San Salvador a ser una de las zonas más peligrosas de todo el municipio.

A mediados del año 2009 las extorsiones y la amenaza llegó al punto de que los comerciantes tuvieron que cerrar sus puestos antes del tiempo acostumbrado y se generó una especie de "toque de queda". La delincuencia se redujo cuando hubo más de 35 detenciones en un operativo por el delito de extorsiones. Según el jefe de la delegación Centro de la Policía, comisionado Gerson Pérez, asegura que la violencia en el centro capitalino suscitada en el año 2009 fue generada porque los pandilleros quieren tener el control sobre los vigilantes privados.

La policía nacional civil reveló que durante el año 2009 fueron efectuadas 258 capturas en el centro histórico y que alrededor de 200 vigilantes privados asociados a cinco empresas trabajan en el mismo. Además a estos índices se sumó la iniciativa tomada para la veda de armas en el centro histórico que terminó vigencia en el diciembre del año 2009.

## **2.4. SITUACION ACTUAL DEL BARRIO SAN ESTEBAN DE SAN SALVADOR**

---

### **2.4.1 HISTORIA DEL BARRIO SAN ESTEBAN**

Al establecerse la ciudad de San Salvador, a mediados del siglo XVI, el Barrio San Esteban, quedó contiguo a los denominados barrios de indios: Los Remedios (La Vega), Concepción y Candelaria. Que eran las zonas en donde habitaba la fuerza laboral y sus familias. Estas unidades territoriales se conformaron durante la colonización española alrededor de las parroquias fundadas por los misioneros y sacerdotes católicos. En San Salvador se establecieron tres conventos de religiosos:

Me es así, que los registros religiosos como bautizos, matrimonios, defunciones, libros de cofradías; brindan importante información sistemática sobre diferentes aspectos, no sólo de la vida espiritual y religiosa, sino también de la vida seglar, privada o colectiva, de la sociedad colonial.

Aunque no se cuenta con suficientes estudios para caracterizar la estructura organizativa del San Salvador colonial, algunos trabajos informan sobre la importancia de la actividad económica y gremial en la organización de la ciudad. En efecto, la ciudad de San Salvador según el informe del Intendente Gutiérrez y Ulloa de 1807, reflejaba una complejidad y diversidad de artes y oficios, entre ellos: músicos, pintores, plateros, herreros, albañiles, carpinteros, sastres, tejedores, zapateros y tintoreros; los cuales agrupaban al 36.91% de la población. Los negociantes, que



incluían los comerciantes, traficantes y panaderos, incorporaban otro 29.01% de la población total. Es decir que un 65.92 % de la población se empleaba a principios del siglo XIX, en actividades urbanas (Gutiérrez y Ulloa, citado por Salazar, 1995). Aunque se desconoce los procedimientos de este cálculo, los datos evidencian con claridad la importancia y diversidad de los oficios que se practicaban en la provincia y San Salvador, su ciudad más importante.

Después de la Independencia, el barrio fue tomando características habitacionales de mayor nivel constructivo y económico, de tal manera que, junto con el área de la Merced, se fue constituyendo en zona estrictamente habitacional hasta nuestros días.

Desde su surgimiento y desarrollo a finales del siglo XIX, los mesones han sido uno de los principales lugares de habitación de los sectores populares de las áreas urbanas de El Salvador. Fue tan importante este tipo de asentamiento, que el censo de 1929 dio cuenta de la existencia de 526 mesones, donde se agrupaba más de la mitad de la población de la capital del país.

El mesón surgió como resultado del abandono de residencias de familias urbanas de altos ingresos, que se desplazaron del centro de la ciudad hacia nuevas zonas de habitación de mayor prestigio, alquilando sus antiguas viviendas a varios grupos familiares de bajos ingresos económicos. Poco a poco el alquiler de cuartos se fue convirtiendo en un negocio rentable, a tal grado que inversionistas particulares comenzaron a construir unidades habitacionales multifamiliares, diseñadas como mesón.

## 2.4.2 UBICACIÓN DEL BARRIO SAN ESTEBAN

El barrio San Esteban está ubicado en el centro histórico de San Salvador bajo los siguientes límites: al norte con la Calle Delgado, al sur la 4ª calle Oriente; al oriente con la 20 Avenida sur; al poniente con la 14 Avenida sur.

Extensión: 8 hectáreas

Fuente: (Lungo, Rieger y Chinchilla, 1997)



Figura 10: Ubicación del BSE

### 2.4.3 INFORMACION GENERAL DEL BARRIO SAN ESTEBAN<sup>10</sup>

Población: 2,222 habitantes

Población residente:

- Mesones 52%
- En zona marginal 20%
- Unifamiliares 28%

#### **Características Socio-demográficas del BSE**

En el año 2002 FUNDASAL realizó una investigación sobre características económicas y sociales de los habitantes del barrio San Esteban siendo los principales datos los siguientes:

- La población está integrada en un 22.4% por personas menores de 10 años, un 68.8% posee edades entre 10 y 59 años, y un 8.8% posee 60 años o más. La jefatura de hogar está ejercida mayoritariamente por un hombre en un 63.8%, mientras que las jefas de hogar representan un 36.2% del total.
- Posee un buen nivel educativo: el 55.6% ha cursado estudios básicos de primero, segundo o tercer ciclo, el 16.4% bachillerato y el 4.2% superior universitario (completo o incompleto). El 8.5% no ha cursado ningún estudio.
- Más de la mitad de los habitantes de mesones, 53.7%, tiene entre uno y nueve años de residencia en el asentamiento, un 46.3% informó tener más de diez años, y de éstos un 15.8% reportó más de 25 años viviendo en dicho lugar.
- Existe un predominio de mujeres con un 56.60% del total de la población y 43.40% hombres. Estos resultados son bastante equilibrados, ya que no existe una diferencia significativa de los mismos y son congruentes con la distribución nacional.
- A pesar que la población femenina es mayor, se observa que el 54.22% de las jefaturas de hogar son dirigidas por hombres y únicamente el 45.78% está en manos de mujeres; diferencias que tampoco son significativas.
- Con respecto a la composición de hogares existentes, se identifican seis tipos de estructuras, de acuerdo a las relaciones de parentesco que se establecen entre los miembros que los conforman, así tenemos:

---

<sup>10</sup> ESTUDIO DE FUNDASAL -2005

- ✓ Familias biparental nuclear: Son los hogares que más predominan con un 49.36%. Están integrados por el padre, la madre y los hijos. Es el tipo ideal de familia de la cultura occidental, composición familiar que es promovida por los estados, y en temas de corte económico puede ser muy ventajosa.
  - ✓ Familias monoparentales nucleares: Con un porcentaje del 21.99%, se caracterizan por presencia ya sea únicamente del padre o la madre con sus hijos.
  - ✓ Familias monoparentales extendidas: Se caracterizan porque, además de la presencia de solo el padre o la madre y sus hijos, existen otros parientes ya sea del padre o la madre o simplemente allegados a la familia. Representan el 15.87 de los hogares.
  - ✓ Familias biparentales extendidas: Son las constituidas por la pareja, hijos y algún pariente del padre o madre. Este grupo tiene un porcentaje del 9.97%.
  - ✓ Familias pluripersonales: Conformadas por miembros con vínculos consanguíneos o sin ellos. Tienen un porcentaje del 4.86%
  - ✓ Personas que viven solas: Con el 2.81%.
- Al relacionar la información sobre que sexo pertenecen los jefes de hogares, se encontró que en los hogares biparentales nucleares y extendidos, la jefatura de éstos la tienen en mayor porcentaje los hombres; al contrario de los hogares monoparentales nucleares y extendidos, en que la jefatura es ejercida por las mujeres; así como en los hogares pluripersonales y en los unipersonales. Esto podría marcar una desventaja por la desigualdad de condiciones en salario y oportunidades que tienen las mujeres.
  - Con respecto a la calidad de las viviendas, un 41.94% se encuentran en estado aceptable. Las paredes y techo de cada unidad son de lámina y madera, los cuales muestran los estragos provocados por años de existencia, los efectos de varios terremotos y la total falta de mantenimiento por parte de los propietarios.



### Características Económicas del BSE

Se presentan a continuación características económicas tomadas del estudio Hábitat en el Centro Histórico de San Salvador, FUNDASAL, 2005:

- *Ingresos económicos del grupo familiar*

Se constató, que el 33.59% del total de las familias entrevistadas tienen ingresos equivalentes a un salario mínimo. Un 24.74%, lo constituye los grupos familiares con dos salarios mínimos. Luego siguen con un 16.15% los hogares con ingresos de tres salarios mínimos. Un 13.54%, tienen ingresos de cuatro a más salarios mínimos y un 11.98% son familias con ingresos mensuales de menos de un salario mínimo, que corresponde a una minoría del total de hogares.

- *Niveles de pobreza de los hogares*

Un 9.72%, del total de las familias entrevistadas se encuentran en situación de pobreza extrema o absoluta, sin embargo un 29.41% vive en pobreza relativa. El total de personas en condición de pobres alcanza el 39.13%, cifra mucho más elevada que los pobres urbanos a nivel nacional, que alcanza el porcentaje de 29.90 %.

- *Ayuda económica que reciben los hogares*

Con respecto a las ayudas que reciben las familias, del total de hogares entrevistados únicamente el 16.88%, tiene ayudas económicas, de las cuales el 51.50% provienen de parientes residentes en el país, y un 36.40% afirmaron que estos beneficios proceden de parientes en el extranjero (las que se identifican propiamente como remesas). El otro porcentaje son ayudas institucionales, y otras familias que no quisieron proporcionar información. Las estadísticas reflejan que cada una de las familias que tienen ayuda económica, reciben un promedio de los 15.78 dólares mensuales, cantidad muy baja en relación al promedio urbano nacional y del AMSS que es de 126.93 dólares por hogar.

- *Gastos de manutención por grupo familiar*

Con respecto a los gastos mensuales de manutención de las familias, el grupo familiar compuesto por 3 miembros dirige sus gastos al rubro de alimentos con el 39.80%, del total de sus ingresos económicos. El 14.12% lo destina para el pago de la vivienda, ya sea familias que alquilan una pieza de mesón o las que pagan a plazos un apartamento en condominio. El tercer indicador se refiere al pago de los servicios básicos en conjunto (electricidad, transporte y agua potable). Este alcanza un porcentaje del 13.84%. Un hecho muy importante entre las familias, es el hábito del ahorro, ya que de su ingreso mensual colocan en su cuenta de ahorros el 9.80%.

Educación y salud son otros rubros importantes para las familias con miembros en edad escolar o con problemas de salud. Estas familias gastan el 1.54% de sus ingresos mensuales en estas áreas. El resto de los ingresos lo destinan para la compra de vestuario, calzado, diversiones, pago de

créditos o préstamos. Las familias adquieren créditos porque gastan más de los ingresos percibidos. Esto lo equilibran a través de créditos en las tiendas, hecho que es muy característico entre las familias de bajos ingresos económicos en el país.

- *Actividades productivas realizadas*

La ocupación de los jefes/as de hogar está mayoritariamente relacionada con actividades del comercio informal. En este sector se localiza un 41.1% desempeñándose como vendedores ambulantes (actividad ejercida mayoritariamente por mujeres). Un 17.9% se desempeña en el sector informal de los servicios, incluidos en estos los talleres de reparación. Un porcentaje más reducido (3.2%) laboraba en una manufacturera y artesanías, y el 2.1% tenía un empleo formal. El 35.7% de la población encuestada no estaba ocupada al momento en que se realizó la investigación.

- *Situación ocupacional del jefe de familia*

Con respecto a la situación ocupacional de los jefes de hogares, el 90.03% de jefes están ocupados y sólo el 1.53% son desocupados. Existe una baja tasa de desocupación (1.68%), comparada con el nivel nacional del 2000, que fue de 1.0% de desempleo abierto. Un 1.42% de jefes están retirados del mercado de trabajo por motivos de jubilación, pensión e incapacidad. Un porcentaje bastante bajo (1.02%) lo constituyen jefes que son amas de casa (mujeres).

- *Tenencia de la vivienda*

Sobre la tenencia de la propiedad de las viviendas, predomina la forma del alquiler con el 49.62%, con un 28.13% los propietarios de viviendas, un 16.88% lo constituyen los hogares que han adquirido vivienda bajo el sistema de préstamo a largo plazo. Finalmente, se encuentran las familias que poseen vivienda de manera ilegal o porque son cuidanderos (5.37%).

- *Servicio básicos*

Dada la cobertura que existe de las redes de servicios básicos -acueductos, alcantarillados, eléctricas, telefónicas y el sistema de desechos sólidos- todas las viviendas están conectadas a los mismos y son atendidas por el municipio con la recolección de la basura, el alumbrado público y el aseo de calles. Lo que se objeta a las redes del sistema de acueductos y alcantarillas de aguas negras y lluvias, es lo obsoleto en que éstas se encuentran.

INFRAESTRUCTURA SOCIAL DEL BSE	
Infraestructura	Características
Centros educativos	Existen cuatro centros educativos a los que la población tiene acceso que son : - Centro Educativo República de Costa Rica - Centro Educativo La Unión - Centro Educativo Francisco Campos - Centro Educativo República de Argentina
Centros de Salud	Dentro del barrio San Esteban no existe ningún centro de salud pública.
Drenaje	Todo el barrio tiene drenaje pero esta caracterizado por ser obsoleto para las necesidades actuales de drenaje.
Energía Eléctrica	Todos tienen acceso
Plazas	Plaza San Esteban Plaza El Zurita
Iglesias	San Esteban Nuestra Señora de la Merced

Tabla 17: Infraestructura Social del BSE

### **Organización y Desarrollo en el BSE**

Desde el año 2003 los habitantes del barrio San Esteban comenzaron una iniciativa de organización que termino en la formación del primer grupo denominado Asociación de Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHSS) para velar por el interés de mejorar la calidad de vida a través de una vivienda más digna. Para esto hubo necesidad de gestionar ante el Instituto Salvadoreño de Fomento al Cooperativismo (INSAFOCOOP), para que esta institución incluyera las cooperativas de vivienda de usuarios en la legislación vigente y aprobara estatutos presentados por ACOVICHSS.

FUNDASAL aporto al proceso de organización y se centró en ofrecer capacitación sobre cooperativismo de vivienda de usuarios, trabajo organizado, funcionamiento de cooperativa, etc. También apoyo jurídico institucional fue requerido por ACOVICHSS, para definir y legalizar los estatutos que a partir de su aprobación rigen la asociación, la cual actualmente funciona a partir de sus órganos de dirección: Consejo de Administración, Junta de Vigilancia, Comité de Educación y otras.

Este grupo cooperativo, en coordinación con FUNDASAL, la alcaldía municipal de San Salvador y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) realizaron el proyecto

“Vivienda Cooperativista para las Familias Habitando en mesones del Centro Histórico, barrio San Esteban, San Salvador”, que consiste en la construcción de apartamentos en dos complejos habitacionales, en dos predios ubicados en la 6ª calle oriente y en la 2ª calle oriente, ambos propiedad de ACOVICHSS.

Los alcances del proyecto fueron oficializados en un Acuerdo Marco firmado por las cuatro instituciones anteriores, el 24 de noviembre de 2006. Los beneficiarios son grupos familiares ubicados principalmente en el sector informal de la economía, residentes en cinco mesones del CHSS, todos ellos organizados en ACOVICHSS, quienes han suscrito el concepto de usuarios de la vivienda, con lo cual se garantizará el acceso al hábitat construido, para los asociados actuales y sus herederos en el futuro, tal como está concebido el modelo cooperativista de vivienda por ayuda mutua, en el cual la propiedad colectiva es una de sus principales características.



*Acabados interiores de los condominios San Esteban  
ACOVICHSS*

El proyecto comprende la construcción de apartamentos unifamiliares de uno, dos y tres dormitorios, servicios básicos domiciliarios de agua, energía eléctrica y sanitarios; en edificios de dos niveles y de cuatro niveles respectivamente. El primer edificio está ubicado en el inmueble denominado San Esteban y el segundo en el Renacer. Por la dimensión del terreno, en San Esteban se construyó un local comercial y área de uso comunitario.



*Terreno antes de la inversión  
ACOVICHSS*



*Fachada principal del condominio  
ACOVICHSS*

Remodelación de la plaza san esteban: En el año 2009 fue remodelada la plaza San Esteban ubicado en el barrio con el mismo nombre y en donde finaliza la calle de la amargura.

*Plaza San Esteban, 2008  
Barrió San Esteban*



### **Potencial Turístico del BSE**

Desde el año 2003 La calle de la amargura, forma parte del grupo del grupo de 8 vías de oriente a poniente, que conformaron la ciudad de San Salvador a partir de la última década del siglo XVI.

La construcción de la vida fue decidida por las autoridades españolas con dos puntos equidistantes para servir en las actividades de Cuaresma y Semana Santa. Estos puntos fueron iniciales Ermitas de El Calvario al poniente y la del San Esteban al oriente.

Esta calle significo para la ciudad la ubicación de residencias de familias acomodadas, de uno de los antiguos cuarteles coloniales ubicado en las proximidades del actual palacio de la Policía Nacional Civil y, a partir del siglo XVII del monasterio de la orden Mercedaria y de un intenso comercio a partir del siglo XX.

La sexta calle oriente del centro de San Salvador es conocida popularmente como la calle de la amargura debido al valor religioso que esta toma en la que la iglesia católica celebra el tiempo de cuaresma, tiempo en el cual se reflexiona la pasión, muerte y resurrección de Jesucristo según sus creencias.

La calle de la amargura tiene una longitud que abarca desde la iglesia El Calvario hasta la iglesia San Esteban como se muestra en la siguiente imagen:



Figura 11: Ubicación de la Calle de la Amargura



## **Patrimonio Cultural Tangible e Intangible de la calle de la amargura dentro del BSE**

El patrimonio cultural tangible en la calle de la amargura es diverso y está caracterizado por su valor histórico como parte de los inicios de San Salvador.

### **1. CAMPANARIO DE INDEPENDENCIA**

El campanario de independencia situado en la Iglesia Nuestra Señora de la Merced es el principal monumento histórico. Fue en este campanario en el que el 5 de noviembre de 1811 el presbítero José Matías Delgado replicó las campanas para dar el primer grito de independencia.



*Campanario de independencia  
Centro Histórico de San Salvador*

El campanario es un lugar histórico para toda el área Centroamérica ya que fue de este que a través del acontecimiento generó un sentimiento de independencia que fue transmitido a todas las demás regiones centroamericanas.

### **2. TEMPLO DE LA MERCED**

La iglesia de la Merced es una de los templos que ha permitido a la calle de la amargura mantener su esplendor desde la época colonial y que aunque colapso en el terremoto de 1986 su valor histórico perdura.



*Atrio Iglesia La Merced  
Centro Histórico de San Salvador*



*Templo La Merced, 1929  
Centro Histórico de San Salvador*

Existen además Escritos de José Matías Delgado en la iglesia que de su puño y letra fueron elaborados para redactar actas de bautismo y diversos documentos que dan fe del recibimiento de sacramentos de la iglesia católica a feligreses de aquellos tiempos.



*Librera de actas de bautismo  
Iglesia La Merced*

### *3. CUARTEL CENTRAL DE LA POLICIA*

Otro de los valores culturales tangibles es el cuartel central de la policía “El Castillo” como se le conoce desde su fundación en 1930 y es considerado una joya arquitectónica de las que componen el Centro Histórico de San Salvador, son obra del arquitecto italiano Filipo Brutus Targa.

Esta hermosa estructura pertenece al estilo victoriano. Lo externo, sin embargo, más bien corresponde al estilo barroco, con espacios grandes, salones amplios y paredes con altura de hasta seis metros.



*Cuartel central de la Policía  
Centro Histórico de San Salvador*

#### 4. TEMPLO DE SAN ESTEBAN

La iglesia San Esteban es otro patrimonio de la calle de la amargura. Los españoles que en 1545 trasladaron la Villa de San Salvador, hicieron el trazo de la calle principal de la urbe, de oriente a poniente, siguiendo el curso del sol, extendida entre dos reducidas plazuelas, donde edificaron, en su orden, las ermitas de San Esteban y del Calvario, primero ranchos o xacatales, luego edificios de adobe y tejas, por lo cual la iglesia San Esteban nace junto con la fundación del viejo San Salvador.



*Templo San Esteban, 2009  
Centro Histórico de San Salvador*



*Templo San Esteban, 1960  
Centro Histórico de San Salvador*

#### 5. TEMPLO DE EL CALVARIO

Junto con la iglesia San Esteban se construye la iglesia El Calvario que es una iglesia que contiene vestigios de grandeza arquitectónica y ornamental desde sus cimientos. El templo tiene 64 metros de largo por 52 de ancho. Constituye una joya arquitectónica en el centro histórico de la capital. Es un punto de partida del desarrollo arquitectónico y de la tradición religiosa de San Salvador desde sus más remotos orígenes en 1660. Su tercera construcción gótica, de cemento armado, es un testimonio fervoroso de la vida añeja de la capital en el siglo pasado.



*Templo de El Calvario, 2009  
Centro Histórico de San Salvador*



*Grabado del Templo de El Calvario, 1890  
Destruído por incendio*

## 6. ARQUITECTURA COLONIAL

En la sexta calle oriente también encontramos como parte del patrimonio tangible distintas casas coloniales con gran valor histórico y arquitectónico que fueron edificadas en los inicios de San Salvador.

Actualmente existe una variedad de edificaciones habitacionales o de índole similar que van desde las construcciones de las tres primeras décadas del siglo XX a la primera del siglo XXI. En estas se pueden apreciar materiales de construcción como madera y lamina troquelada, adobe, bahareque entre algunos mencionados.



*Lamina troquelada, madera, teja y ornamentos de madera. Los Balcones andaluces son de hierro forjado. Circa 1920*



*Típico balcón esquinero propio del siglo XIX y retomado para los diseños de lámina y madera La mayoría de estos balcones estaba montado sobre una moldura de mortero y adobe o mampostería, con el fin de darle el espacio suficiente a las personas que los utilizaban sin afectar la acera. Circa 1920*

## 7. EVOLUCION URBANISTICA

La evolución de la ciudad queda demostrada en la Calle de la Amargura durante todas las épocas que le ha tocado vivir a dicha calle. Hasta 1880 fue estrictamente habitacional. Con la llegada de las migraciones de Palestina, Turquía, Siria, Líbano, Egipto, China y el Mediterráneo Europeo, inició una intensa actividad comercial, en particular alrededor del Templo del Calvario.

A mediados del siglo XX la calle prácticamente se dividió en dos zonas separadas por la segunda avenida norte/sur, por lo que hacia el poniente está el área comercial formal e informal, y hacia el oriente las edificaciones habitacionales, educativas, y monumentales como el Palacio de la Policía Nacional Civil.

En la zona comercial en las décadas de entre 1930 y 1950, se construyeron edificaciones de cemento armado de gran categoría y buen nivel de diseño arquitectónico, tales como: El edificio de departamentos de lujo "Julia de Duke", con un área comercial en la primera planta, la torre "C. F. Veiga", construida por el arquitecto salvadoreño José María Durán en 1948; con el mismo concepto del "Julia de Duke". Se dañó en 2001, pero fue recuperado y restaurado en 2008 y puesto nuevamente en valor.

Otros edificios como el "Antonio Rodríguez Porth", el mercado Sagrado Corazón de Jesús, la vieja Sala Cuna (1928) y el recuperado del Citi Bank, son también de una gran relevancia.

Actualmente la Escuela República de Costa Rica, ocupa el espacio del primer Gimnasio Nacional que tuvo el país. Después del terremoto de 1986, se conservaron los cimientos, originales y sobre ellos se construyó el muro perimetral de dicha escuela.



*Edificio Julia L. de Duke, finales de la década de 1940.  
Calle de la Amargura, sector poniente.*

#### 8. PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE DE LA CALLE DE LA AMARGURA

La riqueza cultural de la calle de la Amargura no se limita a las edificaciones coloniales que han sido descritas anteriormente sino que se extiende a través de la religiosidad de los feligreses que asisten a los distintos actos litúrgicos de la religión católica destacando el tiempo de semana santa. Una de las mayores y mejores combinaciones del patrimonio edificado y el intangible que se llevan a cabo en la ciudad de San Salvador, se llevan a cabo en la calle de la Amargura.



Existen varias expresiones religiosas que comienzan desde el mes de enero en El Calvario con el Señor de las misericordias, continúan en San Esteban, con el Santo Patrono. Estos dos templos llevan a cabo los grandes eventos de la Cuaresma y Semana Santa en los meses de marzo o abril. En septiembre los mercedarios celebran a Nuestra Señora de la Merced, El Calvario a la advocación de Nuestra Señora de Dolores y en diciembre los tres templos se ocupan de todo lo relativo a las celebraciones del nacimiento de Cristo, desde el adviento.



La participación de los feligreses se remonta a un aproximado de 340 años que desde estos tiempos participan en el tradicional viacrucis que parte los días viernes por la tarde de la iglesia San Esteban a la iglesia El calvario.



Así mismo para la semana santa la afluencia de feligreses y turistas se incrementa en gran magnitud iniciando con la procesión del silencio del día jueves que según cálculos de la contraparte participan alrededor de 3000 personas.

El día viernes la calle se ve abarrotada por personas que van desde penitentes que recorren de rodillas desde la iglesia San Esteban a la iglesia El Calvario como parte de las promesas hechas por favores recibidos según sus creencias. Estas creencias datan desde tiempos antiguos donde los algunos feligreses no podían participar de actos litúrgicos dentro del templo y estos acompañaban las procesiones purgando sus pecados para poder participar de los actos en la pascua una vez que hubieran sido absueltos por el obispo el jueves de la semana santa según la religión católica. Así mismo el vía crucis del mismo día aglutina un aproximado de 10,000 personas que acompañan la imagen que representa el camino de Jesucristo hacia la cruz. Además esta procesión acoge a muchos fieles que desde tempranas horas del día adornan la calle con las conocidas “Alfombras” para el paso de la procesión.

El día viernes por la tarde se realiza la procesión del santo entierro que según algunos estimados han llegado a congregar hasta 50,000 personas según la contraparte. Esta procesión ha sido declarada patrimonio intangible por La Secretaria de Cultura debido a sus características tan destacadas en la tradición popular.



**Procesión Via Crucis, 1924**  
**Calle de la amargura**



**Procesión Via Crucis, 2009**  
**Calle de la amargura**

*Imagen consagrada al Nazareno en la calle de la amargura como parte del recorrido de la procesión del Vía Crucis. La escultura fue restaurada en 2008, con lo que se recuperó la belleza de la imagen original que data desde el siglo XX, es de muy buena calidad y presencia.*

El turismo cultural en la calle de la amargura es una nueva propuesta para el desarrollo del sector con muchos beneficios que puede generar la industria turística como se ha descrito anteriormente. A continuación se describen algunas iniciativas que se han desarrollado a fin de contribuir en la promoción de este sector:

## *9. RESTAURACION DE PATRIMONIOS CULTURALES*

Dentro de las iniciativas por rescatar el centro histórico de San Salvador se han comenzado a gestionar distintos fondos para la restauración de patrimonios culturales como el cuartel general de la policía que fue restaurado con una inversión de más de \$9, 000,000.

Así mismo está gestionándose la restauración del campanario de independencia con el cumplimiento de los 200 años del grito de independencia como símbolo centroamericano de las actividades independentistas. Sobre este mismo se gestiona la restauración de las casas coloniales existentes frente al campanario.

## *10. PLAN DE RECUPERACION DE LA CALLE DE LA AMARGURA*

La Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) y la Alcaldía de San Salvador firmaron un acuerdo de entendimiento para el fortalecimiento municipal en materia de planificación y gestión del centro histórico de San Salvador a finales del año 2007. El convenio incluye el compromiso de la Cooperación Española de apoyar a la Alcaldía en la puesta en marcha de una Oficina Técnica de Planeamiento y Gestión del Centro de San Salvador.

El acuerdo, que supone una inversión por parte de la AECI de 92.400 euros y de 30.600 por parte de la Alcaldía, contempla, además, la contratación del Plan Especial de Recuperación de la calle de la Amargura a un equipo que todavía no ha sido asignado. El objetivo de la intervención es concentrar acciones en esta calle y en la zona que rodea el Mesón San Esteban.

## *11. TURISMO NOCTURNO*

Desde principios del año 2008 se ha puesto en marcha una iniciativa creativa y de muy buenos resultados, esta iniciativa es un turismo nocturno impulsado por el ministerio de turismo y algunos emprendedores de la industria.



La policía de turismo (POLITUR) ha implementado las actividades de turismo nocturno como parte del trabajo preventivo y educativo en el marco del Sistema de Seguridad Turística, realizando en coordinación con MITUR y La Alcaldía de San Salvador diferentes recorridos por Iglesias, monumentos y esculturas, plazas y parques, teatros y museos, Cementerio de los Ilustres y Castillo PNC, entre otros, como una manera diferente de hacer turismo en El Salvador y fomentando en la población salvadoreña el rescate de nuestra identidad cultural. Todos los tours son completamente gratis únicamente se les brinda una propina voluntaria a los historiadores y guías.

## **2.5. APORTE DEL TURISMO AL DESARROLLO**

---

### **2.5.1 TURISMO EN EL SALVADOR**

Para tener una idea del aporte que ha tenido el turismo al desarrollo del país es necesario observar su comportamiento en el tiempo, por ello se describirá el mismo desde el año 2007 a la fecha de los datos existentes:

En el año 2007 el turismo dejó al país \$727. Millones, eso es 1.8% más que en 2006, cuando el aporte del turismo fue de \$714.5 millones

En el 2008 el país empezó con pie derecho en el primer trimestre, los turistas se quedaron un promedio de 8.1 noches en el país y su gasto diario fue de un promedio de \$91, según datos del Ministerio de Turismo. De enero a mayo los visitantes dejaron al país \$399.5 millones, un 13% superior comparado con el mismo período en 2007.

Las expectativas de un crecimiento del 8% en el sector para 2008 proyectadas por el Ministerio de Turismo a inicio del 2007 quedaron como una meta no alcanzada, ya que la crisis económica que afectó a todo el mundo tocó el bolsillo de los viajeros. El resultado: el crecimiento fue menor, 3.5%, con la llegada de 1.87 millones de visitantes, entre excursionistas y turistas, el grueso de ellos centroamericanos. En 2007, el país recibió 1.7 millones de visitantes.

La organización mundial de turismo (OMT) calculaba un 2% de crecimiento a escala global para el año 2008 por lo cual un crecimiento del 3.5% es aceptable en el contexto de la situación económica.

Según los datos del segundo semestre de 2009 y al compararlos con el primer semestre del mismo año, el decrecimiento se desaceleró pasando de - 26.6% al 1 de junio de 2009 a obtener un 9.2%, en el segundo semestre de 2009. Sin embargo, no fue posible contrarrestarla, bajando la caída a 8 puntos porcentuales, pasando al 20.9%, al cierre del ejercicio fiscal.

Se realizó una campaña regional para capturar los mercados de Guatemala y Honduras enlazados con las líneas de productos Sol y Playa y Aventura, en los periodos vacacionales como Semana Santa 2010 tanto a nivel nacional como regional. Esto produjo como resultado un crecimiento de 29.3% en entradas terrestres y por aeropuerto del 6.2%, para un consolidado de crecimiento de 24.1% en relación al año 2009. El turismo interno también creció arrojando un crecimiento del 33%, con respecto al 2009, especialmente en Atecozol, Balboa, Cerro Verde, Apulo y Costa del Sol.

Las estadísticas del primer trimestre de 2010 dieron resultados muy alentadores para el sector, experimentando un crecimiento de llegadas internacionales del 6.7%, en el primer trimestre (enero marzo) con 392,200 llegadas de visitantes internacionales y del 17.1% para el segundo trimestre (abril junio) con 399,716.



El ingreso de turistas aportó 606.9 millones de dólares, un 6.5 por ciento más que el 2009 pasado en ese mismo periodo, de acuerdo a los datos oficiales que maneja el Ministerio de Turismo.

Este crecimiento - a pesar de los esfuerzos promocionales con la campaña El Salvador impresionante- se ha desacelerado. De acuerdo a las estadísticas del sitio web de MITUR en el año 2009 en este período se crecía a una tasa de 13%.

El sector ha mantenido un ritmo de crecimiento aceptable y ha llegado a tener un aporte significativo al PIB, según revelan los últimos datos proporcionados por funcionarios del sector.

El sector turismo terminó el año 2009 con una participación creciente en el producto interno bruto de El Salvador de 2.6 % aseguró el Ministro de Turismo, José Napoleón Duarte.

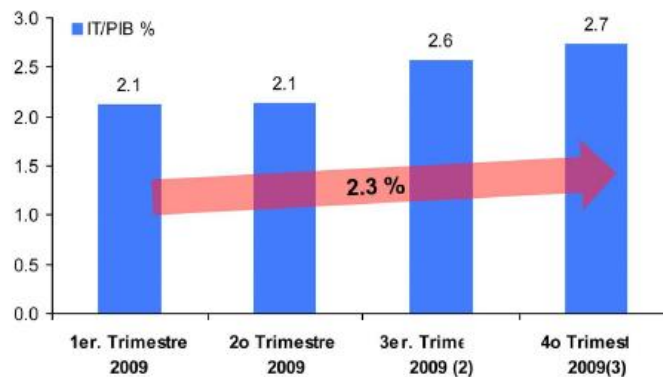


Gráfico 15: Participación del turismo en el PIB por trimestre del 2009

El aporte del sector a la economía es de gran importancia ya que los turistas e inversionistas extranjeros contribuyen a la generación de empleos para los salvadoreños. Se estima que el sector turismo ofrece un total de 41,313 empleos cantidad que puede aumentar a medida que el rubro se vuelva más desarrollado y competitivo con relación al resto de países centroamericanos. Sin embargo el rubro del turismo en el país sigue rezagado con relación al resto de sus vecinos centroamericanos.

El salvador ocupaba hasta el 2008 el cuarto lugar en ingresos del sector turismo a nivel regional con un ingreso de 733.9 millones de dólares, aunque es el segundo receptor de turistas después de Costa Rica. Según el informe de 2009 presentado por el Ministro Duarte, este año el país recibió a un millón 440 mil turistas, cifra que se proyecta aumentar en los próximos, de tal manera que para el 2014 se pueda recibir a 2 millones de turistas y para el 2020 incrementarlo a 3 millones.

En el 2009 también ha mejorado la oferta de hoteles y hostales que el país ofrece en distintos puntos del territorio salvadoreño. El turismo interno ha compensado en buena medida los efectos de la crisis mundial. Esta forma de turismo, creciente y dinámica, se ha reflejado en el aumento de

las visitas a los principales centros de recreación turística en el último año. Por ello se debe seguir favoreciendo el turismo interno, pues induce inversiones, empleo e ingresos.

## 2.5.2 RESULTADOS DEL BAROMETRO DE TURISMO MUNDIAL<sup>11</sup>

Con el telón de fondo de las cifras al alza del turismo internacional y los indicadores económicos de los últimos meses, la OMT prevé que las llegadas de turistas internacionales crecerán entre un 3% y un 4% en 2010. El Fondo Monetario Internacional (FMI) ha manifestado recientemente que la recuperación mundial está avanzado a una velocidad «significativamente» mayor de lo previsto, en comparación con la evaluación de octubre, que contaba ya con un claro retorno al crecimiento económico en 2010 (+3,1% a nivel global, con un desempeño más vigoroso de las economías emergentes con +5,1%, por delante de las avanzadas con +1,3%).

Por regiones, se espera que Asia siga registrando el mayor repunte, mientras que Europa y las Américas podrían recuperarse a un ritmo más moderado. El crecimiento volverá a Oriente Medio, mientras que África mantendrá su tendencia positiva y recibirá un impulso adicional gracias a la Copa Mundial de la FIFA de 2010 en Sudáfrica.

Esta mejora de las perspectivas se confirma por un notable y alentador incremento en el índice de confianza del Grupo de Expertos de la OMT, a pesar de la incertidumbre persistente respecto a la economía mundial y al entorno en que opera el turismo. Los expertos que consideran las perspectivas para este año como «mejores» o «mucho mejores de lo que cabría razonablemente esperar» (62%) superan claramente a los que las califican como «similares» (32%) o «peores» (7%). La puntuación promedio para 2010 (131), está muy por encima del 100 neutral y se acerca al nivel de los años de bonanza comprendidos entre 2004 y 2007.

Como resultado, 2010 promete ser un ‘año de transformación’, y ofrece diversas oportunidades de crecimiento, aunque no elimina los riesgos de caída.

### **Oportunidades de crecimiento:**

- ✓ La confianza de las empresas y de los consumidores ha aumentado.
- ✓ Los tipos de interés y la inflación se mantienen en mínimos históricos y, a corto plazo, sólo se esperan aumentos moderados.
- ✓ Las caídas suelen ir seguidas de repuntes debido a la demanda reprimida y se espera que los destinos apalancarán activamente esta oportunidad.
- ✓ Hay posibilidades de recuperación en mercados emisores que han sufrido mucho en 2009, como la Federación de Rusia o el Reino Unido.

---

<sup>11</sup> COMUNICADO PERSPECTIVAS DE MEJORA EN UN AÑO DE TRANSFORMACION DE LA OMT-ENERO 2010

- ✓ Importantes eventos internacionales se celebrarán en Sudáfrica (Copa Mundial de la FIFA), Canadá (Olimpiadas de Invierno) y China (Exposición Universal de Shanghai), generando potencial adicional para demanda de viajes.
- ✓ Se espera que se mantenga el impulso del espíritu de cooperación y asociación generado por la crisis.
- ✓ La flexibilidad demostrada por el sector para afrontar las bruscas fluctuaciones de la demanda y la inestabilidad de los mercados lo ha hecho más fuerte.
- ✓ Las crisis brindan una oportunidad para afrontar debilidades estructurales e implementar estrategias que fomenten el desarrollo sostenible y la transformación hacia la economía verde.

**Riesgos de caída:**

1. El desempleo es desafío clave. La crisis en el mercado laboral no ha llegado a su fin, especialmente en las principales economías avanzadas, y muchos recursos humanos valiosos todavía están en situación de riesgo.
2. El crecimiento económico en los principales mercados emisores, especialmente en Europa y los Estados Unidos, sigue siendo frágil.
3. Debido al aumento de los déficits públicos es probable que las medidas de estímulo vayan retirándose paulatinamente. Es posible que en algunas economías avanzadas un posible aumento de la presión fiscal suponga dificultades adicionales para presupuestos particulares y empresariales.
4. Los precios del petróleo siguen siendo inestables.
5. Aunque el impacto general de la gripe A(H1N1) fue hasta ahora más suave de lo anticipado, la experiencia de pandemias anteriores enseña que la situación podría volver a complicarse.
6. Las amenazas para la seguridad se mantienen y es posible que las molestias y los costos asociados representen un desafío para los viajeros.
7. Se prevé que los ingresos y los beneficios se recuperarán a un ritmo inferior que los volúmenes de viajes.
8. Aunque las perspectivas han mejorado, 2010 seguirá siendo un año difícil. «Muchos países reaccionaron con rapidez ante la crisis y aplicaron medidas activas para mitigar su impacto y estimular la recuperación. Aunque esperamos que en 2010 vuelva a haber crecimiento, una retirada prematura de las medidas de estímulo y la tentación de imponer impuestos

adicionales podrían poner en peligro el ritmo de la recuperación del turismo. Como se subrayó en la Hoja de ruta para la recuperación de la OMT, el sector puede hacer una contribución vital a la recuperación económica, especialmente como vehículo primordial de creación de empleo y de la transformación hacia la economía verde.

### 2.5.3 INDICADORES DE TURISMO CONSATUR 2010<sup>12</sup>

#### 1. Gasto Turístico

Según la últimas encuestas de CORSATUR, del año 2009, el nivel de *gasto promedio de los turistas* que visitan el país, fue de *US\$ 75,5 diarios* y su *estadía promedio de 6.2 días*. En el caso de los *visitantes de un solo día*, el gasto fue de *US\$ 33,5*. El gráfico muestra la evolución de estos indicadores desde 2004. *El Salvador* aspira a beneficiarse de la recuperación prevista de la economía internacional para el año 2010. En términos de preferencias, los lugares más visitados por los turistas fueron las playas (48,2%). Del total de turistas entrevistados, *un 98,0% recomendaría a El Salvador como destino a ser visitado y ellos mismo volverían al país en el futuro*.

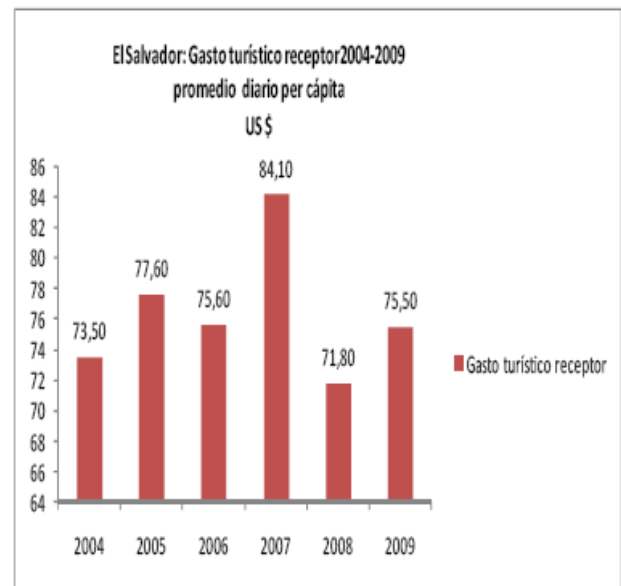


Gráfico 16: Gasto turístico 2004-2009

#### 2. Visitantes Internacionales

En el año 2009, las llegadas de visitantes a El Salvador disminuyeron en 21%, siendo de 1,5 millones, debido particularmente al efecto de la crisis mundial. Esta disminución fue mucho más alta que el promedio mundial (-4.0%) y que la de las Américas (-5.1%) en su conjunto y, de América del Norte (-6.0%). En América Central la baja fue de 5.7%.

Sin embargo, en el primer trimestre de 2010, el número de turistas ya registró un 4,1% de aumento respecto al I trimestre de 2009 (278,5 miles frente a 267,5 el año anterior). De su lado, el número de excursionistas creció en 13,9% (113,6 miles contra 99,7 en el I trimestre de 2009).

<sup>12</sup> INFORME CONYUNTAL DE CORSATUR 2010

La recuperación se inició en febrero y hubo un importante aumento en el mes de marzo de 2009, de las llegadas de visitantes internacionales a El Salvador.

En conjunto, el aumento es de 7,0%. Se debe notar que los principales mercados de origen han sido preservados: Centroamérica, EE.UU. El número de visitantes proveniente de Europa, también ha registrado un crecimiento importante.

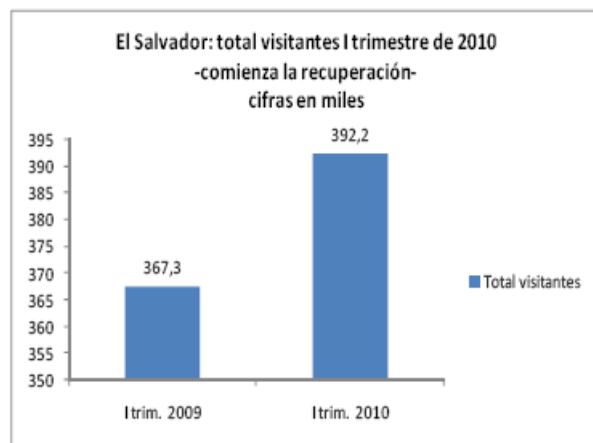
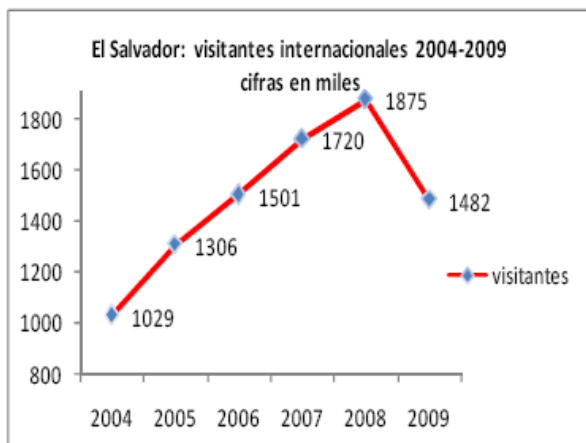


Gráfico 17: Visitantes Internacionales a El Salvador 2004-2009

### 3. Ingreso de Divisas por Turismo

El ingreso de divisas por concepto de turismo receptor en 2009 fue de 516,6 millones de dólares. También este indicador cayó significativamente debido a las restricciones impuestas por la crisis internacional, frente a otros años. El mejor año en términos de ingresos fue 2005. Se aspira a una recuperación en este año. CORSATUR lleva adelante un programa actualizado de encuestas turísticas, en perspectiva de verificar las tendencias de desempeño de esta variable.

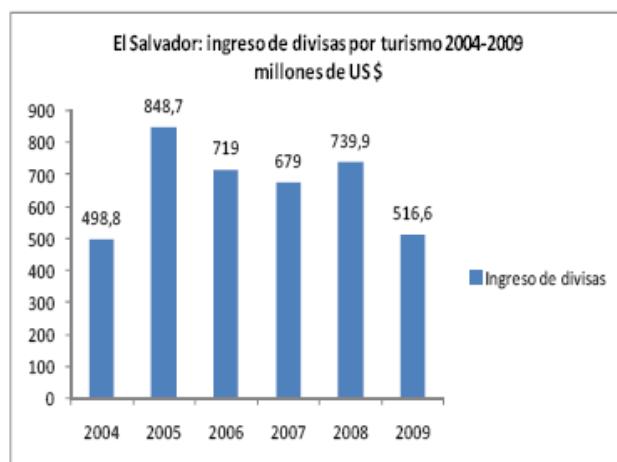


Gráfico 18: Ingreso de divisas por turismo 2004-2009

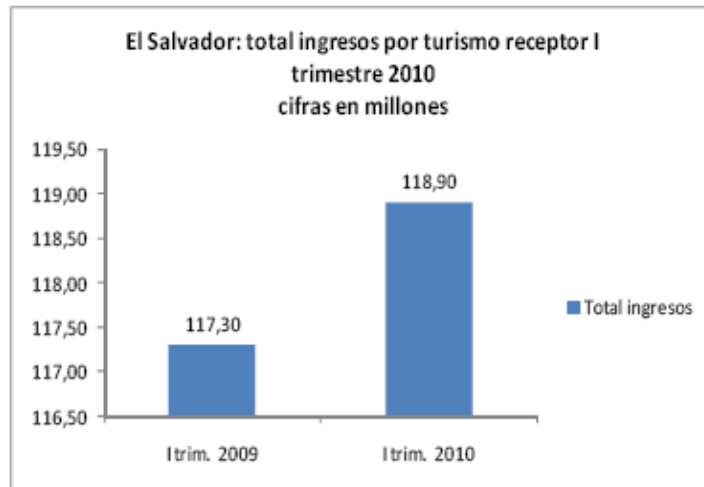


Gráfico 19: Ingreso por turismo I trimestre 2010

En el I trimestre de 2010 se aprecia una *ligera recuperación de los ingresos por concepto de turismo receptor*: estos aumentan en 1,4% con respecto al mismo trimestre del año 2009. Si la economía internacional se consolida, ello favorecería a la actividad turística en El Salvador.

#### 4. Estadía promedio de los turistas

Según las mismas encuestas de CORSATUR del año 2009, la *estadía promedio de los turistas* que visitan El Salvador fue, como se ha señalado, de 6,2 días en promedio, menor al de años previos. Este indicador también experimentó el impacto negativo de la crisis internacional.

*En años de normal desempeño de la economía internacional, la estadía promedio fue superior, lo que se espera se normalizaría en 2010.*



Gráfico 20: Estadía promedio de los turistas 2004-2009

## CAPITULO III. METODOLOGIA DEL DIAGNOSTICO

### 3.1. MODELO DE DIRECCION ESTRATEGICA

Para el plan de desarrollo socio- económico para el barrio san esteban del centro histórico de san salvador se tomara como base el Modelo de Dirección Estratégica, ya que este no solo se refiere a la toma de decisiones en las cuestiones más importantes con las que se enfrenta el Barrio San Esteban, sino también se asegura que en el momento que la propuesta sea implantada se efectúe de la mejor manera en la práctica.

Este modelo está constituido por tres elementos principales, los cuales están interrelacionados para efectuar una planeación estratégica con eficacia, estos son:

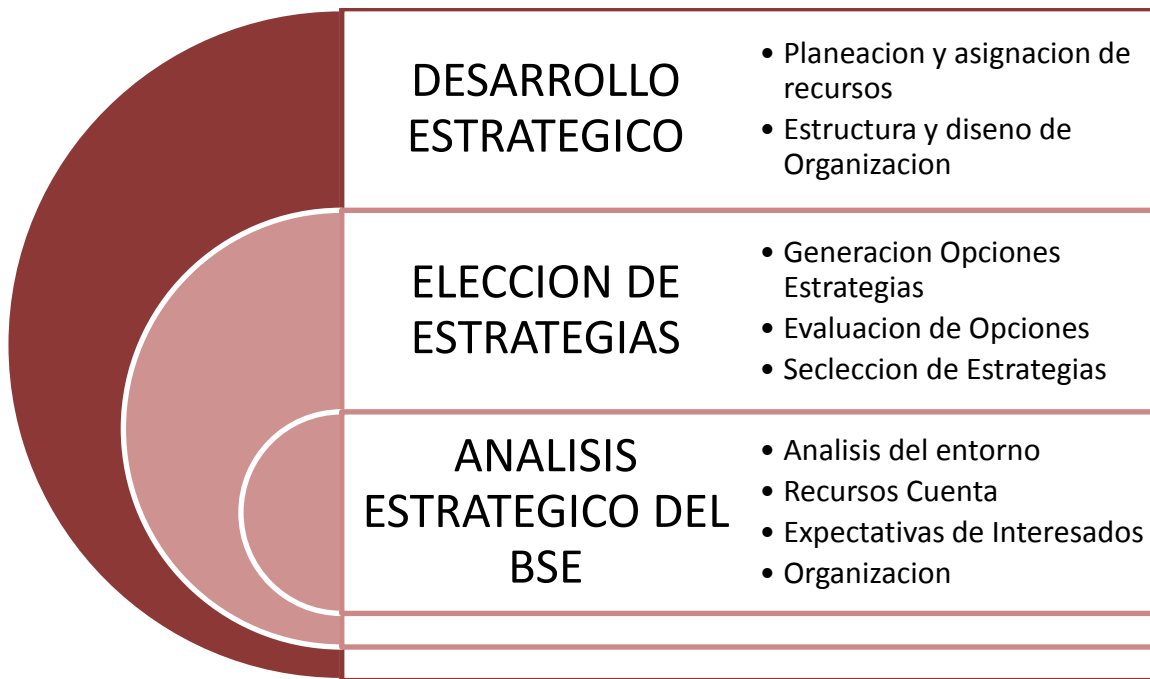


Figura 12: Elementos del Modelo de Dirección Estratégica

En la presente investigación se espera utilizar el modelo para establecer la situación actual del Barrio San Esteban dándonos como resultado el diagnóstico y en base a ello se pretende formular y desarrollar las estrategias que servirán para la activación del desarrollo del mismo.

## 3.2. ETAPAS DEL MODELO DE DIRECCION ESTRATEGICO

### 3.2.1 ANALISIS ESTRATEGICO

Al análisis estratégico (diagnostico estratégico) le incumbe la comprensión de la posición estratégica que actualmente ocupa el Barrio San Esteban en cuanto a los diferentes factores en los que este interactúa, por lo que se hace necesario contestar una serie de preguntas para efectuar el análisis; algunas de ellas son: .Que cambios ocurren en el entorno y qué efectos tendrá sobre el Barrio San Esteban y sus actividades?, .Cual es el potencial de los recursos con las que cuenta el Barrio?, .A que aspiran las personas y grupos asociados en el Barrio San Esteban ?, .Como afecta la situación actual al BSE y que podrá pasar en el futuro?. El objetivo de efectuar el análisis estratégico es configurar una idea de las influencias clave sobre el bienestar presente y futuro del BSE (diagnostico). Las aéreas involucradas en el desarrollo del análisis estratégico son las mostradas en la figura siguiente:



Figura 13: Elementos del Análisis Estratégico

**El Entorno:** Se vuelve necesario entender los efectos del entorno; la formulación estratégica consiste en adecuar las capacidades del BSE para enfrentar los posibles cambios que en este pueden generar y que se pueden traducir en incertidumbre. Con el análisis del entorno se pretende identificar las oportunidades y amenazas que posee el BSE, información básica que servirá para la formulación de las estrategias y planes de desarrollo.



**Recursos y Capacidad Estratégica.** El análisis de los recursos es un método importante para valorar la capacidad estratégica de una organización y es a través de este que se efectúa la valoración necesaria que nos permite saber si hay que tomar decisiones razonables de estrategias futuras. Para realizar este estudio se deben de considerar los puntos fuertes (Fortalezas) y los puntos débiles (Debilidades) del BSE; Previo a este análisis es necesario identificar si existen organizaciones dentro del BSE para poder evaluar su capacidad estratégica, de lo contrario será necesario establecer los requerimientos mínimos de organización que deberían existir para potenciar su desarrollo.

**Cultura Organizativa.** Se debe de analizar y entender la situación cultural y política del BSE. Este análisis se realizara determinando los propósitos de la organización (Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura jurídica organizativa, valores de la sociedad, identificación de los grupos organizados, sistemas de control, entre otros.). Es importante recalcar que este aspecto solo se puede evaluar de existir una organización de lo contrario primero hay que establecerla.

**Expectativas de los Interesados (Stakeholders).** Las actitudes individuales se verán fuertemente influidas por el contexto cultural, por lo que se hace necesario identificar todos los grupos que son de apoyo que al mismo tiempo se encuentren interesados en que el BSE experimente un desarrollo y crecimiento sostenible. Para realizar este análisis se utilizara la técnica de mapa de los stakeholders (Matriz poder/dinamismo y Matriz poder/ Interés)

### 3.2.2 ELECCION ESTRATEGICA

El análisis estratégico proporciona las bases para la elección (formulación) estratégica, ya que se refiere a las decisiones futuras que debe tomar el BSE y a la forma de responder a presiones e influencias. Esta etapa se encuentra constituida por los siguientes elementos básicos:

**Generación de Opciones Estratégicas.** Es en esta fase donde se formulan las estrategias. No solo se consideran las acciones más evidentes a llevarse a cabo sino que deberá basarse también en la información obtenida del análisis estratégico para lograr generar una serie de opciones estratégicas que cubran la mayor cantidad de problemas que tenga el BSE.

**Evaluación de Opciones Estratégicas.** Las opciones estratégicas pueden examinarse en el contexto del análisis estratégico para valorar sus ventajas relativas. Debe existir una congruencia entre las opciones generadas y su factibilidad de implantación, la cual puede considerarse una restricción al momento de la elección. Es en esta etapa en la que se deben definir además los criterios básicos para el desarrollo de la evaluación de las distintas estrategias.

**Selección de las Estrategias.** Este es el proceso donde se escogen aquellas opciones que el BSE debe de seguir.

### 3.2.3 DESARROLLO ESTRATEGICO

Esta fase consiste en ampliar las estrategias que se seleccionaron anteriormente. En esta etapa están contenidos los siguientes apartados.

- a) **Planificación y Asignación de Recursos.** Para llevar a cabo las estrategias se requerirá invariablemente la planificación cuidadosa de los recursos necesarios para poner en práctica estas estrategias basándose en el análisis de recursos efectuado en la fase de análisis estratégicos. Esta planificación deberá partir desde la gestión de los recursos, hasta desarrollar la planificación del uso de estos.
- b) **Estructura y Diseño de la Organización.** Uno de los recursos con mayor importancia es el humano, de modo que la forma como este organizado el BSE es crucial para la eficiencia estratégica. Una vez desarrollado todo lo anterior, el modelo de dirección estratégica a desarrollar se muestra en la siguiente figura:



Figura 14: Etapas del elementos Modelo de Dirección Estratégica

Como se observa las fases que contiene el modelo se encuentran estrechamente relacionadas con el plan de desarrollo socio-económico, el cual se fundamenta en los elementos básicos de planificación y al mismo tiempo, el modelo genera de manera estructurada la información necesaria para el desarrollo de un plan de negocios que le sirva al administrador en la gestión de los recursos necesarios para la reactivación del BSE.

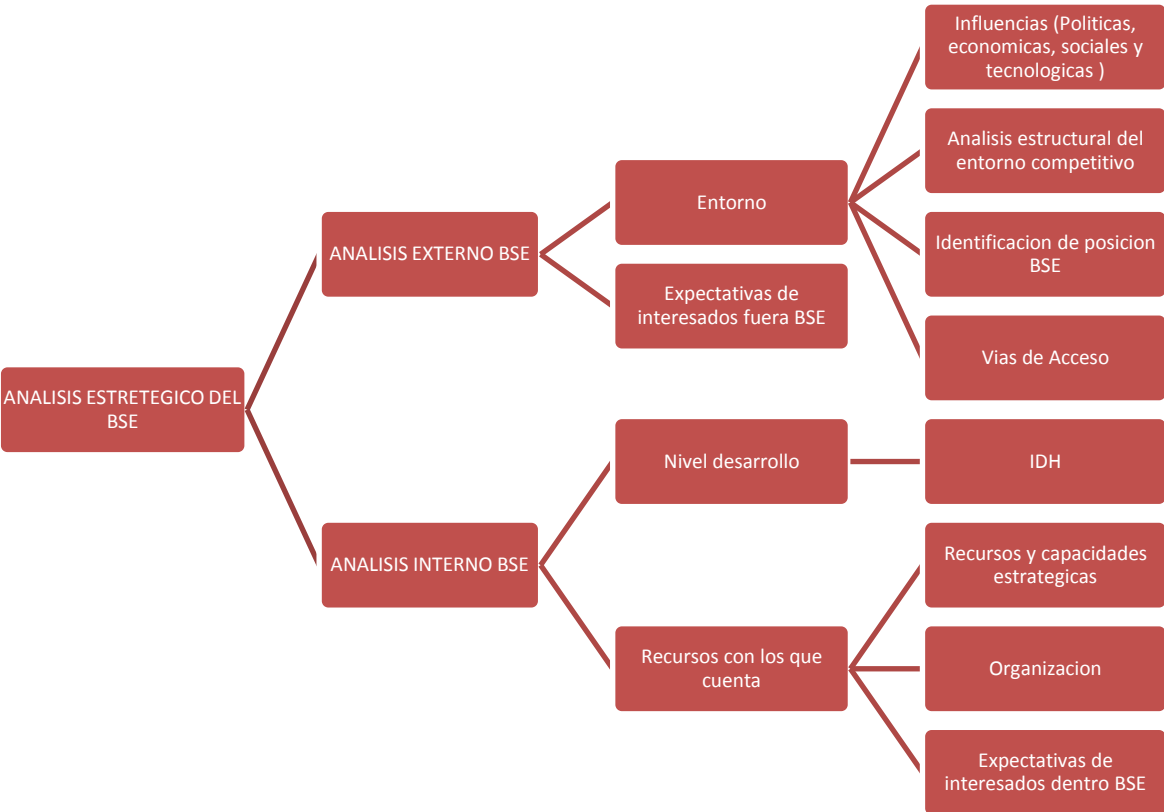
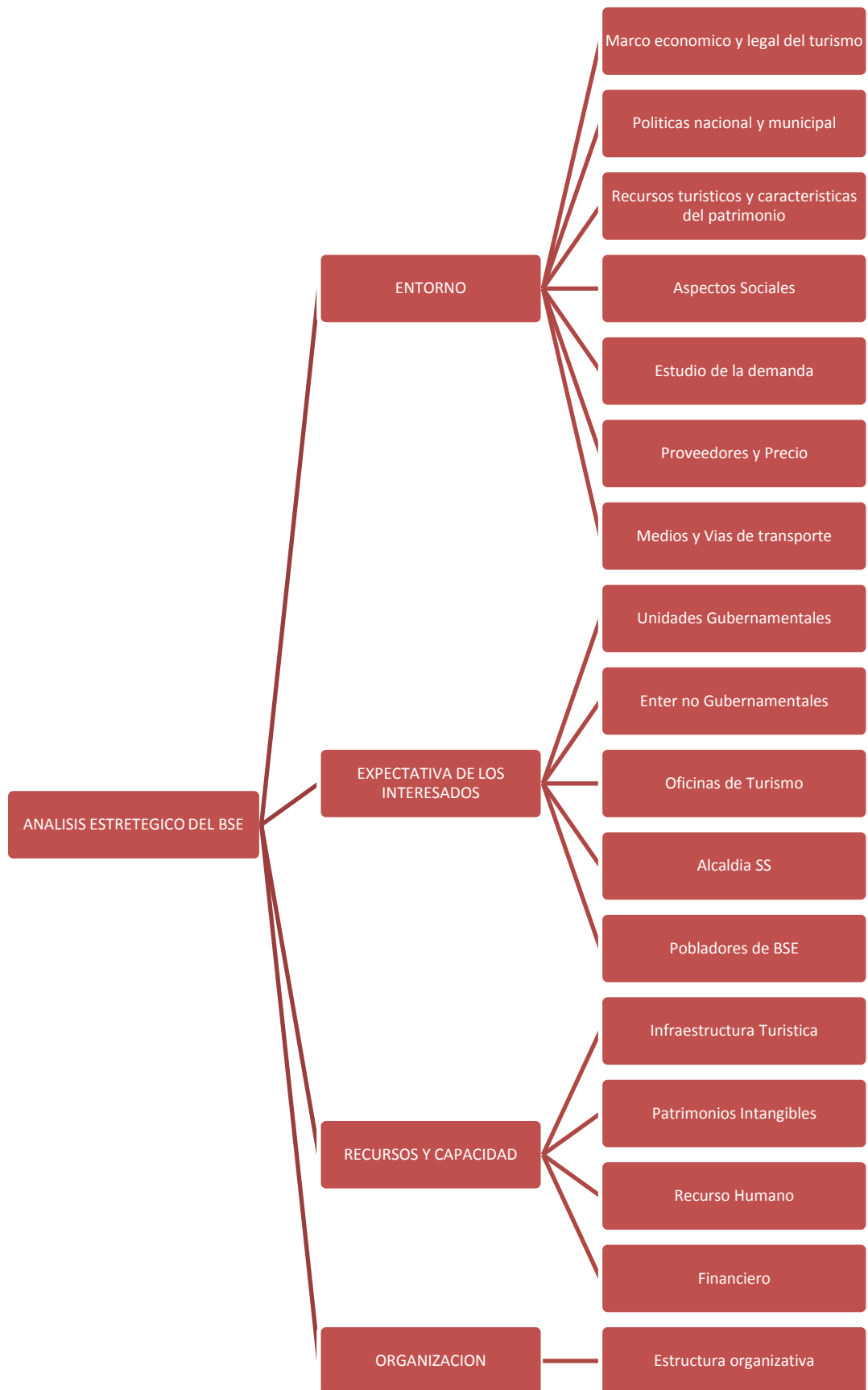


Figura 15: Etapas del Análisis Estratégico



### 3.3. METODOLOGIA PARA EL ANALISIS INTERNO

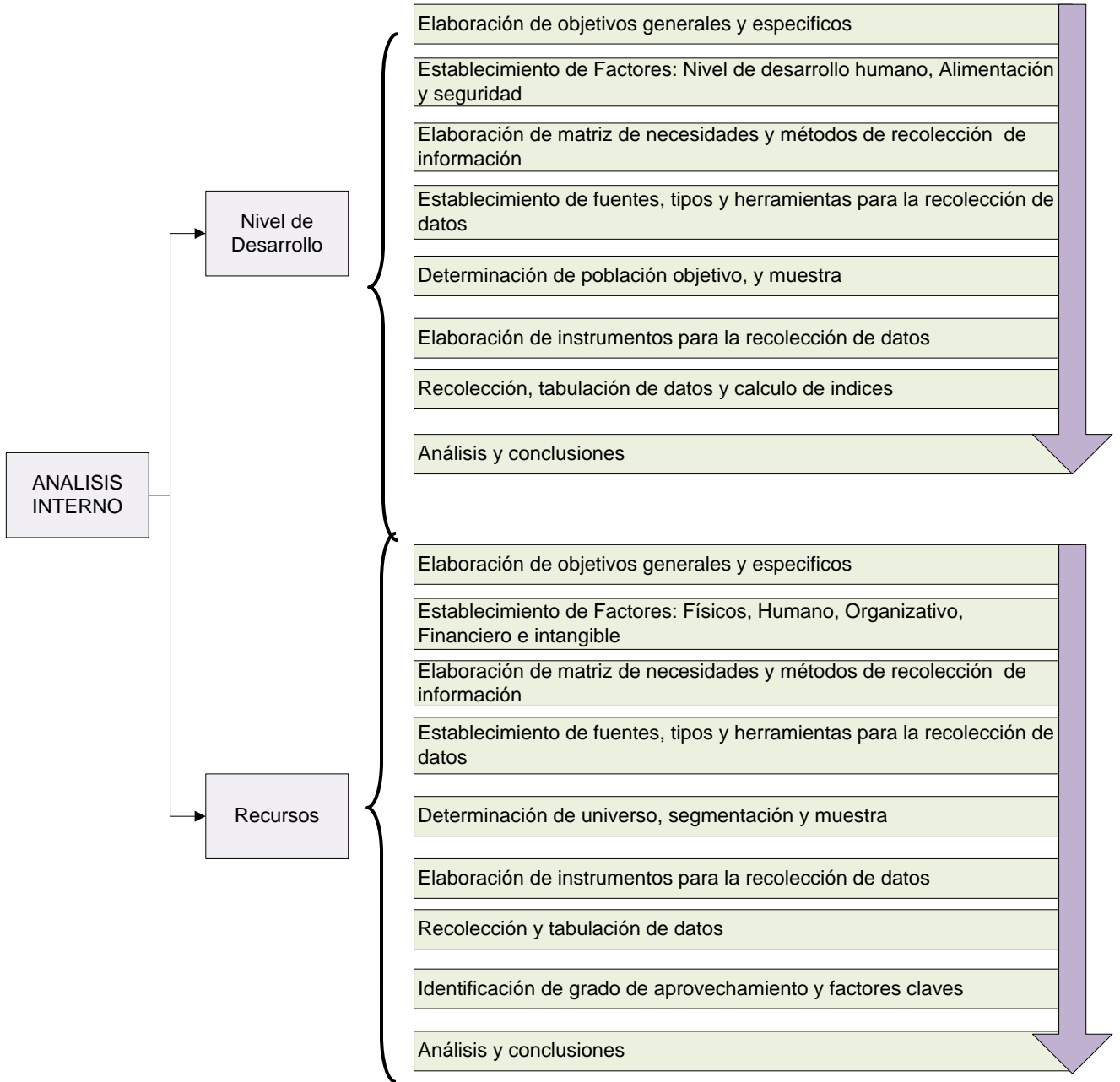


Figura 16: Metodología para el análisis interno

### **3.3.1 NIVEL DE DESARROLLO**

Para poder determinar el nivel de desarrollo del BSE se tomara como parámetro de comparación el IDH propuesto por el PNUD para el cual es necesario el cálculo de indicadores en áreas como educación, esperanza de vida y producción interna; de esta manera se tendrá una perspectiva del desarrollo si es que existe en el BSE. Así mismo se pretenden identificar los niveles de seguridad pública y de acceso a la canasta básica. Para poder llevar a cabo estas mediciones se proponen los siguientes pasos bajo los cuales se desarrollara esta investigación:

#### **Paso 1: Elaboración de objetivos generales y específicos**

#### **Paso 2: Establecimiento de factores**

Se establecerán los factores más importantes que intervienen dentro del barrio y que permiten conocer la situación actual para el nivel de desarrollo humano, alimentación y seguridad

#### **Paso 3: Establecimientos de fuentes, tipos y herramientas de recolección de datos e investigación**

#### **Paso 4: Determinación de población objetivo y muestra**

#### **Paso 5: Elaboración de instrumentos**

#### **Paso 6: Recolectar datos correspondientes a cada variable correspondientes de los componentes del Índice de desarrollo humano, Alimentación, y seguridad**

Esto es recabar los datos pertinentes a las variables de cada componente a través de un instrumento en las entrevistas llevadas en los hogares del BSE:

- **PIB:** Se refiere al ingreso per cápita en US\$ que existe en los habitantes del BSE
- **EDUCACION:** Referido a la tasa de alfabetización de adultos y tasa bruta de matriculación en el BSE.
- **VIDA LARGA SALUDABLE:** Referido a la esperanza de vida al nacer.
- **ALIMENTACION:** Referido al acceso a la canasta básica por parte de los habitantes del barrio San Esteban
- **SEGURIDAD:** Medición cuantitativa y cualitativa de las condiciones de seguridad y prevención de la violencia en el BSE.

## Paso 7: Cálculo del Índice de Desarrollo Humano

Con los datos de cada variable de los componentes se calculan los índices de cada componente:

- Índice de esperanza de vida
- Índice de educación
- Índice de PIB

Posterior al cálculo de índices se procede al cálculo del Índice de Desarrollo Humano. El siguiente esquema muestra de mejor manera el proceso para el cálculo del índice;

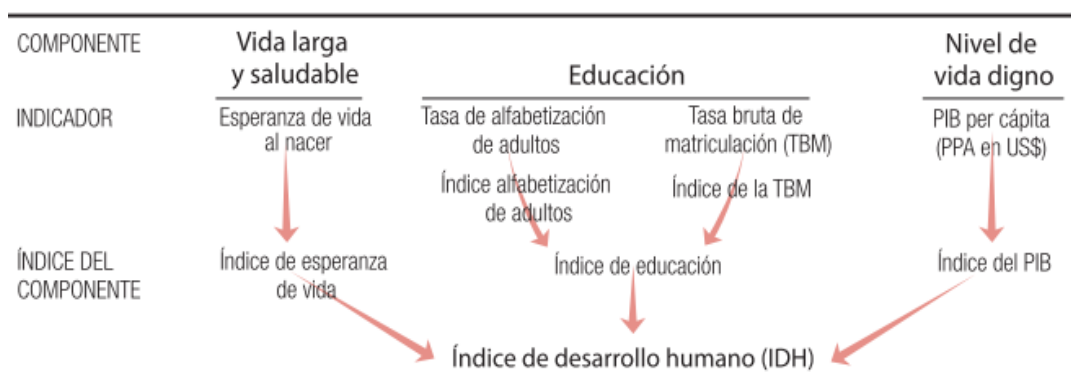


Figura 17: Proceso para el cálculo del Índice

## Paso 8: Comparación y análisis del Índice de desarrollo humano

En base a los índices de desarrollo humano locales, nacionales e internacionales se procede a concluir con el diagnóstico de la situación actual referente al nivel de desarrollo el Barrio San Esteban del CHSS.

## Paso 9: Calculo del Acceso a Canasta Básica Alimentaria

Con los datos tomados se procede a calcular el acceso en medida porcentual de los habitantes del barrio San Esteban a la canasta básica alimentaria.

## Paso 10: Calculo de nivel de seguridad

Se establece el nivel cuantitativo de los recursos invertidos en el barrio San Esteban para la seguridad y prevención de la violencia. Así mismo se establece una medición cualitativa de las condiciones de seguridad y prevención de la violencia percibida por la población y la observación directa en el barrio.

### 3.3.2 RECURSOS DEL BARRIO SAN ESTEBAN

Es mediante este estudio que se identificaran la cantidad de los recursos disponibles y la naturaleza de los mismos. Para llevar a cabo este análisis es necesario el desarrollo sistemático de los siguientes pasos:

**Paso 1: Elaboración de objetivos generales y específicos**

**Paso 2: Establecimiento de factores** Se establecerá los factores más importantes que intervienen dentro del barrio y que permiten conocer la situación actual para los recursos físicos, humanos, organizativos, financieros e intangibles del BSE.

**Paso 3: Establecimientos de fuentes, tipos y herramientas de recolección de datos e investigación**

**Paso 4: Determinación de población objetivo y muestra**

**Paso 5: Elaboración de instrumentos**

**Paso 6: Realizar un examen de los recursos con los que cuenta el Barrio San Esteban del CHSS** Esto es identificar la cantidad y la calidad de los recursos disponibles para desarrollar las estrategias:

- **RECURSOS FISICOS:** Determinar los recursos físicos con los que cuenta el BSE tanto de infraestructura como de patrimonio cultural.
- **RECURSO HUMANO:** referido al RRHH disponible en el barrio para la incorporación del turismo cultural como eje económico.
- **RECURSOS DE ORGANIZACIÓN:** Referido a las posibles organizaciones formales existentes dentro del BSE.
- **RECURSOS FINANCIEROS:** Se han de identificar los orígenes y la utilización de fondos destinados al desarrollo del BSE.
- **RECURSOS INTANGIBLES:** Posibles servicios y patrimonios intangibles,

**Paso 7: Identificar el grado de aprovechamiento de los recursos.** Se debe de valorar la utilización que se está realizando de los recursos y plantearse como se están aprovechando estos.

**Paso 8: Identificación de factores claves.** El último aspecto es la identificación de los factores claves, los cuales se derivan de los análisis previos. En este paso es donde se lleva a cabo una valoración razonable de los principales puntos fuertes y débiles del Barrio San Esteban del CHSS.



## 3.4. METODOLOGIA PARA EL ANALISIS EXTERNO

---

El Análisis externo se realizara dentro de la etapa del Análisis estratégico del modelo de dirección estratégica. Se deben considerar como se describió anteriormente:

- El entorno
- Cultura Organizativa
- Recursos y Capacidad Estratégica
- Expectativas de los interesados.

### 3.5.1 EL ENTORNO

#### **Paso 1: Diagnostico de las Influencias del Entorno.**

Se vuelve necesario el establecimiento de la posición estratégica en la que se encuentra el BSE conforme a su entorno. Para llevar a cabo este análisis se desarrollan los pasos que se muestran en la figura.

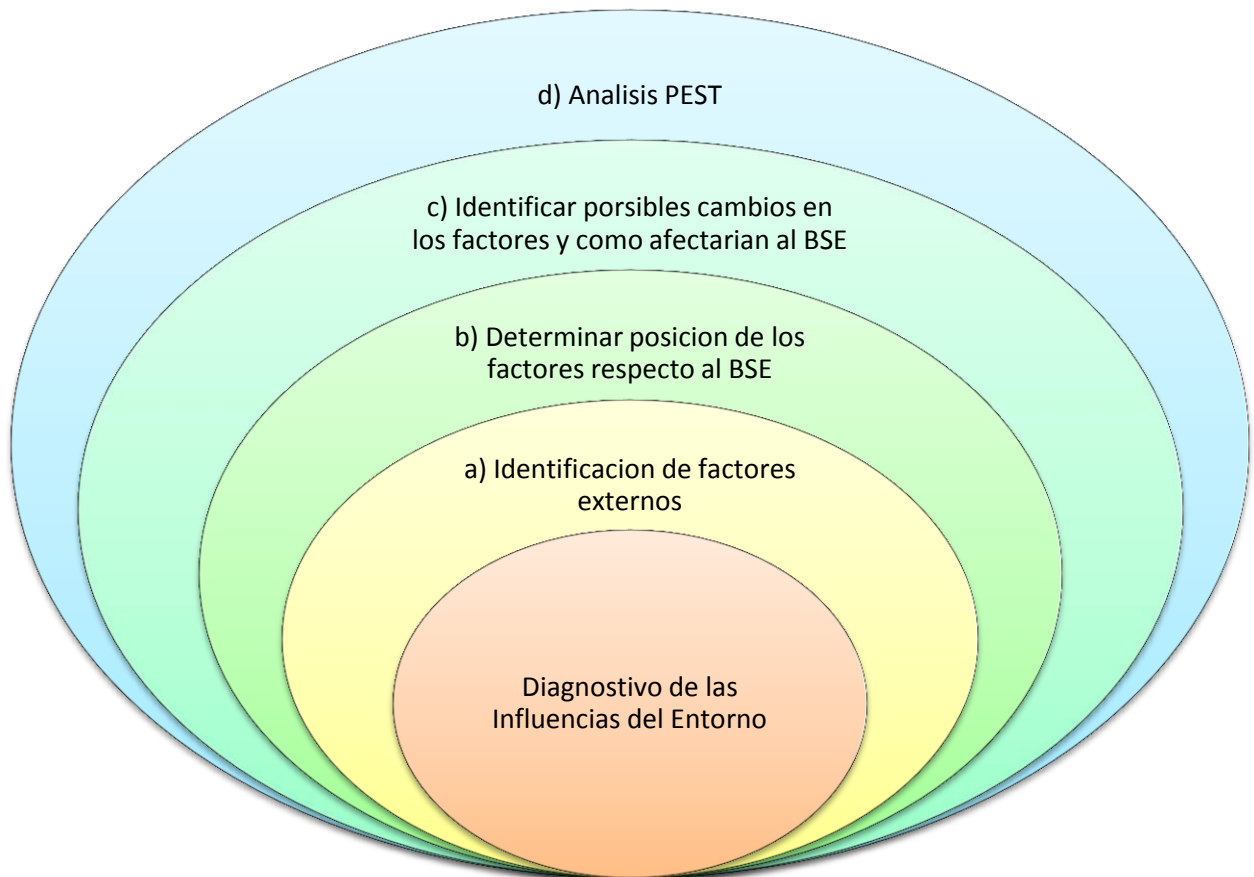


Figura 18: Pasos del Etapas del diagnóstico de influencias del entorno

El primer paso para realizar el análisis del entorno consiste en identificar los factores externos que tienen influencia sobre el BSE y los diferentes cambios que se presentan en el entorno y como estos pueden impactar en el desarrollo de las actividades del BSE. Para llevar a cabo el “diagnóstico de las influencias del entorno” se efectuara un Análisis PEST (Políticas, Economía, Sociales y Tecnología) el cual considera que influencias del entorno han sido importantes en el pasado y establece hasta qué punto ocurren cambios que las pueden volver más significativas en el futuro para el BSE. El primer punto consiste en determinar los alcances y límites del sistema económico, político, social y cultural en el cual interactúa el BSE.

### **3.5.2 EXPECTATIVA DE LOS INTERESADOS**

Para efectuar este análisis se seguirán los siguientes pasos:

**Paso 1:** Identificación de los Grupos Interesados.

La identificación de los interesados consiste en hacer una enumeración de los posibles grupos que están interesados en el desarrollo del BSE e identificar el grado de dominio que estos poseen sobre el BSE.

**Paso 2:** Elaborar un Mapa de Interesados.

Se realizan las matrices Poder / Dinamismo y Poder / Interés, a partir de los datos recogidos, lo que servirá para encausar hacia donde se deben de dirigir el desarrollo de la estrategias así como indicar el tipo de relación entre los grupos de interesados y BSE así como para identificar a los grupos claves.

## CAPITULO IV. DESARROLLO DE ANALISIS INTERNO

---

---

### 4.1. NIVEL DE DESARROLLO DEL BSE

---

---

#### 4.1.1 OBJETIVOS

##### Objetivo general

Determinar la situación actual del BES en su nivel de desarrollo humano, alimentación y seguridad para determinar las fortalezas y debilidades, que permitan la adecuada toma de decisiones en el establecimiento de estrategias.

##### Objetivos Específicos:

- ✓ Establecer los factores influyentes dentro del barrio bajo los parámetros del nivel de desarrollo humano, alimentación y seguridad para el adecuado establecimiento de las necesidades de información.
- ✓ Determinar las necesidades de información para el establecimiento de los métodos más adecuados de recolección de esta.
- ✓ Establecer las fuentes, tipos y herramientas de recolección de información para la obtención más óptima de la información necesaria en el establecimiento de la situación actual del BSE.
- ✓ Elaborar los instrumentos de recolección de datos de manera óptima para el adecuado abastecimiento de datos necesario para el cálculo de índices de desarrollo.
- ✓ Recolectar y tabular los datos necesarios para el establecimiento de los índices de desarrollo actuales del BSE.
- ✓ Calcular el índice de desarrollo humano para permitir la comparación que determina el estado actual del desarrollo humano en BSE.
- ✓ Determinar el nivel de acceso a canasta básica por parte de los habitantes del BSE para establecer la situación actual alimentaria dentro de este.
- ✓ Determinar el nivel de seguridad para determinar la situación actual de seguridad que posee el barrio frente a los índices de otros barrios del país.

#### 4.1.2 ESTABLECIMIENTO DE FACTORES

Los factores dentro de nivel de desarrollo se han determinado a través del siguiente árbol que permite la mejor apreciación para el establecimiento de estos:

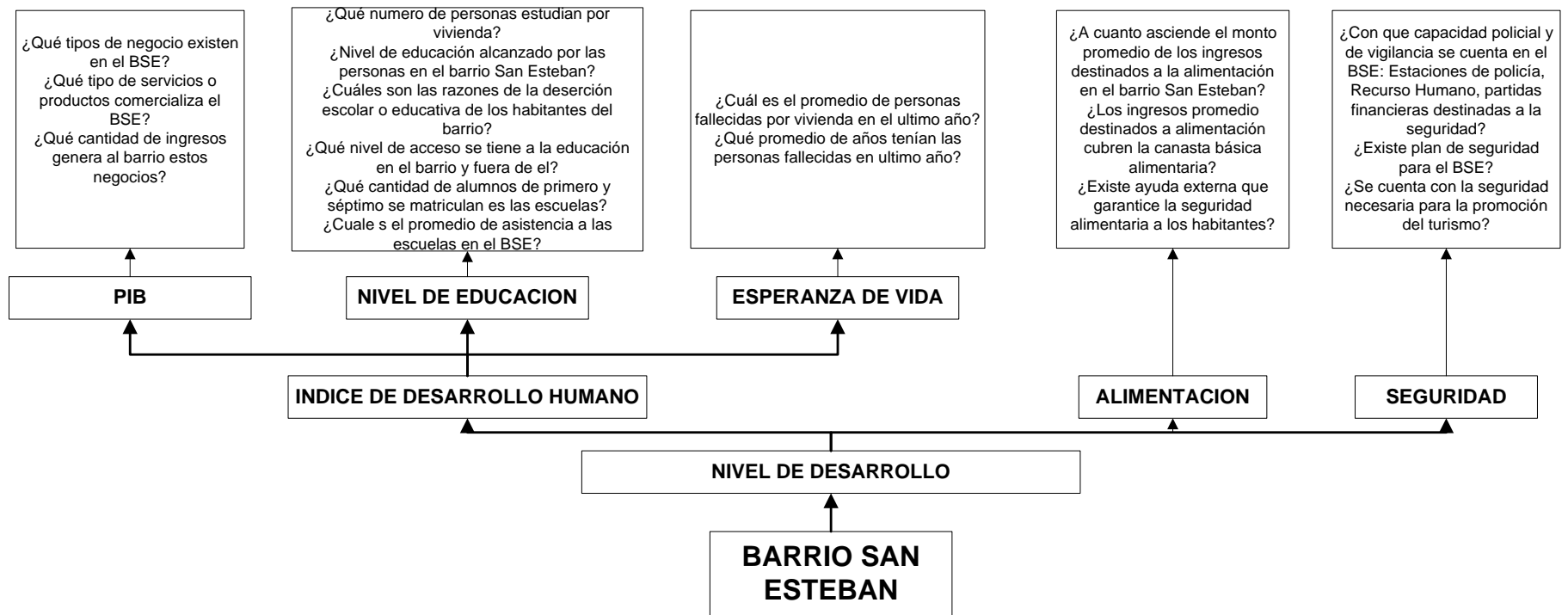


Figura 19: Factores del nivel de desarrollo del BSE

NIVEL DE DESARROLLO HUMANO

Objetivo: **Determinar el Índice de desarrollo humano en el Barrio San Esteban para establecer la situación actual en cuanto al nivel de desarrollo humano en este.**

Tipo de información a recolectar	Herramientas	Instituciones a consultar
Primaria:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nivel de ingresos por persona de los habitantes del barrio San Esteban del CHSS.</b></li> <li>• <b>Tasa de alfabetización de adultos en el BSE.</b></li> <li>• <b>Tasa bruta de matriculación en el BSE.</b></li> <li>• <b>Tasa de mortalidad por vivienda en el último año</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Censo en el BSE</li> <li>• Encuesta para entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habitantes del BSE.</li> <li>• Alcaldía de San Salvador</li> <li>• ACOVICHSS</li> </ul>
Secundaria:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Historial de alfabetización y matriculación en el BSE.</b></li> <li>• <b>Información referente a planes de educación para el BSE.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta para entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centros Escolares pertenecientes al BSE</li> <li>• Departamental del Ministerio de educación.</li> </ul>

Tabla 18: Información a recolectar Nivel de Desarrollo Humano

SEGURIDAD		
Objetivo: <b>Determinar el nivel de seguridad y prevención de la violencia en el Barrio San Esteban.</b>		
Tipo de información a recolectar	Herramientas	Instituciones a consultar
Primaria: <b>Cantidad de recursos invertidos para la seguridad y prevención de la violencia en el BSE.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instrumento para recolección de datos en entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Policía Nacional Civil</li> </ul>
Secundaria: <b>Percepción cualitativa de las condiciones de seguridad del BSE.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevista</li> <li>Observación directa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ACOVICHSS</li> <li>Habitantes del BSE</li> </ul>

Tabla 19: Información a recolectar de factor Seguridad

ALIMENTACION		
Objetivo: <b>Determinar el acceso a la canasta básica alimentaria por parte de los pobladores del BSE.</b>		
Tipo de información a recolectar	Herramientas	Instituciones a consultar
Primaria: <b>Promedio de ingresos destinados a la alimentación por parte de los habitantes del BSE.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Censo en el BSE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habitantes del BSE.</li> </ul>
Secundaria:  <b>Precio de la canasta básica alimentaria</b>  <b>Facilitaciones de acceso a canasta básica alimentaria por planes o programas en el BSE.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ACOVICHSS</li> <li>Ministerio de economía</li> </ul>

Tabla 20: Información a recolectar factor alimentación

### 4.1.3 FUENTES DE INFORMACION

Se recolectarán dos tipos de información:

- Información primaria: Es aquella información que se crea en el momento de realizar una investigación debido a que no se posee información previa que sirva para alcanzar los objetivos que se persiguen.
- Información secundaria: Es aquella información de tipo bibliográfico que ha sido previamente recopilada y analizada.

#### Fuentes de datos primarios

La principal fuente de información primaria para este estudio son los habitantes del barrio San Esteban para el cálculo de los índices de desarrollo necesarios. A través del contacto directo serán los mismos pobladores quienes proporcionaran los datos necesarios.

#### Fuentes de datos secundarios

Las principales fuentes de información secundaria para el estudio del nivel de desarrollo son:

- Estadísticas Económicas nacionales y municipales.
- Estudios aspectos Sociales, Demográficos, Culturales, Medio Ambientales y localización del barrio San Esteban y el Centro Histórico de San Salvador.
- Estudios sobre Población y niveles de ingreso del barrio San Esteban y centro histórico de San Salvador

#### Herramientas de recolección de datos

En este apartado se detallan aquellas herramientas que se utilizarán para recopilar y analizar la información:

- Encuesta

La encuesta: es técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

El Cuestionario es el instrumento de la encuesta y de recolección de datos rigurosamente estandarizado que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario son los indicadores.

Encuestas basadas en entrevistas cara a cara o de profundidad: Son directas o personales con cada encuestado. Su ventaja es que son controladas y guiadas por el encuestador y se suele obtener más información que con otros medios (el teléfono y el correo).

- Entrevista

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. La entrevista es una forma de conversación, no de interrogación, al analizar las características de los sistemas con personal seleccionado cuidadosamente por sus conocimientos sobre el sistema, los analistas pueden conocer datos que no están disponibles en ningún otra forma. De acuerdo al tipo de información que se desea recabar, se puede elaborar las entrevistas en forma estructurada o sin estructura. Las entrevistas estructuradas utilizan formatos abiertos o cerrados, en el caso de que sean abiertos, el usuario podría dar cualquier respuesta que considere apropiada; en el caso de preguntas cerradas, se proporcionar al usuario un conjunto de respuestas que puede seleccionar.

### **Tipos de investigación**

De acuerdo a los niveles, la investigación se considera de dos clases: ***La investigación preliminar y la definitiva.***

- Investigación preliminar

La investigación preliminar es la obtención de conocimientos básicos sobre un tema; es la recopilación de información de antecedentes del negocio y de su medio ambiente, a través de entrevistas con individuos ajenos a la compañía como puede ser un consumidor. Este tipo de investigación consiste en obtener las opiniones acerca de los productos o servicios en el mercado y las condiciones en que se encuentran en pequeña escala preferentemente y su objetivo principal es el de verificar que la información que se obtenga sea útil para la toma de decisiones o cuando menos sea la base para redefinir el objetivo y proceder al planteamiento de la investigación de mercados concluyente.

- Investigación definitiva

Parte de la investigación preliminar o base, y, aunque los métodos para la recopilación de los datos sean similares, estos se sujetan a exámenes rigurosos y pruebas más exigentes para eliminar en lo posible los errores o riesgos propios de la investigación. Los métodos que se aplican son de índole variada con base estadística y matemática, muestreo para la recolección y, regresión y correlación para la estimación y proyección. Se realiza un análisis penetrante de los componentes del mercado, se elabora un estudio sistemático de las relaciones e interrelaciones de estos componentes.



#### 4.1.4 DETERMINACION DE LA POBLACION OBJETIVO

Para poder determinar los distintos índices de desarrollo en el barrio San Esteban se tomará en cuenta a toda la población de este en las delimitaciones establecidas geográficamente por la alcaldía municipal de San Salvador que son:

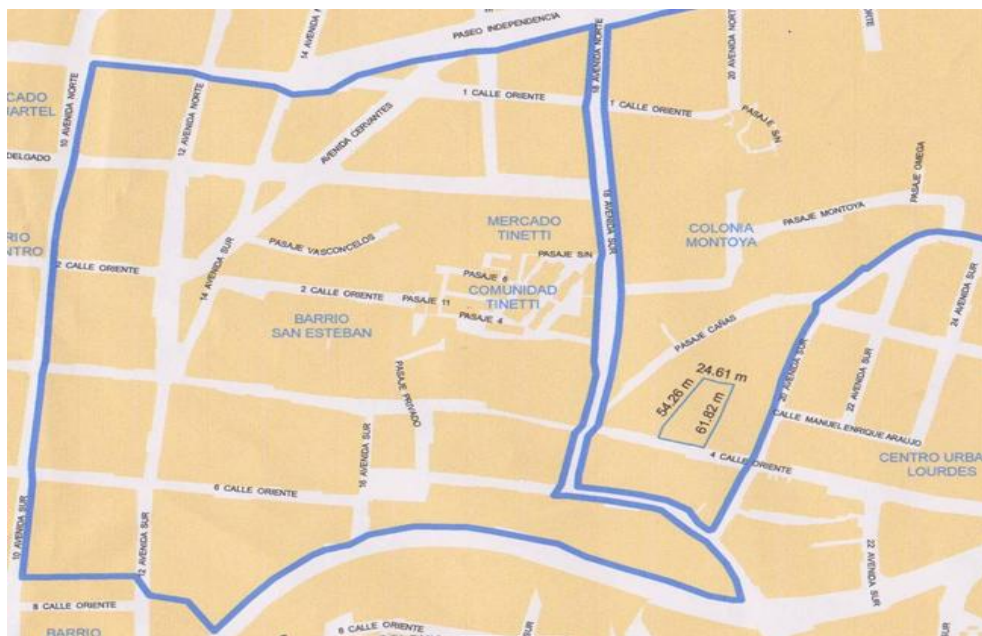


Figura 20: Limitación geográfica del BSE del CHSS.

#### 4.1.5 DETERMINACION DEL UNIVERSO Y MUESTRA

##### Determinación del universo

La información que se utilizará será obtenida de la DIGESTYC y FUNDASAL.

Número de población en el BSE según FUNDASAL	2,222 habitantes
Número de habitantes por familia según FUNDASAL	4 habitantes por familia
Número de familias	556 familias

##### Determinación de la muestra

La muestra tiene como finalidad conocer las características socioeconómicas, analizar los métodos y formas en que el BSE gestiona y transforma sus recursos así como su administración y distribución para tener conocimiento de cómo logran sus ingresos y como los invierte sentando así

una base sólida para la generación de estrategias y acciones que impulsen el desarrollo socio-económico.

Para el cálculo de la muestra para las familias, se utilizará la ecuación de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas (si la población sobrepasa las 500,000 unidades muestrales se toma como infinita) Para el cálculo de la muestra utilizaremos la siguiente fórmula:

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

DONDE:

n : El tamaño de la muestra

N : Tamaño del universo

Z : nivel de confianza

E : Error muestra

p : Probabilidad que ocurra el evento

q : Probabilidad de no ocurrencia (1-p)

Para determinar el nivel de confianza de la investigación (Z) y el Error muestral se presentan los siguientes cuadros:

Z = coeficiente de confianza, el cual depende del grado de certidumbre que se requiera según la siguiente tabla:

<b>CERTIDUMBRE (%)</b>	<b>NIVEL DE CONFIANZA (Z)</b>
<b>0.00</b>	0
<b>38.29</b>	0.5
<b>50</b>	0.67
<b>68.27</b>	1
<b>75</b>	1.15
<b>86.64</b>	1.5
<b>95.00</b>	<b>1.96</b>
<b>98.76</b>	2.5
<b>99.73</b>	3
<b>99.95</b>	3.5
<b>99.994</b>	4

<b>99.9993</b>	4.5
<b>99.99994</b>	5
<b>100</b>	$\infty$

Tabla 21: Nivel de confianza e incertidumbre

Para este estudio se tomará una certidumbre de 95%, teniendo un valor de  $Z = 1.96$

$e$  = Error muestral, cuyo valor lo decide el investigador.

$p$  = probabilidad de éxito. En este caso se tomará como éxito que las personas estén dispuestas a contestar las encuestas

$q = 1 - p$ . Es la probabilidad de que las personas no estén dispuestas a contestar la encuesta.

Para poder determinar el valor de " $p$ ", se realizó una prueba piloto de 15 encuestas, las cuales arrojaron los siguientes resultados:

<b>Prueba Piloto Familias</b>		
<b>Dispuesto a contestar las encuestas</b>	14	93.00% $p$
<b>Indisponibilidad a contestar las encuestas</b>	1	7.00% $q$
<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	15	100%

Tabla 22: Resultados prueba piloto familias

La prueba piloto se realizó con familias de todo el BSE, sin distinción de los ingresos por hogar que pueden existir. Los resultados fueron favorables en disponibilidad en contestar la encuesta.

Determinación de la muestra

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

$n$ : ?                                       $E=95\%$

$N= 556$  familias                                       $Z=1.96$

$P=93\%$      $q=7\%$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.93 \times 0.07 \times 556}{(556 - 1) \times 0.05^2 + 1.96 \times 0.93 \times 0.07}$$

**$n= 91$  encuestas**

#### 4.1.6 ELABORACION DE INSTRUMENTOS

##### ECONOMIA

###### Objetivo General

Recopilar y analizar los métodos y formas en que el BSE gestiona y transforma sus recursos así como su administración y distribución para tener conocimiento de cómo logran sus ingresos y como los invierten sentando así una base sólida para la generación de estrategias y acciones que impulsen el desarrollo socio-económico.

###### Objetivos Específicos:

- ✓ Determinar el promedio de personas por familia dentro del BSE.
- ✓ Recolectar información sobre la cantidad de fallecidos para determinar la esperanza de vida.
- ✓ Conocer la cantidad y condiciones de trabajo de los habitantes del BSE.
- ✓ Establecer el promedio de ingresos económicos por hogar en el BSE.
- ✓ Determinar el acceso a servicios básicos por parte de los habitantes del BSE.
- ✓ Establecer tipo y prioridad de gastos por parte de las familias de los hogares del BSE.
- ✓ Determinar la capacidad de inversión económica y de fuerza laboral de los habitantes del BSE.
- ✓ Conocer los proyectos de interés para los habitantes del BSE que motivarían el involucramiento en ellos.

**Indicaciones:** La encuesta es de 4 partes y tiene una duración aproximada de 15 minutos. El entrevistador le hará las preguntas y explicará la forma de contestar cada una. Por favor, seleccione para cada pregunta la respuesta que considere conveniente.

Sexo jefe de hogar      F      M

1. ¿Cuántas personas residen en la vivienda? \_\_\_\_\_  
Colocar en el cuadro la cantidad cantidad total

F      M

2. ¿En el último año alguien de su familia ha fallecido?  
 SI      NO pasar a la pregunta 4

3. ¿Qué sexo y edad tenía la/s persona/s fallecida/s?

SEXO	EDAD Y CANTIDAD		
	0-16	17-40	>40
F			
M			

4. ¿Cuántas personas de la vivienda trabajan? \_\_\_\_\_

Colocar en el cuadro la cantidad

cantidad total Si la respuesta es ninguna pasar preg.8

 F M

5. ¿Tipo de trabajo? (Colocar en el cuadro la cantidad)

 Temporal Permanente

6. ¿Cuál es su área de trabajo?

 Industria Agropecuaria Comercio Otros. Especifique \_\_\_\_\_

7. Poseen Prestaciones de AFP o ISSS?

 SI NO porque? \_\_\_\_\_

8. De las personas que no trabajan, ¿Cuántas personas buscan trabajo? \_\_\_\_\_

Colocar en el cuadro la cantidad

cantidad total

 F M

9. ¿Cuál es el ingreso económico de su familia? (Entre todos los que trabajan)

 Menor que \$100 Entre \$100 y \$150 Entre \$150 y \$200 Entre \$200 y \$300 Entre \$300 y \$400 Mayor de \$400

10. ¿En su vivienda tiene acceso?

 Energía Eléctrica Agua potable Internet Otros especifique \_\_\_\_\_

11. ¿Con que otros ingresos cuenta? \_\_\_\_\_

 Remesas Otro negocio Pensiones Ayuda de ONG Otros \_\_\_\_\_

12. ¿Cuáles son sus principales gastos de manutención? (enumere siendo 1 el de mayor inversión)

Alimentación

Servicios Básicos

Vivienda

Educación

Ahorro

Salud

Otros, especifique: \_\_\_\_\_

13. ¿De existir un proyecto que impulse el turismo en el BSE, estaría en condiciones de invertir en él?

Si     No    ¿Por qué? \_\_\_\_\_

14. ¿Si no está dentro de sus posibilidades el invertir económicamente en el proyecto, Estaría en condiciones de aportar su fuerza laboral en el mismo?

Si     No    ¿Por qué? \_\_\_\_\_

15. ¿Qué proyectos le gustaría que se implementaran en el BSE que participaría en ellos?

\_\_\_\_\_

**EDUCACION, CULTURAL Y VALORES**

**Objetivo:** identificar y evaluar la importancia de las variables socio-económicas que inciden y explican el comportamiento de las variables educativas fundamentales para la adecuada medición del nivel de educación presente en el BSE.

**Objetivos Específicos:**

- ✓ Determinar la cantidad, edad y nivel de estudios de las personas habitantes BSE.
- ✓ Determinar la cantidad de personas que acceden a educación dentro del BSE.
- ✓ Establecer la principal causa por la que las personas no estudian en el BSE.
- ✓ Determinar el conocimiento cultural de los patrimonios del BSE por los habitantes que residen en él.
- ✓ Determinar el nivel de valores de honestidad, solidaridad, y patriotismo de los habitantes del BSE.

Personas que estudia  Si la respuesta es ninguna pasar a preg.2	SEXO		Sabe leer y escribir		Edad de las personas que estudian (años)				Nivel Académico de los miembros que estudian. Pasar pregunta 1.			El centro de estudio se encuentra dentro o fuera del BSE? Pasar pregunta 1.	
	F	M	SI	NO	< 6	6 - 15	16 - 24	>24	Educación Básica	Bachillerato	Estudios Universitarios	DENTRO	FUERA

1. Las personas que no estudian, ¿por qué no lo hacen?

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Escasos recursos Económicos | <input type="checkbox"/> falta de tiempo por trabajo | <input type="checkbox"/> No piensa q sea importante estudiar |
| <input type="checkbox"/> Prefiere Trabajar           | <input type="checkbox"/> Desinterés                  | <input type="checkbox"/> No le gusta                         |

Otros, especifique:

2. ¿Conoce las iglesias e infraestructuras del BSE? ¿cuáles conoce?

Si       No

- Museo de la policía       Iglesia la Merced
- Plaza San Esteban       Campanario de la Independencia
- Interior de Casas coloniales       Iglesia San Esteban

3. Sabía usted que algunas infraestructuras del BSE son consideradas como patrimonio histórico del país?

Si, ¿Cuáles?       No

- Museo de la policía       Iglesia la Merced
- Plaza San Esteban       Campanario de la Independencia
- Interior de Casas coloniales       Iglesia San Esteban

#### *Cultura y Valores*

4. ¿Si usted encuentra una cartera con dinero que hace?

- Se queda con ella y su contenido       Busca a la persona dueña y se la entrega
- Saca el dinero y deja la cartera       No la toma

Otras acciones \_\_\_\_\_

5. ¿Sede usualmente el asiento en el transporte público?

- Si       Espera que alguien más lo haga
- No      Otras acciones \_\_\_\_\_

6. ¿Asiste a eventos cívicos o religiosos dentro del BSE?

Si       No      ¿Por qué? \_\_\_\_\_



## ALIMENTACION

**Objetivo General:** Recolectar los datos necesarios para el establecimiento del nivel de acceso a la canasta básica alimentaria como parte de la garantía de la seguridad alimentaria del BSE.

**Objetivos Específicos:**

- ✓ Determinar la dieta alimentaria de los habitantes del BSE.
- ✓ Establecer la procedencia de los alimentos que consumen los habitantes del BSE.

1. ¿Recibe Ayuda alimentaria de parte de alguna organización?

- Si, Nombre de la organización: \_\_\_\_\_
- No

2. ¿Los alimentos los obtiene de lugares dentro o fuera del BSE?

- Dentro del BSE
- Fuera del BSE

3. ¿Cuáles de los siguientes alimentos consumen en su vivienda?

Alimentos	CONSUME		Frecuencia (días x semana x mes)						Como lo obtuvo Comprado			¿Los alimentos los obtiene de lugares dentro o fuera del BSE?		¿Cuál fue el gasto total de los Alimentos que compró o adquirió?	
	SI	NO	Días a la semana				Días al mes		Ayuda familiar	Ayuda del estado	Ayuda privada	D	F		
			7	3	2	1	2	1							
Tortillas															
Pan Frances															
Pan dulce															
Arroz															
Pasta															
Frijoles															

Sal y azúcar														
Aceite														
Embutidos														
Huevos														
Leche														
Queso requesón														
Carne de res , cerdo o ave														
Frutas de temporadas														
Papas														
Tomate, cebolla , chile verde														
Zanahoria														
Naranja														
Mango y guineo														
Sopas instantáneas														
Bebidas y café (no cervezas)														
Hojas verdes														
Boquitas														
Comida casera preparada fuera del hogar?														
Comida rápida preparada fuera del hogar														
Comida típica preparada fuera del hogar. (														
Cigarrillos y tabaco?														
Cerveza														
tras bebidas alcohólicas														
Otros														

## SEGURIDAD

**Objetivo General:** Recolectar la frecuencia y percepción de actos de delincuencia de los habitantes del BSE respecto a la seguridad del mismo.

**Objetivos Específicos:**

- ✓ Determinar la cantidad de robos de los que han sido víctima los habitantes del BSE.
- ✓ Recolectar la percepción en cuanto a la eficiencia de la seguridad y organismos de seguridad presentes en el BSE.

1. ¿Ha sido víctima de asalto en el transcurso del último año en esta zona?  
 Si  No

2. ¿Según su criterio cómo calificaría la seguridad en el BSE?

- Muy buena  Buena  
 Mala  Muy Mala

3. ¿Con que frecuencia encuentra agentes policiales o de seguridad en el BSE?

- Casi nunca  regularmente  
 Generalmente  pocas veces

4. ¿Considera los puestos de agentes policiales como eficientes?

- Si  
 Desconoce su existencia  
 No, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

5. ¿Considera usted que la seguridad existente es la adecuada?

Definitivamente SI	Creo que si	Creo que NO	Definitivamente NO	No estoy seguro

6. ¿Si Aumentara la seguridad en el BSE, estaría dispuesto a invertir en algún tipo de negocio que impulse el turismo?

- Si  
 No, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

7. ¿Si Aumentara la seguridad en el BSE, estaría dispuesto a promover su fuerza laboral en el mismo?

- Si  
 No, ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**ENCUESTA EXCLUSIVAS A ESCUELAS**

1. Cuál es el número o promedio de estudiantes que se matriculan en primer grado?

\_\_\_\_\_

2. Cuál es el número o promedio de estudiantes que se matriculan en séptimo grado?

\_\_\_\_\_

3. ¿Cómo considera el promedio de asistencia a clases?

- Excelente                       Muy buena                       Buena  
 Malo                               Muy Mala

4. ¿Cómo considera el promedio de responsabilidad en las tareas?

- Excelente                       Muy bueno                       Buena  
 Malo                               Muy Malo

5. Cuál es el promedio de notas académico de los alumnos?

<b>Primer Grado</b>
<b>Tercer Grado</b>
<b>Sexto Grado</b>
<b>Séptimo Grado</b>

**PARTE DE ENCUESTA EXCLUSIVAS A NEGOCIOS**

1. ¿Tipo de Negocio?

- Servicios                       Distribución  
 Comercialización               Producción  
 Otros \_\_\_\_\_

No.	¿Cuáles son sus productos o servicios prestados?	¿Cuál es el precio de estos productos o servicios?	¿Cuál es el costo promedio de estos productos o servicios?	Total (cuadro llenado después)

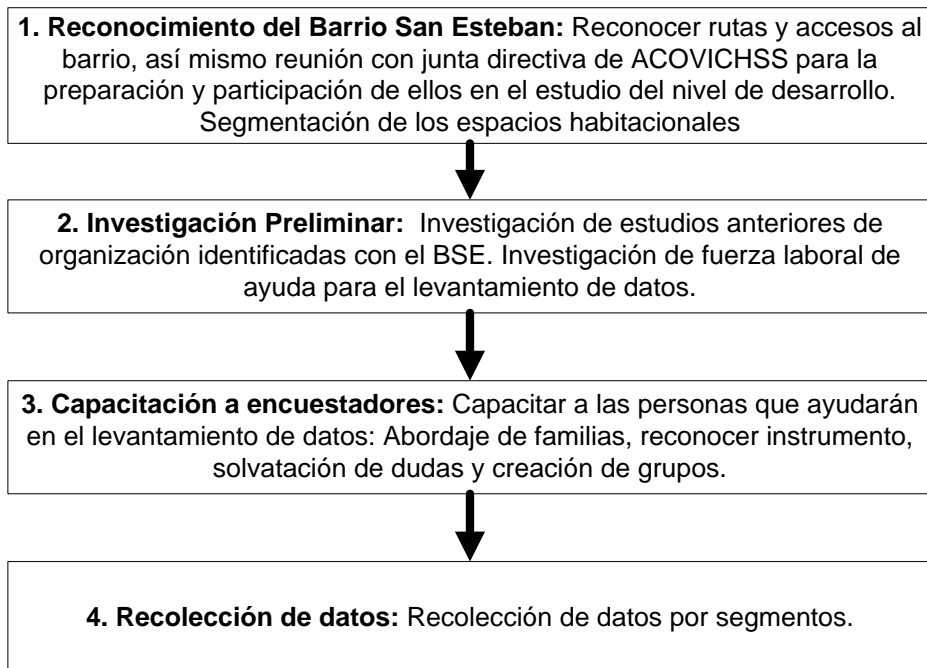
1. ¿Estaría en condiciones de invertir económicamente en el proyecto turístico del BSE?  
 Si    No   ¿Por qué? \_\_\_\_\_
  
2. ¿Estaría en condiciones de aportar su fuerza laboral o servicios en el proyecto turístico del BSE?  
 Si    No   ¿Por qué? \_\_\_\_\_
  

*Si fin de la encuesta económica. No pase a la pregunta 17.*

3. ¿Qué tipo de beneficios le harían participar en un proyecto turístico en el BSE?  
 Mejorar mis ingresos       distribución generada sea equitativo  
 No me interesa      Otro  especifique \_\_\_\_\_

### **RECOLECCION DE DATOS**

La recolección de datos se desarrollara con la siguiente metodología:



*Figura 21: Metodología para la recolección de datos.*

#### 4.1.7 METODOLOGIA DE ENCUESTAJE DEL ANALISIS INTERNO

El método que se utilizará para recopilar datos e información es el de la entrevista personal. Se ha tomado en cuenta dicho método por ser el que proporcionará la mayor cantidad de información para nuestro caso específico.

Se valoran además las siguientes ventajas de la entrevista personal:

- Es el mejor método cuando se requiere una gran cantidad de información y las preguntas son complejas o implican tareas como la clasificación de alternativas, como es el caso de nuestra investigación.
- El cuestionario de entrevista personal tiene un alto grado de flexibilidad.
- El entrevistador puede sacar ventaja de su condición cara a cara con el entrevistado para despertar su interés, aumentando así el porcentaje de participación y crear un ambiente cómodo y de confianza.
- Debido a la presencia del entrevistador, es posible aclarar malos entendidos y examinar respuestas más completas.
- 

Las limitaciones que puede presentar este método se presentan a continuación:

- Su costo es elevado en comparación a otros métodos, debido al costo de desplazamiento, copias de la encuesta, etc.
- Presentan cierto nivel de dificultad en cuanto a su administración, debido a la cantidad de papelería que hay que manipular.
- El poco tiempo para capacitar a los voluntarios es una dificultad importante para aprovechar la flexibilidad de la entrevista como herramienta.
- 

A continuación se muestra la metodología a seguir para la realización de la encuesta dentro del BSE:

PASO	DESCRIPCION
1	Traslado al punto de reunión en la Iglesia la Merced
2	Capacitación de voluntarios: Explicación de objetivos de la encuesta y el estudio, formas de abordaje y casos de no respuesta.
3	División por sectores poblados dentro del BSE. Es cogitación de líder y acompañante de realizador de encuesta
4	Entrevistador toca a la puerta, saluda cordialmente y se identifica a través de carnet.

5	En caso de no contestar al llamado el encuestador marca localización de hogar para segunda jornada de encuestas.
6	Entrevistador desarrolla la encuesta.
7	Al Finalizar el entrevistador agradece al entrevistado.
8	Entrevistador entrega todas las entrevistas al líder de sector.

Tabla 23: Metodología de encuestas

A continuación se resumen algunas pautas a seguir por parte del entrevistador a la hora de llevar a cabo las encuestas:

- Adaptarse al lenguaje que utilizan los encuestados. Las palabras deben ser las de uso familiar y corriente.
- No utilizar palabras ambiguas, a no ser que se explique el sentido que se les quiere dar.
- Mostrar amabilidad en todo momento con el entrevistado.
- Hablarle a los entrevistados con propiedad y educación.
- Cuidar su presentación y aseo personal.

<b>FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA</b>	
<b>Universo</b>	Población del Barrio San Esteban del CHSS
<b>Unidad de Muestreo</b>	Familias
<b>Muestra</b>	91 familias
<b>Selección</b>	Aleatoria
<b>Herramienta de recolección</b>	Entrevista Personal, Encuesta
<b>Supervisión, Procesamiento e informe</b>	Equipo Estudiantes UES
<b>Fecha de Realización</b>	

Tabla 24: Ficha técnica para encuesta

## 4.2. TABULACION Y ANALISIS DE INVOLUCRADOS.

### 4.2.1 ECONOMIA

1. *Sexo jefe de Hogar*
2. *Cuántas personas residen en la vivienda*

De las 91 familias encuestadas dentro del BSE del centro histórico de San Salvador, el promedio de personas por hogar es de 4.47 personas por hogar, es decir 5 personas por hogar aproximadamente.

Dentro de estos hogares el promedio de mujeres por hogar es de 3 aproximadamente (2.38) y de 2 hombres por hogar aproximadamente (2.07); la diferencia aunque es mínima podemos decir que la tendencia en las familias que habitan en el BSE es de que haya al menos una mujer más que hombres por familia.

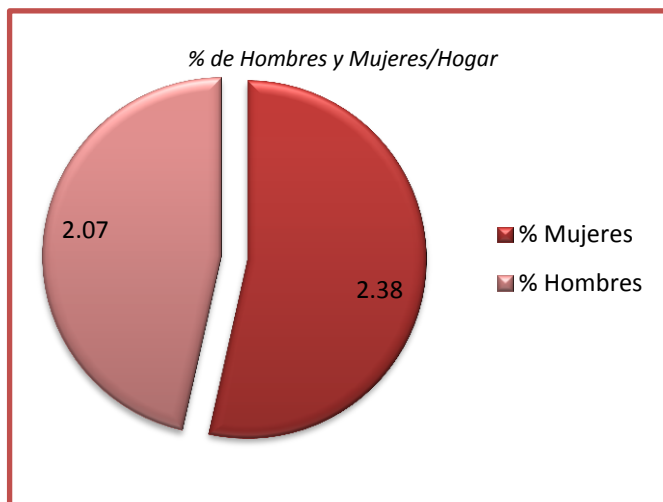


Gráfico 21: Porcentaje de Hombres y Mujeres por hogar

En esta primera parte de la encuesta también se consultó sobre el género de la persona jefe de hogar por familia, obteniendo como resultado que en el 60% de los casos encuestados la persona jefe de hogar es Mujer y en el 40% de los casos el jefe de hogar es Hombre. Se puede concluir que esto tiene relación con el hecho de que la mayoría de personas en el hogar son de género femenino.

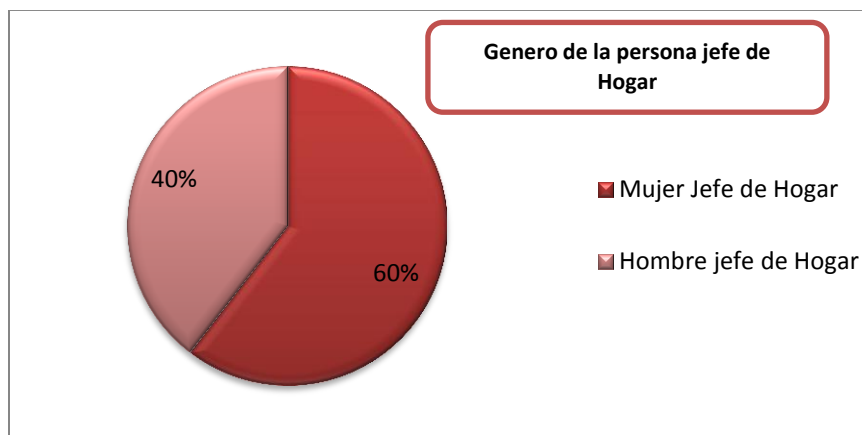


Gráfico 22: Genero de las personas jefe de hogar

El total de personas que habitan en los 91 hogares encuestados es de 402 personas.



### 3. En el último año alguien de su familia ha fallecido?

El 10% de las familias que respondieron la encuesta de hogares expreso que en su hogar había fallecido un miembro en el último año.

En los datos obtenidos sobre las personas fallecidas se obtiene una edad promedio de 64 años, comparado con la esperanza de vida del departamento de San Salvador (72.87 años al 2008) podemos decir que la esperanza de vida en el BSE es muy bajo. Llegando a los niveles mínimos de esperanza de vida entre los distintos departamentos del país.

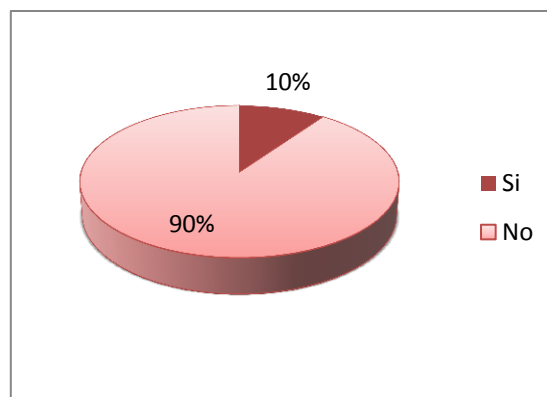


Gráfico 23: Familias en la q ha fallecido un miembro

Otro de los datos relevantes obtenidos en esta parte de la encuesta es que la mayoría de personas fallecidas en el último año son mujeres.

Sexo	0-16	17-40	40-
F			6
M		3	

### 4. ¿Cuántas personas de la vivienda trabajan?

Según los datos obtenidos, aproximadamente son 3 personas las que trabajan por hogar de las cuales en el 50 % de los casos trabajan 2 mujeres y 1 hombre y en el otro 50% de los casos trabajan 2 Hombres y una mujer, lo cual refleja que el trabajo no es muy desigual entre mujeres y hombres.

El total de personas que trabajan es de 199 de 402 personas que habitan en los hogares encuestados es decir que trabaja un 49% de la población.

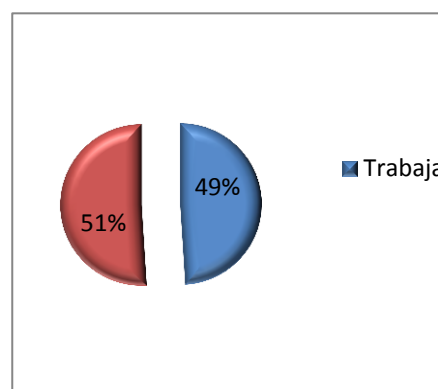


Gráfico 24: Número de personas que trabajan en la vivienda

### 5. Tipo de Trabajo

El total de personas que trabajan dentro de los hogares encuestados es de 199 personas de las cuales 112 representan el 56% que tiene trabajo permanente y el 44% posee un trabajo temporal, cabe resaltar que la mayoría de estos trabajos temporales se refieren en gran proporción a las ventas, es decir, comercialización de productos varios.

Con estos datos confirmamos que existe una inestabilidad laboral de los habitantes del barrio, no tienen un ingreso fijo o permanente que garantice la satisfacción de sus necesidades básicas por lo cual constituye un punto importante a tomar en cuenta.

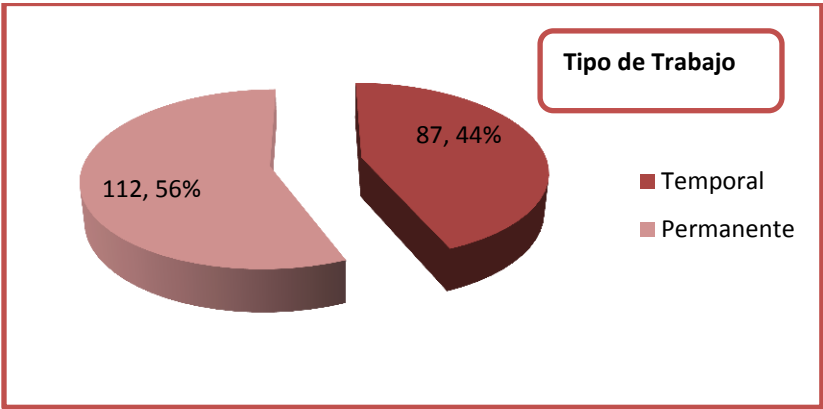


Gráfico 25: Tipo de trabajo

**6. ¿Cuál es su área de trabajo?**

Del total de personas que trabajan ya sea en empleos temporales o permanentes se identificó las áreas en las que estas personas trabajan, de las cuales la más representativa es el área del comercio con un 52%, el 42% trabajan en la industria (maquilas principalmente)

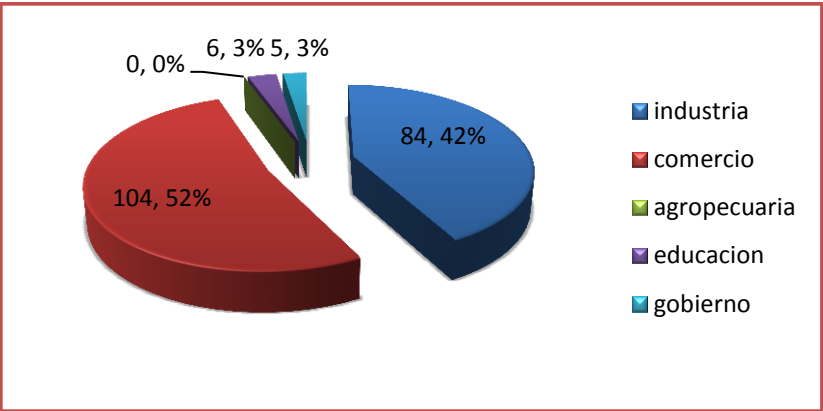


Gráfico 26: Área de Trabajo

El 3% trabaja en el área de educación y el otro 3% en el gobierno; el 96% trabaja entre la industria y el comercio, en base a lo cual se puede obtener un promedio de ingresos que recibe un trabajador en estos rubros.

### 7. ¿Poseen prestaciones de AFP ó ISSS?

De las personas que trabajan se identificó las que poseen prestaciones de AFP ó ISSS teniendo como resultado que el 53% no las posee, y el 44% si; entre las razones mencionadas por las cuales no se tienen este tipo de prestación están:

- dedicarse a comercializar artículos de manera independiente,
- El negocio es familiar,
- El trabajo es temporal
- La empresa para la que trabajan no realizan estas cotizaciones.

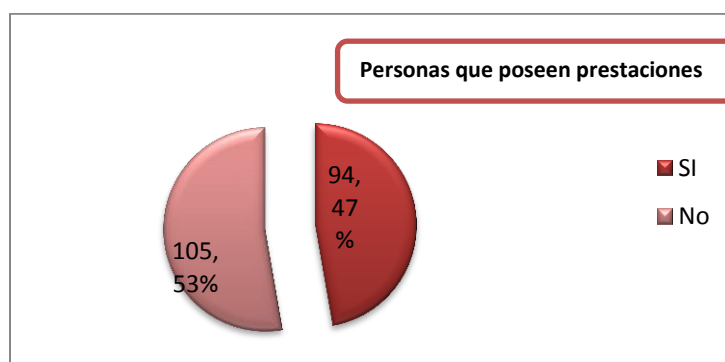


Gráfico 27: Personas que posee prestaciones

### Entre las personas que no trabajan, ¿Cuántas personas están buscando trabajo?

De las personas que al momento de la encuesta no tenían un trabajo pero se encontraban en búsqueda de uno, tenemos que el 54% son hombres y el 46% mujeres, lo que indica que la intención de trabajar es similar tanto de hombres como de mujeres.

La población que no trabaja ascendió a 203 personas de las cuales 78 tenemos que buscan trabajo, el resto de población puede que sean menores de edad, pertenezcan a la tercera edad, se encuentran estudiando o no tengan intenciones de trabajar.

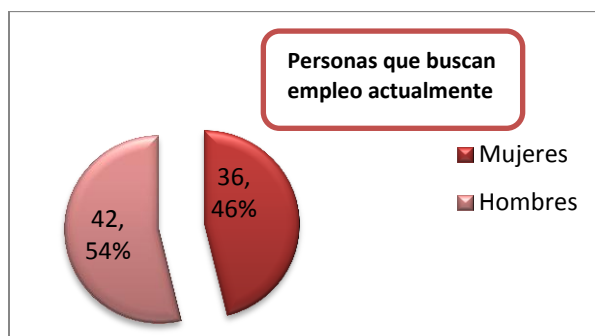


Gráfico 28: Personas que buscan empleo actualmente

**8. ¿Cuál es el ingreso económico mensual de su familia? (entre todos los que trabajan)**

El ingreso en los hogares no tiene una tendencia definida, hay hogares que tienen ingresos desde menos de \$100 hasta hogares con ingresos de más de \$400, el 59% de los hogares tiene ingresos entre \$150 y \$400.

El 48% tiene ingresos de menos de \$200 y únicamente el 17% tiene ingresos de más de \$400.

Esta información es importante compararla con el costo de la canasta básica de sobre vivencia la cual a septiembre de 2007 según los datos de la DIGESTYC tenía un costo de \$378.61, con lo cual se observa que al menos el 48% de los encuestados no recibe los ingresos suficientes para cubrir estas necesidades básicas.

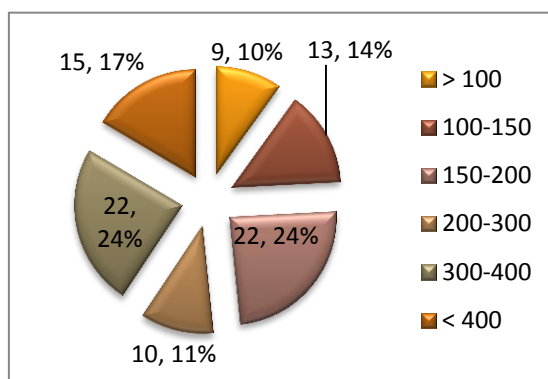


Gráfico 29: Ingreso mensual familiar

<b>Costo de Canasta de Sobre vivencia</b>		
	Sep-06	Sep-07
Canasta Básica Urbana	<b>\$138.31</b>	<b>\$148.63</b>
Gasto en Salud	\$32.32	\$32.77
Gasto en Educación	\$30.36	\$32.20
Energía Eléctrica <sup>1/</sup>	\$27.87	\$27.87
Agua <sup>2/</sup>	\$8.09	\$8.09
Alquiler de vivienda	\$69.14	\$68.73
Transporte	\$58.25	\$60.32
<b>Total</b>	<b>\$364.34</b>	<b>\$378.61</b>

Tabla 25: Costo de canasta de Sobre vivencia<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Base de datos de DIGESTYC

### 9. ¿A qué servicios tiene acceso en su vivienda?

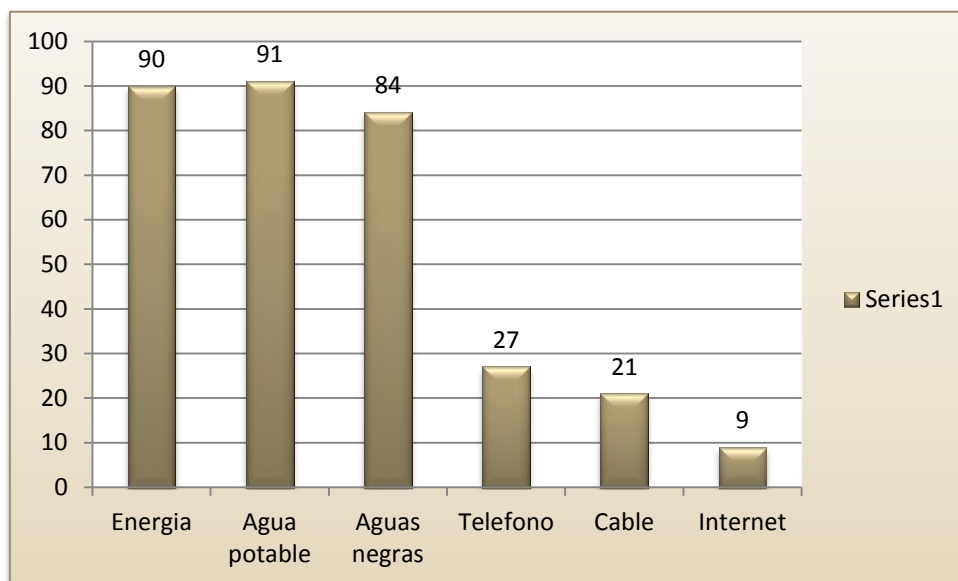


Gráfico 30: Acceso a servicios

Al consultar sobre los servicios básicos a los cuales tienen acceso los hogares se obtuvo que el 100% de los hogares encuestados poseen el servicio de agua potable más del 98% tiene energía eléctrica y el 92% posee el servicio de aguas negras.

Los 3 servicios principales los recibe más del 90% de la población mientras que servicios como teléfono y cable los posee menos del 29% y tan solo el 1% posee el servicio de internet.

Esto refleja que la población no incurre en gastos que para ellos son considerados como lujos y hasta ciertos puntos innecesarios.

### 10. ¿Con que otros ingresos cuentan en el hogar?

El 63% de la población no cuenta con otros ingresos más que las remuneraciones de los miembros del hogar que trabajan, El 37% si recibe otros tipos de ingresos como remesas, pensiones o los ingresos de negocios propios.

Del 37% que tiene otros ingresos el 17% es a través de negocios propios que van desde una tienda, la comercialización de productos hasta la prestación de servicios a través de algunos oficios varios.

El 10% recibe remesas familiares y el 9% recibe ingresos de pensiones. Se puede considerar que gran parte del 17% que tiene ingresos de más de \$400 se conforma del 37% que recibe otros ingresos.

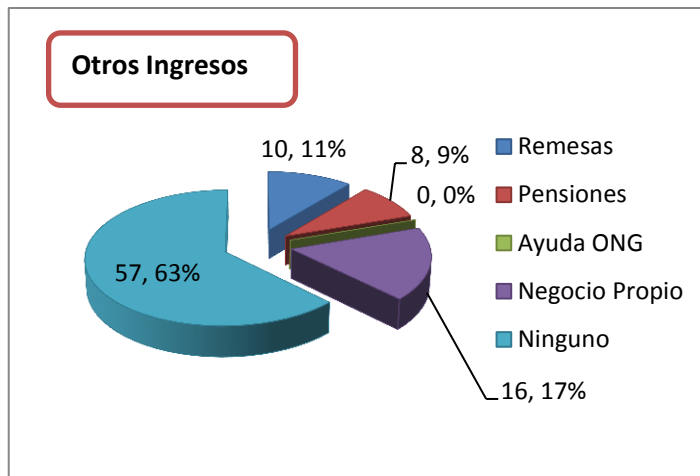


Gráfico 31: Otros Ingresos

### 11. ¿Cuáles son sus principales gastos de manutención?

El 56% de la población encuestada prioriza el gasto de alimentación y el 30% prioriza el gasto en vivienda, es decir que el 86% prioriza entre alimentación y vivienda, dejando un porcentaje muy bajo de hogares que ubican en primer lugar el gasto de servicios básicos (7%) o educación (7%).

Ninguno de los representantes de los hogares señalaron que priorizan el gasto de salud ó ahorros.

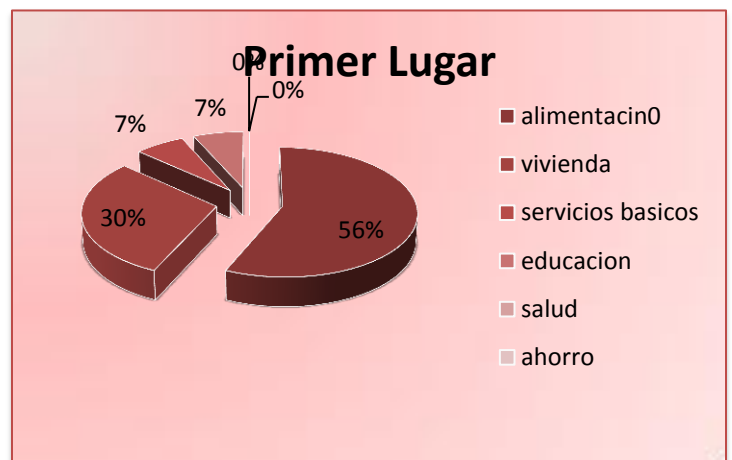


Gráfico 32: Primer lugar de Gastos de Manutención

Con este gráfico se puede observar que los gastos que los hogares ubican en el primer y segundo lugar son alimentación y vivienda, con 33% en ambos casos.

El 17% ubica en segundo lugar el gasto de servicios básicos y educación: quedando fuera de los primeros dos lugares el gasto de salud ó ahorros.

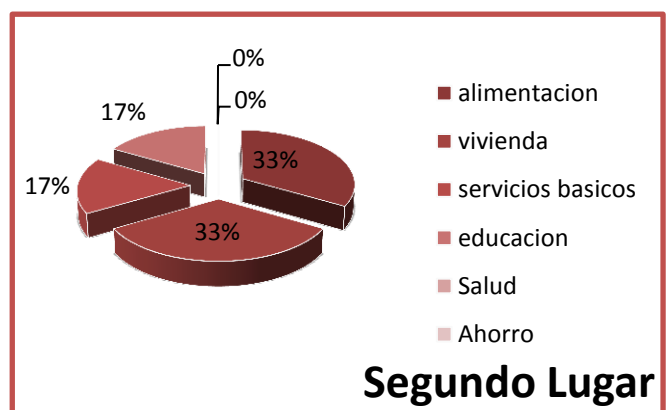
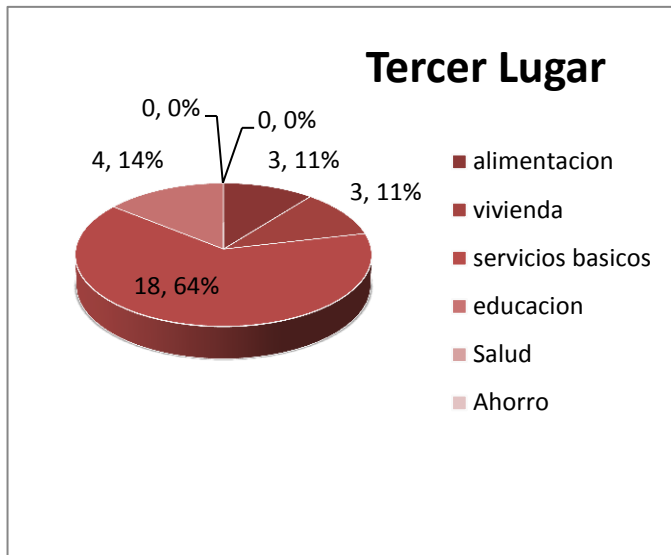
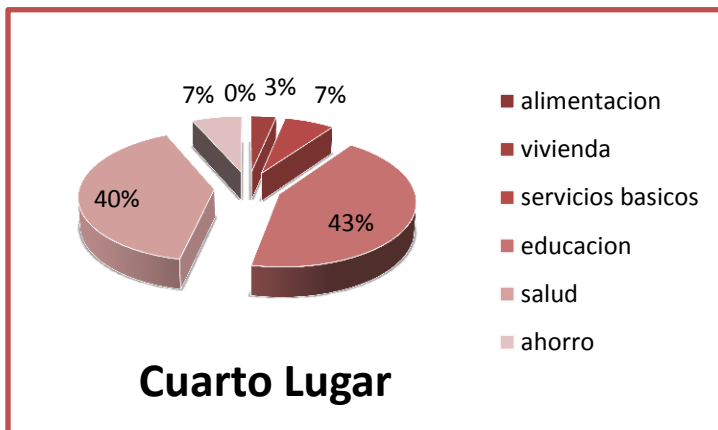


Gráfico 33: Segundo lugar de Gastos de Manutención



El 64% de los encuestados coincide en ubicar los servicios básicos en tercer lugar en la priorización de sus gastos. El 11% ubica los alimentos en tercer lugar. El 11% ubica en esta posición los servicios básicos y el 14% educación. Los rubros que siguen quedando fuera de los 3 primeros lugares son Salud y Ahorros. El 100% de los encuestados prioriza dentro de los primeros tres lugares el gasto en alimentos y el 70% ubica los gastos de vivienda dentro de estas primeras tres opciones.

Gráfico 34: Tercer lugar de Gastos de Manutención



El 43% de los encuestados ubica en cuarto lugar en orden de prioridad el gasto de Educación, después de Alimentación, vivienda y servicios básicos.

El 40% ubica en esta posición los gastos en salud y el 7% Ahorros.

El 83% ubica en cuarto lugar los gastos de educación y salud.

Gráfico 35: Cuarto lugar de Gastos de Manutención

El quinto lugar está casi proporcionalmente distribuido entre vivienda, educación, salud y ahorro; el 11% de los encuestados ubica los servicios básicos en quinto lugar

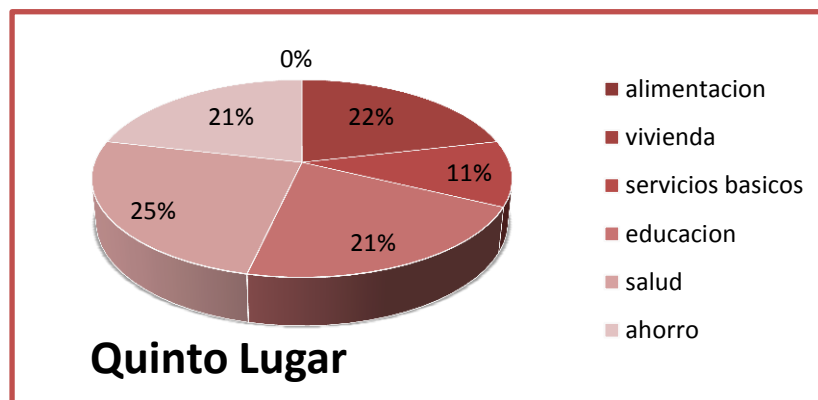


Gráfico 36: Quinto lugar de Gastos de Manutención

El 69% tiene como última opción el ahorrar, siempre y cuando se cubran anteriormente los otros gastos. El 31% ubica en último lugar los gastos de salud. Mientras que nadie expreso dejar en último lugar según su priorización los gastos de Alimentación, Vivienda, servicios básicos o educación.

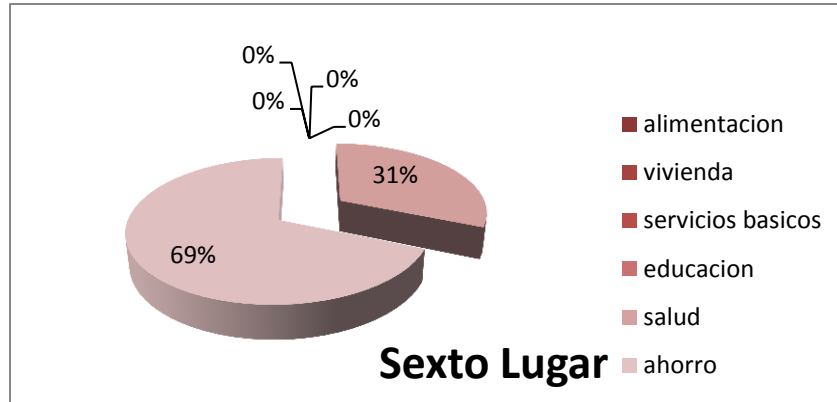


Gráfico 37: Sexto lugar de Gastos de Manutención

**12. ¿De existir un proyecto que impulse el turismo en el BSE, estaría en condiciones de invertir económicamente en él?**

SI	52
NO	39
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>

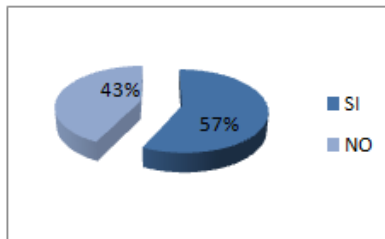


Gráfico 38: Porcentaje de inversión económica

Del total de población entrevistada el 57% dijo estar en condiciones de invertir en pequeños negocios que puedan mejorar sus ingresos económicos como principal razón. Con esta cantidad de población dispuesta a invertir e interesada en mejorar su nivel económico las propuestas para el desarrollo turístico tienen probabilidades de éxito.

<b>No tiene \$</b>	<b>21</b>	<b>65%</b>
Inseguridad	8	19%
no cree	6	12%
No le interesa	4	4%
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

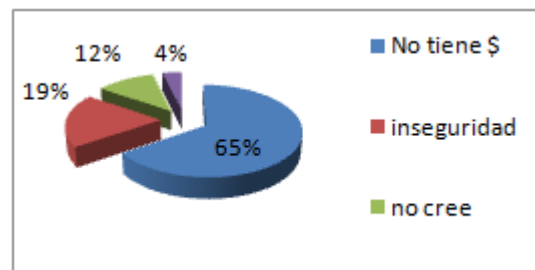


Gráfico 39: Factores que impiden la inversión



La gran mayoría de personas que no invertirían es por falta de recursos económicos aun cuando se trate de microempresas, seguido de muchos que consideran que no invertirían por la inseguridad que el BSE presenta en cuanto al fenómeno de renta por pandillas y delincuencia en general.

**13. ¿Si no está dentro de sus posibilidades el invertir económicamente en el proyecto, Estaría en condiciones de aportar su fuerza laboral en el mismo?**

SI	76
NO	15
TOTAL	91

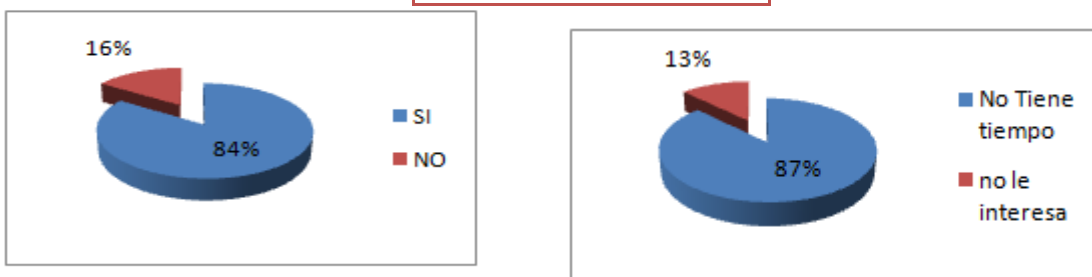


Gráfico 40: Inversión de Fuerza Laboral

El 84% de las personas entrevistadas están en la disposición de participar en el proyecto con su fuerza laboral de donde podría obtenerse el suplemento de fuerza laboral para impulsar el proyecto en el BSE. Del 16% de personas que no aportarían su fuerza laboral la causa principal es que no tienen el tiempo suficiente debido a sus empleos o que hacen del hogar.

**14. ¿Qué proyectos le gustaría que se implementaran en el BSE asegurando su participación en ellos?**

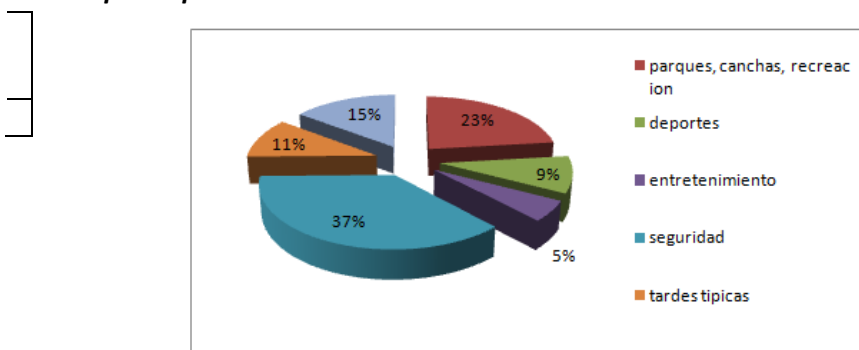


Gráfico 41: Proyectos a realizar con participación ciudadana.

Los proyectos de mayor interés para los habitantes del barrio San Esteban son los de seguridad debido a que ellos perciben esto como urgencia llegando a un 37%. Los que menos les interesan son el entretenimiento. Es importante destacar el interés por habilitar proyectos que mejoren su calidad de vida y promuevan el desarrollo a través del deporte y recreación con el 23% y el impulso económico con un 15%.

## 4.2.2 EDUCACION, CULTURA Y VALORES

### 1. ¿Cuántas personas estudian en su familia?

<b>Estudia</b>	<b>190</b>	<b>47%</b>
<b>No estudia</b>	<b>212</b>	<b>53%</b>
<b>Total</b>	<b>402</b>	<b>100%</b>

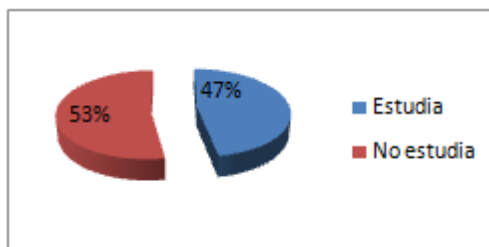


Gráfico 42: Proyectos a realizar con participación ciudadana.

Del total de personas descritas en la encuesta el 47% de la población tiene un estudio activo dentro y fuera del BSE y un 53% de la población del BSE no realiza estudios activos. La cantidad de personas que no estudian es un porcentaje alto que complementario con otros datos podrá dar indicios sobre la situación actual.

### 2. Personas que estudian dividida por género

<b>Masculino</b>	<b>89</b>	<b>47%</b>
<b>Femenino</b>	<b>101</b>	<b>53%</b>
<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>100%</b>

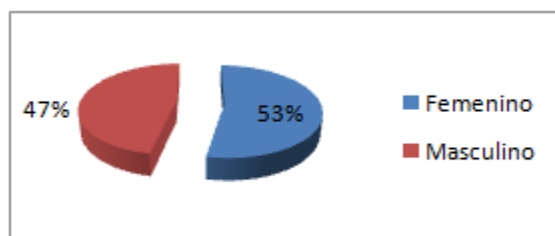


Gráfico 43: Personas que estudian por género

El 47% de la población activa que estudia es masculino y es ligeramente más bajo que el femenino que asciende al 53%, dentro de la población del BSE arriba a una diferencia aproximada de 490 personas masculinas y 553 mujeres.

### 3. Personas que no estudian dividida por género

<b>Masculino</b>	<b>94</b>	<b>44%</b>
<b>Femenino</b>	<b>118</b>	<b>56%</b>
<b>Total</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

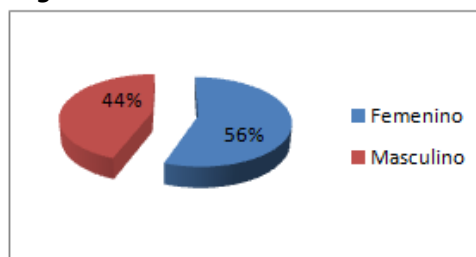


Gráfico 44: Personas que no estudian por género

La cantidad de personas que no estudian contiene un porcentaje del 56% de personas femeninas lo cual es un dato relevante ya que la cantidad de personas que estudian en el barrio tiene un porcentaje mayor que el masculino de igual manera. El porcentaje de personas masculinas que no estudian asciende a un 44% que suma un aproximado de 518 habitantes.

#### 4. ¿Sabe leer y escribir?

<b>SI</b>	<b>335</b>	<b>83%</b>
<b>NO</b>	<b>67</b>	<b>17%</b>
<b>Total</b>	<b>402</b>	<b>100%</b>

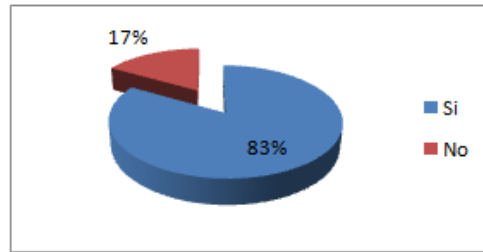


Gráfico 45: Porcentaje de personas que saben leer

El porcentaje de personas que saben leer y escribir es muy bueno en comparación con el 18% aproximado de El Salvador, si bien es cierto este índice no refleja el dato exacto debido a los rangos de edades bajo los parámetros del PNUD que deja fuera a los menores de 16 años este índice desde ya es muy bueno para el BSE ya que es más bajo en al menos un 40% del nacional.

#### 5. Personas que no saben ni escribir leer por genero

<b>Masculino</b>	<b>30</b>	<b>45%</b>
<b>Femenino</b>	<b>37</b>	<b>55%</b>
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

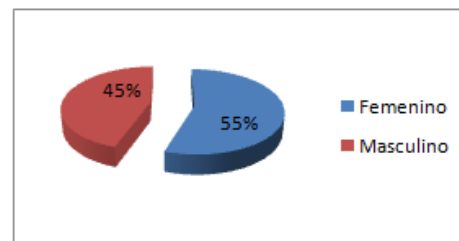


Gráfico 46: Porcentaje de personas que saben leer por género

Nuevamente el dato reflejado de población femenina predomina los índices. El 55% de la población que no sabe leer es femenino contra un 45% masculino. Los valores ascienden a 208 personas mujeres aproximadamente y a 170 hombres que no saben leer ni escribir en el BSE.

#### 6. Personas que no saben leer ni escribir por rango de edades

<b>&lt;6</b>	<b>30</b>	<b>45%</b>
<b>6 a 15</b>	<b>2</b>	<b>3%</b>
<b>16 a 24</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>&gt;24</b>	<b>35</b>	<b>52%</b>
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

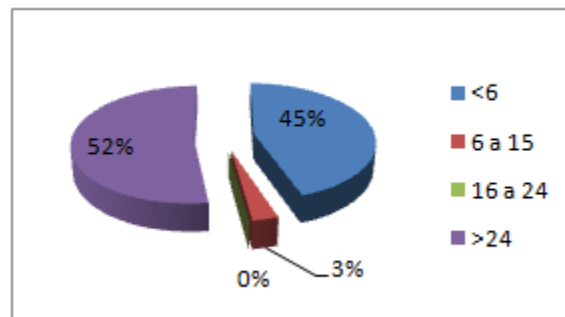


Gráfico 47: Porcentaje de personas que no saben leer por edad

Del total de personas que no saben leer y escribir según el rango de edades el 45% son menores de 6 años que por la edad es justificable. El rango mayores de 16 años presenta un 52 % de esta población específica y que pueden considerarse como analfabetas, lo que representa una cantidad aproximada de 196 personas y el porcentaje concreto de analfabetas del barrio es del 8%, lo que es bastante aceptable debido a que como se mencionaba en los análisis anteriores El Salvador presenta un 18% de analfabetismo a nivel nacional según datos del Ministerio de Educación presentados en Plan Nacional de Educación.

**7. ¿Cuál es el nivel de educación de los habitantes de su hogar?**

<b>Básica</b>	<b>244</b>	<b>61%</b>
<b>Bachiller</b>	<b>112</b>	<b>28%</b>
<b>Universidad</b>	<b>46</b>	<b>11%</b>
<b>Total</b>	<b>402</b>	<b>100%</b>

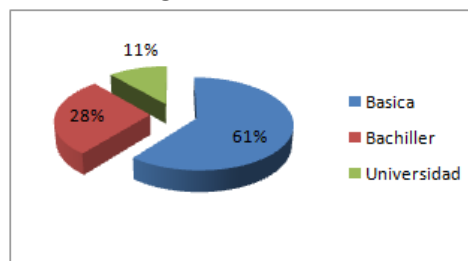


Gráfico 48: Nivel educativo

El nivel de educación básica prevalece entre la población habitante del BSE con un índice del 61% que asciende a una población aproximada de 1,355 habitantes, seguido por el nivel de bachillerato que es menor pero bastante significativo que asciende a un aproximado de 400 habitantes y el más reducido número es de personas con al menos 2 años de universidad que asciende a 244 habitantes aproximadamente.

**8. ¿Las personas que estudian lo hacen dentro o fuera del BSE?**

<b>Dentro</b>	<b>82</b>	<b>43%</b>
<b>Fuera</b>	<b>108</b>	<b>57%</b>
<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>100%</b>

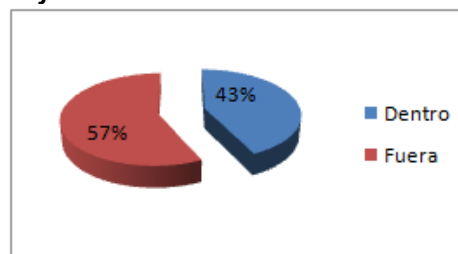


Gráfico 49: Porcentaje de estudiantes dentro o fuera del BSE

El porcentaje de personas que estudian dentro del BSE es bastante alto llegando al 43% y es población que asiste a educación básica debido a que dentro del barrio solo existen centros de educación básica. Así el 57% lo realiza fuera usualmente de bachilleratos y niveles de educación superior.

**9. ¿Las personas que no estudian porque no lo hacen?**

<b>Escasos recursos</b>	<b>30</b>	<b>14%</b>
<b>Falta de tiempo</b>	<b>35</b>	<b>17%</b>
<b>No es importante</b>	<b>15</b>	<b>7%</b>
<b>Prefiere trabajar</b>	<b>32</b>	<b>15%</b>
<b>Desinterés</b>	<b>24</b>	<b>11%</b>
<b>No le gusta</b>	<b>14</b>	<b>7%</b>
<b>Mayor de edad</b>	<b>37</b>	<b>17%</b>
<b>terminaron estudios</b>	<b>25</b>	<b>12%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

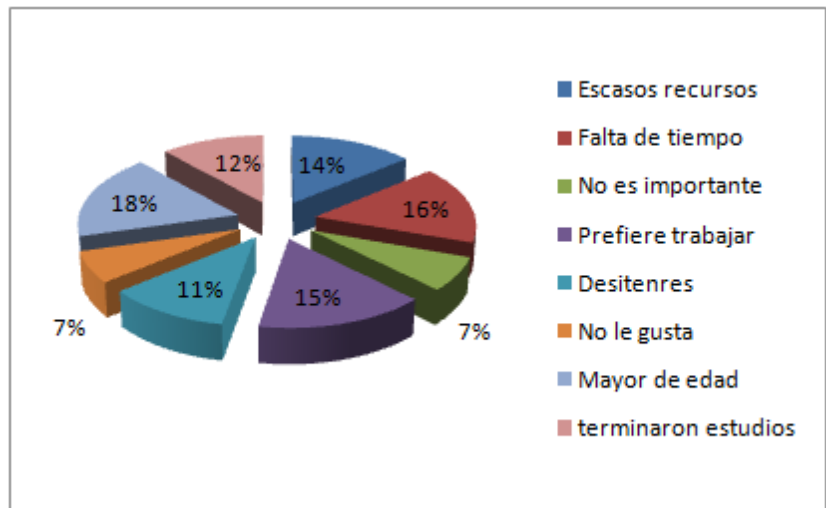


Gráfico 50: Factores que impiden estudiar

Las causas son diversas pero un porcentaje importante y relevante son los dos mayores con el 17% cada uno que son la falta de tiempo atribuida al trabajo y el otro que es por ser mayores de edad que usualmente piensan que ya no tienen edad para aprender. Solo un 12% afirma que terminaron sus estudios de al menos bachillerato y no aspiran a una educación superior. Así mismo el desinterés presenta una fuerte causa y un índice muy elevado.

**10. ¿Conoce las iglesias e infraestructuras del BSE? ¿cuáles conoce?**

<b>Si</b>	<b>86</b>	<b>95%</b>
<b>No</b>	<b>5</b>	<b>5%</b>
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

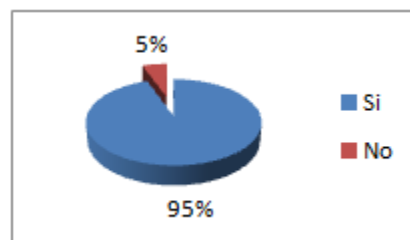


Gráfico 51: Porcentaje de personas que conocen iglesias e infraestructuras

Castillo policía	Iglesia la merced	Plaza San Esteban	Campanario	Casas coloniales	Iglesia San Esteban
45	78	61	45	24	73

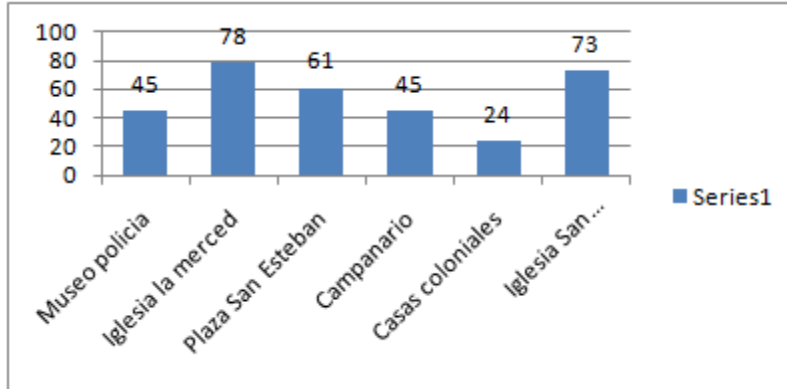


Gráfico 52: Infraestructuras que conocen

Una gran cantidad de la población conoce al menos una infraestructura relevante del BSE de los cuales la infraestructura menos conocida son las casas coloniales y seguidas del campanario de independencia y el castillo de la PNC. Las iglesia La Merced y San Esteban son las más conocidas debido a sus conocidas tradiciones religiosas.

**11. Sabía usted que algunas infraestructuras del BSE son consideradas como patrimonio histórico del país?**

Si	76	84%
No	15	16%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

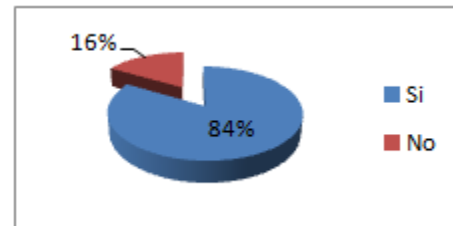


Gráfico 53: Porcentaje de personas que saben que Iglesias e Infraestructuras son patrimonios

Infraestructura	Personas que conocen
Castillo policia	36
Iglesia la merced	57
Plaza San Esteban	35
Campanario	48
Casas coloniales	19
Iglesia San Esteban	65

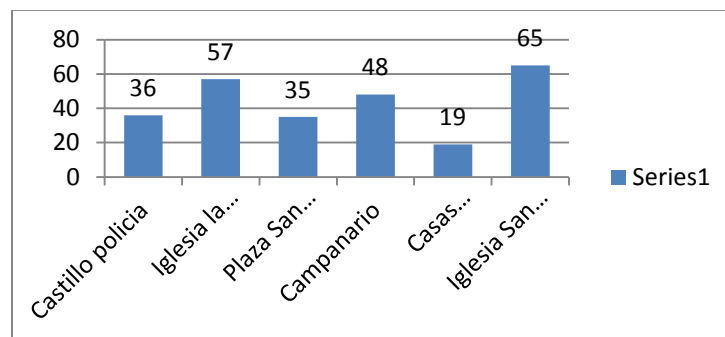


Gráfico 54: Porcentaje Iglesias e Infraestructuras que conocen como patrimonios

En comparación con la pregunta anterior los habitantes que reconocen a la infraestructura del barrio como patrimonio cultural descendió a un 84%, pero aun así el índice es bastante alto repitiéndose la mayoría de datos en base a la frecuencia de respuesta. El índice que muestra un despunte es el reconocimiento del campanario de independencia pero es aún muy bajo respecto a los demás y debido a la importancia a nivel centroamericano que este tiene.

**12. ¿Si usted encuentra una cartera con dinero que hace?**

<b>Se queda con ella y contenido</b>	<b>14</b>	<b>15%</b>
<b>Busca dueño y entrega</b>	<b>45</b>	<b>50%</b>
<b>Saca dinero y la deja</b>	<b>6</b>	<b>6%</b>
<b>No la toma</b>	<b>15</b>	<b>16%</b>
<b>Entrega a policía</b>	<b>11</b>	<b>13%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

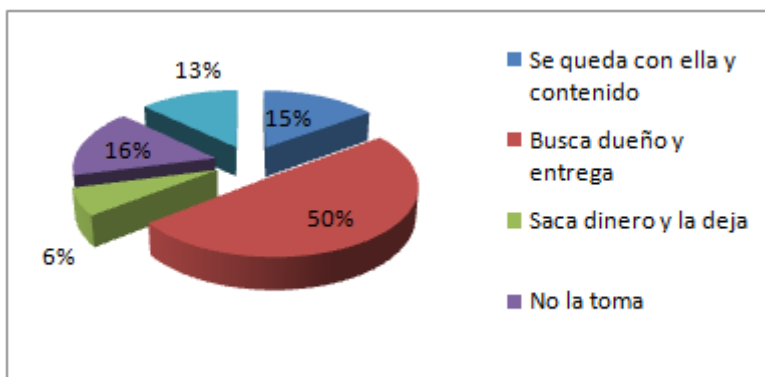


Gráfico 55: Nivel de honradez.

El 50% de la población estaría dispuesta a buscar al dueño y entregar la cartera con todo su contenido como respuesta de mayor valor y en contraparte únicamente un 6% se quedaría con el contenido de la cartera. El 94% de la población tomaría una actitud honesta ante la situación.

**13. ¿Sede usualmente el asiento en el transporte publico ?**

<b>SI</b>	<b>67</b>	<b>74%</b>
<b>NO</b>	<b>8</b>	<b>9%</b>
<b>Espera a que otra seda</b>	<b>8</b>	<b>9%</b>
<b>A veces</b>	<b>5</b>	<b>5%</b>
<b>no viaja</b>	<b>3</b>	<b>3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>

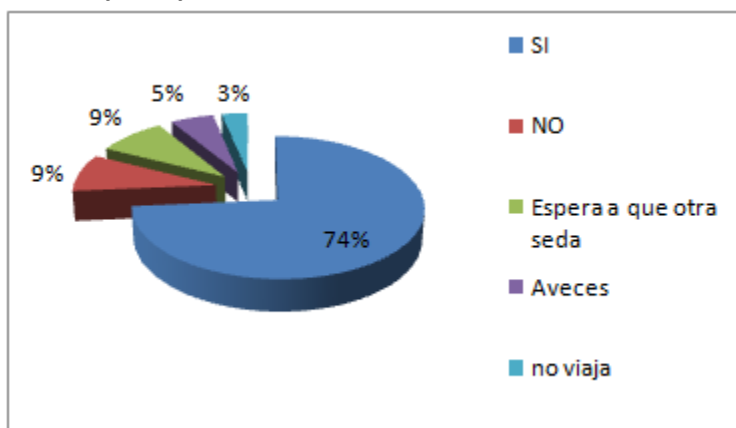


Gráfico 56: Nivel de Amabilidad.

El 74% de la población afirma que sede usualmente en el transporte público a personas más necesitadas, lo que demuestra un índice bastante alto de cortesía aun y cuando las condiciones de vida y el lugar a donde residen muestran una cultura de descortesía dentro del barrio como experiencia propia en el levantamiento de estos datos. Únicamente el 9% afirmo no ceder nunca el asiento aun con personas necesitadas.

**14.¿Asiste a eventos cívicos o religiosos dentro del BSE?**

<b>SI</b>	<b>63</b>	<b>69%</b>
<b>NO</b>	28	31%
<b>TOTAL</b>	91	100%
<b>No le interesa</b>	13	56%
<b>Falta de tiempo</b>	6	13%
<b>Lo ve en TV</b>	9	31%
<b>TOTAL</b>	28	100%

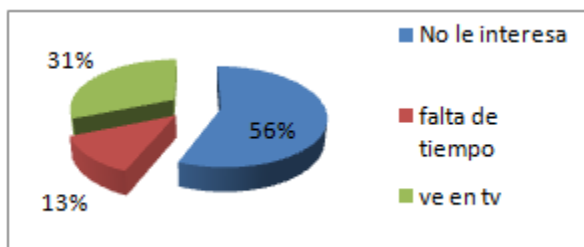
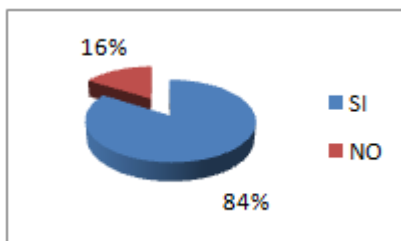


Gráfico 57: Nivel de asistencia a eventos religiosos.

El 84% de la población de barrio San Esteban asiste al menos a un acto cívico o religioso durante el año lo que se puede denotar como una gran asistencia a los actos de interés popular por parte de los habitantes Del 16% que no asisten en su gran mayoría es porque no le interesa asistir a ninguno de estos actos a los que son apáticos.

**4.2.3 ANALISIS A ESCUELAS**

1. **Cuál es el número o promedio de estudiantes que se matriculan en primer grado?**  
86 personas
2. **Cuál es el número o promedio de estudiantes que se matriculan en séptimo grado?**  
62 personas
3. **¿Cómo considera el promedio de asistencia a clases?**



excelente	0
muy buena	1
buena	4
mala	1
muy mala	0
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

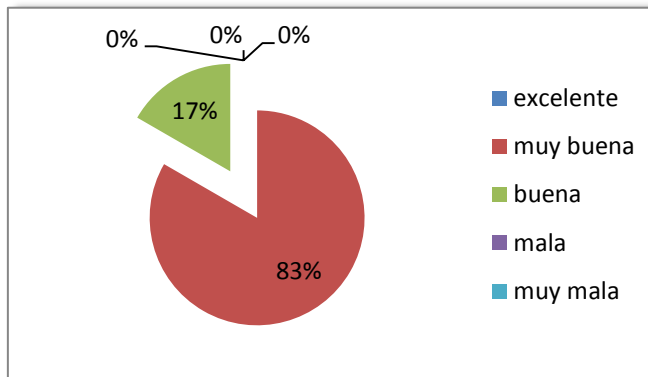


Gráfico 58: Promedio de asistencia a clases.

El 67% de las escuelas considera que la asistencia de los niños y jóvenes es buena debido a que siempre existen ausencias que afectan el buen desempeño de los alumnos en cada centro escolar. Así mismo el 16% considera la asistencia de su centro escolar como mala debido a que al final del año el porcentaje de deserción escolar es muy fuerte en su mayoría por casos vinculados al trabajo y a problemas con las pandillas. De igual manera el 16% considera que su escuela tiene una muy buena asistencia.

#### 4. ¿Cómo considera el promedio de responsabilidad en las tareas?

excelente	0
muy buena	5
buena	1
mala	0
muy mala	0
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

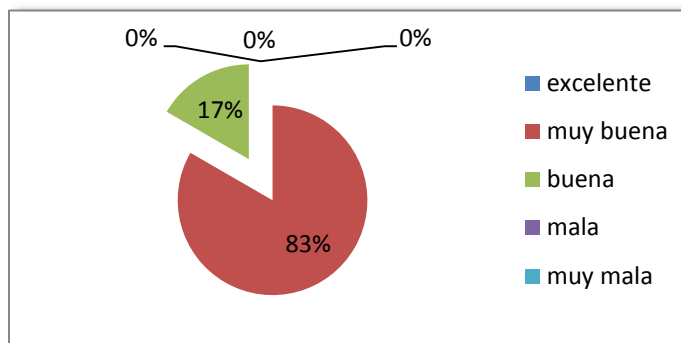


Gráfico 59: Promedio de responsabilidad de las tareas.

El 83% de los centros escolares considera que la responsabilidad con las tareas por parte de la mayoría de alumnos es muy buena y solo un 17% que es buena. Es importante observar que en el 100% de los casos la respuesta es favorable para el grado de responsabilidad de los alumnos asistentes al centro escolar.

#### 5. Cuál es el promedio de notas académico de los alumnos?

Primer Grado	Tercer Grado	Sexto Grado	Séptimo Grado
8.7	8	7	7.5

#### 4.2.4 ALIMENTACION

##### 1. ¿Recibe Ayuda alimentaria de parte de alguna organización?

SI	2
NO	89
TOTAL	91

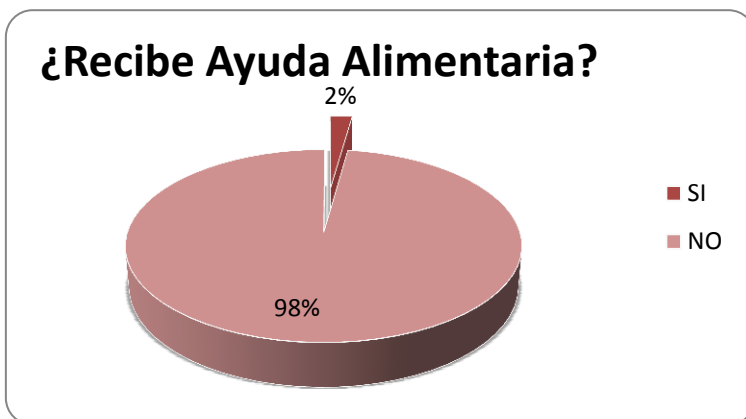


Gráfico 60: Ayuda alimentaria de organizaciones.

Con los resultados obtenidos se puede observar que la ayuda alimentaria por parte de organizaciones gubernamentales o no, es casi nula ya que el 98% de los habitantes no reciben ningún tipo de ayuda, es decir que cada hogar debe proveerse de alimentos con sus ingresos percibidos.

Del 2% que expreso si recibir ayuda alimentaria, la única organización mencionada fue:

- Iglesia La Merced

##### 2. ¿Los alimentos los obtiene de lugares dentro o fuera del BSE?

DENTRO DEL BSE	63
FUERA DEL BSE	28
TOTAL	91

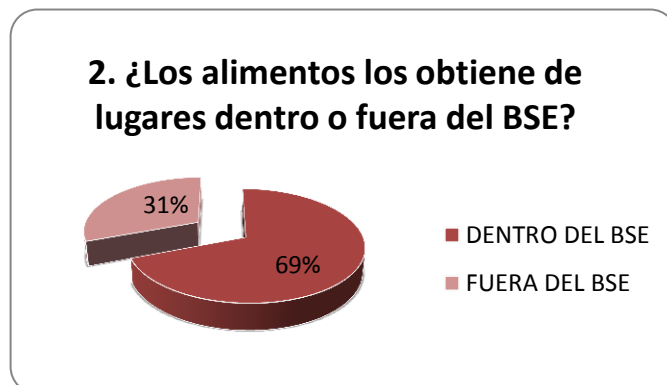


Gráfico 61: lugar donde obtiene los alimentos.

Respecto de donde obtienen sus alimentos los hogares del BSE se obtuvo que en general el 69% de ellos los obtienen dentro del BSE en el mercado tinetti específicamente, el 31% los obtiene de fuera del BSE, Entre las razones expresadas por el cual se obtienen en su mayoría los alimentos dentro del BSE es porque se considera que los precios son bajos respecto al promedio del mercado y por la accesibilidad ya que es el que les queda geográficamente más cerca.

### 3. Cuáles de los siguientes alimentos consumen en su vivienda?

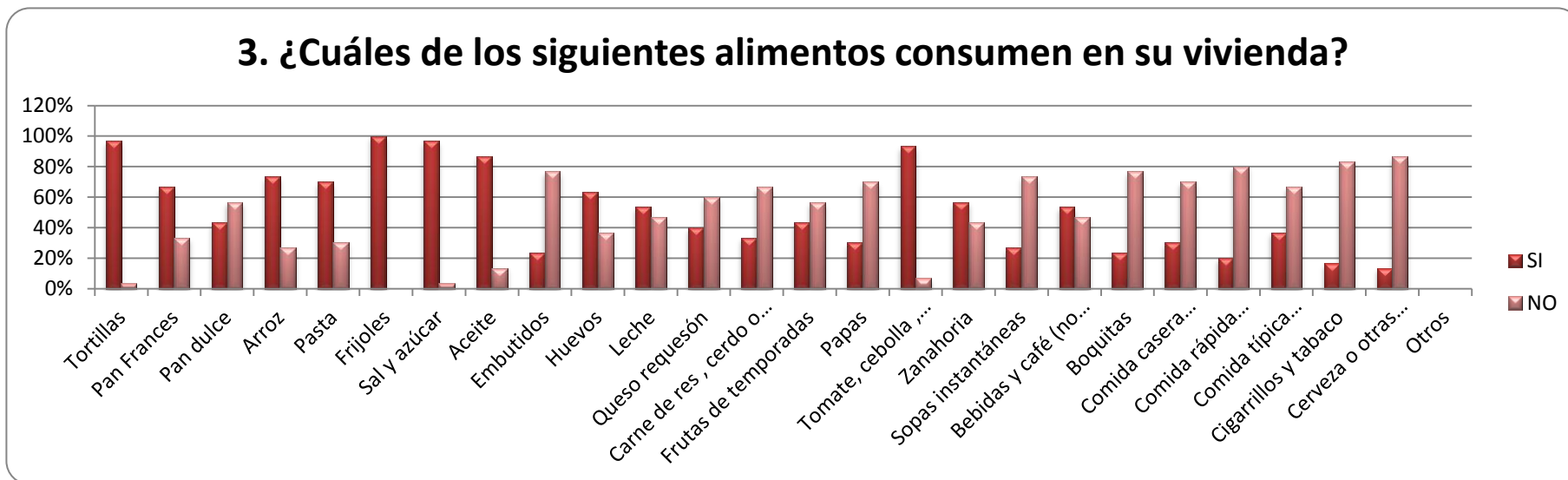


Gráfico 62: Alimentos que consume en su vivienda.

Teniendo en cuenta que los alimentos que están considerados dentro de la canasta básica son: Pan francés, tortillas, arroz, carnes, grasas, huevos, leche, frutas, frijoles, verduras, azúcar podemos observar que la mayoría de estos presentan un consumo por parte de poco más del 50% de las familias, sin embargo algunos de estos no pasan del 60%. Las carnes a pesar de ser parte de la canasta básica solo la consumen en un 33% de los hogares, la leche la consume un 53% y las frutas el 43%.

Por otro lado hay productos pertenecientes a la canasta básica que son consumidos casi por el 100% de los hogares como lo son frijoles, arroz, tortillas, azúcar y verduras sin embargo el consume ha disminuido en cantidad debido al aumento del precio en los granos básicos. También tenemos resultados de productos que no son parte de la canasta básica y tienen porcentaje medio ó bajo de consumo como los embutidos, pastas y quesos, Se consulto acerca del consumo de alimentos caseros preparados fuera del hogar, comida rápida, tabaco y bebidas alcohólicas para tener idea si los ingresos económicos están distribuidos de manera conveniente en cuanto a alimentación y se obtuvo que el consumo de estos productos es inferior al 50%, algunos se justifican en concepto de entretenimiento y otros se podría tratar de disminuir el consumo debido a las repercusiones en términos de salud que estos representan.

### 3. ¿Los alimentos que consume los obtiene mediante ?

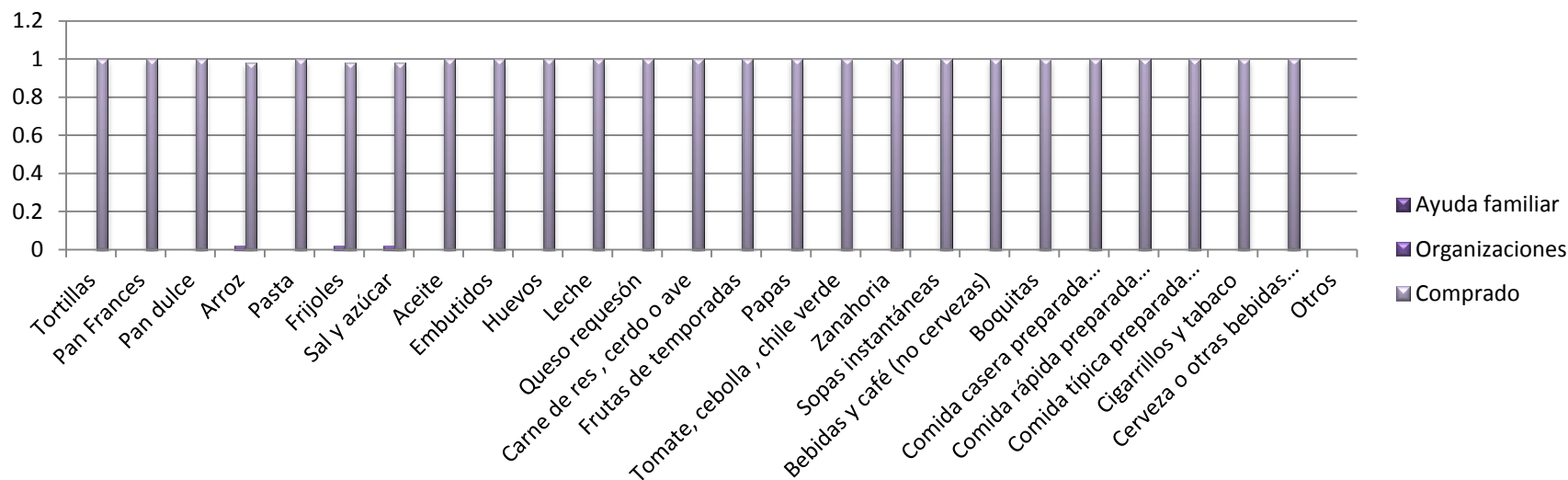


Gráfico 63: Alimentos que consume como los obtiene.

De los diferentes alimentos que se consumen en los hogares casi el 100% de todos los productos son comprados con los ingresos económicos con los que cuentan, únicamente el 2% expreso que obtiene algunos de ellos a través de la ayuda parroquial.

Lo anteriores se considera relevante dentro del estudio debido que al obtener el promedio de ingresos en un hogar se debe tener en cuenta que con ese ingreso se debe cubrir el costo total de la canasta básica ya que no se obtiene ayuda de ninguna otra institución.

### 3. ¿Los alimentos los obtiene de lugares dentro o fuera del BSE?

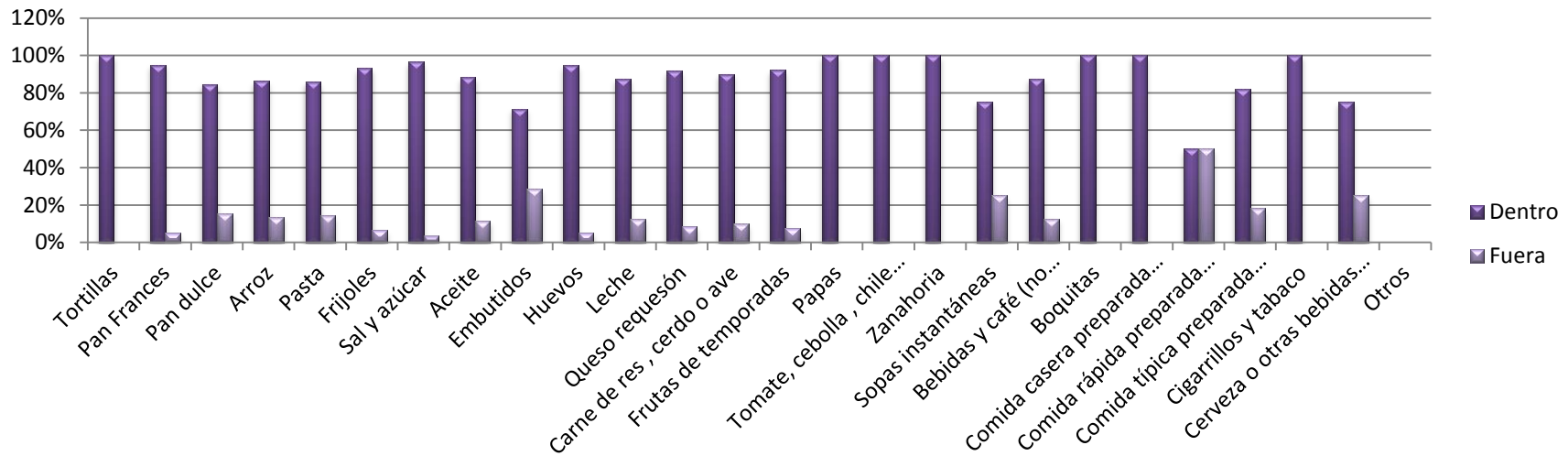


Gráfico 64: Alimentos donde los obtiene.

Más del 80% de todos los productos son comprados dentro del BSE lo cual nos indica que contribuyen en el aumento del Producto interno bruto, Entre las razones mencionadas por las cuales la mayoría de los hogares compran sus alimentos dentro del barrio están la accesibilidad y los precios bajos en comparación con otros mercados o supermercados.

Cabe recalcar que los productos que usualmente expresaron obtener fuera del BSE son productos que no pertenecen a la canasta básica tales como embutidos, queso, sopas instantáneas, bebidas, café, cerveza, así como comidas preparadas fuera del hogar, tabaco y bebidas alcohólicas.

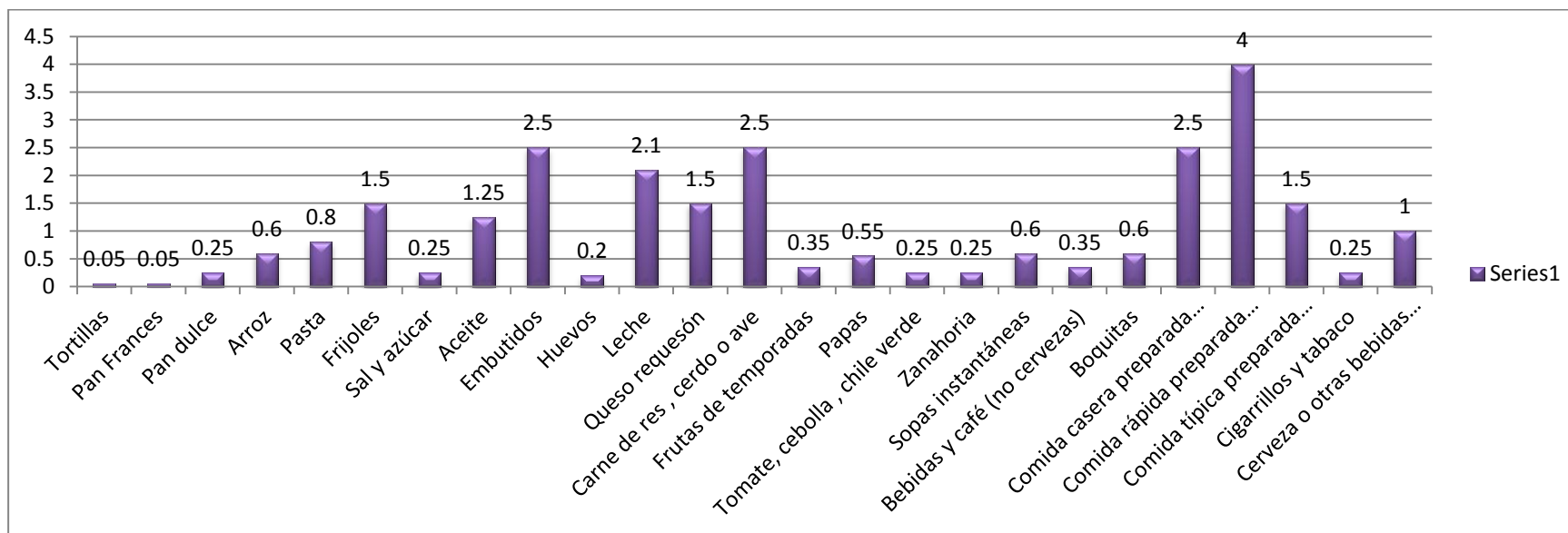


Gráfico 65: Precio prometido de los Alimentos.

Dentro de lo más destacado al observar los precios promedios de los productos según los habitantes del BSE es que los productos de menor precio, son los de mayor consumo, entre ellos pueden mencionarse los granos básicos, sin embargo cabe recalcar que aunque generalmente han sido los de mayor consumo, han ido disminuido en cantidad a través del tiempo debido al crecimiento acelerado de los precios de los mismos.

Los precios de granos y productos básicos han presentado una variación al corto plazo, sin embargo a la fecha que se realizó la recolección de datos algunos productos presentan un precio por encima del promedio del mercado a nivel nacional, pero más del 50% de ellos si se encuentran dentro del promedio comparándolos con los sondeos de precios de granos y productos básicos realizados por la defensoría del consumidor

Producto	Unidad de medida	Precio promedio por mercado:								Precio promedio nacional	
		Mercado Santa Tecla	Mercado Central	Mercado La Tiendona	Mercado Mejicanos	Mercado de Apopa	Calle Gerardo Barrios	Santa Ana	San Miguel		
Maiz	Al por mayor	Quintal						\$13.99	\$13.98	\$17.49	\$15.11
	Al detalle	Libra	\$0.18	\$0.21	\$0.21	\$0.20	\$0.20		\$0.17	\$0.20	\$0.20
Frijol Tinto	Al por mayor	Quintal						\$107.88	\$109.60	\$107.15	\$107.97
	Al detalle	Libra	\$0.82	\$1.25	\$1.15	\$1.08	\$1.21		\$1.24	\$1.14	\$1.13
Frijol Rojo de Seda	Al por mayor	Quintal						\$115.00		\$107.79	\$111.39
	Al detalle	Libra	\$1.27	\$1.26	\$1.20	\$1.28	\$1.22		\$1.29	\$1.18	\$1.24
Arroz Blanco	Al por mayor	Quintal						\$36.88	\$44.00	\$37.64	\$38.39
	Al detalle	Libra	\$0.47	\$0.48	\$0.49	\$0.50	\$0.49		\$0.51	\$0.45	\$0.48
Arroz Precocido	Al por mayor	Quintal						\$47.00	\$52.38	\$47.33	\$48.10
	Al detalle	Libra	\$0.56	\$0.57	\$0.58	\$0.58	\$0.59		\$0.60	\$0.55	\$0.57
Azúcar	Al por mayor	Quintal						\$35.83	\$35.94	\$34.37	\$35.17
	Al detalle	Libra	\$0.39	\$0.40	\$0.40	\$0.40	\$0.40		\$0.40	\$0.39	\$0.40

Tabla 26: Precio prometido por mercado.

#### Sondeo de precios Granos básicos Octubre 2010

Con los datos obtenidos de la encuesta específicamente la parte de alimentación podemos concluir que los habitantes del barrio están consumiendo los productos de la canasta básica a precios cercanos al promedio de los precios del mercado nacional sin embargo por la tendencia al alza de estos precios es necesario la generación de estrategias que garanticen la permanencia del consumo de estos productos.

## 4.2.5 SEGURIDAD

### 1. ¿Ha sido víctima de asalto en el transcurso del último año en esta zona?

Ha sido víctima de asalto	frecuencia
SI	32
NO	59
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>

El 65% de los encuestados expreso no haber sido víctima de asalto en el último año en la zona del BSE y el 35% restante dijo que si, sin embargo podría decirse que más del 80% toma sus precauciones en la zona y sus alrededores por considerar que aunque no hayan sido asaltados en el último año no están exentos de que les suceda por la situación de violencia a nivel nacional y porque no consideran que la zona del BSE tenga la seguridad adecuada.

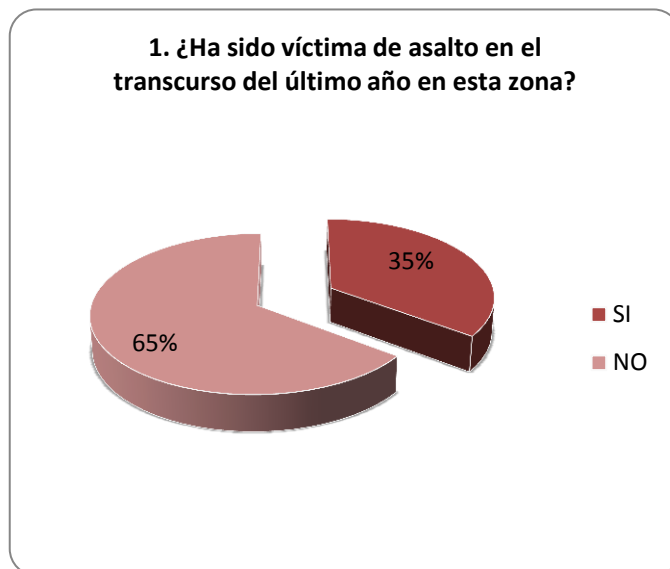


Gráfico 66: Porcentaje de asaltos.

### 2. ¿Según su criterio cómo calificaría la seguridad en el BSE?

Percepción	Frecuencia
BUENA	22
MUY BUENA	9
MALA	35
MUY MALA	25
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>

La percepción de que la seguridad del BSE es de Buena a muy buena la tienen un 34% de los representantes de los hogares encuestados, y la percepción de que la seguridad es de mala a muy mala la poseen en el 66% de los casos, cabe resaltar que esta percepción puede ser subjetiva de los habitantes del BSE ya que a través del trabajo de campo realizado y los contactos que se hicieron con las diferentes personas e instituciones la percepción sobre la seguridad del BSE es de que es de mala a muy mala.

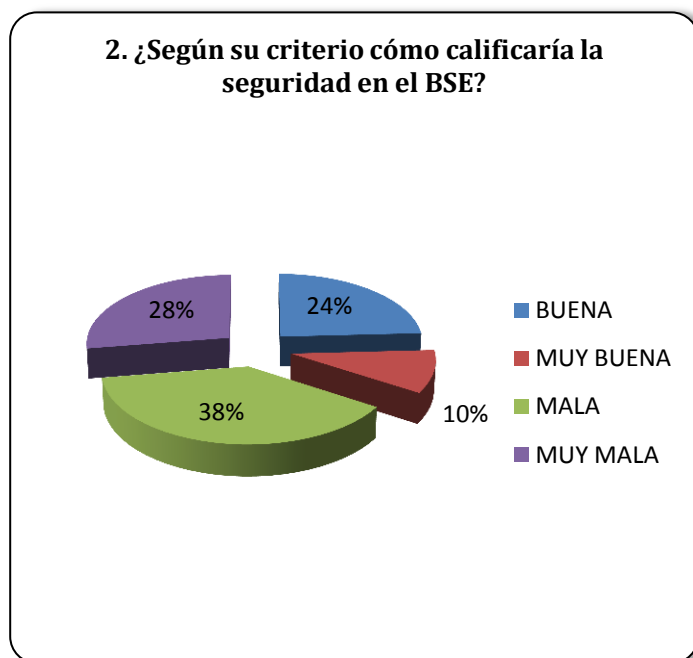


Gráfico 67: Seguridad del BSE según criterio



**3. ¿Con que frecuencia encuentra agentes policiales o de seguridad en el BSE?**

Respuesta	Frecuencia
GENERALMENTE	18
REGULARMENTE	37
POCAS VECES	22
CASI NUNCA	14
TOTAL	91

El 36% expreso que pocas veces o casi nunca encontraba agentes policiales o de seguridad en la zona del BSE por otra parte el 45% expreso encontrarlos regular o generalmente; esto puede contradecir la percepción de la seguridad en el BSE puesto que en mayor presencia policial debería existir una tendencia a que la percepción de la seguridad sea adecuada o buena, la razón es que la presencia policial observada en la zona del BSE es debido a la cercanía de las instalaciones de la PNC conocidas como el castillo de la policía nacional civil la cual es una delegación policial encargada de velar por la seguridad de parte del centro de san salvador excluyendo el BSE.

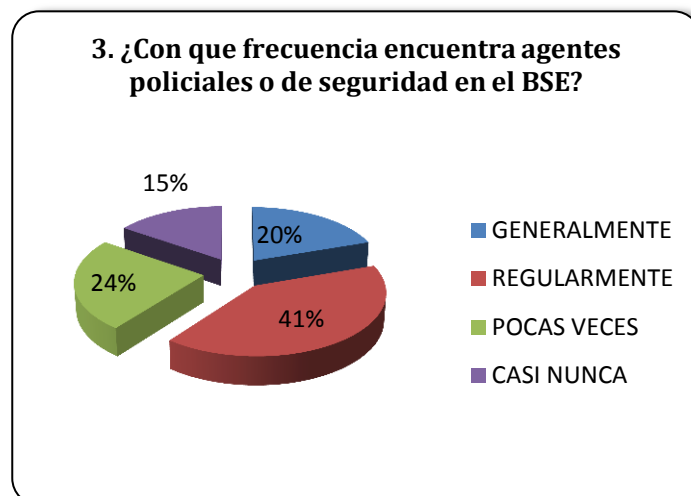


Gráfico 68: Frecuencia de agentes oficiales en el BSE.

**4. ¿Considera los puestos de agentes policiales como eficientes?**

Respuesta	Frecuencia
SI	24
NO	51
DESCONOCE DE SU EXISTENCIA	16
TOTAL	91

El 67% de los encuestados no considera los puestos de agentes policiales como eficientes o desconoce su existencia, mientras que el 24% si considera los puestos de agentes oficiales eficientes, este porcentaje puede pertenecer al mismo que expreso no haber sido víctima de asalto en la zona.

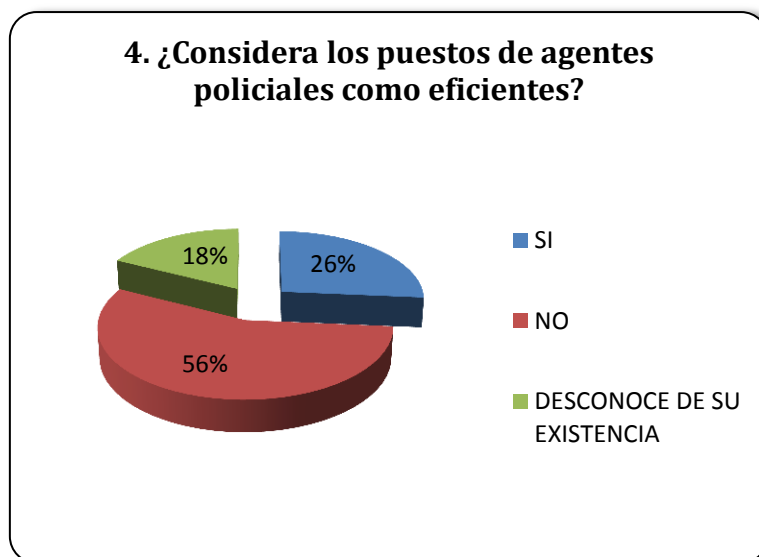


Gráfico 69: Eficiencia de los puestos policiales.

5. *¿Considera usted que la seguridad existente es la adecuada?*

Respuesta	Frecuencia
DEFINITIVAMENTE SI	2
CREO QUE SI	18
CREO QUE NO	39
DEFINITIVAMENTE NO	23
NO ESTOY SEGURO	9
TOTAL	91

Más del 70% tiene una percepción negativa respecto a si es adecuada o no la seguridad en el BSE, el 18% creó que es adecuada y únicamente el 2% está seguro de que la seguridad es la adecuada, la razón encontrada para tales resultados es que los habitantes tiene conocimiento de que la seguridad del BSE está respaldada por la delegación de la policial nacional civil de san Jacinto, aun cuando se tiene la delegación del castillo mucho más cercana, esta información se corroboró en la delegación mencionada anteriormente y no se dio una justificación para tal hecho.

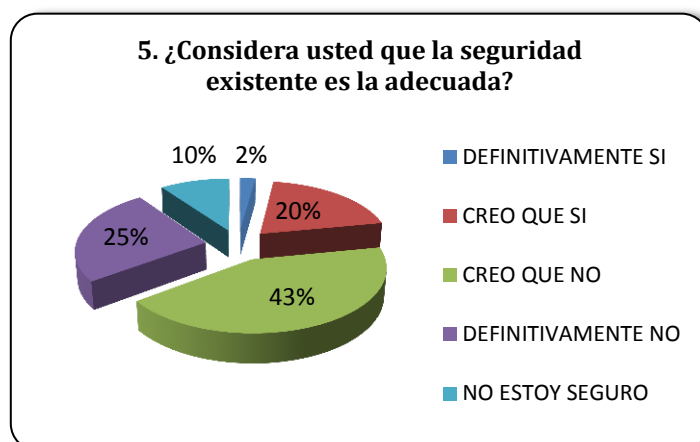


Gráfico 70: Seguridad

6. *¿Si Aumentara la seguridad en el BSE, estaría dispuesto a invertir en algún tipo de negocio que impulse el turismo?*

Respuesta	Frecuencia
SI	59
NO	32
TOTAL	91

Casi el 60% de los encuestados expreso sentirse respaldado con una mejor seguridad en el BSE como para invertir económicamente en algún proyecto ejecutado dentro de este. Por otra parte de aumentar la seguridad en el BSE el 88% expreso aportar su fuerza laboral para proyectos dentro del BSE y coincidían en la percepción de que al desarrollarse proyectos que puedan mejorar de alguna u otra manera el BSE los hace sentirse más seguros y confiados dentro del mismo.

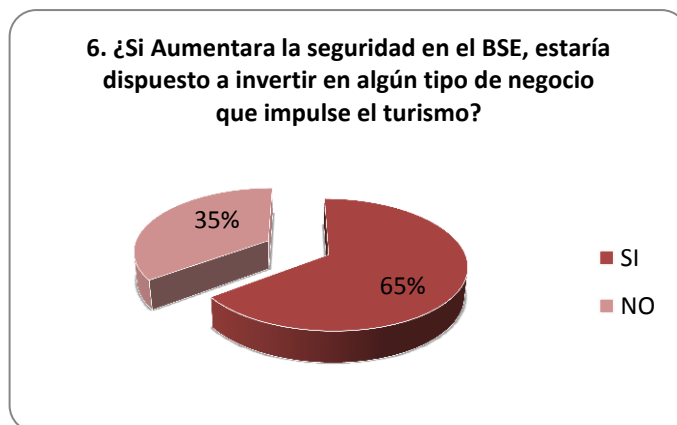


Gráfico 71: Inversion como porcentaje de seguridad.

## 4.2.6 ANALISIS DE NEGOCIOS

### Determinación del Universo Encuesta de Negocios.

La encuesta de negocios busca tener una aproximación a la producción interna del Barrio San Esteban, por lo cual uno de los criterios a tomar en cuenta será que lo producido en los negocios sea por habitantes del Barrio, de lo contrario será información que se podrá tomar en cuenta para la producción nacional que este caso sería la producción del barrio pero no sería una producción interna que es la tiene mayor importancia para calcular el nivel de desarrollo del barrio.

#### **A. UNIVERSO**

Para el presente estudio se ha de tomar en cuenta todos los negocios ubicados dentro del barrio san esteban del centro histórico de San Salvador. Identificando a los dueños y trabajadores que habiten en el BSE.

#### **B. SEGMENTACION**

Dentro de todos los negocios ubicados dentro del BSE se segmentaran por tipo de negocio para posteriormente poder hacer una proyección de la producción interna del barrio; asimismo tendrán mayor representación según la cantidad de negocios del mismo tipo que se encuentren en el Barrio.

Para definir el universo se recurrió a la observación debido a la inexistencia del dato de la cantidad de negocios existentes dentro del barrio ya que las instituciones pertinentes tienen desagregada esta información a nivel municipal.

Al realizar este conteo a través de la observación se obtuvieron los siguientes datos

Tipos de Negocios:

- Fotocopiadora
- Sastrería
- Molino
- Taller Mecánico
- Lácteos
- comedor/tienda
- barbería
- taller equipo de oficina
- compra de oro
- farmacia
- lotería
- gasolinera
- ferretería
- reparación refrigeradora
- lubricantes
- clínica dental
- imprenta
- zapatería
- Deposito gas
- comida típica
- taller estructura metálica
- comedor
- Mercado
- Fotos
- Tienda
- parqueo
- panadería
- almacén comercial
- Distribuidora de licores
- cervecería 10
- Venta de repuestos
- Venta de colchones
- Fábrica de sorbete
- llantería
- cafetería
- “cervecería

- hospedaje
- peletería
- centro naturista

<b>Tipo de negocio</b>	<b>Cantidad de Negocios</b>	<b>Porcentaje de representatividad</b>
Fotocopiadora	11	7.64%
Sastrería	3	2.08%
Molino	3	2.08%
Taller Mecánico	4	2.78%
Lácteos	5	3.47%
comedor/tienda		0.00%
barbería	5	3.47%
taller equipo de oficina	1	0.69%
compra de oro	1	0.69%
farmacia	2	1.39%
lotería	1	0.69%
gasolinera	1	0.69%
ferretería	3	2.08%
reparación refrigeradora	1	0.69%
lubricantes	1	0.69%
clínica dental	1	0.69%
imprenta	1	0.69%
zapatería	3	2.08%
Deposito gas	1	0.69%
comida típica	7	4.86%
taller estructura metálica	2	1.39%

comedor	19	13.19%
Fotos	1	0.69%
Tienda	23	15.97%
parqueo	1	0.69%
panadería	3	2.08%
almacén comercial	2	1.39%
Distribuidora de licores	1	0.69%
cervecería	10	6.94%
Venta de repuestos	1	0.69%
Venta de colchones	1	0.69%
Fábrica de sorbete	1	0.69%
llantería	1	0.69%
cafetería	1	0.69%
"Cervecería"	15	10.42%
hospedaje	5	3.47%
peletería	1	0.69%
centro naturista	1	0.69%
<b>Total de Negocios</b>	<b>144</b>	<b>100.00%</b>

*Tabla 27: Tipos de negocios y porcentaje de representatividad.*

Para la determinación de los valores para establecer la muestra se consideró una investigación preliminar mediante la cual se pudieran calcular los valores de p y de q para tamaños de muestra finitos. Para realizar esta investigación se tomó una muestra de 12 encuestas, las cuales se realizaron en negocios de diferentes tipos dentro del BSE.

Se define p como la probabilidad de que suceda el evento siguiente: el entrevistado haya realizado turismo cultural dentro del país. En contraposición, q representa la probabilidad de que este no suceda y por lo tanto, que el miembro de la población entrevistada no haya realizado turismo cultural.

Los valores encontrados en la investigación preliminar, fueron los siguientes:  $p = 92\%$  y  $q = 8\%$ .

El nivel de confianza ( $z$ ) a utilizar es el de 1.96 el corresponde a una confianza del estudio en un 95%, por lo que  $z=1.96$ , con un error ( $e$ ) estimado del 10%.

La selección de la muestra debe efectuarse de manera que sea lo más representativa posible para poder inferir los datos obtenidos a los demás miembros del universo. Para el cálculo de la muestra utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot n}{(n - 1) \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

$n$ : El tamaño de la muestra.

$N$ : Tamaño del Universo.

$Z$ : Nivel de confianza de la investigación.

$E$ : Error muestral.

$p$ : Probabilidad que ocurra el evento.

$q$ : Probabilidad de no ocurrencia ( $1 - p$ )

Determinación de la muestra

$n$ : ?  $E=95\%$

$N=678$  Negocios  $Z=1.96$

$P=92\%$   $q=8\%$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.92 \times 0.08 \times 678}{(678 - 1) \times 0.08^2 + 1.96^2 \times 0.92 \times 0.08}$$

**$n= 104$  Encuestas**

Las 104 encuestas muestrales serán distribuidas de manera proporcional según la representatividad de cada tipo de Negocios para posteriormente hacer la proyección a la totalidad de negocios del BSE y obtener la producción interna del mismo.

<b>Tipo de negocio</b>	<b>Cantidad de Negocios</b>	<b>Porcentaje de representatividad</b>	<b>Nº de encuestas</b>
<b>Fotocopiadora</b>	11	7.64%	8
<b>Sastrería</b>	3	2.08%	2
<b>Molino</b>	3	2.08%	2
<b>Taller Mecánico</b>	4	2.78%	3
<b>Lácteos</b>	5	3.47%	4
<b>comedor/tienda</b>		0.00%	0
<b>barbería</b>	5	3.47%	4
<b>taller equipo de oficina</b>	1	0.69%	1
<b>compra de oro</b>	1	0.69%	1
<b>farmacia</b>	2	1.39%	1
<b>lotería</b>	1	0.69%	1
<b>gasolinera</b>	1	0.69%	1
<b>ferretería</b>	3	2.08%	2
<b>reparación refrigeradora</b>	1	0.69%	1
<b>lubricantes</b>	1	0.69%	1
<b>clínica dental</b>	1	0.69%	1
<b>imprenta</b>	1	0.69%	1
<b>zapatería</b>	3	2.08%	2
<b>Deposito gas</b>	1	0.69%	1
<b>comida típica</b>	7	4.86%	5
<b>taller estructura metálica</b>	2	1.39%	1
<b>comedor</b>	19	13.19%	14

Fotos	1	0.69%	1
Tienda	23	15.97%	17
parqueo	1	0.69%	1
panadería	3	2.08%	2
almacén comercial	2	1.39%	1
Distribuidora de licores	1	0.69%	1
cervecería	10	6.94%	7
Venta de repuestos	1	0.69%	1
Venta de colchones	1	0.69%	1
Fábrica de sorbete	1	0.69%	1
llantería	1	0.69%	1
cafetería	1	0.69%	1
"Cervecería"	15	10.42%	11
hospedaje	5	3.47%	4
peletería	1	0.69%	1
centro naturista	1	0.69%	1
<b>Total de Negocios</b>	<b>144</b>	<b>100.00%</b>	<b>104</b>

Tabla 28: Tipos de negocios y número de encuestas.

### **Diseño del Instrumento**

**Objetivo General:** Recopilar la información necesaria para realizar el cálculo de la producción interna del BSE.

**Objetivos específicos:**

- ✓ Identificar los tipos de negocios existentes en el BSE
- ✓ Conocer la variedad de productos y servicios ofrecidos por los negocios del BSE
- ✓ Determinar el flujo de producción de productos y servicios
- ✓ Conocer los precios por los productos y servicios prestados



- ✓ Establecer el interés de las personas para aportar su fuerza laboral o capital económico en futuros proyectos dentro del BSE.
- ✓ Determinar la cantidad de personas que trabajan en el BSE y viven en el mismo.

**15. ¿Tipo de Negocio?**

- Servicios  Distribución
- Comercialización  Producción
- Otros \_\_\_\_\_

No.	¿Cuáles son sus productos o servicios prestados?	¿Cuál es el precio de estos productos o servicios?	¿Cuál es el promedio de producción mensual?	Total de empleados	Empleados que habitan en el BSE

**16.** ¿Estaría en condiciones de invertir económicamente en el proyecto turístico del BSE?  
 Si     No    ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**17.** ¿Estaría en condiciones de aportar su fuerza laboral o servicios en el proyecto turístico del BSE?  
 Si     No    ¿Por qué? \_\_\_\_\_

***Si fin de la encuesta económica. No pase a la pregunta 17.***

**18.** ¿Qué tipo de beneficios le harían participar en un proyecto turístico en el BSE?

- Mejorar mis ingresos  distribución generada sea equitativo
- No me interesa  Otros especifique \_\_\_\_\_

## Análisis del Instrumento

<b>Tipo de negocio</b>	<b>Producción Muestra</b>
<b>Fotocopiadora</b>	\$4,800.00
<b>Sastrería</b>	\$480.00
<b>Molino</b>	\$300.00
<b>Taller Mecánico</b>	\$12,150.00
<b>Lácteos</b>	\$4,200.00
<b>comedor/tienda</b>	\$0.00
<b>barbería</b>	\$1,800.00
<b>taller equipo de oficina</b>	\$900.00
<b>compra de oro</b>	\$900.00
<b>farmacia</b>	\$1,800.00
<b>lotería</b>	\$1,080.00
<b>gasolinera</b>	\$78,000.00
<b>ferretería</b>	\$3,600.00
<b>reparación refris</b>	\$1,000.00
<b>lubricantes</b>	\$1,600.00
<b>clínica dental</b>	\$1,400.00
<b>imprensa</b>	\$400.00
<b>zapatería</b>	\$2,600.00
<b>Deposito gas</b>	\$3,915.00
<b>comida típica</b>	\$4,500.00
<b>taller estructura metálica</b>	\$600.00

Dentro de los datos más relevantes encontrados están:

Entre los negocios que generan un mayor aporte a la producción del total de la muestra se encuentra en primer lugar la gasolinera con un porcentaje de representación del 57.13% de la producción total,

El resto de negocios tienen un representatividad del ingreso menor del 10% estando entre los de mayores ingresos los talleres mecánicos, depósito de gas y ferreterías, siendo los menos representativos sastrerías, molinos, toma de fotografías y llanterías.

<b>comedor</b>	\$12,600.00
<b>Fotos</b>	\$10,200.00
<b>Tienda</b>	\$800.00
<b>parqueo</b>	\$1,600.00
<b>panadería</b>	\$2,000.00
<b>almacén comercial</b>	\$1,500.00
<b>Distribuidora de licores</b>	\$6,300.00
<b>cervecería</b>	\$1,000.00
<b>Venta de repuestos</b>	\$1,500.00
<b>Venta de colchones</b>	\$2,500.00
<b>Fábrica de sorbete</b>	\$400.00
<b>llantería</b>	\$650.00
<b>cafetería</b>	\$8,800.00
<b>foco rojo</b>	\$2,000.00
<b>hospedaje</b>	\$350.00
<b>peletería</b>	\$300.00
<b>centro naturista</b>	\$300.00
<b>Total de Negocios</b>	\$138,373.64

Tabla 29: Tipos de negocio y productividad por muestra.

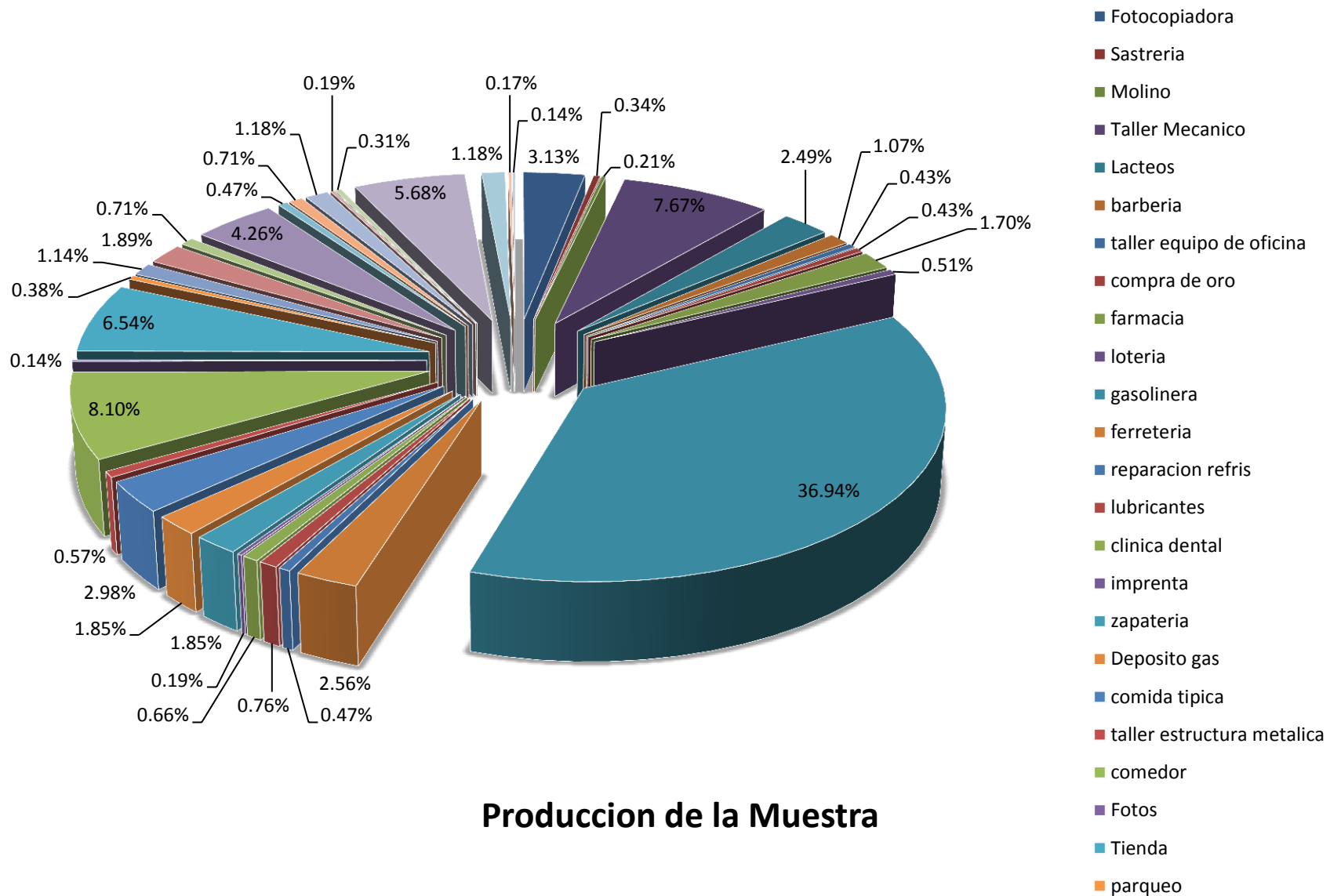


Gráfico 72: Producción de la muestra

<b>Tipo de negocio</b>	<b>Producción Total</b>
<b>Fotocopiadora</b>	\$6,600.00
<b>Sastrería</b>	\$720.00
<b>Molino</b>	\$450.00
<b>Taller Mecánico</b>	\$16,200.00
<b>Lácteos</b>	\$5,250.00
<b>comedor/tienda</b>	\$0.00
<b>barbería</b>	\$2,250.00
<b>taller equipo de oficina</b>	\$900.00
<b>compra de oro</b>	\$900.00
<b>farmacia</b>	\$3,600.00
<b>lotería</b>	\$1,080.00
<b>gasolinera</b>	\$78,000.00
<b>ferretería</b>	\$5,400.00
<b>reparación refris</b>	\$1,000.00
<b>lubricantes</b>	\$1,600.00
<b>clínica dental</b>	\$1,400.00
<b>imprensa</b>	\$400.00
<b>zapatería</b>	\$3,900.00
<b>Deposito gas</b>	\$3,915.00
<b>comida típica</b>	\$6,300.00
<b>taller estructura metálica</b>	\$1,200.00
<b>comedor</b>	\$17,100.00
<b>Fotos</b>	\$13,800.00
<b>Tienda</b>	\$800.00

Al proyectar los promedios de ingresos obtenidos por los diferentes tipos de negocios al total de negocios ubicados dentro del BSE se obtuvo:

La gasolinera es el negocio que genera mayores ingresos en el BSE sin embargo la cantidad de estos ingresos que se distribuye entre los habitantes del BSE es mínima, menos del 1%.

El resto de negocios no tienen un aporte mayor del 10%, estando entre los que mayores ingresos generan: talleres mecánicos, clínica dental, depósito dental.

<b>parqueo</b>	\$2,400.00
<b>panadería</b>	\$4,000.00
<b>almacén comercial</b>	\$1,500.00
<b>Distribuidora de licores</b>	\$9,000.00
<b>cervecería</b>	\$1,000.00
<b>Venta de repuestos</b>	\$1,500.00
<b>Venta de colchones</b>	\$2,500.00
<b>Fábrica de sorbete</b>	\$400.00
<b>llantería</b>	\$650.00
<b>cafetería</b>	\$12,000.00
<b>foco rojo</b>	\$2,500.00
<b>hospedaje</b>	\$350.00
<b>peletería</b>	\$300.00
<b>centro naturista</b>	\$300.00
<b>Total de Negocios</b>	\$211,165.00

Tabla 30: Tipos de negocio y productividad total.



<b>Tipo de negocio</b>	<b>Nº empleados</b>	<b>Habitantes BSE</b>
<b>Fotocopiadora</b>	10	2
<b>Sastrería</b>	1	1
<b>Molino</b>	2	1
<b>Taller Mecánico</b>	6	2
<b>Lácteos</b>	8	2
<b>barbería</b>	5	0
<b>taller equipo de oficina</b>	2	2
<b>compra de oro</b>	2	1
<b>farmacia</b>	1	0
<b>lotería</b>	6	2
<b>gasolinera</b>	3	1
<b>ferretería</b>	4	1
<b>reparación refris</b>	2	2
<b>lubricantes</b>	3	1
<b>clínica dental</b>	3	1
<b>imprensa</b>	2	1
<b>zapatería</b>	4	3
<b>Deposito gas</b>	5	3
<b>comida típica</b>	9	3
<b>taller estructura metálica</b>	3	2



**Porcentaje de trabajadores que habitan el BSE:**

El 45% de las personas que trabajan en los negocios encuestados son habitantes del BSE los cuales conformarían lo equivalente a la producción nacional Bruta.

Entre los negocios encuestados en los cuales no labora ningún habitante del BSE se encuentran:

- Fotocopiadora.
- Barbería.
- Farmacia.
- “cervecerías”.
- Puestos del mercado.
- Centro Naturista.

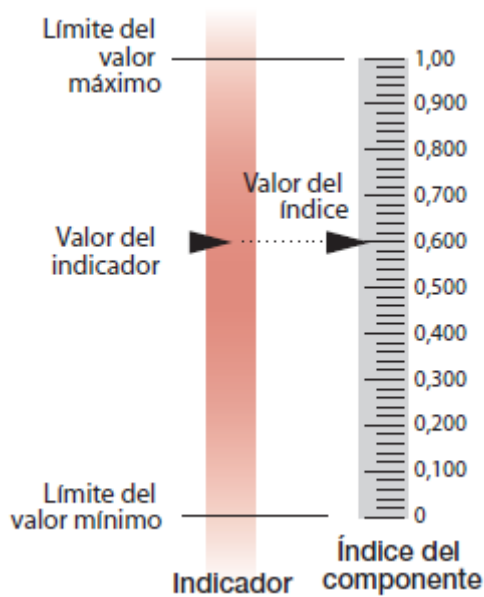
Esta información es importante para determinar si los ingresos obtenidos en los negocios existentes son repartidos entre habitantes del BSE o entre personas ajenas a este, ya que el objetivo del presente estudio es potenciar el desarrollo de los habitantes del BSE quienes son en nuestro estudio personas que en su mayoría no cuentan con los recursos suficientes para obtener los productos básicos.

<b>comedor</b>	17	5
<b>Fotos</b>	1	1
<b>Tienda</b>	17	10
<b>parqueo</b>	2	2
<b>panadería</b>	7	3
<b>almacén comercial</b>	4	2
<b>Distribuidora de licores</b>	2	2
<b>cervecería</b>	11	7
<b>Venta de repuestos</b>	3	2
<b>Venta de colchones</b>	4	2
<b>Fábrica de sorbete</b>	6	3
<b>llantería</b>	2	2
<b>cafetería</b>	3	3
<b>"Cervecería"</b>	15	4
<b>hospedaje</b>	6	2
<b>peletería</b>	1	1
<b>centro naturista</b>	1	0
<b>Total Empleados</b>	183	82

Tabla 31: Tipos de negocio, número de empleados

#### 4.2.7 CALCULO Y ANALISIS DEL INDICE DE DESARROLLO HUMANO DEL BARRIO SAN ESTEBAN

Para calcular el IDH es necesaria la creación de un índice para cada una de las dimensiones que lo componen (educación, esperanza de vida y PIB) para lo cual se escogen valores mínimos y máximos (valores límites) para cada uno de los tres indicadores.



El desempeño de cada componente se expresa como valor entre 0 y 1, para cuyo efecto se aplica la siguiente fórmula general:

$$\text{Índice del componente} = \frac{\text{valor real} - \text{valor mínimo}}{\text{valor máximo} - \text{valor mínimo}}$$

Figura 22: Indicador

Luego, se calcula el IDH como simple promedio de los índices de los componentes.

A continuación se presentan los valores límites para el cálculo de cada uno de los índices:

#### Valores límites para el cálculo del IDH

Indicador	Valor máximo	Valor mínimo
Esperanza de vida al nacer (años)	85	25
Tasa de alfabetización de adultos (%)*	100	0
Tasa bruta combinada de matriculación (%)	100	0
PIB per cápita (PPA en US\$)	40.000	100

Tabla 32: Valores límites para el cálculo del IDH

### Calculo de Índice de Esperanza de vida

$$\text{Índice de esperanza de vida} = \frac{\text{Valor real} - \text{Valor mínimo}}{\text{Valor Máximo} - \text{Valor mínimo}}$$

$$\text{Índice de esperanza de vida} = \frac{64 - 25}{85 - 25} = 0.65$$

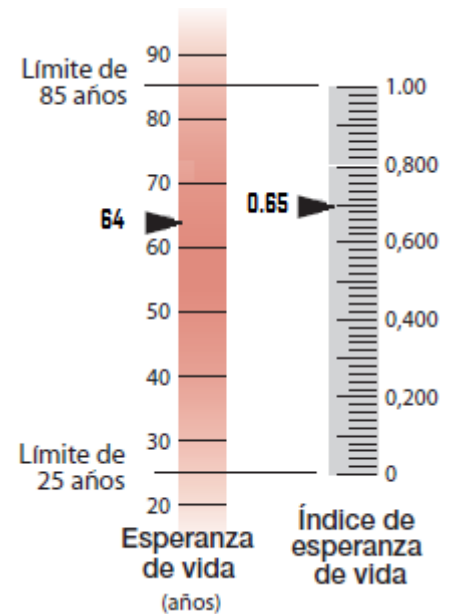
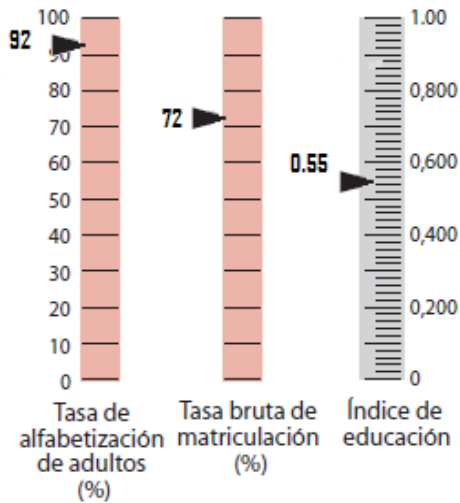


Figura 23: Indicador de esperanza de vida

### Calculo de Índice de Educación



$$\text{Índice de alfabetización} = \frac{92 - 0}{100 - 0} = 0.92$$

$$\text{Índice de matriculación} = \frac{72 - 0}{100 - 0} = 0.72$$

$$\text{Índice de educación} = \frac{2}{3}(0.92) + \frac{1}{3}(0.72) = 0.55$$

$$\text{IDH} = \frac{1}{3}(\text{Índice de esperanza de vida}) + \frac{1}{3}(\text{Índice de educación}) + \frac{1}{3}(\text{Índice del PIB})$$

Figura 24: Indicador de educación

### Calculo de Índice de PIB

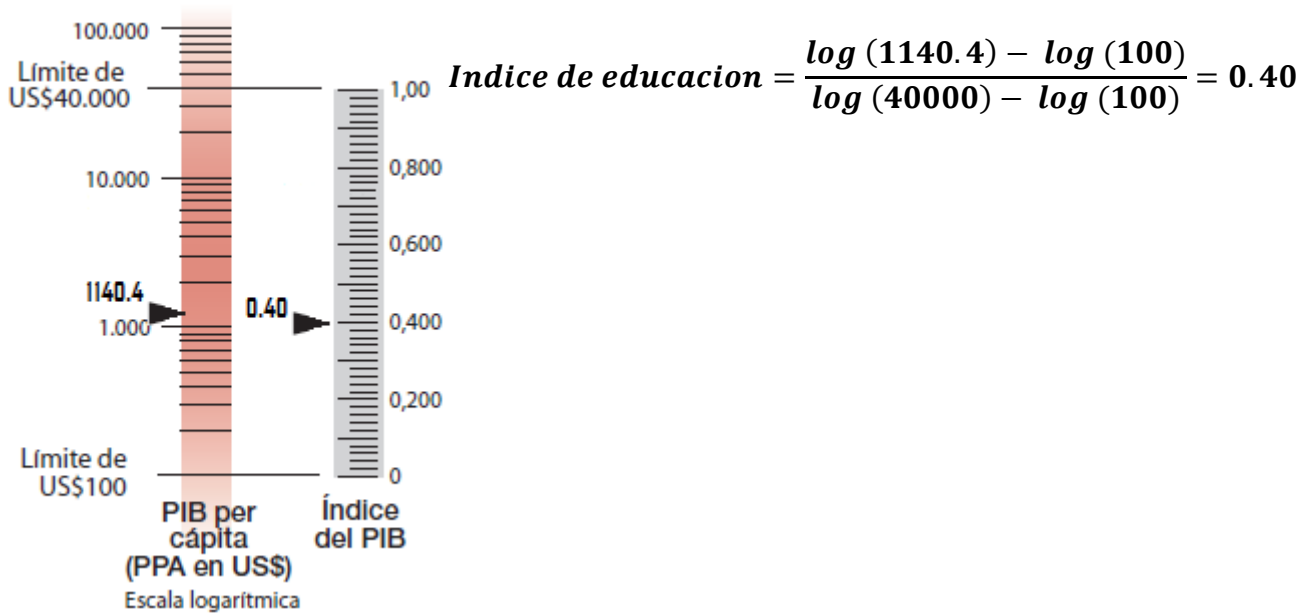


Figura 25: Indicador del PIB

### Cálculo del Índice de Desarrollo Humano

$$IDH = \frac{1}{3}(ISV) + \frac{1}{3}(IED) + \frac{1}{3}(IPIB)$$

$$IDH = \frac{1}{3}(65) + \frac{1}{3}(0.55) + \frac{1}{3}(0.40)$$

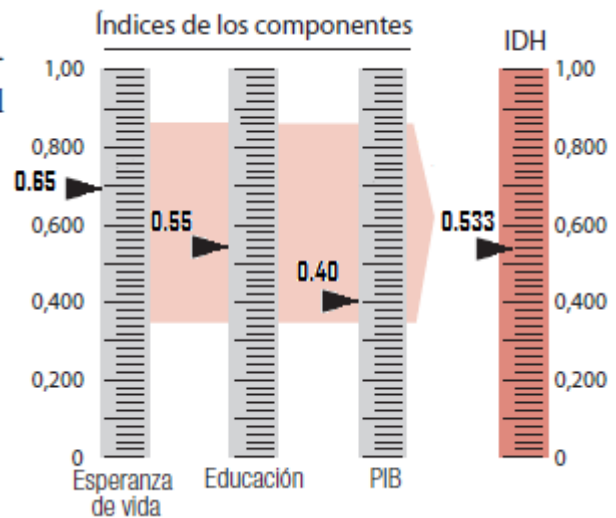


Figura 26: Indicador del IDH

**INDICE DE DESARROLLO HUMANO PARA EL BSE = 0.533**

## **4.3. RECURSOS DEL BARRIO SAN ESTEBAN**

---

### **4.3.1 OBJETIVOS**

#### **Objetivo general**

Determinar la situación actual de los recursos tangibles e intangibles del barrio San Esteban para la adecuada propuesta de optimización de estos dentro del proyecto.

#### **Objetivos Específicos:**

- ✓ Establecer los factores a considerar dentro de la investigación y diagnóstico de los recursos tangibles e intangibles del BSE para el adecuado establecimiento de las necesidades de información en las áreas de recursos: Físicos, humanos, organizativos, financieros e intangibles.
- ✓ Determinar las necesidades de información para el establecimiento de los métodos más adecuados de recolección de la información.
- ✓ Establecer las fuentes, tipos y herramientas de recolección de información para la obtención más óptima de la información necesaria en el establecimiento de la situación actual de los recursos tangibles e intangibles del BSE.
- ✓ Elaborar los instrumentos de recolección de datos de manera óptima para el adecuado abastecimiento de datos necesario para la identificación de grado de aprovechamiento de los recursos.
- ✓ Recolectar y tabular los datos necesarios para el establecimiento de los índices de aprovechamiento actual de los recursos del BSE.
- ✓ Identificar el grado de aprovechamiento y factores claves

### **4.3.2 ESTABLECIMIENTO DE FACTORES**

Los factores para la evaluación de recursos tangibles e intangibles se han determinado a través del siguiente árbol que permite la mejor apreciación para el establecimiento de estos:

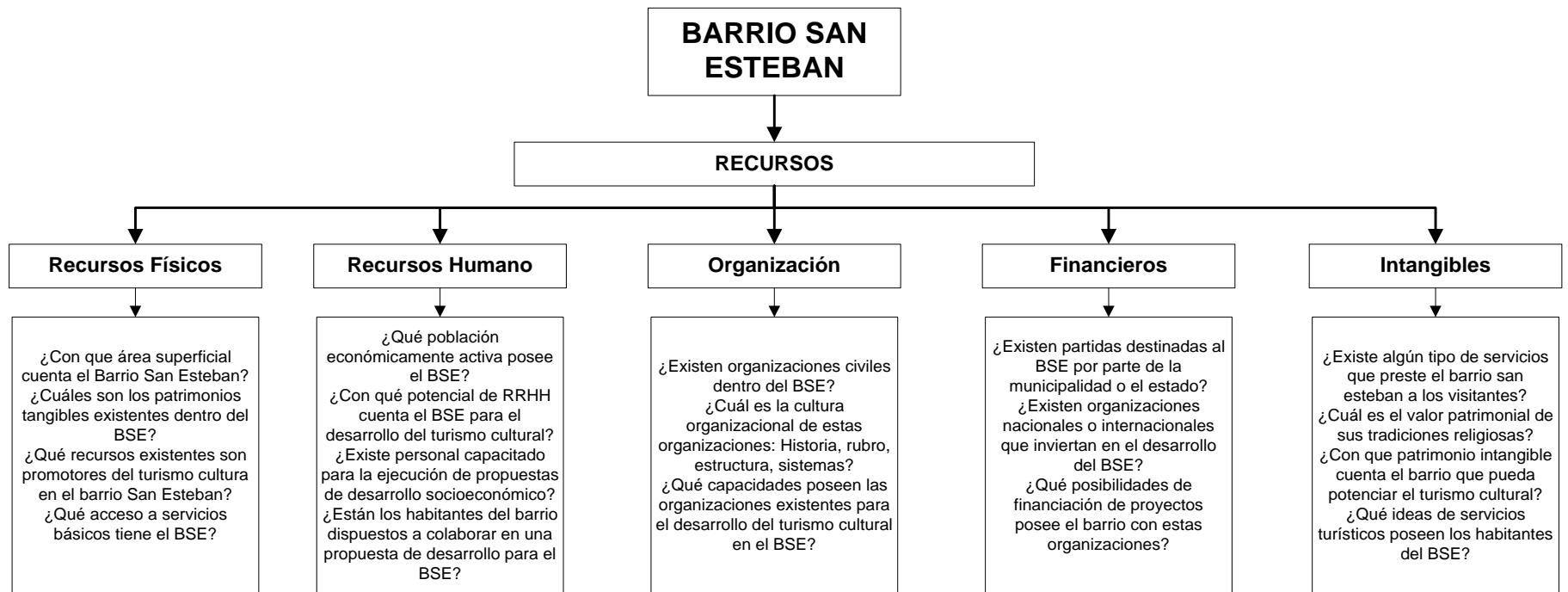


Figura 27: Recursos del BSE

## RECURSOS

**Objetivo: Determinar el nivel de seguridad y prevención de la violencia en el Barrio San Esteban.**

Tipo de información a recolectar	Herramientas	Instituciones a consultar
Primaria: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Identificación y valoración de los recursos físicos, organizacionales, humanos, financieros e intangibles presentes en el BSE que puedan impulsar el turismo cultural en este.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrumento para recolección de datos en entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ACOVICHSS</li> <li>• Alcaldía Municipal de San Salvador</li> <li>• MITUR</li> <li>• Organizaciones civiles dentro del barrio.</li> </ul>
Secundaria: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estrategias, proyectos o planes relacionados a estos Aspectos</b></li> <li>• <b>Iniciativas documentadas</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ACOVICHSS</li> <li>• Alcaldía municipal de San Salvador</li> <li>• MITUR</li> <li>• ISTU</li> <li>• Secretaria de Turismo</li> </ul>

*Tabla 33: Información a recolectar de los recursos del BSE*

### 4.3.3 FUENTES DE INFORMACION

#### *Fuentes de datos primarios*

La principal fuente de información primaria para este estudio son las organizaciones del BSE y la observación del investigador. A través del de la investigación y observación directa se obtendrán los datos para evaluar la situación actual de los recursos.

#### *Fuentes de datos secundarios*

Las principales fuentes de información secundaria para el estudio del nivel de desarrollo son:

- Diagnóstico de recursos tangibles municipales y locales
- Estudio para la promoción de la vivienda digna, FUNDASAL.

#### **Herramientas de recolección de datos**

En este apartado se detallan aquellas herramientas que se utilizarán para recopilar y analizar la información:

- Encuesta

La encuesta es técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población. El Cuestionario es el instrumento de la encuesta y de recolección de datos rigurosamente estandarizado que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario son los indicadores.

En la actualidad, existen cuatro tipos de encuesta que se dividen según el medio que se utiliza para realizar la encuesta:

Encuestas basadas en entrevistas cara a cara o de profundidad: Son directas o personales con cada encuestado. Su ventaja es que son controladas y guiadas por el encuestador y se suele obtener más información que con otros medios (el teléfono y el correo).

- **Entrevista**

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. La entrevista es una forma de conversación, no de interrogación, al analizar las características de los sistemas con personal seleccionado cuidadosamente por sus conocimientos sobre el sistema, los analistas pueden conocer datos que no están disponibles en ningún otra forma.



De acuerdo al tipo de información que se desea recabar, se puede elaborar las entrevistas en forma estructurada o sin estructura. Las entrevistas estructuradas utilizan formatos abiertos o cerrados, en el caso de que sean abiertos, el usuario podría dar cualquier respuesta que considere apropiada; en el caso de preguntas cerradas, se proporcionar al usuario un conjunto de respuestas que puede seleccionar.

### **Tipos de investigación**

De acuerdo a los niveles, la investigación se considera de dos clases: ***La investigación preliminar y la definitiva.***

- **Investigación preliminar**

La investigación preliminar es la obtención de conocimientos básicos sobre un tema; es la recopilación de información de antecedentes del negocio y de su medio ambiente, a través de entrevistas con individuos ajenos a la compañía como puede ser un consumidor. Este tipo de investigación consiste en obtener las opiniones acerca de los productos o servicios en el mercado y las condiciones en que se encuentran en pequeña escala preferentemente y su objetivo principal es el de verificar que la información que se obtenga sea útil para la toma de decisiones o cuando menos sea la base para redefinir el objetivo y proceder al planteamiento de la investigación de mercados concluyente.

- **Investigación definitiva**

Parte de la investigación preliminar o base, y, aunque los métodos para la recopilación de los datos sean similares, estos se sujetan a exámenes rigurosos y pruebas más exigentes para eliminar en lo posible los errores o riesgos propios de la investigación. Los métodos que se aplican son de índole variada con base estadística y matemática, muestreo para la recolección y, regresión y correlación para la estimación y proyección. Se realiza un análisis penetrante de los componentes del mercado, se elabora un estudio sistemático de las relaciones e interrelaciones de estos componentes.

#### **4.3.4 DETERMINACION DE LA POBLACION OBJETIVO**

Para poder evaluar el recurso humano del BSE será necesario utilizar la población, universo y muestra establecidos en la investigación para el Nivel de desarrollo humano.

## 4.4. ELABORACION DE INSTRUMENTOS

---

### 4.4.1 RECURSOS FISICOS

#### *Objetivos de la Investigación*

##### **Objetivo General**

*Recolectar la información sobre los recursos físicos del BSE para la realización del diagnóstico de la situación actual y análisis de estos.*

##### **Objetivos Específicos:**

- ✓ *Determinar el área superficial del BSE para el adecuado análisis de los recursos propios del BSE*
- ✓ *Determinar el porcentaje de calles que poseen alumbrado público en el BSE para generar el índice de alumbrado que posee el BSE*
- ✓ *Reconocer el estado del alumbrado público de las calles del BSE para el adecuado diseño del proyecto*
- ✓ *Determinar el nivel de acceso a agua potable para el adecuado diseño del proyecto*
- ✓ *Determinar el estado actual de las calles y aceras del BSE para el adecuado diseño del proyecto.*
- ✓ *Reconocer el estado actual del patrimonio cultural tangible del BSE para el adecuado diseño del proyecto.*
- ✓ *Determinar recursos varios que puedan potenciar el turismo cultural en el BSE para el adecuado diseño del proyecto.*

**Diseño del Instrumento para recolección de datos sobre Recursos Físicos**

1. Área superficial del Barrio San Esteban: \_\_\_\_\_ Km<sup>2</sup>
2. ¿Qué porcentaje del barrio posee alumbrado público? \_\_\_\_\_
3. Establecer en el mapa del BSE las calles con un alumbrado público adecuado con un numero 1 y con un 0 las que presentan deficiencia.
4. Que periodicidad tiene el servicio de agua potable dentro del BSE: \_\_\_\_\_
5. Describa el estado actual de las calles del BSE haciendo previamente una enumeración de las calles en el mapa:
  1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
  2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Estado actual del patrimonio cultural tangible del BSE

Patrimonio	Descripción del estado actual

*Tabla 34: Instrumento recolector de dato sobre el estado actual de los patrimonios*

7. Describa otros recursos que pueden potenciar el turismo cultural dentro del BSE

Recurso	Descripción del estado actual	¿Por qué propicia el turismo cultural?

*Tabla 35: Instrumento recolector de recursos potenciales de turismo cultural dentro del BSE*

8. ¿Cuál es la periodicidad del tren de aseo? \_\_\_\_\_

#### 4.4.2 DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS SOBRE ORGANIZACION

**Objetivo General:** Recolectar la información sobre las organizaciones existentes en el BSE para la realización el diagnóstico de la situación actual y análisis de capacidad del desarrollo del proyecto.

<b>Nombre de la organización</b>	
<b>Rubro</b>	
<b>Ubicación</b>	
<b>Teléfono:</b>	
<b>Página web</b>	
<b>Coordinador General</b>	
<b>Entrevistado</b>	
<b>Historia / Antecedentes:</b>	
<b>Estructura Organizativa:</b>	
<b>Servicios / productos/ proyectos:</b>	
<b>Valores Organizacionales:</b>	
<b>Políticas organizacionales:</b>	
<b>Descripción de recursos físicos: (Instalaciones, equipo, y otros)</b>	
<b>Fortalezas:</b>	<b>Debilidades:</b>
<b>Oportunidades:</b>	<b>Amenazas:</b>
<b>Financiamiento de la organización</b>	
<b>Observaciones:</b>	

Tabla 36: Instrumento recolector de dato sobre la organización

#### **4.4.3 DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS SOBRE RECURSOS FINANCIEROS**

**Objetivo General:** Recolectar la información sobre los recursos financieros del BSE para la realización el diagnóstico de la situación actual y análisis de estos.

**Objetivos Específicos:**

- ✓ Reconocer la existencia de partidas destinadas al desarrollo del BSE por entidades de gobierno para determinar las posibles fuentes de financiamiento para el proyecto.
  - ✓ Reconocer entidades no gubernamentales interesadas en el desarrollo del BSE para determinar las posibles fuentes de financiamiento para el proyecto
  - ✓ Reconocer las posibilidades de financiación que posee el BSE con las entidades investigadas
1. ¿Existen partidas destinadas al BSE por parte de la municipalidad o el estado? (Alcaldía Municipal de San Salvador, MITUR, ISTU, MINEC, Ministerio de Salud Pública, Ministerio de seguridad pública)
  2. ¿Existen organizaciones nacionales o internacionales que inviertan en el desarrollo del BSE? (Si existen ocupar formato de levantamiento de datos de organizaciones)
  3. ¿Qué posibilidades de financiación de proyectos posee el barrio con estas organizaciones?

#### **4.4.4 DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS SOBRE RECURSOS INTANGIBLES**

**Objetivo General:** Recolectar la información sobre los recursos intangibles del BSE para la realización el diagnóstico de la situación actual y su potencial aporte a una propuesta de turismo cultural.

**Objetivos Específicos:**

- ✓ Determinar los servicios que presta el barrio a los visitantes para el adecuado diseño de la propuesta de turismo cultural.
- ✓ Reconocer el valor patrimonial de las tradiciones religiosas del BSE para el adecuado diseño de la propuesta de turismo cultural.
- ✓ Reconocer patrimonios intangibles que puedan potenciar el turismo cultural en el BSE para el adecuado diseño de la propuesta de turismo cultural.

1. Servicios que ofrece el barrio San Esteban que pueden potenciar el turismo cultural:

Servicio	Descripción	¿Por qué propicia el turismo cultural?

Tabla 37: Instrumento recolector de dato sobre servicios del BSE

2. ¿Cuál es el valor patrimonial de las tradiciones religiosas en el BSE? (Investigación: MITUR, ISTU, SECRETARIA DE CULTURA)

Diseño del Instrumento para la recolección de datos sobre Recursos humano  
 Para el análisis del recurso humano en los anteriores instrumentos se han establecido las preguntas pertinentes para la recolección de datos que permitan dicho análisis:

- ✓ ¿Qué población económicamente activa posee el BSE?
- ✓ ¿Existe personal capacitado para la ejecución de propuestas de desarrollo socioeconómico?
- ✓ ¿Están los habitantes del barrio dispuestos a colaborar en una propuesta de desarrollo para el BSE?

#### 4.4.5 DISEÑO DEL INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS SOBRE SEGURIDAD PÚBLICA

**Objetivo General:** Recolectar la información sobre los recursos de seguridad del BSE para la realización el diagnóstico de la situación actual y el análisis de la propiciación del turismo cultural.

1. Cantidad de estaciones de policía cuenta el BSE: \_\_\_\_\_
2. Establezca en el mapa las estaciones de policía existentes dentro del BSE:
3. Enumerando previamente las estaciones de policía llene el siguiente cuadro:

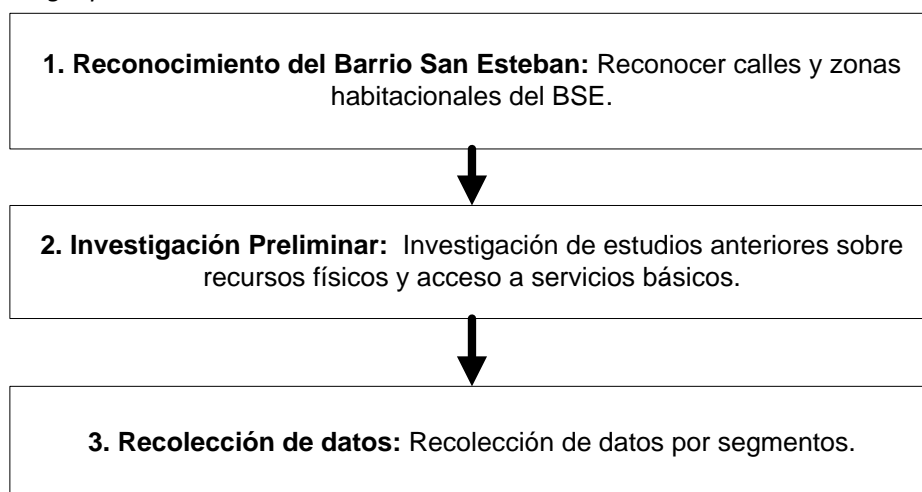
Estación	Descripción Infraestructura	Cantidad de recurso humano	Vehículos de Asignados	Observaciones

Tabla 38: Instrumento recolector de dato sobre Seguridad Publica

4. Existen partidas de seguridad destinadas al BSE (Alcaldía Municipal de San Salvador, MINEC, MITUR)
5. Existe algún plan de seguridad para el BSE (Policía Nacional Civil)

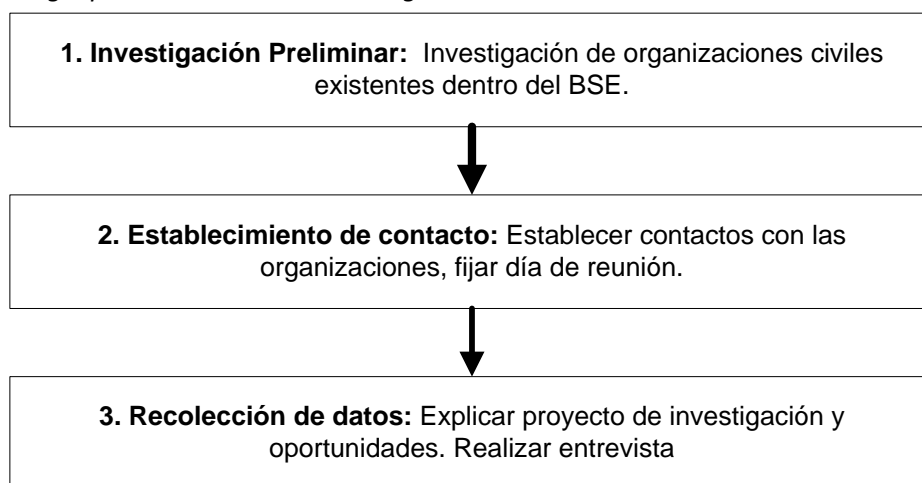
#### 4.4.6 METODOLOGIA PARA LA RECOLECCION DE DATOS

*Metodología para datos de Recursos Físicos:*



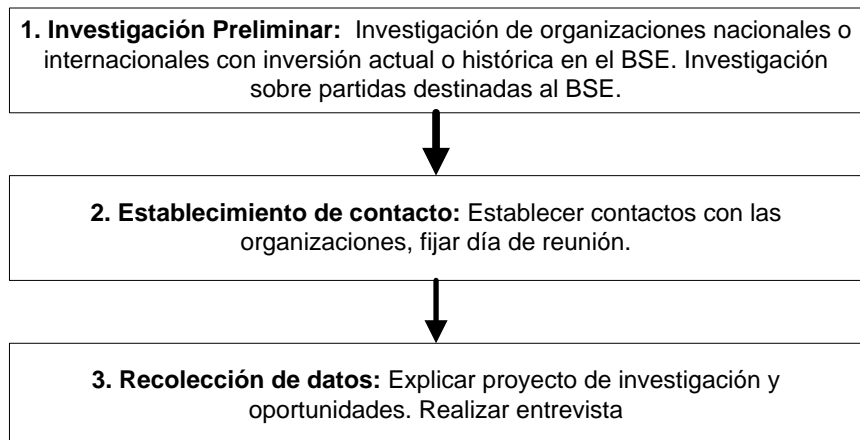
*Figura 28: Metodología para datos de Recursos Físicos*

*Metodología para datos de Recursos Organizaciones:*



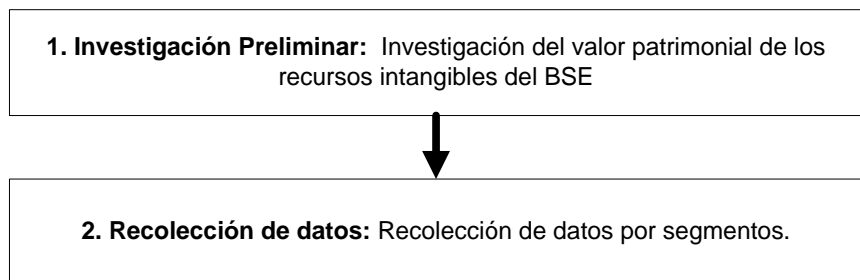
*Figura 29: Metodología para datos de Recursos Organizaciones*

*Metodología para datos de Recursos Financieros:*



*Figura 30: Metodología para datos de Recursos Financieros*

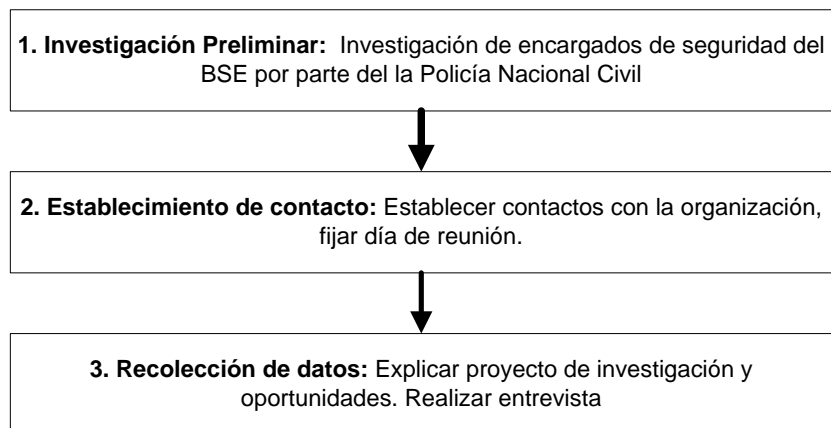
*Metodología para datos de Recursos Intangibles:*



*Figura 31: Metodología para datos de Recursos Intangibles*

Metodología para datos de Recursos humanos: **INCLUIDOS EN ENCUESTA DE NIVEL DE DESARROLLO.**

*Metodología para datos de Recursos Seguridad:*



*Figura 32: Metodología para datos de Recursos Seguridad*




## 4.5. TABULACION Y ANALISIS DE DATOS


### 4.5.1 RECURSOS FISICOS

1. Área superficial del Barrio San Esteban: **80 Km<sup>2</sup>**
2. ¿Qué porcentaje del barrio posee alumbrado público?

**El porcentaje aproximado de alumbrado público existente es del 96%**

3. Establecer en el mapa del BSE las calles con un alumbrado público adecuado con un numero 1 y con un 0 las que presentan deficiencia.

**Alumbrado en buen estado** 

**Alumbrado deficiente o inexistente** 

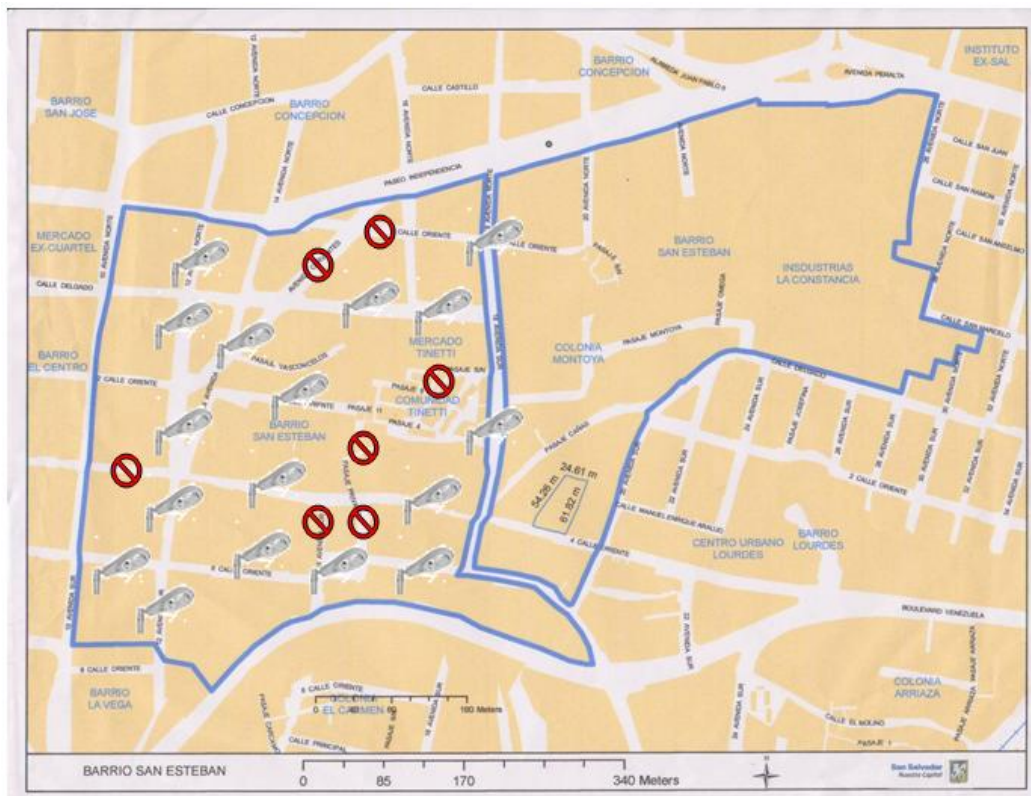





Figura 33: Esquema de ubicación de alumbrado deficiente o inexistente en BSE

El BSE presenta alumbrado en casi todas sus calles aun y cuando no es completamente adecuada debido a la cantidad de luz en cada una de las calles. Así mismo existen al menos 5 calles con lámparas en mal estado y que pudieran mejorar las condiciones de seguridad de los habitantes del barrio.

4. Que periodicidad tiene el servicio de agua potable dentro del BSE: **Según manifestaron los habitantes del BSE el agua llega hasta sus hogares todos los días del año, aunque existen días que el agua es desconectada y no llega pero no es el diario vivir de los hogares.**
5. Describa el estado actual de las calles del BSE haciendo previamente una enumeración de las calles en el mapa:

**Calle en buen estado** 

**Calle en mal estado** 

**Promontorio de basura** 

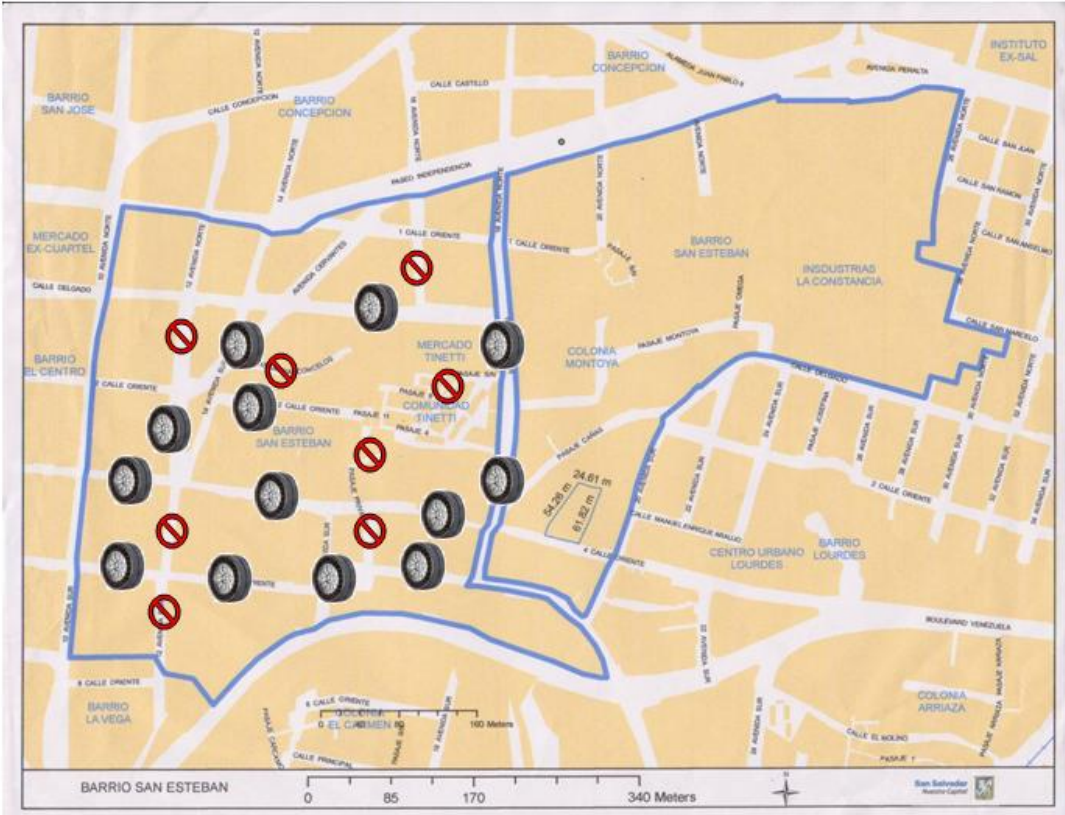


Figura 34: Esquema de ubicación de calle en mal estado en BSE

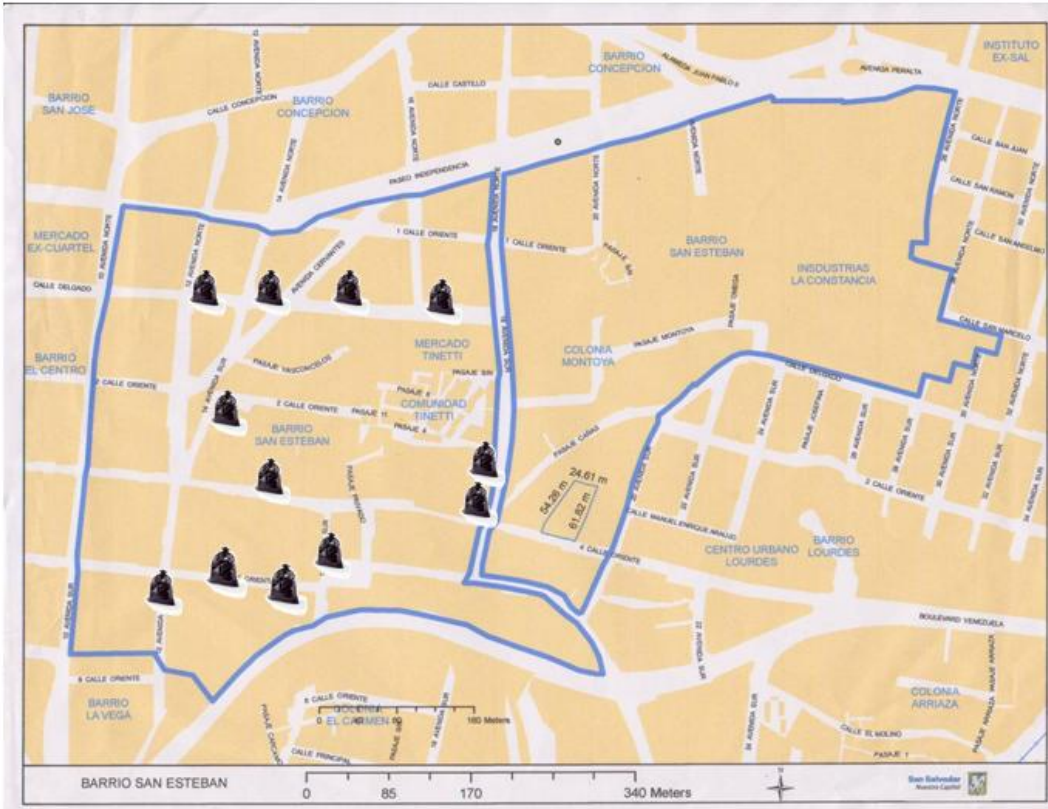


Figura 35: Esquema de ubicación de promontorios de basura en BSE

Casi el 100% de las calles del BSE están pavimentadas y cuentan con drenaje, pero solamente el 62% de estas tiene condiciones aceptables en las que puede transitar un vehículo sin ninguna dificultad. Así mismo el 38% que representa a las demás calles las condiciones para que un vehículo transite sin problemas son muy malos, aunque siempre puede transitar un vehículo dentro de ellas. Hacia la zona norte del BSE el tránsito vehicular es muchísimo más difícil debido a las ventas ambulantes existentes en el sector.

Las aceras del barrio están completamente deterioradas y en todas las calles existen aceras en mal estado lo que provoca que muchas personas deban transitar por la calle a esto se le suma la gran cantidad de promontorios de basura existentes dentro del barrio.

## 6. Estado actual del patrimonio cultural tangible del BSE

Patrimonio	Descripción del estado actual	
<b>CAMPANARIO DE INDEPENDENCIA</b>	<p><b>Madera:</b> Campanario esta armado con madera que necesita urgentemente una renovación debido a que con el pasar del tiempo el deterioro de esta se ha hecho cada día más grande, de tal manera que ahora ya no hay acceso seguro para repicar las campanas.</p>	
	<p><b>Campana:</b> la campana histórica correspondiente a la independencia que marco la historia centroamericana aún se encuentra dentro del campanario con una urgente necesidad de restauración con el fin de mejorar su imagen de acuerdo a su valor patrimonial. Las campanas que ahora se repican son otras campanas que sirven para dar descanso a la histórica campana independentista.</p>	
	<p><b>Pintura:</b> La pintura del campanario es bastante aceptable debido a que ha sido renovada continuamente así como el adecuado mantenimiento de las placas conmemorativas.</p> <p><b>Acceso:</b> El acceso al monumento es bastante adecuado debido a que existe un amplio espacio y seguridad dentro de la parroquia que la alberga. Así mismo cuenta con un parqueo en el frente de la iglesia para 12 vehículos livianos.</p>	
<b>¿PUEDE GENERAR TURISMO?</b>		
<p><b>SI,</b> en las condiciones que se encuentra puede generar turismo acompañado de un guía que permita conocer datos históricos y curiosos del campanario.</p>		
<b>¿EXISTEN PLANES DE RESTAURACION CON POSIBILIDAD DE EJECUTARSE?</b>		
<p><b>SI,</b> la alcaldía de San Salvador se ha comprometido en renovar el campanario antes del mes de abril del año 2011 y prepararlo para el 200 aniversario independentista a nivel regional.</p>		

**IGLESIA  
NUESTRA  
SEÑORA DE LA  
MERCED**

**Infraestructura:** La iglesia no es la original de los años independentistas debido a que los terremotos del año de 1986 y 2001 acabaron con toda la estructura que pudo existir con valor patrimonial de peso. Aun así la iglesia presenta una adecuada presentación debido a las construcciones que se realizan desde hace aproximadamente dos años en esta.



**Interior:** la iglesia tiene una capacidad interna para más de 2,000 personas y contiene bancas de madera así como un piso de cerámica que tiene un adecuado mantenimiento. Así mismo cuenta con una pequeña capilla para la oración de los devotos. Dentro de esta se encuentran imágenes muy valiosas donadas desde la época colonial que aunque aún no se conoce exactamente el valor patrimonial pasan desapercibidas por los visitantes. Cuenta así mismo con un mural conmemorativo a la historia misma de la iglesia y su tradición religiosa.



**¿PUEDE GENERAR TURISMO?**

**SI,** aun cuando la iglesia no es patrimonio cultural histórico esta puede generar turismo debido a la historia que tiene como iglesia que resguarda el campanario de independencia. Así mismo las actividades religiosas y culturales promovidas por los feligreses son de atracción para turistas. El mural conmemorativo es muy vistoso y genera una impresión con un ambiente propio del contexto histórico del lugar.

**¿EXISTEN PLANES DE RESTAURACION CON POSIBILIDAD DE EJECUTARSE?**

**SI,** la iglesia bajo gestión propia de su administración está remodelando actualmente la iglesia de los cuales sus logros principales son: plastificación de cielo para evitar goteras, cambio de vitrales, remodelación de jardín interno, cambio de cerámica y mantenimiento del altar y mural.

**Infraestructura:** La infraestructura de la iglesia San Esteban esta en completo deterioro. Hacer una evaluación es muy difícil porque con el simple hecho de describir que no hay acceso al interior de la iglesia podemos describir completamente que urge de inversión para recuperar tan conocida iglesia y de tanto valor patrimonial para el Centro Histórico.

**IGLESIA  
SAN ESTEBAN**



**Acceso:** La iglesia es de muy fácil acceso en vehículo o peatonal y está situada a solo unas cuadras de la iglesia la merced y el campanario de independencia. Es importante destacar que no existe parqueo para vehículos que faciliten la visita de las personas.

**¿PUEDE GENERAR TURISMO?**

**NO,** En las condiciones que esta la iglesia está por sí sola no puede generar turismo debido a que no se puede entrar a su interior. Podría generar turismo siempre y cuando está acompañada de otras visitas y se permita ver el interior al menos desde el atrio de la iglesia.

**¿EXISTEN PLANES DE RESTAURACION CON POSIBILIDAD DE EJECUTARSE?**

**NO,** en el corto plazo no hay ninguna institución que esté interesado en realizar la remodelación a corto plazo. Aun cuando la gestión municipal anterior realizo los primeros pasos en el proceso esto se detuvieron con la gestión municipal actual que ha dejado de lado el proyecto.

**CASTILLO  
POLICIA  
NACIONAL CIVIL**

**Infraestructura:** El castillo de la PNC tiene una infraestructura renovada en el año 2008 bajo la cual ha vuelto a funcionar la delegación centro de la policía nacional civil. Tanto en el interior y exterior el castillo cuenta con una muy buena infraestructura que bajo convenios de desarrollo podría abrir sus puertas al público. Desde la remodelación el museo que poseía en el interior fue cerrado y no ha sido reabierto a la fecha. Los acabados que se aprecian en las columnas son de singular belleza. El castillo cuenta con dos jardines. El principal de ellos el jardín central en el que se encuentra un estatua de San Miguel arcángel que es el patrono de los policías.



**¿PUEDE GENERAR TURISMO?**

**SI**, la imponente infraestructura del castillo es potencialmente uno de los patrimonios mejor cuidados de la calle de la amargura y el Barrio San Esteban. Definitivamente su bien cuidado exterior e impactante interior más su valor arquitectónico es definitivamente generador potencial de turismo

**¿EXISTEN PLANES DE RESTAURACION CON POSIBILIDAD DE EJECUTARSE?**

**SI**, ya se ha ejecutado comenzando en el 2005 y culminando en el año 2008

## CASAS COLONIALES



**Infraestructura:** Las casas coloniales que están sobre la calle de la amargura tienen una situación actual muy deplorable y en algunas están en completo abandono. Las casas de distintos materiales entre los que sobresalen las láminas de aluminio, los balcones de fierros y las gruesas paredes son ahora parte del estado caído en que se encuentran. Muchas son inhabitables y otras están habitadas bajo un completo abandono en el mantenimiento para tan históricas arquitecturas.

### ¿PUEDEN GENERAR TURISMO?

**NO**, el barrio como tal cuenta con casas de distinta situación pero no propician el turismo debido a que la gran mayoría están descuidadas. Apreciando las casas desde afuera son muy pocas las que podrían catalogarse para este interés.

### ¿EXISTEN PLANES DE RESTAURACION CON POSIBILIDAD DE EJECUTARSE?

**SI**, aunque solamente es en dos casas en un inicio, este puede ser de gran potencial multiplicador de acuerdo al éxito que se tenga con la remodelación de las dos casas frente a la iglesia de la merced que esta por remodelar la alcaldía municipal de San Salvador.



7. Describa otros recursos que pueden potenciar el turismo cultural dentro del BSE

Recurso	Descripción del estado actual	¿Por qué propicia el turismo cultural?
Plaza San Esteban	La plaza San Esteban se encuentra en muy buenas condiciones de infraestructura debido a que esta recién inaugurada su remodelación. Aun así en su poco tiempo comienzan a verse promontorios de basura y la caseta policial está abandonada por la alcaldía municipal.	Esta puede ser el lugar propicio para generar negocios que promuevan el turismo cultural dentro del barrio como plaza principal del que pueden partir las propuestas turísticas de productos o servicios.
Patrimonios fuera del BSE	Las situaciones son diversas: Catedral metropolitana; Cripta de Monseñor Romero, Iglesia el Rosario, Iglesia el Calvario, palacio nacional, teatro nacional.	Los paquetes turísticos son de mucho interés para las personas y complementado con diversos valores culturales las probabilidades de éxito son muchísimo mayores.

Tabla 39: Recursos potenciales de turismo cultural dentro del BSE

8. ¿Cuál es la periodicidad del tren de aseo? al menos cada 48 horas

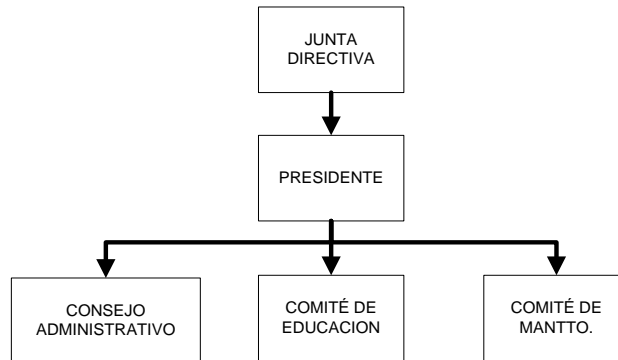
#### 4.5.2 ORGANIZACIÓN

Nombre de la organización	Asociación Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHHS)
Rubro	Gestión y promoción de vivienda digna
Ubicación	16 calle oriente, CHSS, frente a plaza San Esteban
Teléfono:	
Página web	No tiene
Coordinador General	
Entrevistado	Sr. Jesús Menjivar, tesorero
Historia / Antecedentes:	Desde el año 2003 los habitantes del barrio San Esteban comenzaron una iniciativa de organización que termino en la formación del primer grupo denominado Asociación de Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHSS) para velar por el

interés de mejorar la calidad de vida a través de una vivienda más digna. Para esto hubo necesidad de gestionar ante el Instituto Salvadoreño de Fomento al Cooperativismo (INSAFOCOOP), para que esta institución incluyera las cooperativas de vivienda de usuarios en la legislación vigente y aprobara estatutos presentados por ACOVICHSS.

FUNDASAL aporó al proceso de organización y se centró en ofrecer capacitación sobre cooperativismo de vivienda de usuarios, trabajo organizado, funcionamiento de cooperativa, etc. También apoyo jurídico institucional fue requerido por ACOVICHSS,

**Estructura Organizativa:**



**Servicios / productos/ proyectos:**

Los proyectos de la asociación son los proyectos de desarrollo comunitario de sus agremiados. El mejoramiento de la calidad de vida es el principal objetivo de la organización y sus más grandes proyectos son los dos multifamiliares construidos con la ayuda de la cooperación del gobierno de España, FUNDASAL y la gestión municipal anterior de la alcaldía de San Salvador. Posteriormente se ha integrado ya un programa de educación básica para que los habitantes del multifamiliar que no saben leer y escribir lo puedan hacer a través de la ayuda de un educador para adultos gestionado por los programas estatales de educación a distancia.

**Valores Organizacionales:**

NO DEFINIDOS

**Políticas organizacionales:**

NO DEFINIDAS

**Descripción de recursos físicos: (Instalaciones, equipo, y otros)**

La organización cuenta con una oficina dentro de uno de los multifamiliares en donde ejecutan sus reuniones y programas educativos. Cuenta con el siguiente equipo:

- ✓ Mesa de reuniones
- ✓ Pizarra acrílica
- ✓ 25 sillas plásticas
- ✓ 1 computadora

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 1 impresora</li> <li>✓ 1 fax</li> <li>✓ Sala de ventas de artesanías (propuesta en el proyecto pero ocupada como bodega)</li> <li>✓ Archivero</li> </ul>	
<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organización con experiencia</li> <li>✓ Dos proyectos de gran dimensión ejecutados.</li> <li>✓ Estructura organizativa definida</li> <li>✓ Continuidad en asesoría de organización.</li> <li>✓ Gestión de recursos autónoma.</li> </ul>	<p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ausencia de comunicación efectiva, llena de barreras de comunicación.</li> <li>✓ No están preparados para continuar la organización sin asesoría que les indique como resolver problemas fuertes a nivel de organización.</li> <li>✓ Ausencia de un liderazgo bajo el que todos se sientan conformes y representados.</li> <li>✓ Alto grado de analfabetismo dentro de los agremiados.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posibilidad de inversión en programas de desarrollo por parte del gobierno español debido al éxito de los proyectos.</li> <li>✓ Existencia de sala de ventas que puede generar ingresos para los agremiados.</li> <li>✓ Posibilidad de inversión municipal en la zona por el 200 aniversario independentista</li> </ul>	<p><b>Amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cercanía de terminar asesoría organizacional y trabajar solos.</li> <li>✓ Problemas con comunidad por haber ingresado personas de San Marcos al proyecto.</li> <li>✓ Poca capacidad económica para seguir el mantenimiento adecuado de las instalaciones.</li> </ul>
<p><b>Financiamiento de la organización</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)</li> <li>✓ FUNDASAL</li> <li>✓ Alcaldía Municipal de San Salvador.</li> </ul>
<p><b>Observaciones:</b></p> <p>La persona asignada para la entrevista a pesar de conocer bien la organización su bajo nivel de educación le genera barreras para expresar adecuadamente las ideas.</p>	

Tabla 40: Organización ACOVICHSS dentro del BSE

Nombre de la organización	Consejo Económico Parroquia Ntra. Sra. De la Merced	
Rubro	Gestión de recursos	
Ubicación	6 calle oriente, barrio San Esteban	
Teléfono:	2222 3598	
Página web	No tiene	
Coordinador General	Presbítero Héctor Maldonado	
Entrevistado	Presbítero Héctor Maldonado	
<p>Historia / Antecedentes: Desde el año 2008 con la llegada del presbítero en funciones como párroco de la iglesia se creó el consejo económico de la parroquia con el fin de poder gestionar recursos para el mejoramiento de la infraestructura de la iglesia. Así mismo se inició la gestión para la recuperación del centro escolar Nuestra Señora de la Merced que es propiedad de la parroquia y que había quedado en un estado de quiebra desde años anteriores.</p> <p>La gestión de recursos genero la posibilidad de facilitar granos básicos a los habitantes del BSE de más escasos recursos lo que abrió una puerta en la visualización de poder generar más gestión de recursos que pueda ir mejorando la calidad de vida de los habitantes dentro del BSE.</p>		
<p>Servicios / productos/ proyectos:</p> <p>Los proyectos más destacados del consejo económico es la gestión de recursos que permitió el mejoramiento de la infraestructura de la iglesia San Esteba como de la escuela parroquial de la misma.</p> <p>El interés del consejo económico es el impulso de proyectos de beneficio para la comunidad en la búsqueda de la vida digna con la lucha por la eliminación de la pobreza.</p>		
<b>Fortalezas:</b>		<b>Debilidades:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dos proyectos de gestión establecidos y en ejecución</li> <li>✓ Estructura organizativa definida</li> <li>✓ Organización con alta credibilidad en honestidad y valores.</li> <li>✓ Gestión de recursos autónoma.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organización relativamente nueva.</li> <li>✓ No cuentan con recursos propios.</li> <li>✓ No existe una oficina consolidada.</li> </ul>
<b>Oportunidades:</b>		<b>Amenazas:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Posibilidad de gestión de inversión en desarrollo por parte de la iglesia católica y organizaciones internacionales</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cambios de párroco que realiza la Iglesia Católica según sus intereses.</li> </ul>

Tabla 41: Consejo Económico Parroquial Ntra. Sra. merced dentro del BSE

### 4.5.3 RECURSOS FINANCIEROS

1. ¿Existen partidas destinadas al BSE por parte de la municipalidad o el estado? (Alcaldía Municipal de San Salvador, MITUR, ISTU, MINEC, Ministerio de Salud Pública, Ministerio de seguridad pública)

**No existen partidas asignadas exclusivamente al barrio San Esteban.**

2. ¿Existen organizaciones nacionales o internacionales que inviertan en el desarrollo del BSE?

Nombre de la organización	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)
Rubro	Cooperación internacional
Ubicación	<i>Pasaje 2, nº285 (entre c/La Reforma y c/Loma Linda) Colonia San Benito, San Salvador, El Salvador</i>
Teléfono:	<i>Tel.: 2211-2324; 2211-2324 Fax.: 2275-7525</i>
Página web	<a href="http://www.aecid.org.sv">www.aecid.org.sv</a>

#### **Historia / Antecedentes:**

La Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID) es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación a través de la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional (SECI). Como órgano de gestión de la política española de cooperación para el desarrollo, la AECID es responsable del diseño, la ejecución y la gestión de los proyectos y programas de cooperación para el desarrollo, ya sea directamente, con sus propios recursos, o bien mediante la colaboración con otras entidades nacionales e internacionales y organizaciones no gubernamentales. La lucha contra la pobreza es el objetivo final de la política española de cooperación internacional para el desarrollo. Además, la AECID tiene como fines fomentar la cooperación cultural y científica de España con los países en vías de desarrollo y asegurar la concertación de las políticas de desarrollo de los países donantes, especialmente en el ámbito de la Unión Europea.

La Cooperación Española inició sus operaciones en El Salvador a raíz del catastrófico terremoto de 1986. Este suceso hizo que la vida económica, política y social resultase abruptamente interrumpida y su restablecimiento requirió de acciones sociales de diferentes sectores. En aquel momento, se registraron importantes manifestaciones de interés de la sociedad política y civil por explorar las tareas necesarias para la atención de la fase de emergencia y para elaborar una estrategia de reconstrucción nacional. La reacción internacional fue solidaria con la población afectada por el terremoto y en la etapa inmediatamente posterior al desastre se recibió asistencia de emergencia desde muchas naciones.

De esta manera, la Cooperación Española ha estado presente en El Salvador de forma oficial desde 1987 con la firma del Convenio Básico de Cooperación entre ambos países y se ha

caracterizado por la solidaridad en las tragedias provocadas por catástrofes naturales, la colaboración en la reconstrucción posbélica, la consolidación de la democracia y la normalización de la vida social así como por el apoyo a los procesos de desarrollo local de manera equitativa y sostenible con un especial énfasis en el enfoque de género.

La cooperación involucra a toda la sociedad española. Cuenta con la colaboración directa de más de 100 instituciones públicas españolas y 50 ONGD, financiadas con fondos públicos o privados. Además, establece alianzas estratégicas con entidades del país, Organizaciones Multilaterales, la Unión Europea, otras Cooperaciones Bilaterales y Fondos Globales.

Por otro lado, el Documento de Estrategia País (DEP) de la Cooperación Española en El Salvador se configura como un marco de intervención integral, ordenada y estructurada para toda la ayuda oficial que desarrolla y aplica los principios y prioridades establecidos en el Plan Director de la AECID. A lo largo de estos veinte años se han firmado seis Comisiones Mixtas entre España y El Salvador. La última reunión tuvo lugar en 2006 y en ella se acordaron las acciones de colaboración y ayuda al desarrollo en las áreas científica, técnica, educativa y cultural que serán llevadas a cabo durante el periodo 2006-2009 y para las que se prevé una inversión de 200 millones de euros.

Los principios de la Cooperación Española en el marco de la agenda internacional de desarrollo son:

- Apropiación de los procesos de desarrollo: NO MODELOS EXÓGENOS SIN INTEGRAR.
- Alineamiento con las políticas de El Salvador, para hacerlas más fuertes: NO COMPETIR CON ACCIONES DESARTICULADAS PARALELAS.
- Coordinación y armonización con otros socios internacionales: NO DUPLICIDADES Y VACIOS EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS
- Coherencia de políticas de cooperación: NO DESORDEN DE ACCIONES AISLADAS
- Consenso sobre las acciones y sus condiciones: NO IMPOSICIÓN
- Incremento y mejora de la asignación: NO PEQUEÑAS ACCIONES DISPERSAS.
- Complementariedad y previsibilidad focalizando sectorial y geográficamente: NO IMPROVISACIÓN.
- Calidad con transparencia aplicando la mutua prestación de cuentas entre receptor y donantes: NO OPACIDAD.

Para garantizar la eficiencia de esta política pública, la AECID posee distintos mecanismos de planificación, seguimiento y evaluación. El Plan Director es el elemento básico de planificación cuatrienal que determina las líneas generales y directrices básicas de cooperación, señalan objetivos, prioridades y recursos presupuestarios. Este documento se complementa con las estrategias por sectores, zonas geográficas y países que sean objeto prioritario de la cooperación española. Además, el desarrollo operativo y presupuestario anual se establece a través de los Planes Anuales de Cooperación Internacional (PACI).

### **Estructura Organizativa:**

Su estructura básica está formada por la Presidencia, Secretaría General, Direcciones Generales y Subdirecciones Generales de Cooperación con Iberoamérica, con África, Asia y Europa Oriental y de Relaciones Culturales y Científicas, Gabinete Técnico, Vicesecretaría General, Subdirección General de Cooperación Multilateral y Horizontal y Oficina de Planificación y Evaluación dependientes del Secretario General. La estructura exterior está compuesta en la actualidad por 29 Oficinas Técnicas de Cooperación (OTC), 13 Centros Culturales y tres Centros de Formación en los países con los que la AECID lleva a cabo sus principales proyectos de cooperación en Iberoamérica, Países Mediterráneos y de Oriente Medio; África, Asia y Europa Oriental.

### **Servicios / productos/ proyectos:**

#### **1. LUCHA CONTRA LA POBREZA:**

Según el Informe Mundial sobre Desarrollo Humano 2007, El Salvador se ubica entre los países de desarrollo humano medio, con un IDH del 0.735, para 2005. A pesar de su situación de país de renta media, en El Salvador persisten importantes bolsas de pobreza que se expresan en un 34.6% de pobreza total y un 10.8% de pobreza extrema a nivel nacional. Estas cifras se elevan a 43.8% y a un 16.3 % respectivamente en el área rural, donde se concentra el 37% de la población, confiriéndole al país un perfil de desarrollo altamente inequitativo, con un índice Gini de 53,2 en el 2003.

La pobreza en El Salvador se expresa en las dificultades de acceso a las oportunidades de salud, educación, empleo digno y participación social, además del impacto de la violencia en todas sus formas, incluida la violencia de género.

La pobreza afecta de manera especial a las mujeres: el subempleo afecta al 50% de éstas, frente a un 39% en el caso de los hombres. Las mujeres trabajan más horas que los hombres y el valor económico de su trabajo reproductivo, que representa el 27% el PIB, no se contabiliza formalmente ni se reconoce socialmente.

#### Objetivos

Contribuir a la lucha contra la pobreza en El Salvador, aportando a la construcción de políticas públicas y estrategias para su combate y a través de la acción plural y coordinada sobre el conjunto de los ámbitos prioritarios para el desarrollo en el país.

#### Estrategias

- Apoyo directo a la estrategia gubernamental de lucha contra la pobreza a través de un mecanismo de apoyo presupuestario al *Programa Red Solidaria*, focalizado en el eje de mejora de la infraestructura social básica en los 100 municipios más pobres del país.
- Apoyo al fortalecimiento de las restantes prioridades horizontales y sectoriales haciendo un uso coordinado de los diferentes instrumentos de cooperación, a través de programas bilaterales, regionales, multilaterales y de apoyo a ONG, para contribuir transversal y sectorialmente a la lucha contra la pobreza desde todos nuestros ámbitos de acción.

### Principales actores e instituciones españolas

AECID

Junta de Andalucía

Comunidades Autónomas

ONGD

### Otros socios internacionales

Comisión Europea

Agencia de Cooperación de Luxemburgo

Cooperación Técnica Alemana (GTZ)

Banco Mundial (BM)

Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

### Principales actores e instituciones salvadoreñas

Gobierno del El Salvador

Fondo de Inversión para el Desarrollo Local (FISDL)

Ministerio de Educación (MINED)

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS)

Ministerio de Obras Públicas (MOP)

Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)

Ministerio de Medio Ambiente y los Recursos Naturales (MARN)

Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANDA)

Comisión Coordinadora del Sector Justicia

Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer (ISDEMU)

ONGD

## **2. DERECHOS HUMANOS:**

A partir de los Acuerdos de Paz de 1992, El Salvador inició un proceso de transición hacia la democracia. Durante los primeros años aumentaron las rentas del Estado, mejoraron algunos indicadores sociales y se crearon nuevas instituciones por vía constitucional, entre ellas la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos (PDDH). Sin embargo, se han mantenido prácticas que podrían poner en situación de debilidad a esta nueva democracia. Los planes gubernamentales para reducir la pobreza extrema, si bien han reportado avances, no dejan de ser insuficientes dentro de una política pública social, que solucione decididamente las desigualdades económicas y sociales, causas estructurales del origen del conflicto armado.

El informe 2007 de la PDDH señala importantes retos pendientes en relación a los derechos de los pueblos indígenas; el derecho de acceso de las víctimas a una pronta y cumplida justicia; el derecho a la dignidad de las personas privadas de libertad; al derecho a la justicia, verdad y reparación de víctimas del conflicto armado; el derecho a la mejora en las condiciones socioeconómicas; y el derecho de las mujeres a la igualdad de oportunidades y no discriminación en todos los ámbitos de la vida civil, política, social, económica y cultural.

La inseguridad, la profunda polarización política, la precariedad del empleo y el aumento de la desconfianza en las instituciones estatales son aspectos apremiantes dentro del Estado Salvadoreño en lo que respecta al desarrollo y fortalecimiento del Estado de Derecho y la gobernanza democrática.



En cuanto a la adopción de instrumentos normativos, aunque El Salvador ha suscrito y ratificado numerosos e importantes tratados internacionales de protección a los derechos humanos, todavía queda pendiente la ratificación o adhesión a otros de especial relevancia.

### Objetivos

Contribuir al efectivo reconocimiento de los derechos humanos como condición indispensable para la autorrealización personal y desarrollo de las capacidades humanas, así como al fortalecimiento de las capacidades institucionales del conjunto de actores del desarrollo en la promoción, defensa, protección y garantía del ejercicio de los mismos.

### Estrategias

- Apoyo al fortalecimiento de las capacidades institucionales, sociales y humanas, así como al respeto a la promoción y garantía de los derechos humanos en todas las actuaciones de la Cooperación Española y de sus actores, en sus distintas fases, instrumentos y mecanismos.
- Fortalecimiento del diálogo y la participación democrática desde las instituciones de la sociedad civil y el Estado, mejorando los canales de comunicación y favoreciendo la gobernanza democrática.
- Apoyo al desarrollo de mecanismos y diagnósticos que permitan obtener un riguroso análisis de la realidad social, económica e institucional, a efecto de mejorar la incidencia y calidad de las intervenciones de desarrollo.

### Principales actores e instituciones salvadoreñas:

- AECID
- AIETI
- Cruz Roja Española
- Círculo Solidario
- Save the Children de España
- Generalitat de Catalunya
- Gobierno de Cantabria

### Principales actores e instituciones salvadoreñas:

- Instituto de Derechos Humanos de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” (IDHUCA)
- Comisión Nacional de Derechos Humanos
- Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer
- Tribunal Supremo Electoral
- Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos
- Procuraduría General de la República
- Organizaciones de mujeres de la sociedad civil.
- Defensoría del Consumidor

### Principales actores internacionales

- PNUD
- UNICEF
- UNFPA

### **3. EQUIDAD DE GENERO:**

El derecho a la igualdad y no discriminación en El Salvador están reconocidos en diversos instrumentos internacionales ratificados por el país. No obstante, y a pesar de los importantes avances, la igualdad formal no se ha traducido necesariamente en igualdad real, y la discriminación hacia las mujeres sigue obstaculizando el ejercicio pleno de su ciudadanía y el rol que están llamadas a desempeñar para la construcción de una democracia sólida.

Según los datos del Informe de Desarrollo Humano 2008, El Salvador se sitúa entre los países de renta media con un IDH de 0.742. Pero al desagregar los datos por sexo aparecen diferencias en los niveles de desarrollo humano alcanzados por hombres y mujeres. Así, si dividimos a El Salvador en dos países, el de los hombres y las mujeres, el IDH de los hombres sería de 0,747, mientras que el de las mujeres es de 0,736.

Las mujeres salvadoreñas enfrentan desventajas en el ámbito educativo, laboral y empresarial. El aporte económico que generan a través del trabajo doméstico es visibilizado y la participación política y su inclusión en la toma de decisiones es aún muy limitada. A ello se suma la falta de acceso a la salud y la violencia de género que se ensaña en su contra y que las mantiene expuestas a toda clase de conductas agresivas, tanto en el ámbito público como en el privado.

#### Objetivos

Contribuir al pleno ejercicio de los derechos humanos y de la ciudadanía de las mujeres para reducir la pobreza mediante el empoderamiento como mecanismo para superar las brechas de desigualdad y discriminación, y desde la acción conjunta y coordinada con todos los actores del desarrollo y en todos los ámbitos de la vida política, económica y social del país.

#### Estrategias

- Apoyo al cumplimiento y adecuación de la normativa internacional sobre género, igualdad y no-discriminación, así como al fortalecimiento y armonización de las políticas nacionales y municipales de igualdad de género
- Apoyo al fortalecimiento del Mecanismo Nacional de Igualdad, así como a la participación de las mujeres de la sociedad civil como forma de reforzar la cohesión social y su representación en los diferentes sectores sociales y espacios de poder
- Promover y aplicar la transversalidad del enfoque en el resto de prioridades horizontales y sectoriales, partiendo de los principios e instrumentos para mejorar la calidad y efectividad de la ayuda en materia de Género en Desarrollo, de acuerdo con el compromiso adquirido en la Declaración de París, y en coordinación con el conjunto de actores de cooperación española, socios internacionales y actores gubernamentales y de la sociedad civil salvadoreña.

#### Principales actores e instituciones españolas

- AECID
- Acsur Las Segovias
- *Asociación de Investigación y Especialización sobre Temas Iberoamericanos, AIETI*

- Asamblea de Cooperación por la Paz
- Ayuntamiento de Barcelona
- Fundación Codespa
- Cooperación
- Euskal Fundoa (Ayuntamientos de Vitoria, Bilbao y Ermua)
- Fundación de Ayuda contra la Drogadicción
- Fundación La Caixa
- Fundación Mundubat
- Generalitat de Catalunya, Gobiernos de Aragón y Baleares, Junta de Andalucía y Gobierno Vasco
- Ministerio de Igualdad de España - Instituto de la Mujer

Principales actores e instituciones salvadoreñas:

- Asociación de Parlamentarias y Ex Parlamentarias Salvadoreñas ASPARLEXSAL
- Asociación Nacional de Síndicas, Regidoras y Alcaldesas, ANDRYSAS
- Comisión Coordinadora del Sector Justicia de El Salvador
- Comité de Ministras de la Mujer de Centroamérica, COMMCA
- Consejo de Alcaldes del Área Metropolitana de San Salvador, COAMSS
- Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer, ISDEMU
- Microrregiones de los Departamentos de Ahuachapán, Cuscatlán y La Unión
- Ministerios de Educación, Medioambiente, Salud y Agricultura
- Organizaciones de mujeres y del movimiento feminista

Principales actores internacionales

- Instituto de Investigación y Capacitación de Naciones Unidas para la Promoción de la Mujer
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
- Fondo de Población de Naciones Unidas
- Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer.

#### **4. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL:**

A pesar de los avances de los últimos años, El Salvador es el país con menor porcentaje de áreas protegidas y humedales (>2%) de América Latina. El deterioro ambiental en general, de la cobertura boscosa (sólo 2% de bosque natural) y de las cuencas hidrográficas tiene un impacto directo en la salud de los sectores más desfavorecidos, en la disponibilidad de agua y la sostenibilidad futura del país. Solo un 3% de las aguas residuales del país se tratan adecuadamente (PNUMA 2006). El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) no cuenta todavía con los recursos propios suficientes para ejercer su mandato legal y cumplir con sus compromisos internacionales, y depende en alto grado de la ayuda externa.

Los actores de la cooperación internacional que apoyan la agenda ambiental todavía no han avanzado suficientemente en el cumplimiento de los principios de la Declaración de París de 2005.

Las municipalidades y mancomunidades no cuentan con capacidad técnica y recursos propios suficientes para abordar sus compromisos en materia ambiental e involucrar a la ciudadanía en la gestión de los problemas ambientales y la reducción de las vulnerabilidades.

## Objetivos

Contribuir al fortalecimiento de las capacidades institucionales y locales para el manejo sostenible de los recursos naturales, la gestión participativa en las Áreas de Conservación, Cuencas Hidrográficas, Áreas Naturales Protegidas y otros sistemas ambientales prioritarios, y la reducción de riesgos de origen natural.

## Estrategias

- Fortalecimiento de las políticas nacionales de conservación y uso sostenible de los recursos naturales.
- Fortalecimiento de las capacidades y del rol rector del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de El Salvador.
- Fortalecimiento de la capacidad jurídica y técnica para la gestión del Patrimonio Natural Nacional.
- Refuerzo de las capacidades de los actores locales para su participación en la gestión ambiental, en la organización de cuencas hidrográficas y en la reducción de vulnerabilidades de origen natural.
- Fortalecimiento de las capacidades para mejorar la complementariedad, la armonización y el alineamiento de la cooperación internacional en materia ambiental.

## Principales actores e instituciones españolas

- AECID
- Agencia Catalana de Cooperación
- Amigos de la Tierra
- Cáritas España
- Comité de Solidaridad Internacionalista
- Geólogos del Mundo
- Ingeniería Sin Fronteras
- Intervida
- Organismo Autónomo de Parques Nacionales de España
- Paz con Dignidad
- Paz y Tercer Mundo

## Principales actores e instituciones salvadoreñas

- Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD)
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
- Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)
- Autoridad Nacional de Aguas y Alcantarillados (ANDA)
- Alcaldía de Puerto El Triunfo
- Alcaldía de Usulután
- Micro Regiones Norte, Centro y Sur de Ahuachapán

## **5. CULTURA Y DESARROLLO:**

Fue a finales del siglo XIX cuando por primera vez en El Salvador se evidencia un interés en temas culturales. A inicios del siglo XX, el tema de la identidad, el aprecio por el tema indígena y de la caracterización de lo que era ser salvadoreño se comienza a vislumbrar en el horizonte cultural local; a la vez se comienza a reflexionar sobre la problemática social y se llega con estos temas a su punto más alto a mediados de siglo con el nacimiento de los colectivos artísticos cuyos trabajos denunciaban la injusticia social de aquellos años.

A finales del siglo XX y con el término de la guerra a principios de los años '90, el arte salvadoreño comenzará a resurgir con una producción fresca y con temática diferente a la de las últimas décadas. Este período coincide con la creación del Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA). Con un interés institucional limitado y con una nueva generación de artistas fortaleciéndose en todas las áreas del arte, la cultura salvadoreña del siglo XXI está marcada por tres elementos que la determinan en todos sus ámbitos: la migración, la violencia y la búsqueda constante de la identidad.

La literatura y el teatro, tradicionalmente apoyados por las instancias gubernamentales, se encuentran con un buen nivel de desarrollo y las nuevas generaciones sobresalen en calidad y cantidad. Abundan las convocatorias de Juegos Florales, concursos para noveles escritores, y en el caso del teatro, El Salvador cuenta con al menos cuatro festivales anuales entre profesionales y amateurs.

La danza tradicionalmente débil por la falta de cohesión entre sus asociaciones y compañías, ha contado también con el apoyo de CONCULTURA. En los últimos años se fortaleció el trabajo y la calidad de la Escuela Nacional de Danza y se conformó por primera vez en la historia de El Salvador, la Compañía Nacional de Danza.

En el área musical, El Salvador cuenta con una Orquesta Sinfónica Nacional, una Orquesta Sinfónica Juvenil de iniciativa privada y una Asociación de Ópera. Desafortunadamente, no se cuenta con un conservatorio en el que formar a los jóvenes artistas, existiendo una notable carencia en la formación artística.

Las artes plásticas son las que han evolucionado de manera más obvia. Dejando atrás el tema de la guerra civil, ante la nueva problemática social y la creación de la sociedad global, las nuevas generaciones se encuentran experimentando diversas técnicas, temas y teorías. En los últimos años, la creación de videoarte, performance, arte objeto, instalaciones e intervenciones comenzó a surgir en una sociedad que no podía mantenerse aislada de las tendencias contemporáneas de creación.

### **Objetivos**

-Impulsar las potencialidades de la acción cultural como cooperación al desarrollo, lucha contra la pobreza y exclusión social, para que puedan ser usadas por las comunidades como herramienta para el bienestar social, el aumento de la renta, la dignidad social y también para la defensa de identidades colectivas ante las amenazas homogeneizadoras.

-Fomento de la cooperación cultural como vehículo de intercambio y reconocimiento mutuo entre El Salvador y España, insertando acciones bidireccionales que permitan una mayor comprensión del otro y de las relaciones culturales entre las sociedades civiles, usándolas como herramientas de aproximación y respeto.

-Uso del Patrimonio Cultural como generador de desarrollo sostenible de las comunidades depositarias de dicho Patrimonio.

-Fortalecimiento institucional en el ámbito cultural.

#### Estrategia

- Formación de capital humano para la gestión cultural con énfasis en proyectos de cultura y desarrollo
- Dimensión política de la Cultura en su contribución al desarrollo
- Dimensión económica de la Cultura en su contribución al Desarrollo
- Relación y complementariedad entre educación y cultura
- Gestión sostenible del Patrimonio Cultural para el Desarrollo.
- Áreas de intervención principales
  1. Preservación del Patrimonio Cultural, especialmente, de propiedad pública
  2. Formación ocupacional e inserción laboral de jóvenes con riesgo de exclusión mediante su formación como obreros capaces de intervenir en obras de puesta en valor del patrimonio cultural
- Áreas temáticas de solape:
  1. Habitabilidad básica.
  2. Fortalecimiento de la administración local, a través de oficinas municipales de planteamiento y gestión del territorio
- Áreas de complementariedad
  1. Promoción de tejido social y económico

#### **6. DESARROLLO LOCAL:**

En El Salvador existe una limitación de los gobiernos municipales para el desarrollo de políticas locales que deriva en gran parte de las muy escasas competencias específicas delegadas y del insuficiente volumen de fondos públicos con que los municipios cuentan para su gestión (7% del presupuesto nacional).

#### Objetivos

##### Objetivo general

Fortalecimiento de las administraciones locales y del desarrollo de sus respectivos territorios.

##### Objetivos específicos

- A través del proyecto de COMURES (Corporación de Municipios de la República de El Salvador) se pretende consolidar la gobernabilidad democrática y las condiciones que promueven un desarrollo local con equidad social y más equilibrado territorialmente en el marco de una gestión descentralizada en el territorio.
- A través del proyecto de la COAMSS (Consejo de Alcaldes del Área Metropolitana de San Salvador) se pretende el fortalecimiento institucional para la cohesión social y la seguridad ciudadana.
- A través del proyecto con las Asociaciones de las Microrregiones del Centro y Sur de Ahuachapán se pretende el fortalecimiento del proceso institucional en las áreas de finanzas, administración, servicios públicos, política tributaria y fiscal, gestión medio ambiental, catastro, política social y cultural y ordenamiento territorial. Apoyo a las capacidades nacionales para el manejo integral de los residuos sólidos y aguas residuales.
- A través del proyecto de Apoyo a la Ley de Carrera Administrativa se pretende la implementación de dicha Ley.

#### Estrategias

Fortalecimiento del asociacionismo municipal a través del apoyo a:

- COMURES, mediante el apoyo a la agenda municipal, la prestación de servicios y la formulación de políticas públicas de desarrollo local para la incidencia política.
- COAMSS, en particular, a la gestión del Territorio e infraestructura, el fortalecimiento y desarrollo institucional del COAMSS, la descentralización y modernización municipal, la facilitación del desarrollo local y la participación ciudadana
- A las Asociaciones de las Micro regiones del sur y centro de Ahuachapán, por medio de la consolidación de un modelo gerencial organizativo de las municipalidades y el establecimiento de oficinas de las Asociaciones de las Micro regiones. Promoción de servicios básicos en los municipios y promoción del desarrollo económico local a través del apoyo a políticas públicas locales para la cohesión social y el desarrollo

#### Principales actores e instituciones españolas

AECID, Junta de Andalucía, Diputación de Barcelona, MUNICIPIA, Fons Valenciá y ONGD.

#### Principales actores e instituciones salvadoreñas:

COMURES, COAMSS, OPAMSS (Oficina de Planificación del Área Metropolitana de San Salvador), Alcaldías del Área Metropolitana de San Salvador, Asociación de las Micro Regiones Centro y Sur de Ahuachapán.

#### Principales actores e instituciones regionales

Fundación para el desarrollo Municipal en Centroamérica (FUNDEMUCA)

## **7. EDUCACION:**

A pesar de los importantes avances realizados en los últimos años para alcanzar las metas de Educación para Todos (EpT) y los Objetivos del Milenio (ODM), y los importantes logros del Plan Nacional de Educación 2021, el sistema educativo en El Salvador aún presenta grandes inequidades, sobre todo entre los medios rural y urbano. En cuanto a la cobertura escolar, si bien hay una tasa neta de matrícula del 98% en primaria, resaltan las brechas en los niveles de parvulario, con una tasa neta de matrícula del 52%, tercer ciclo de educación básica con un 57% y educación media con un 36%. Al nivel de educación superior sólo acceden unos pocos.

Solamente el 39% de los niños y niñas del área rural logra una escolaridad de nueve grados, mientras en el área urbana el porcentaje se eleva a un 77,4%. La calidad del servicio ofrecido en términos de número de docentes y condición de las infraestructuras escolares no responde a las demandas y exigencias de la sociedad debido, entre otras cosas, a la apertura masiva de estudiantes a la escuela primaria y de los bajos niveles de la inversión pública en el sector, que solo representa un 3% del PIB.

La repetición, deserción escolar y extraedad siguen presentando tasas muy elevadas, sobre todo en el primer grado de la Educación Básica.

#### Objetivos

Contribuir al aumento de las capacidades humanas, apoyando el fortalecimiento del Sistema Público de Educación con énfasis en la Educación y Formación Básica

Promover la formación superior de los recursos humanos del país, en temas vinculados al desarrollo y la investigación aplicada al desarrollo.

#### Estrategias

Contribuir a la mejora de la calidad de la educación:

Fortalecimiento del Sistema de Desarrollo Profesional Docente para mejorar el rendimiento

académico de los alumnos.

Fortalecimiento del protagonismo y la autonomía de los centros educativos y desarrollo de la colaboración entre los actores educativos.

Fortalecimiento del sistema de formación inicial de los docentes fomentando los procesos de innovación e investigación y una mayor vinculación con la escuela

Fortalecimiento del sistema de información, seguimiento y evaluación educativa mediante el apoyo al proceso de auto-evaluación institucional y la definición de acciones de mejora.

Mejora del acceso universal a la educación:

Rehabilitación y ampliación de infraestructuras escolares en los municipios más pobres.

Dotación de equipamiento escolar y bibliotecas recreativas.

Programas de Becas y de Cooperación Interuniversitaria:

Dotación de Becas de formación universitaria de nivel postgraduado, doctoral y postdoctoral a profesionales salvadoreños, a través de las convocatorias anuales de Becas MAEC- AECID y Fundación Carolina.

Fomento de la investigación y docencia a través del Programa de Cooperación Interuniversitaria. Capacitación de los recursos humanos de las instituciones públicas a través del Programa Iberoamericano de Formación Técnica Especializada (PIFTE).

Alineamiento con el Plan Nacional de Educación 2021 (2005-2021):

Formación integral de las personas a través de once grados de escolaridad para toda la población, formación técnica y tecnológica del más alto nivel y desarrollo de la ciencia y la tecnología para el bienestar social

Instrumentos de cooperación:

- Programa Bilateral de Mejora de la Calidad en el aula
- Canje de Deuda por Educación
- Programas Multilaterales: PAEBA (OEI)
- Programa Regional de Fortalecimiento de la calidad educativa (CCEC SICA/ AECID)
- Programas de los Servicios Centrales de la AECID: PCI, Becas MAEC AECID, Becas Fundación Carolina, PIFTE
- Cooperación descentralizada
- Proyectos desarrollados por ONGD españolas: FAD, Entreculturas, Fe y Alegría

#### Actores

##### Principales actores e instituciones españolas

AECID

Ministerio Economía y Hacienda

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación

Fundación Carolina

Junta de Andalucía

Comunidad de Madrid

Universidades

ONGD que trabajan en el sector

##### Instituciones salvadoreñas y centroamericanas

Ministerio de Educación de El Salvador

SECC-SICA (Programa Regional de Mejora de la Calidad educativa)

##### Otros Socios de Cooperación:

Lux Development, JICA, GTZ, USAID, OEI (PAEBA, programa con financiación española)



## 8. SALUD:

Los cambios demográficos y sociales del país inciden en el perfil epidemiológico, presentando una alta prevalencia de enfermedades infecciosas relacionadas estrechamente con el ambiente, carencias nutricionales (la desnutrición severa figura entre las primeras causas de muerte en los hospitales públicos para los niños de 1 a 14 años), hábitos de consumo, falta de educación en salud, estilos de vida de la población aunado a la falta de servicios básicos. Además, con el aumento de la esperanza de vida al nacer se está produciendo una transición demográfica hacia una distribución de poblaciones de mayor edad.

Los indicadores de mortalidad no han mostrado mucha mejoría en los últimos años y si bien la tasa de mortalidad infantil está en una posición ligeramente más favorable entre los cuatro países de la subregión (25x1000 nacidos vivos), aún está muy lejos de los Objetivos del Milenio.

De la misma forma, todavía resultan alarmantes los datos de la mortalidad materna, cuya tasa es una de la más elevada de la subregión, llegando a 52 x 100.000 nv y el número de partos en adolescentes es elevado (29%).

*Fuente .MSPAS “Boletín sobre Indicadores de Salud 2007”*

Casi la cuarta parte de los salvadoreños que se enferman no buscan ninguna atención –el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), que tiene una responsabilidad de cobertura de un 80% de la población, reporta para 2007 una cobertura de consulta médica nacional de 60.07% porque la ayuda está muy lejos o por falta de recursos. Esta proporción aumenta en un 35% para las personas pobres.

El Salvador se enfrenta a un doble reto: terminar con el atraso representado por las enfermedades del subdesarrollo, tales como las infecciones comunes, las muertes maternas y perinatales; y enfrentar los problemas emergentes y reemergentes asociados con el incremento en la esperanza de vida, la industrialización, la urbanización y la violencia.

### Objetivo

Fortalecimiento de los sistemas de atención pública en Salud para reducir la morbimortalidad materna, infantil, y revertir la incidencia de enfermedades relevantes.

### Estrategia

Alineamiento y armonización con las Estrategias Nacionales.

Atención Primaria en Salud.

Participación Social.

Aumento de la cobertura y acceso a los servicios.

Complementariedad con otros actores de la cooperación española.

### Principales actores españoles:

- Ministerio de Sanidad y Consumo
- Universidad de Barcelona
- Consorcio Hospitalario Catalán
- Comunidades autónomas
- ONGD españolas

### Principales actores salvadoreños

- Ministerios de Salud Pública y Asistencia Social
- Universidad de El Salvador
- ONG salvadoreñas
- Red Solidaria

### Principales actores regionales

- Sistema de Integración de Centroamérica (SICA)

### Otros actores

- Fondo Global de lucha contra el SIDA, malaria y tuberculosis
- Organización Panamericana de la Salud (OPS)
- Programa Mundial de Alimentos (PMA)

## 9. SEGURIDAD ALIMENTARIA:

La inseguridad alimentaria y nutricional en el país es un fenómeno arraigado en las zonas rurales, lo cual limita de forma inmediata el desarrollo social y económico de las familias y las comunidades. Está asociada al nivel de pobreza de las familias, agudizado por la falta de oportunidades, el desempleo, el acceso a los servicios básicos que brindan bienestar a mujeres y hombres. Hay que destacar que la pobreza es una de las principales limitantes para asegurar el acceso a la alimentación en los hogares salvadoreños. El salario mínimo rural solo cubre un 70% del costo de la Canasta Básica Alimenticia. Del consumo de alimentos, se destaca su variabilidad según la zona de residencia: en el área urbana se consumen más alimentos de origen animal, y en el área rural se consume mayoritariamente maíz y frijol. Por último, hay que destacar que el 90% de los cuerpos de agua superficiales están contaminados física y biológicamente, hecho que tiene serias implicaciones para la salud humana y el aprovechamiento biológico de los alimentos. En cuanto a la disponibilidad de alimentos, el país es deficitario en la mayor parte de los alimentos que consume la población.

### Objetivos

Contribuir a la mejora del estado de seguridad alimentaria y nutricional de la población rural salvadoreña, mejorando tanto el acceso, manejo y control de los recursos productivos, como la utilización biológica de los alimentos y su consumo adecuado.

### Estrategias

- Coordinación interinstitucional con todos los agentes y actores territoriales y nacionales implicados (agricultura, salud, educación, gobiernos locales, sociedad civil, etc.)
- Actuaciones en el área rural con enfoque de cuencas.
- Promoción de actividades rurales diversificadas (agrícolas y no agrícolas).
- Complementariedad con otros actores de cooperación internacional.
- Fortalecimiento institucional del Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA).

### Actores

#### Principales actores e instituciones españolas

AECID

Ayuda en Acción

Veterinarios sin Fronteras

Solidaridad Internacional

#### Principales actores e instituciones salvadoreñas

Gobiernos locales y micro regiones (Ahuachapán Sur, ASIGOLFO...)

Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA)

Escuela Nacional de Agricultura (ENA)

Ministerio de Educación (MINED)

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS)

Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP)

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Asociaciones de productores

*Tabla 42: Recursos financieros*

3. ¿Qué posibilidades de financiación de proyectos posee el barrio con estas organizaciones?

Las posibilidades de financiación son muy altas debido al éxito de los proyectos pero esto depende del estudio del proyecto y las organizaciones que respalden el proyecto debido a que a la cooperativa local es muy difícil que le asignen fondos para manejar de manera autónoma.

#### 4.5.4 RECURSOS INTANGIBLES

1. Servicios que ofrece el barrio San Esteban que pueden potenciar el turismo cultural:

Servicio	Descripción	¿Por qué propicia el turismo cultural?
Alimentación	Existe suficiente cantidad de comercios de alimentación que pueden suplir todas las necesidades dietéticas de un visitante. Desayunos, almuerzos, cenas, y típicos son lo más abundante dentro del BSE.	Porque la alimentación es básica para los visitantes tanto nacionales como internacionales.
Hospedaje	Dentro del barrio existen experiencias en el área de servicio de hospedaje. En la actualidad los clientes más frecuentes son personas del interior del país que viajan a San Salvador por visitas médicas o negocios, así mismo personas de los países centroamericanos en su mayoría de zonas rurales	Aun cuando estos son pequeños hospedajes la experiencia puede aprovecharse en la necesidad de albergar a turistas internacionales.

Tabla 43: Recursos Intangibles dentro del BSE

2. ¿Cuál es el valor patrimonial de las tradiciones religiosas en el BSE? (Investigación: MITUR, ISTU, SECRETARIA DE CULTURA)

La riqueza cultural de la calle de la amargura no se limita a las edificaciones coloniales que han sido descritas anteriormente sino que se extiende a través de la religiosidad de los feligreses que asisten a los distintos actos litúrgicos de la religión católica destacando el tiempo de semana santa.

Una de las mayores y mejores combinaciones del patrimonio edificado y el intangible que se llevan a cabo en la ciudad de San Salvador, se llevan a cabo en la calle de la Amargura.

Existen varias expresiones religiosas que comienzan desde el mes de enero en El Calvario con el Señor de las misericordias, continúan en San Esteban, con el Santo Patrono. Estos dos templos llevan a cabo los grandes eventos de la Cuaresma y Semana Santa en los meses de marzo o abril. En septiembre los mercedarios celebran a Nuestra Señora de la Merced, El Calvario a la

advocación de Nuestra Señora de Dolores y en diciembre los tres templos se ocupan de todo lo relativo a las celebraciones del nacimiento de Cristo, desde el adviento.

La participación de los feligreses se remonta a un aproximado de 340 años que desde estos tiempos participan en el tradicional viacrucis que parte los días viernes por la tarde de la iglesia San Esteban a la iglesia El calvario.

Así mismo para la semana santa la afluencia de feligreses y turistas se incrementa en gran magnitud iniciando con la procesión del silencio del día jueves que según cálculos de la contraparte participan alrededor de 3000 personas.

El día viernes la calle se ve abarrotada por personas que van desde penitentes que recorren de rodillas desde la iglesia San Esteban a la iglesia El Calvario como parte de las promesas hechas por favores recibidos según sus creencias. Estas creencias datan desde tiempos antiguos donde los algunos feligreses no podían participar de actos litúrgicos dentro del templo y estos acompañaban las procesiones purgando sus pecados para poder participar de los actos en la pascua una vez que hubieran sido absueltos por el obispo el jueves de la semana santa según la religión católica. Así mismo el vía crucis del mismo día aglutina un aproximado de 10,000 personas que acompañan la imagen que representa el camino de Jesucristo hacia la cruz. Además esta procesión acoge a muchos fieles que desde tempranas horas del día adornan la calle con las conocidas “Alfombras” para el paso de la procesión.

El día viernes por la tarde se realiza la procesión del santo entierro que según algunos estimados han llegado a congregarse hasta 50,000 personas según la contraparte. Esta procesión ha sido declarada patrimonio intangible por La Secretaria de Cultura debido a sus características tan destacadas en la tradición popular.



***Procesión Via Crucis, 1924  
Calle de la amargura***



***Procesión Via Crucis, 2009  
Calle de la amargura***

***Imagen consagrada al Nazareno en la calle de la amargura como parte del recorrido de la procesión del Vía Crucis. La escultura fue restaurada en 2008, con lo que se recuperó la belleza de la imagen original que data desde el siglo XX, es de muy buena calidad y presencia.***

### **Importancia de las tradiciones religiosas:**

**Lic. Iris del Rosario tejada**

**Coordinadora de área de planificación sectorial, MITUR**

Las tradición es importante no solo porque transmite, en el tiempo, un conocimiento cultural y patrimonial único que es cada vez más importante para la historia de un pueblo y una memoria que nos permite de ubicarnos en el tiempo como seres históricos y con finalidades específicas, sino también porque permite que cada ciudadano se identifique con su propia cultura. La importancia que hoy en día se da a las tradiciones es grande puesto que mantienen la identidad cultural de una nación, conservan la historia, las tradiciones orales (como el cuento, el relato, la leyenda, el mito), se relacionan con la cotidianidad y las costumbres que se asocian a la comida, a lo que se habla o se dice popularmente, a las creencias, etc.

A mi modo de ver, considerando las tradiciones, hay que tener en cuenta también un fenómeno que día a día avanza en nuestra sociedad, la globalización.

Este fenómeno es simplemente devastador porque con el desarrollo de la globalización se anuncia 'el fin de la historia' ya que se generaliza un prototipo de ser humano "mundial" que viste, habla, se comporta, trabaja, se relaciona, etc bajo un mismo patrón, la homologación de masa.

El efecto de globalización está acabando con la cultura de ciertos países para imponer otra y esto es como conquistar "algo" sin el uso de armas puesto que es un poderoso instrumento y además que sabe atraer: es por eso que depende solo de la voluntad del individuo a mantener la propia cultura en modo que el efecto de homologación no lo absorba completamente, convirtiéndolo en "uno más".

Las tradiciones se pueden conservar mediante el reconocimiento de la importancia que se le atribuye, talleres o exposiciones de la memoria, festivales, promoción de actividades relacionadas con la narración oral que demuestren y conserven a la vez elementos culturales constitutivos de la tradición. En este caso, los medios de comunicación juegan también un papel preponderante en su difusión.

En mi opinión, lo más importante es el carácter de colectividad que una persona posee, es decir, que rompe el enlace con el individualismo por su contenido de fondo diciendo, por ejemplo, "yo pertenezco a...", "yo practico X tradición porque es parte de las tradiciones de mi pueblo".

#### **4.5.5 RECURSOS HUMANO**

1. ¿Qué población económicamente activa posee el BSE que busca empleo?

La población económicamente activa que busca empleo es aproximadamente 445 en todo el BSE, estas personas podrían invertir su fuerza laboral en una propuesta de desarrollo para el mismo.

## 2. ¿Existe personal capacitado para la ejecución de propuestas de desarrollo socioeconómico?

### Recurso humano dispuesto a participar

Basados en el levantamiento de datos de la muestra de desarrollo teníamos que el 84% de los habitantes del barrio estarían en la disposición de aportar con su fuerza laboral en una propuesta de desarrollo para el BSE, lo que indica un alto nivel de interés por parte de los pobladores por emplearse dentro del barrio por las ventajas económicas que tiene para su familia y para el desarrollo del barrio en su totalidad.

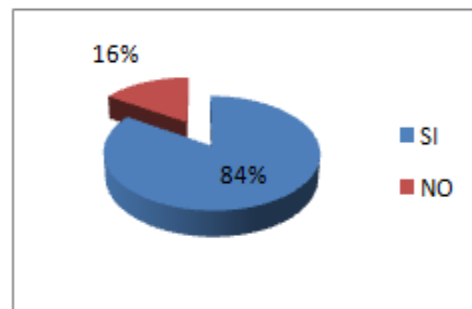


Gráfico 74: Fuerza laboral del BSE.

### Recurso humano que sabe leer y escribir

Al menos el 83% de los habitantes del BSE saben leer ir escribir pudiendo desempeñar puestos que no requieran de muchos conocimientos o de habilidades empíricas como algún oficio o trabajo informal del que han aprendido de la experiencia. De este 83% de personas podría obtenerse la mayoría de plazas necesarias para cumplir con las metas de un proyecto de desarrollo.

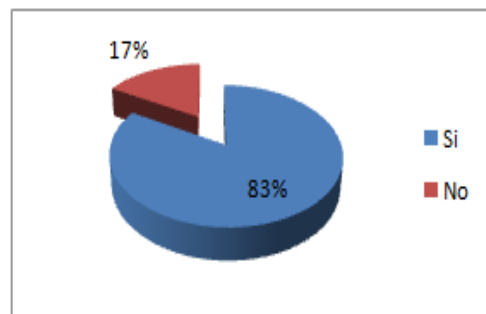


Gráfico 75: Sabe leer y escribir.

### Nivel de educación de los habitantes del BSE

El nivel de educación básica prevalece entre la población habitante del BSE con un índice del 61% que asciende a una población aproximada de 1,355 habitantes, seguido por el nivel de bachillerato que es menor pero bastante significativo que asciende a un aproximado de 400 habitantes y el más reducido número es de personas con al menos 2 años de universidad que asciende a 244 habitantes aproximadamente.

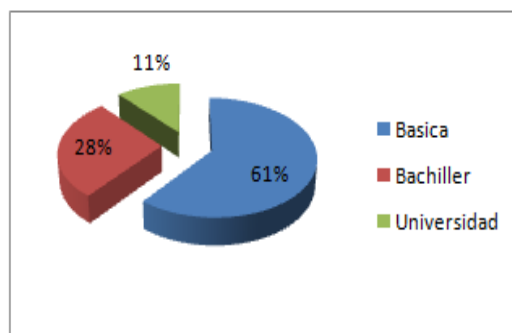


Gráfico 76: Nivel de educación.

Es importante destacar que existe dentro del barrio personal con estudios universitarios que pueden aportar sus conocimientos en un proyecto de desarrollo local para el barrio. Aun cuando el dato es referido a personas con al menos dos años de universidad estos pueden ejercer funciones más complejas que los que solo poseen estudios básicos o solo saben leer y escribir, es así como estos podrían aprovecharse para el proyecto.

### Nivel de honestidad de los habitantes del BSE

De acuerdo a la muestra realizada sobre el valor de la honestidad de los habitantes del BSE estos presentan un índice alto del 94% de personas que se podrían considerar con un buen nivel de honestidad. Este índice es importante debido a que podría considerarse que en la ejecución del proyecto este valor puede evitar conflictos que puedan poner en riesgo la inversión del proyecto o generar conflictos que puedan desestabilizar la continuidad del proyecto.

Sería ingenuo pensar que basta con este índice para confiar plenamente en que están preparados para desarrollarse sin problemas por lo que debe reforzarse este valor con una capacitación que fomente la promoción de la honestidad como parte integral de la garantía de la sostenibilidad y continuidad del proyecto.

3. ¿Están los habitantes del barrio dispuestos a colaborar en una propuesta de desarrollo para el BSE?

El 84% de las personas entrevistadas están en la disposición de participar en el proyecto con su fuerza laboral de donde podría obtenerse el suplemento de fuerza laboral para impulsar el proyecto en el BSE. Del 16% de personas que no aportarían su fuerza laboral la causa principal es que no tienen el tiempo suficiente debido a sus empleos o que hacen del hogar.

### **4.5.6 SEGURIDAD PÚBLICA**

1. Cantidad de estaciones de policía cuenta el BSE:   0
2. Establezca en el mapa las estaciones de policía existentes dentro del BSE:  
  
NO EXISTEN
3. Enumerando previamente las estaciones de policía llene el siguiente cuadro:

Estación	Descripción Infraestructura	Cantidad de recurso humano	Vehículos Asignados	Observaciones

4. Existen partidas de seguridad destinadas al BSE (Alcaldía Municipal de San Salvador, MINEC, MITUR) **NO EXISTEN**
5. Existe algún plan de seguridad para el BSE (Policía Nacional Civil) **NO EXISTE**

## 4.6. GRADO DE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS

El grado de aprovechamiento de los recursos del barrio se comparará bajo el establecimiento de criterio el que estos estén siendo aprovechados para generar desarrollo al Barrio San Esteban y se medirá bajo la escala:

RECURSO	DESARROLLO GENERADO	POSIBLE APROVECHAMIENTO	¿ES FACTOR CLAVE PARA EL PROYECTO?
Campanario de Independencia	NINGUNO	El campanario de independencia podría aprovecharse como un recurso promotor del turismo nacional e internacional a través de un adecuado plan de gestión y promoción que podría convertirse en generador de ingresos monetarios para los pobladores del BSE. Así mismo como recurso promotor del rescate de la memoria histórica para las generaciones venideras del país.	SI, por su potencial turístico
Iglesia Nuestra Señora de la Merced	Genera desarrollo para el albergue de organizaciones religiosas ya que estas promueven los valores y gestión para el mejoramiento de condiciones de vida de los habitantes del BSE.	Como parte complementaria a la visita del campanario de independencia la Iglesia presenta un posible aprovechamiento de su infraestructura para complementar visitas al lugar. Así mismo el espacio físico del parqueo. La organización interna que ofrece la parroquia podría ofrecer el impulso de los valores dentro del BSE.	SI, por su ubicación, organización e infraestructura.
Iglesia San Esteban	NINGUNO	Ninguno a corto plazo pero de llevarse a cabo s recuperación podría generar un atractivo turístico cultural que puede promover el turismo nacional e internacional.	NO
Castillo Policía Nacional Civil	Genera desarrollo para el sector de la calle de la amargura debido a que mejora la seguridad.	Puede aprovecharse como atractivo turístico para el lugar debido a su imponente infraestructura. Así mismo en la promoción de desarrollo por parte de la organización en la prevención de violencia y delincuencia.	SI, debido a su infraestructura e importancia de organización.



Casas Coloniales	NINGUNO	Puede aprovecharse el próximo año al efectuarse la restauración de estas. Puede potenciar el turismo como parte importante de la arquitectura colonial presente en la ciudad.	SI, en la medida que su restauración se realice.
Plaza San Esteban	Genera desarrollo en la recreación y diferentes actos culturales y sociales que promueven algunas entidades presentes en el BSE. La remodelación de la plaza ha sido básica para la mejora de la calidad de vida a través de la mejora del medio ambiente de esta.	Puede aprovecharse para potenciar un centro de servicios turísticos debido a su remodelación que la hace atractiva.	SI
Patrimonios fuera del BSE	NINGUNO	Como complemento de una visita turística a la calle de la amargura en el BSE.	SI, para establecimiento de ruta turística cultural
Organizaciones civiles	Generan gran desarrollo para los habitantes a través de la gestión de recursos y ejecución de proyectos.	Las organizaciones pueden ser las promotoras del desarrollo del proyecto. La experiencia en gestión y ejecución puede ser de gran beneficio para el proyecto.	SI, como principales actores.
Organizaciones financieras	Generan desarrollo en el apoyo a proyectos de mejoramiento de la calidad de vida y erradicación de la pobreza dentro del barrio.	Posibles financiadores del proyecto.	SI, como principales entes financieros del proyecto.
Tradiciones Religiosas	NO CUANTIFICADO. Definitivamente estas tradiciones atraen a cientos de personas que dejan ingresos en el BSE que en la actualidad no existe una medición de los beneficios económicos de estos actos a los habitantes del barrio.	Son muy aprovechables para generar ingresos y un conocimiento del proyecto que le de sostenibilidad en el tiempo.	SI, como atractivo turístico.

Tabla 44: Grado de aprovechamiento Recursos y factores claves

# CAPITULO V. DESARROLLO DE ANALISIS EXTERNO

---

---

## 5.1. METODOLOGIA DE ESTUDIO

---

Los aspectos a analizar dentro del análisis estratégico del BSE son los que se muestra en la siguiente figura;



*Figura 36: Elementos del Análisis Estratégico*

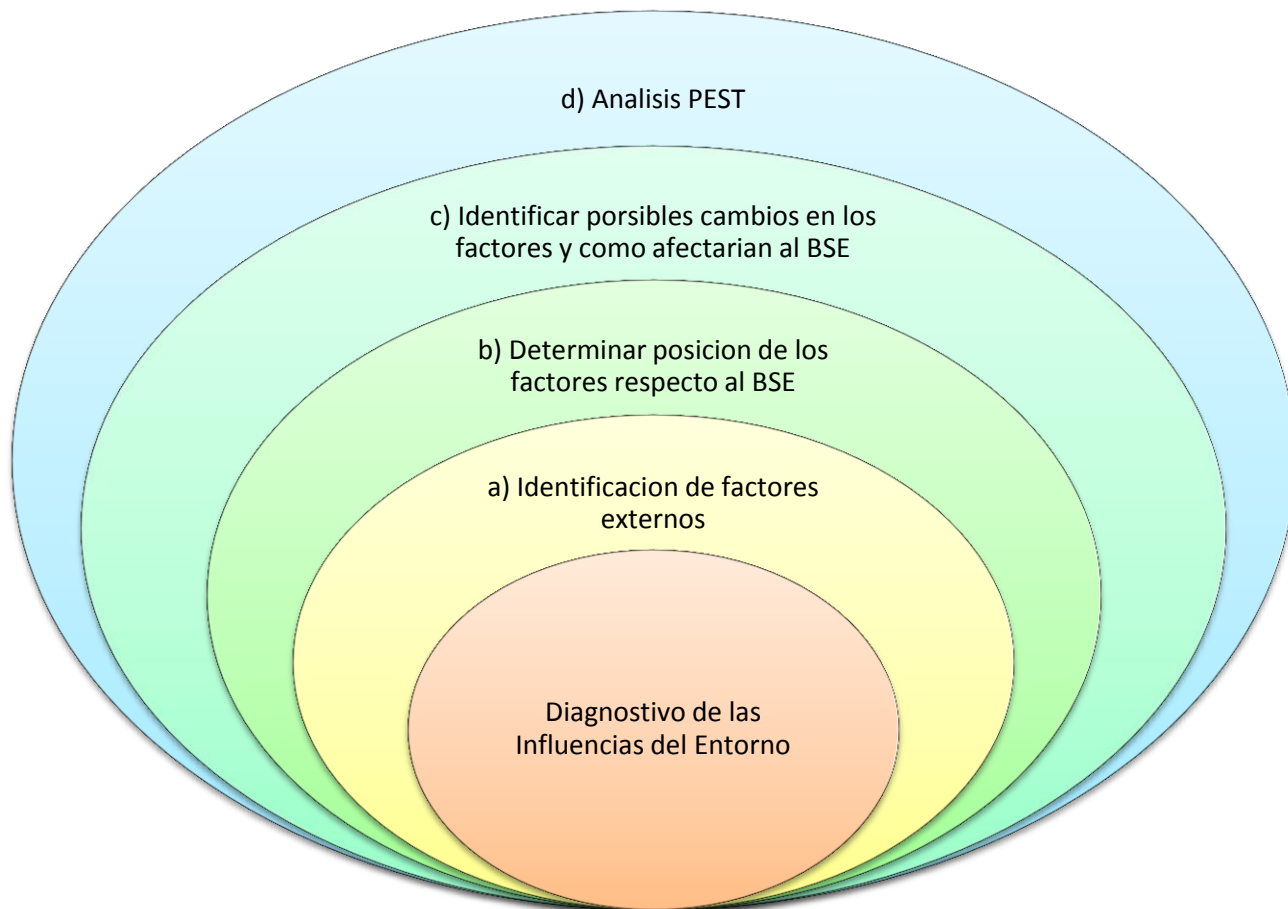
El análisis externo comprende el Entorno del BSE para cuyo análisis se realizaran los siguientes pasos:

### 5.1.1 ENTORNO

#### **Diagnóstico de las Influencias del Entorno.**

El primer paso para realizar el análisis del entorno consiste en identificar los factores externos que tienen influencia sobre el BSE y los diferentes cambios que se presentan en el entorno y como estos pueden impactar en el desarrollo de las actividades del BSE. Para llevar a cabo el “diagnóstico de las influencias del entorno” se efectuara un Análisis PEST (Políticas, Economía, Sociales y Tecnología) el cual considera que influencias del entorno han sido importantes en el pasado y establece hasta qué punto ocurren cambios que las pueden volver más significativas en el futuro para el BSE. El primer punto consiste en determinar los alcances y límites del sistema económico, político, social y cultural en el cual interactúa el BSE.

Los pasos a seguir dentro del diagnóstico de las influencias del entorno son los siguientes;



*Figura 37: Pasos del Etapas del diagnóstico de influencias del entorno*

### **5.1.2 IDENTIFICACION DE LOS FACTORES EXTERNOS**

Los factores externos identificados por la influencia que pueden ejercer en el BSE son los que se muestran a continuación:

- Economía Nacional
- Economía Municipal
- Política Nacional
- Política Municipal
- Factor Social
- Localización y vías de Acceso
- Factores Demográficos, culturales y Ambientales
- Productos

- Competencia
- Servicios
- Proveedores y precios
- Organizaciones Involucradas

### **Competencia del análisis de cada factor**

**Política y Economía Nacional:** Es necesario realizar una investigación y análisis sobre La economía nacional debido a que pueden existir convenios, políticas o instituciones que puedan favorecer las iniciativas existentes o que surjan alrededor del desarrollo Socioeconómico y del turismo en El Salvador, sobre los cuales se pueda apoyar el plan de desarrollo socio-económico del BSE; También es necesario conocer la perspectiva de la política nacional para ver el grado de interés que puede generar un plan de esta naturaleza.

**Política y Economía Municipal:** Es necesario investigar la Economía municipal para acoplar de mejor manera el plan de desarrollo socio-económico a las normativas, políticas, convenios, planes o acuerdos que existan o que se encuentren por realizarse dentro de la municipalidad ya que las primeras opciones de réplica del proyecto podrían ser los barrios existentes en el municipio de San Salvador.

**Factor Social:** Del factor social se busca identificar de qué manera puede aportar el desarrollo socioeconómico del BSE al desarrollo social del CHSS y del municipio en general identificando también que comunidades alrededor del BSE se verían favorecidas. Se busca también determinar en qué medida puede aportar la activación del turismo al desarrollo social, así como el impacto que tendría este tipo de planes en el departamento de San Salvador y del país en general.

**Factores Demográficos, culturales y Ambientales:** Con el análisis de estos factores se busca identificar el impacto del crecimiento demográfico del BSE respecto del crecimiento demográfico del municipio de San Salvador; Se busca realizar una comparación del nivel de ingresos de las familias del BSE respecto al nivel de ingreso de los hogares en el municipio de San salvador y del departamento en general. Se quiere determinar el impacto que tendría la inducción del BSE al desarrollo socioeconómico en el resto de barrios del municipio y departamento de S.S. En cuanto al aspecto cultural se quiere identificar como es la percepción de este tipo de iniciativas con base turística y cultural y cómo influye la cultura de los habitantes y visitantes del BSE al éxito de este tipo de proyectos.

Por otro lado se quiere identificar los recursos Naturales existentes alrededor del BSE y como el desarrollo socio-económico del BSE los impactaría.

**Localización y Vías de acceso:** Este factor es importante en torno al BSE debido a que se considera que el estado actual de todo lo relacionado a accesibilidad, señalización y vías de transporte así como los medios disponibles para el acceso al BSE pueden tener una influencia significativa en el éxito del proyecto.

**Productos y Servicios:** El tipo de productos y servicios a ofrecer como parte de los atractivos turísticos del BSE son considerados como factores externos del análisis debido a que estarán determinados por los potenciales turistas nacionales o internacionales.

**Competencia:** La competencia será considerado como barrios en similares condiciones que el BSE o espacios geográficos similares en dimensiones con atractivos turísticos parecidos que puedan representar otra opción de visita de los potenciales turistas previendo que esto puede disminuir el ingreso de turistas al BSE debido a que su atención fuese desviada hacia otro lugar, por otro lado se podría considerar esta competencia como un factor a favor de este estudio acoplándolo de la mejor manera posible al mismo de manera que se le ofrezca al turista más opciones de visita .

**Proveedores Y Precios:** Teniendo conocimiento de las preferencias de los turistas y visitantes potenciales es necesario identificar los posibles proveedores de los insumos necesarios para ofrecer los productos o servicios de preferencia, otras características importantes a investigar sobre los posibles proveedores son, localización, políticas, precios y diferentes alternativas de proveedores.

**Organizaciones Involucradas:** Este factor se refiere a investigar las organizaciones existentes que ya hayan financiado, formulado o ejecutado proyectos en el CHSS o en el BSE específicamente para considerar la posibilidad de que se interesen en el plan de desarrollo socio-económico y apoyarlo de la mejor manera posible.

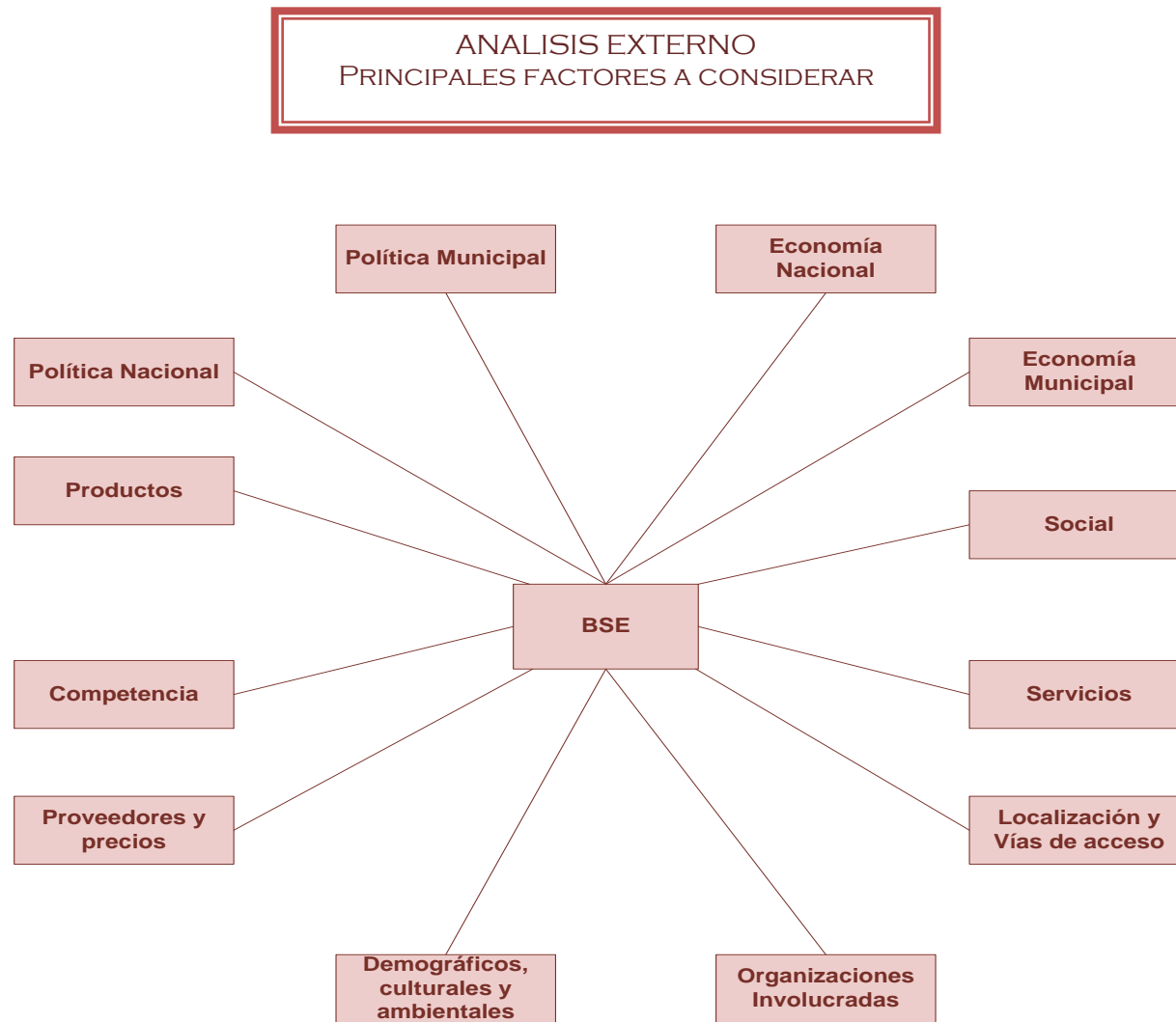


Figura 38: Análisis externo Principales Factores a considerar

## ASPECTOS A INVESTIGAR DE CADA FACTOR

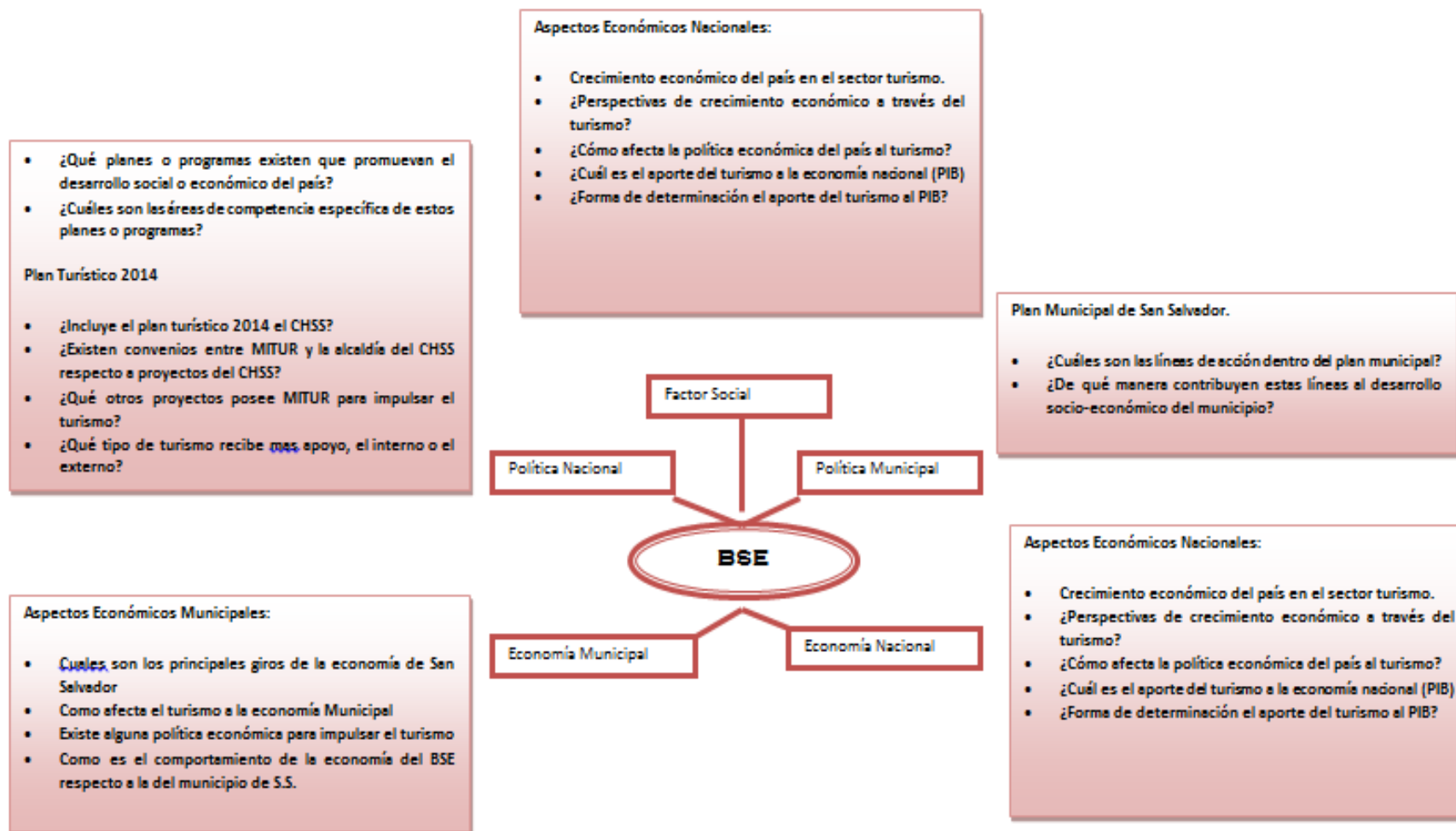


Figura 39: Aspectos a investigar de cada factor externo

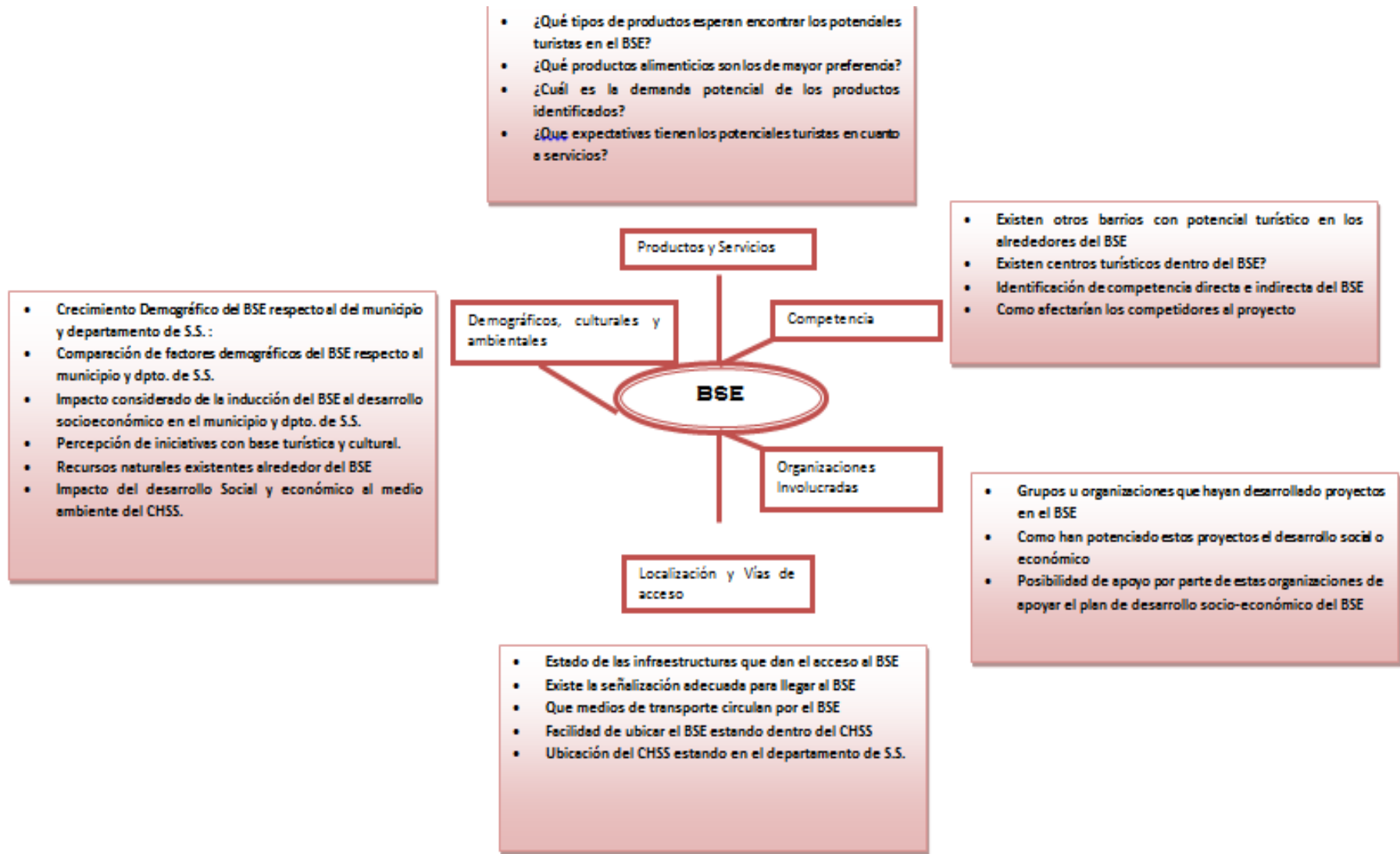


Figura 40: Aspectos a investigar de cada factor externo



**POLÍTICA Y ECONOMÍA NACIONAL**

**Objetivo: Investigar los convenios, políticas e instituciones que puedan favorecer las iniciativas existentes o que surjan alrededor del desarrollo Socioeconómico y del turismo en El Salvador**

<b>Tipo de información a recolectar</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Institución consultada</b>
<p><b>Primaria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planes o políticas alrededor del desarrollo Socio-Económico.</li> <li>▪ Funciones de las instituciones involucradas</li> <li>▪ Forma de manejo del turismo en el exterior e internamente al país</li> <li>▪ Relación del Gobierno en apoyo a CHSS en turismo</li> <li>▪ Información existente en cuanto Turismo histórico</li> <li>▪ Formas de determinación del nivel de Desarrollo</li> <li>▪ Metodología para el cálculo de índices.</li> </ul>	<p><b>Entrevista personal :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista</li> <li>- Contacto telefónico o personal con institución y concertación de cita.</li> <li>- Desarrollo de entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ministerio de Educación</li> <li>▪ Ministerio de Economía.</li> <li>▪ Ministerio de Turismo                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ CORSATUR</li> <li>○ ISTU</li> <li>○ POLITUR</li> </ul> </li> <li>▪ BCR</li> </ul>
<p><b>Secundarios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ley de turismo</li> <li>- Plan 2014, políticas relacionadas a turismo</li> <li>- Datos cuantitativos base para determinación de universos y muestras</li> <li>- Documentos de interés sobre estrategias, proyecciones, estudios anteriores, desarrollo del turismo, indicadores de turismo, mapas o cualquier documento relacionado al tema</li> </ul>	<p><b>Recolección de documentos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita de sitio web o bibliotecas de la institución involucradas</li> <li>• Identificación de documentos de interés</li> <li>• Obtención del documento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sitio web de/y Ministerio de Economía</li> <li>- Sitio Web del Ministerio de Turismo                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- BCR</li> <li>- CORSATUR</li> <li>- ISTU</li> <li>- POLITUR</li> </ul> </li> <li>- Sitio web de BCR</li> <li>- Sitio web de los principales periódicos del país.</li> </ul>

*Tabla 45: Métodos de recolección de información, instituciones y Objetivos del factor "política y economía nacional" del estudio.*

**POLÍTICA Y ECONOMÍA MUNICIPAL**

**Objetivo: Determinar las normativas ,políticas, convenios, planes y acuerdos que existan o que se encuentren por realizarse así como también las instituciones que puedan favorecer las iniciativas que surjan alrededor del desarrollo socioeconómico del BSE del CHSS con el fin de poder generar estrategias dirigidas al mismo.**

<b>Tipo de información a recolectar</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Institución consultada</b>
<b>Primaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planes o políticas en desarrollo</li> <li>▪ Funciones de las instituciones</li> <li>▪ Forma de manejo del turismo como municipio, indicadores, iniciativas, proyectos</li> <li>▪ Información existente en cuanto a turismo complementario al BSE del CHSS</li> <li>▪ Responsables del área de desarrollo del BSE.</li> </ul>	<b>Entrevista personal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista</li> <li>- Contacto telefónico o personal con institución y concertación de cita.</li> <li>- Desarrollo de entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alcaldía Municipal</li> <li>▪ FUNDASAL</li> <li>▪ MITUR</li> </ul>
<b>Secundarios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan Municipal de San Salvador, líneas estratégicas</li> <li>- Documentos de interés sobre estudios realizados relacionados, desarrollo del turismo, indicadores de turismo, mapas o cualquier documento relacionado al tema</li> </ul>	<b>Recolección de documentos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visita de sitio web o bibliotecas de la institución</li> <li>▪ Identificación de documentos de interés</li> <li>▪ Obtención del documento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alcaldía Municipal</li> <li>▪ FUNDASAL                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Biblioteca de Fundasal</li> <li>○ Sitio Web de fundasal</li> <li>○ Libros editados por fundasal</li> </ul> </li> </ul>
<b>Primario:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Opinión al presentar las estrategias de desarrollo socioeconómico del BSE sobre el sector turístico y del impacto que prevén sobre los negocios e iniciativas de los planes y políticas relacionadas</li> <li>▪ Vacíos percibidos por los interesados del sector en los planes presentados</li> </ul>	<b>Mesa Redonda</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Agrupación e identificación de representantes del sector turístico del municipio</li> <li>▪ Exposición de temática a tratar</li> <li>▪ Actividades grupales o sesión de lluvia de ideas</li> <li>▪ Documentación de lo obtenido</li> </ul>	<b>Participantes:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ representantes de cooperativa ACOVICH</li> <li>▪ Representantes de FUNDASAL</li> <li>▪ Representante de consejo Económico de parroquia NUESTRA SENORA DE MERCED</li> </ul>

*Tabla 46: Métodos de recolección de información, instituciones y Objetivos del factor "política y economía municipal" del estudio.*

**FACTOR SOCIAL**

**Objetivo: Identificar los antecedentes relacionados a cualquier política, convenio , plan o acuerdos que existan o se encuentren por realizarse así como también las instituciones existentes que puedan favorecer las iniciativas que surjan alrededor del turismo y tengan como eje el desarrollo del aspecto social o de la población para generar estrategias dirigidas al BSE del CHSS.**

<i>Tipo de información a recolectar</i>	<i>Herramienta</i>	<i>Institución consultada</i>
<p><b>Secundaria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo afecta el crecimiento socioeconómico del BSE al CHSS?</li> <li>• ¿Qué provecho está sacando el BSE de su patrimonio tangible e intangible existente para promover su desarrollo?</li> <li>• ¿Qué relación existe entre el BSE y el CHSS?</li> <li>• ¿Qué beneficios y oportunidades tendría el CHSS con el desarrollo socioeconómico del BSE?</li> </ul>	<p><b>Observación Directa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definición de elementos a considerar observar</li> <li>▪ Identificación de oportunidad de observación</li> <li>▪ Anotar apreciación</li> </ul> <p><b>Documentar y organización formal de las notas</b>  <b>Recolección de documentos existentes sobre este análisis.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BSE</li> <li>• Municipio de San Salvador</li> </ul>

*Tabla 47: Métodos de recolección de información, instituciones y Objetivos del “factor social” del estudio*

**Demográfico, Culturales y Medio Ambientales**

**Objetivo: Determinar las normativas ,políticas, convenios, planes y acuerdos que existan o que se encuentren por realizarse relacionados al desarrollo de los aspectos Demográfico, cultural y medio ambiente con el fin de conocer herramientas u elementos a considerar en la elaboración de estrategias, siendo acorde a los recursos existente en el CHSS y el BSE**

<b>Tipo de información a recolectar</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Institución consultada</b>
<b>primaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planes o políticas en desarrollo relacionadas a cultura o medio ambiente</li> <li>▪ Información existente relacionada</li> <li>▪ Percepción de la importancia del aspecto cultural y medio ambiental para la población</li> <li>▪ Aspectos culturales</li> <li>▪ Como afectaría el desarrollo socioeconómico del BSE al medio Ambiente</li> </ul>	<b>Entrevista personal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista</li> <li>- Contacto telefónico o personal con institución y concertación de cita.</li> <li>- Desarrollo de entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Alcaldía Municipal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Oficina de Turismo</b></li> </ul> </li> <li>▪</li> </ul>
<b>Primaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Determinación de relación de estos aspectos con el turismo</li> <li>▪ Fomento de turismo entre pobladores</li> <li>▪ Trato e importancia del medio ambiente y aspectos culturales</li> <li>▪ Costumbres Culturales presentes.</li> </ul>	<b>Observación Directa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definición de elementos a considerar observar</li> <li>▪ Identificación de oportunidad de observación</li> <li>▪ Anotar apreciación</li> <li>▪ Documentar y organización formal de las notas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Habitantes de San Salvador, del CHSS y trabajadores del BSE.</b></li> </ul>
<b>Secundaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento demográfico del BSE respeto al municipio de S,S.</li> <li>- Como afecta el crecimiento demográfico al BSE?</li> <li>- Indicadores demográficos</li> </ul>	<b>Recolección de documentos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Visita de sitio web o bibliotecas de la institución</li> <li>▪ Identificación de documentos de interés</li> </ul> <b>Obtención/solicitud del documento de interés</b>	

Tabla 48: Métodos de recolección de información, instituciones y Objetivos del factor “Demográfico, cultural y medio ambiente”, del estudio

**Grupos de Interesados**

**Objetivo:** Identificar a todos los interesados externos a los cuales influye directa o indirectamente el desarrollo socio-Económico del BSE, conociendo sus necesidades, expectativas, requerimientos y la forma en que les afecta o interesa el barrio.

<b>Tipo de información a recolectar</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Institución consultada</b>
<p><b>primaria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación de las instituciones con el BSE</li> <li>• Beneficios que obtiene</li> <li>• Resultados que espera</li> <li>• Observaciones generales en cuanto al proceso de desarrollo del BSE</li> <li>• Expectativas de los interesados externos de los internos</li> </ul>	<p><b>Entrevista personal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista</li> <li>- Contacto telefónico o personal con institución y concertación de cita.</li> <li>- Desarrollo de entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alcaldía Municipal               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Oficina de Turismo</li> </ul> </li> <li>▪ AECID</li> <li>▪ FUNDASAL</li> <li>▪ MITUR</li> <li>▪ Organizaciones dentro del BSE</li> <li>▪</li> </ul>
<p><b>Primaria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información que permita valorar hacia donde deberían encauzarse los esfuerzos durante el desarrollo de nuevas estrategias</li> <li>• Tipo de relación que necesitara establecer el BSE con cada grupo</li> </ul>	<p><b>Observación Directa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definición de elementos a considerar observar</li> <li>▪ Identificación de oportunidad de observación</li> <li>▪ Anotar apreciación</li> <li>▪ Documentar y organización formal de las notas</li> </ul>	

Tabla 49: Objetivo del estudio del factor "Grupo de interesados", instituciones competentes y los medios de recolección de información

**Localización y Vías de Acceso.**

**Objetivo:** Identificar, el estado actual de todo lo relacionado a accesibilidad, señalización y vías de transporte así como los medios disponibles para el ingreso al BSE, incluyendo también la identificación de los recursos y patrimonios turísticos del mismo.

<b>Tipo de información a recolectar</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Institución consultada</b>
<b>Secundarios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información referente a características físicas de la vías de acceso</li> <li>• Planes en desarrollo</li> <li>• Transporte colectivo existente</li> </ul>	Recolección de documentos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visita de sitio web o bibliotecas de la institución</li> <li>- Identificación de documentos de interés</li> <li>- Obtención del documento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Alcaldía Municipal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Oficina de Turismo</b></li> </ul> </li> <li>▪</li> </ul>
<b>Primaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado, ubicación, tipo, distancia entre señalizaciones, facilidad de comprensión entre otros elementos a considerar sobre señales y calles especialmente desde los límites del departamento de san salvador hasta el BSE del centro histórico de S.S.</li> </ul>	Observación Directa <ul style="list-style-type: none"> <li>_ Definición de elementos a considerar observar</li> <li>_ Identificación de oportunidad de observación</li> <li>_ Anotar apreciación</li> <li>_ Documentar y organización formal de las notas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Alcaldía Municipal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Oficina de Turismo</b></li> </ul> </li> <li>▪ <b>Habitantes del BSE</b></li> </ul>
<b>Primaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de recursos y patrimonios- Información general de dichos recursos dentro del BSE</li> <li>• Estado de acceso a los recursos</li> </ul>	<b>Ficha de recopilación de datos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Identificación de datos de interés sobre los recursos o patrimonios tangible, intangible o turísticos del BSE</li> <li>-Elaboración de Ficha de recopilación</li> <li>- Identificación de los recursos dentro del CHSS</li> <li>- Visita a los recursos y levantamiento de información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Alcaldía Municipal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Oficina de Turismo</b></li> <li>▪ <b>Habitantes del BSE</b></li> </ul> </li> </ul>

Tabla 50: Objetivo del estudio del factor “Localización y vías de acceso”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

<b>Competencia</b>		
<b>Objetivo:</b> Identificar, las Instituciones a considerarse como competencia directa, indirecta, instituciones o negocios que servicios complementarias y sustitutos, sus características principales y sobresalientes y la preferencia de los clientes sobre éstos.		
<b>Tipo de información a recolectar</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Institución consultada</b>
<b>primaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de servicios característicos</li> <li>• Identificación de lugares con patrimonio cultural</li> </ul>	Observación Directa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de elementos a considerar observar</li> <li>- Identificación de oportunidad de observación</li> <li>- Anotar apreciación</li> </ul> Documentar y organización formal de las notas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugares identificados como competencia directa, indirecta o sustitutos y complementarios</li> </ul>
<b>Primaria:</b> <b>Generalidades sobre el lugar identificado como competencia directa</b>	Observación Directa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de elementos a considerar observar</li> <li>- Identificación de oportunidad de observación</li> <li>- Anotar apreciación</li> <li>- Documentar y organización formal de las notas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugares identificados como competencia</li> </ul>
<b>Secundarios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventario de lugares turísticos dentro del municipio de S.S.</li> <li>• Identificación de los servicios turísticos que se prestan en el municipio de S.S.</li> <li>• Ubicaciones y datos generales de lugares con servicios turísticos</li> </ul>	<b>Recolección de documentos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visita de lugares y levantamiento de la información</li> <li>- Visitas de sitios Web</li> <li>- Identificación de documentos de interés</li> <li>- Obtención del documento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lugares identificados con servicios turísticos</li> <li>- Habitantes del municipio de S.S.</li> </ul>

Tabla 51: Objetivo del estudio del factor "Competencia", instituciones competentes y los medios de recolección de información

<b>Productos</b>		
<b>Objetivo: Determinar el tipo de productos que se pueden elaborar en el BSE a fin de aumentar los ingresos del mismo impulsando su desarrollo.</b>		
<b>Tipo de información a recolectar</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Institución consultada</b>
<b>primaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipos de productos alimenticios de preferencia</li> <li>▪ Características y demanda por productos</li> <li>▪ Establecer que otro tipo de productos se pueden comercializar en el BSE</li> </ul>	<b>Entrevista personal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista</li> <li>- Contacto telefónico o personal con institución y concertación de cita.</li> <li>- Desarrollo de entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Alcaldía Municipal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Oficina de Turismo</b></li> </ul> </li> <li>▪ <b>Habitantes del BSE</b></li> </ul>
<b>Secundarios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Datos sobre elaboración de productos similares en los alrededores del BSE.</li> <li>- Estrategias, proyectos o planes relacionados a estos aspectos</li> </ul>	<b>Observación Directa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de elementos a considerar observar</li> <li>- Identificación de oportunidad de observación</li> <li>- Anotar apreciación</li> <li>- Documentar y organización formal de las notas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Alcaldía Municipal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Oficina de Turismo</b></li> </ul> </li> <li>▪ <b>Habitantes del municipio de San Salvador</b></li> </ul>

Tabla 52: Objetivo del estudio del factor “Productos”, instituciones competentes y los medios de recolección de información



<b>Servicios</b>		
<b>Objetivo: Determinar el tipo de servicios que se pueden prestar en el BSE a fin de aumentar los ingresos del mismo impulsando su desarrollo a través del turismo.</b>		
<b>Tipo de información a recolectar</b>	<b>Herramienta</b>	<b>Institución consultada</b>
<b>primaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipos de servicios que se pueden prestar a turistas nacionales y extranjeros</li> <li>▪ Características y demanda aproximada de cada uno de los servicios</li> </ul>	<b>Entrevista personal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de cuestionario o estructura a seguir para la entrevista</li> <li>- Contacto telefónico o personal con institución y concertación de cita.</li> <li>- Desarrollo de entrevista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Alcaldía Municipal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Oficina de Turismo</b></li> </ul> </li> <li>▪ <b>Habitantes del BSE</b></li> <li>▪ <b>MITUR</b></li> </ul>
<b>Secundarios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar qué tipos de servicios turísticos se prestan actualmente dentro del BSE y por cuales instituciones.</li> <li>- Estrategias, proyectos o planes relacionados a estos aspectos</li> </ul>	<b>Recolección de documentos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visita de lugares y levantamiento de la información</li> <li>- Visitas de sitios Web</li> <li>- Identificación de documentos de interés</li> <li>- Obtención del documento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Alcaldía Municipal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Oficina de Turismo</b></li> </ul> </li> <li>▪ <b>Habitantes del municipio de San Salvador</b></li> <li>▪ <b>MITUR</b></li> </ul>

Tabla 53: Objetivo del estudio del factor “servicios”, instituciones competentes y los medios de recolección de información

## **5.2. SEGMENTACION E INSTRUMENTO DEL FACTOR PRODUCTOS Y SERVICIOS**

---

### **5.2.1 SEGMENTACION DE TURISTA INTERNACIONAL**

Para realizar el análisis de los factores productos y servicios se consideró necesario la elaboración de dos instrumentos, uno dirigido a turistas nacionales y el segundo a turistas internacionales con el objetivo de identificar los productos y servicios de preferencia de los potenciales turistas, así como determinar el grado de interés de los mismos por realizar una visita turística en la zona del BSE.

#### **Segmentación del Mercado Turístico Internacional**

El mercado turístico internacional se segmenta a través de una definición clara de las características del mercado del que se quiere obtener la información:

##### **1. MACROSEGMENTACION**

Para el presente estudio se ha de tomar en cuenta a todas aquellas personas provenientes de otros países y que hacen turismo en El Salvador.

##### **2. MICROSEGMENTACION**

Se considerará toda La población de extranjeros o salvadoreños que residan en el exterior mayores de 25 años y menores de 65 años que visiten el país con diferentes fines ya sean turísticos, familiares o empresariales.

#### **Determinación del Universo para Turismo Internacional**

La población seleccionada como meta serán los extranjeros y salvadoreños residentes en el exterior mayores de 18 años y menores de 65, que ingresan a nuestro país, ya que esta población puede elegir libremente su destino turístico dentro del país según sus intenciones de viaje.

Se entiende por excursionistas a los que solo ingresan al país por un día por lo que las posibilidades de hacer turismo cultural es mínimo.

Tipo de Viajero	Total
Turista salvadoreño residente en el exterior	269,757
Turista extranjero	1,023,208
Excursionistas	584,607
Total	1,877,572

Tabla 54: Tipo de viajero

Perfil del visitante internacional según estructura de edades <sup>14</sup>		
Estructura de edades	Número de visitantes	Porcentaje
Entre 18 y 24 años	119,546	6.4
Entre 25 y 44 años	1,294,390	68.9
Entre 45 y 64 años	439,979	23.4
65 años o mas	23,656	1.3

Tabla 55: Perfil del visitante internacional según estructura de edades

Total de visitantes excluyendo a los excursionistas = 1, 292, 965

Porcentaje de visitantes mayores de 18 años y menores de 64 años = 98.7%

**UNIVERSO TOTAL= 1,292,965 x 0.987= 1,276,156.45 visitantes**

### **Determinación de la Muestra para Turismo Internacional**

La fórmula a utilizar para la determinación de la muestra probabilística será la siguiente:

$$n_o = \left( \frac{z^2}{e^2} \right) (p)(q) \qquad n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

<sup>14</sup> Fuente: Encuesta del visitante internacional, CORSATUR, 2008

Dónde:

$n_0$ : Cantidad teórica de elementos de la muestra.

$n$ : Cantidad real de elementos de la muestra a partir de la población asumida o de los estratos asumidos en la población.

$N$ : Número total de elementos que conforman la población, o número de estratos totales de la población, para nuestro caso será de 1,276,156.45.

$z$ : Valor estandarizado en función del grado de confiabilidad de la muestra calculada.

99 % -----  $z = 2,58$

95 % -----  $z = 1,96$

90 % -----  $z = 1,64$

Utilizaremos un nivel de confianza del 95% con  $Z = 1.96$

$e$ : Error asumido en el cálculo. Toda expresión que se calcula contiene un error de cálculo debido a las aproximaciones decimales que surgen en la división por decimales, error en la selección de la muestra, entre otras. Para nuestro caso será de 5% debido a que para  $N > 10$   $e = 0.05$  o 5%

$q$ : probabilidad de la población que no haya realizado turismo cultural

Para  $N \geq 160$  ----- Se asume  $q = 0,05$  hasta 0,20 (del 5 al 20 %).

La  $q$  para el estudio será de 10%.

$p$ : consiste en la probabilidad de que el entrevistado haya realizado turismo cultural

Como  $p + q = 1$  (Probabilidad máxima)  $p = 1 - q$

$Z = 1.96$

$e = 0.05$  o 5%

$q = 0.1$  o 10%

$p = 1 - q = 1 - 0.10 = 0.90$

$$n_o = \left( \frac{1.96^2}{.05^2} \right) (0.9)(0.10)$$

$$n_o = 138.29$$

Aplicando la fórmula del tamaño provisional de la muestra:

$$n = \frac{138.29}{1 + \frac{138.9}{1276156.45}}$$

$$n = 138.27$$

Es decir, para nuestra investigación, necesitaremos una muestra de 139 visitantes

## 5.2.2 DISEÑO DEL INSTRUMENTO TURISTA INTERNACIONAL

**Objetivo General:** Determinar la demanda potencial de turistas internacionales al CHSS específicamente en la zona del BSE, identificando también sus preferencias en cuanto a servicios y productos que se podrían poner a su disposición.

### Objetivos específicos:

- ✓ Identificar el perfil de turistas que visitan el país.
- ✓ Determinar la proporción de turistas que visitan la capital del país.
- ✓ Identificar los motivos de visita a la capital de San Salvador.
- ✓ Establecer la percepción de los turistas que han visitado la capital para determinar si estarían dispuestos a volver a visitarla.
- ✓ Conocer la motivación que tendría el turista de visitar la CHSS sabiendo de la existencia la existencia de atractivos turísticos y culturales.
- ✓ Identificar qué condiciones motivarían a los turistas a visitar el CHSS.
- ✓ Determinar el grado de conocimiento del patrimonio tangible e intangible por parte de los turistas y la disposición de conocerlos.
- ✓ Determinar el horario de preferencia de los turistas para visitar el CHS, duración de su visita y época del año en que les gustaría realizarla.
- ✓ Determinar cuánto estarían los potenciales turistas dispuestos a pagar por un paquete turístico, así como identificar lo que les gustaría incluyera el paquete.
- ✓ Formas de transporte de preferencia y formas de pago si se decidieran participar en algún paquete turístico.
- ✓ Identificar los medios de comunicación más eficientes para generar la publicidad en torno al proyecto.
- ✓ Conocer experiencias similares en otros países o a nivel nacional así como las características relevantes de esas experiencias.

*Turista Internacional*

Sexo F  M

**1. ¿Cuál es el rango de Edad en el que se encuentra?**

- 0 - 18  35-50  
 18 - 35  > 50

**2. ¿Cuál es el país de procedencia? \_\_\_\_\_**

**3. ¿Cuál es el motivo de su visita al país?**

- Turismo  Estudio  Trabajo  
 Visita Familiar  Negocios  otros \_\_\_\_\_

**4. ¿Entre sus lugares de destino dentro del país se encuentra la capital de este (San salvador)?**

- SI *pase a la pregunta 5*  NO *pase a la pregunta 9*

**5. ¿Cuál es el motivo de su visita a la capital?**

- Turismo  Estudio  Trabajo  
 Visita Familiar  Negocios  otros \_\_\_\_\_

**6. ¿Es la primera ocasión en que visita la capital (San Salvador)?**

- SI *pase a la pregunta 8*  NO *pase a la pregunta 7*

**7. ¿Volvería usted a visitar la capital?**

- SI *pase a la pregunta 11*  NO *pase a la pregunta 9*

**8. ¿Sabiendo que existen atractivos turísticos y culturales en el CHSS dentro de la capital, estaría dispuesto a visitarla?**

- SI *pase a la pregunta 11*  NO \_\_\_\_\_  
*Si su respuesta es No pase a la pregunta 10*

**9. ¿Bajo qué condiciones si estaría dispuesto a visitar el CHSS ?**

- Seguridad  Prestación de servicios  no me interesa  
 Limpieza  Acceso de productos  otros \_\_\_\_\_

*Si existiendo estas condiciones cree que visitaría el CH de la capital pase a la pregunta 11 sino fin de la encuesta*

**10. ¿Qué tradiciones religiosas o patrimonios culturales conoce o le gustaría conocer?**

Monumentos Históricos  
Museos  
Iglesias  
Plazas  
Casas Coloniales  
Procesiones  
Actos cívicos  
Actos religiosos

Conoce  
 Conoce  
 Conoce  
 Conoce  
 Conoce  
 Conoce  
 Conoce  
 Conoce

Le gustaría conocer  
 Le gustaría conocer  
 Le gustaría conocer  
 Le gustaría conocer  
 Le gustaría conocer  
 Le gustaría conocer  
 Le gustaría conocer  
 Le gustaría conocer

11. **¿Horario al que le gustaría que se realizaran las visitas turísticas?** (Puede marcar más de una opción)

- Mañana  Tarde  
 Noche  No es importante  
De que dependería? \_\_\_\_\_

12. **¿Duración del tiempo de su visita al CHSS?**

- 1 Hora  4 Horas  
 1 día  Mas de 1 día  
De que dependería \_\_\_\_\_

13. **¿Época del año en que le gustaría realizar la visita?** (Puede marcar más de una opción)

- Enero -Abril  Mayo - Julio  
 Agosto - Octubre  Noviembre – diciembre

14. **¿Cuánto está dispuesto a pagar por el paseo turístico?**

- \$10 ó menos  \$10 - \$30  
 \$30 - \$50  \$50 - \$100  
 Más de \$100

15. **Tomando en cuenta el precio que estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico cultural ¿Qué más le gustaría en el paquete turístico cultural?**

- Hotel  Otros paquetes turísticos  
 Comida  Transporte de su lugar de alojamiento al CHSS  
 Otro

16. **¿Forma de transporte que le gustaría en su visita?**

- Microbús  Carro  
 Bus  Otro  
Otros, especifique: \_\_\_\_\_

17. **¿Formas de pago con las que desearía cancelar?**

- Tarjeta de crédito  facilidad de pago por plazos  
 Efectivo  otros \_\_\_\_\_

18. **¿Por qué medios de comunicación se da cuenta de los paquetes turísticos?**

- Google web  Anuncios TV  
 Agencia de viajes  Otros \_\_\_\_\_

19. **¿Qué formas de promoción le gustaría encontrar?**

- Descuentos  Regalos  
 Otros \_\_\_\_\_

20. **¿Ha tenido experiencias similares en otros países?**

- SI  NO  
Si su respuesta es sí, pase a la siguiente pregunta  
Si su respuesta es no fin de la encuesta.

21. *¿En qué país ha sido su experiencia?* \_\_\_\_\_

22. *¿Pagó por algún paquete turístico?*

SI *pase a la siguiente pregunta*     NO *fin de la encuesta*

23. *¿Qué precio tenía el paquete turístico?* \_\_\_\_\_

24. *¿Qué \_\_\_\_\_ incluía \_\_\_\_\_ el \_\_\_\_\_ paquete Turístico? \_\_\_\_\_*

El presente instrumento está diseñado para la recolección de datos en sitios de fácil localización de turistas internacionales, tales como aeropuerto y hospedajes ubicados en los departamentos donde se realizara la recolección de datos del turista nacional.

### 5.2.3 SEGMENTACION DE TURISTA NACIONAL

#### *Segmentación del Mercado Turístico Nacional*

Se ha de efectuar una división del mercado en grupos cuyos integrantes tengan características que los asemejan y permitan establecer estrategias de mercado para el impulso del turismo cultural en el BSE dando resultados más satisfactorios y a un costo mucho menor que si se hicieran para todo el mercado.

#### **C. MACROSEGMENTACION**

Para el presente estudio se ha de tomar en cuenta a todas aquellas familias o personas que disfrutan de realizar paseos o visitas culturales en el interior del país. Así mismo personas o familias que están interesadas en hacerlo a corto plazo.

#### **D. MICROSEGMENTACION**

Para el presente estudio se ha de tomar en cuenta a todas aquellas familias o personas son posicionadas dentro de la macro-segmentación que posean una capacidad mínima para hacer turismo; por lo tanto se establece el mercado objetivo:

*“Familias o personas residentes en los departamentos con menor pobreza y que poseen la clasificación de NO POBRE por parte del ministerio de economía”*



### **Determinación del Universo para la Encuesta de Turismo Nacional**

El universo está compuesto por el conjunto de familias que son de ingresos no pobres y que residen en los departamentos de Santa Ana, La Libertad, San Salvador, Cuscatlán y San Miguel catalogados como los departamentos con menor pobreza de El Salvador.

Para establecer el universo se ha recolectado la información económica de los departamentos de la país, identificando el porcentaje de familias dentro de la clasificación de “no pobres” (Ministerio de Economía) dentro de cada departamento. Se sumara el total de familias dentro de esta clasificación de todo el país. El departamento de San Miguel quedará fuera del universo debido a la distancia recorrida para poder llegar al barrio:

Departamento	Total de hogares	Hogares no pobres %	Total hogares no pobres	% Entrevistas por departamento
<b>Santa Ana</b>	145,097	57.57%	83,532.34	12.66%
<b>La libertad</b>	192,405	71.81%	138,166.03	20.95%
<b>San Salvador</b>	564,485	73.02%	412,186.95	62.49%
<b>Cuscatlán</b>	48,876	52.57%	25,694.11	3.90%
		<b>TOTAL</b>	<b>659,579.43</b>	<b>100.00%</b>

*Tabla 56: Departamentos con número de encuestas*

El universo obtenido de acuerdo a los datos presentados anteriormente es de 659,579.43 familias a considerar para los cinco departamentos que se tomaron como referencia para la realización del estudio.

### **Determinación de la Muestra (Turismo Nacional)**

Para la determinación de los valores para establecer la muestra se consideró una investigación preliminar mediante la cual se pudieran calcular los valores de p y de q para tamaños de muestra finitos. Para realizar esta investigación se tomó una muestra de 15 encuestas, las cuales se realizaron en el departamento de San Salvador.

Se define p como la probabilidad de que suceda el evento siguiente: el entrevistado haya realizado turismo cultural dentro del país. En contraposición, q representa la probabilidad de que este no suceda y por lo tanto, que el miembro de la población entrevistada no haya realizado turismo cultural.

Los valores encontrados en la investigación preliminar, fueron los siguientes:  $p = 88\%$  y  $q = 12\%$ .

El nivel de confianza ( $z$ ) a utilizar es el de 1.96 el corresponde a una confianza del estudio en un 95%, por lo que  $z=1.96$ , con un error ( $e$ ) estimado del 10%.

La selección de la muestra debe efectuarse de manera que sea lo más representativa posible para poder inferir los datos obtenidos a los demás miembros del universo. Para el cálculo de la muestra utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot n}{(n - 1) \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

$n$ : El tamaño de la muestra.

$N$ : Tamaño del Universo.

$Z$ : Nivel de confianza de la investigación.

$E$ : Error muestral.

$p$ : Probabilidad que ocurra el evento.

$q$ : Probabilidad de no ocurrencia ( $1 - p$ )

Determinación de la muestra

$n$ : ?  $E=95\%$

$N= 659,579.43$  familias  $Z=1.96$

$P=88\%$   $q=12\%$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.88 \times 0.12 \times 659579.43}{(659579.43 - 1) \times 0.05^2 + 1.96 \times 0.88 \times 0.12}$$

**$n= 162$  encuestas**

## 5.2.4 DISEÑO DEL INSTRUMENTO TURISTA NACIONAL

### Objetivo General

Determinar la demanda potencial de turistas nacionales al CHSS específicamente en la zona del BSE, identificando también sus preferencias en cuanto a servicios y productos que se podrían poner a su disposición.

### Objetivos específicos:

- ✓ Identificar el perfil de turistas nacional potencial.
- ✓ Determinar la proporción de turistas que han visitado el CHSS.
- ✓ Identificar los motivos de visita al CHSS.
- ✓ Establecer la percepción de los turistas que han visitado el CHSS para determinar si estarían dispuestos a volver a visitarlo.
- ✓ Conocer la motivación que tendría el turista de visitar la CHSS sabiendo de la existencia la existencia de atractivos turísticos y culturales.
- ✓ Identificar qué condiciones motivarían a los turistas a visitar el CHSS.
- ✓ Determinar el grado de conocimiento del patrimonio tangible e intangible por parte de los turistas y la disposición de conocerlos.
- ✓ Determinar el horario de preferencia de los turistas para visitar el CHS, duración de su visita y época del año en que les gustaría realizarlo.
- ✓ Determinar cuánto estarían los potenciales turistas dispuestos a pagar por un paquete turístico, así como identificar lo que les gustaría incluyera el paquete.
- ✓ Formas de transporte de preferencia y formas de pago si se decidieran participar en algún paquete turístico.
- ✓ Identificar los medios de comunicación más eficientes para generar la publicidad en torno al proyecto.
- ✓ Conocer experiencias similares en otros países o a nivel nacional así como las características relevantes de esas experiencias.
- ✓ Identificar los tipos de productos de preferencia de los potenciales turistas nacionales.
- ✓ Identificar los tipos de alimentos de preferencia de los potenciales turistas.
- ✓ Determinación de la importancia que podría tener un producto al estar relacionado con el valor histórico del lugar.

*Turista Nacional*

Sexo F  M

**1. ¿Cuál es el rango de Edad en el que se encuentra?**

- 0 - 18  35-50  
 18 - 35  > 50

**2. ¿En qué Departamento reside? \_\_\_\_\_**

- San salvador  Santa Ana  
 Libertad  Cuscatlan  
 Otros \_\_\_\_\_

**3. ¿Ha visitado el CHSS?**

- SI *pase a la pregunta 4*  NO *pase a la pregunta 6*

**4. ¿Cuál ha sido el motivo de su visita al CHSS?**

- Turismo  Estudio  Trabajo  
 Visita Familiar  Negocios  otros \_\_\_\_\_

**5. ¿Volvería usted a visitar la capital?**

- SI *pase a la pregunta 8*  NO porque? \_\_\_\_\_ Si  
*su respuesta es No pase a la pregunta 6*

**6. ¿Sabiendo que existen atractivos turísticos y culturales en el CHSS dentro de la capital, estaría dispuesto a visitarla?**

- SI *pase a la pregunta 8*  NO  
*Si su respuesta es No pase a la siguiente pregunta*

**7. ¿Bajo qué condiciones si estaría dispuesto a visitar el Centro Histórico de San Salvador?**

- Seguridad  Prestación de servicios  otros \_\_\_\_\_  
 Limpieza  Acceso de productos  
 Existencia de atractivos turísticos  Ninguna

*Si existiendo estas condiciones cree que visitaría el CH de la capital pase a la pregunta 8 sino fin de la encuesta*

**8. ¿Cuáles de estos atractivos turísticos le gustaría visitar? (Puede marcar más de una opción)**

- Campanario de Independencia  Museo  
 Iglesias coloniales  Casas Coloniales  
 Parques históricos  Otros

**9. ¿Conoce o le gustaría conocer las tradiciones religiosas o patrimonios culturales del CHSS?**

Conoce

Le gustaría conocer

No le gustaría conocer

*Pase a la pregunta 14 fin de la encuesta*

**10. ¿Qué tradiciones religiosas o patrimonios culturales conoce o le gustaría conocer?**

Monumentos Históricos

Conoce

Le gustaría conocer

Museos

Conoce

Le gustaría conocer

Iglesias

Conoce

Le gustaría conocer

Plazas

Conoce

Le gustaría conocer

Casas Coloniales

Conoce

Le gustaría conocer

Procesiones

Conoce

Le gustaría conocer

Actos Cívicos

Conoce

Le gustaría conocer

Actos Religiosos

Conoce

Le gustaría conocer

**11. ¿Horario al que le gustaría que se realizaran las visitas turísticas?** *(Puede marcar más de una opción)*

Mañana

Tarde

Noche

No es importante

De que dependería? \_\_\_\_\_

**12. ¿Le gustaría que su visita fuera parte de otro paquete turístico?** *(Puede marcar más de una opción)*

Boquerón

Apaneca

Panchimalco

Otros \_\_\_\_\_

**13. ¿Cuánto tiempo le gustaría que dure su visita?**

2 horas

4 horas

1 Día

Más de un día

De que dependería \_\_\_\_\_

**14. ¿Época del año en que le gustaría realizar la visita?** *(Puede marcar más de una opción)*

Enero -Abril

Mayo - Julio

Agosto - Octubre

Noviembre - diciembre

**15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paseo turístico?**

\$5

\$5-\$10

\$10-20

\$20-\$50

Más de \$50

**16. ¿Forma de transporte que le gustaría en su visita?**

Microbús

Carro

Bus

Otro

Otros, especifique: \_\_\_\_\_

**17. ¿Tomando en cuenta el precio que estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico cultural, ¿Qué le gustaría que este incluyera ?**

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Hotel  | <input type="checkbox"/> Otros paquetes turísticos |
| <input type="checkbox"/> Comida | <input type="checkbox"/> Transporte                |
| <input type="checkbox"/> Otros  |  |

**18. ¿Ha tenido experiencias similares en otros lugares dentro o fuera del país?**

- SI                       NO

*Si su respuesta es si, pase a la siguiente pregunta  
Si su respuesta es no fin de la encuesta.*

**19. ¿En que país ha sido su experiencia? \_\_\_\_\_**

**20. ¿Pago por algún paquete turístico o servicio similar?**

- SI    *pase a la siguiente pregunta*     NO *fin de la encuesta*

**21. ¿Qué precio tenía el paquete turístico? \_\_\_\_\_**

**22. ¿Qué incluía el paquete Turístico? \_\_\_\_\_**

#### *Encuesta sobre Productos*

**1. ¿Qué le gustaría compra en su visita? (enumere siendo 1 el de mayor importancia)**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Alimentos típicos | <input type="checkbox"/> Libros de Historia |
| <input type="checkbox"/> Artesanías        | <input type="checkbox"/> Prendas de vestir  |
| <input type="checkbox"/> Souvenirs         | <input type="checkbox"/> Otros              |

**2. ¿Qué tipo de artesanías le gustaría encontrar en su visita?**

- |                                    |                                   |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ropa      | <input type="checkbox"/> Llaveros |
| <input type="checkbox"/> Recuerdos | <input type="checkbox"/> Postales |
| <input type="checkbox"/> Otros     |                                   |

**3. ¿Le gustaría degustar productos alimenticios típicos?**

- SI                       NO

**4. ¿Entre los productos alimenticios típicos cuales le gustaría que se vendieran? (enumere siendo 1 el de mayor importancia)**

- |                                    |                                   |                                     |
|------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pupusas   | <input type="checkbox"/> Yuca     | <input type="checkbox"/> Riguas     |
| <input type="checkbox"/> Tamales   | <input type="checkbox"/> Pasteles | <input type="checkbox"/> Enchiladas |
| <input type="checkbox"/> Empanadas | <input type="checkbox"/> Atol     | <input type="checkbox"/> Otros      |

5. **¿Sabiendo que el chocolate posee un significado histórico o cultural dentro del BSE, ¿le gustaría encontrar productos a base este?**

SI                       NO                       NOSE                       ME ES INDEFERENTE

6. **¿Entre los productos se muestran a continuación cuales le gustaría comprar ?** (Puede marcar más de una opción)

Barra de chocolate                       Polvo de chocolate  
 Chocolate bebida                       Otros

### 5.2.5 METODOLOGIA DE ENCUESTAJE DEL ANALISIS EXTERNO

El método que se utilizará para recopilar datos e información es el de la entrevista personal. Se ha tomado en cuenta dicho método por ser el que proporcionará la mayor cantidad de información para nuestro caso específico.

Se valoran además las siguientes ventajas de la entrevista personal:

- Es el mejor método cuando se requiere una gran cantidad de información y las preguntas son complejas o implican tareas como la clasificación de alternativas, como es el caso de nuestra investigación.
- El cuestionario de entrevista personal tiene un alto grado de flexibilidad.
- El entrevistador puede sacar ventaja de su condición cara a cara con el entrevistado para despertar su interés, aumentando así el porcentaje de participación y crear un ambiente cómodo y de confianza.
- Debido a la presencia del entrevistador, es posible aclarar malos entendidos y examinar respuestas más completas.

Las limitaciones que puede presentar este método se presentan a continuación:

- Su costo es elevado en comparación a otros métodos, debido al costo de desplazamiento, copias de la encuesta, etc.
- Presentan cierto nivel de dificultad en cuanto a su administración, debido a la cantidad de papelería que hay que manipular.
- Requiere de mucho tiempo para poder desplazarse a los lugares donde realizaremos las entrevistas.

A continuación se muestra la metodología a seguir para la realización de la encuesta dentro del BSE:

PASO	DESCRIPCION
1	Traslado al punto de abordaje del turista nacional e internacional
2	Entrevistador identifica turista que llega al punto de abordaje
3	Selección aleatoria de persona a entrevistar
4	Entrevistador saluda cordialmente y se identifica a través de carnet.
5	Entrevistador desarrolla la encuesta.
6	Al Finalizar el entrevistador agradece al entrevistado.
7	Entrevistador entrega todas las entrevistas al líder de sector.

*Tabla 57: Metodología para realizar las encuestas de turistas*

A continuación se resumen algunas pautas a seguir por parte del entrevistador a la hora de llevar a cabo las encuestas:

- Adaptarse al lenguaje que utilizan los encuestados. Las palabras deben ser las de uso familiar y corriente.
- Los entrevistadores cumplirán el requisito de tener conocimiento básico del idioma inglés, en caso de que el entrevistado no conozca algunas palabras en español
- No utilizar palabras ambiguas, a no ser que se explique el sentido que se les quiere dar.
- Mostrar amabilidad en todo momento con el entrevistado.
- Hablarle a los entrevistados con propiedad y educación.
- Cuidar su presentación y aseo personal.



FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA TURISTA INTERNACIONAL	
<b>Universo</b>	Turistas que visitan El Salvador
<b>Unidad de Muestreo</b>	Persona
<b>Muestra</b>	139 personas
<b>Selección</b>	Aleatoria
<b>Herramienta de recolección</b>	Encuesta
<b>Supervisión, Procesamiento e informe</b>	Equipo Estudiantes UES
<b>Fecha de Realización</b>	

*Tabla 58: Ficha técnica de encuesta turista internacional*

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA TURISTA NACIONAL	
<b>Universo</b>	Turistas de San Salvador, Santa Ana, Cuscatlán y la libertad
<b>Unidad de Muestreo</b>	Persona
<b>Muestra</b>	162 personas
<b>Selección</b>	Estratificada, Aleatoria
<b>Herramienta de recolección</b>	Encuesta
<b>Supervisión, Procesamiento e informe</b>	Equipo Estudiantes UES
<b>Fecha de Realización</b>	

*Tabla 59: Ficha técnica de encuesta turista nacional*

## 5.3. ANALISIS DEL FACTOR PRODUCTOS Y SERVICIOS

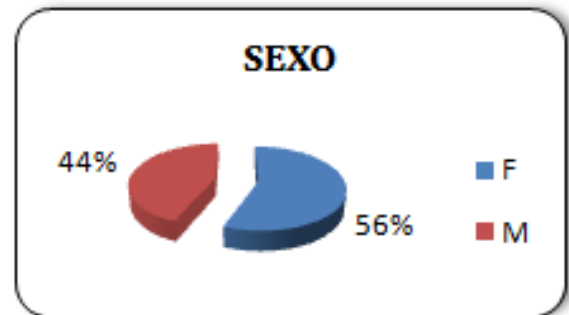
Este factor se analizó a partir de los res obtenidos con los instrumentos de turistas nacionales e internacionales a fin de conocer la demanda potencial de servicios y productos y determinar que la cuota del mercado que se podría cubrir a partir de las estrategias y acciones diseñadas para el plan de Desarrollo Social y Económico del BSE.

### 5.3.1 TURISTA INTERNACIONAL

Sexo

<b>F</b>	<b>78</b>
<b>M</b>	<b>61</b>
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>

Gráfico 77: Porcentaje de turismo por género.



#### 1. ¿Cuál es el rango de Edad en el que se encuentra?

Rangos	Frecuencia
<b>0 - 18</b>	<b>7</b>
<b>18 - 35</b>	<b>56</b>
<b>35 - 50</b>	<b>70</b>
<b>&gt; 50</b>	<b>6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>

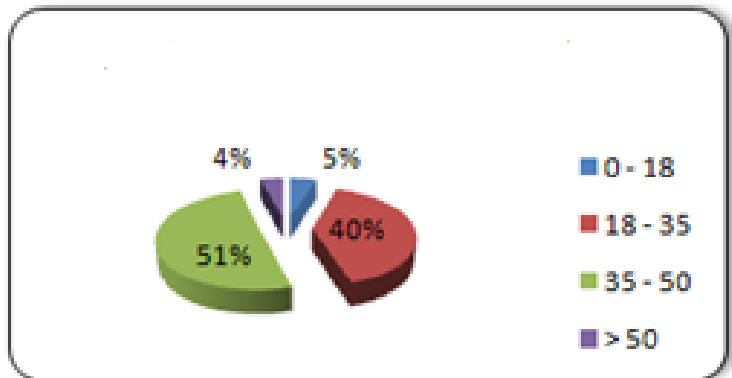


Gráfico 78: Turistas por edad

El mayor rango de edad de los visitantes a El Salvador oscilan en las edades de 35 a 50 años de edad muy probablemente por la cantidad de recursos económicos a los que ya son acreedores a esa edad, seguido muy cercanamente de personas entre los 18 a 35 años de edad que realizan usualmente visitas turísticas a nuestro país especialmente para la recreación.

## 2. ¿Cuál es el país de procedencia?

País	Frecuencia
Estados Unidos	39
Europa	14
Centroamérica	84
Suramérica	2
Otros	0
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>

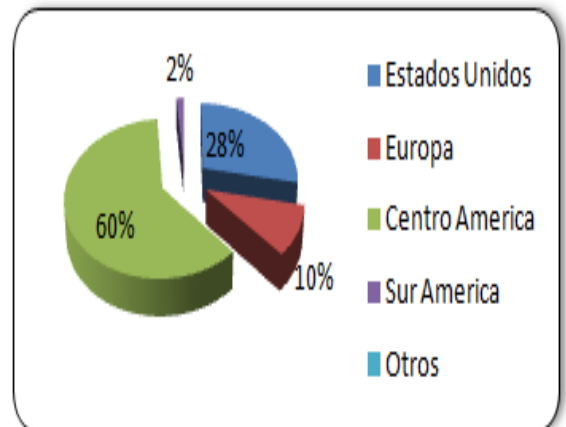


Gráfico 79: País de procedencia turística

De los lugares visitados para el total de encuestas de la muestra la mayor cantidad de visitantes proviene de países vecinos centroamericanos equivalente al 60%, quienes hacen turismo esencialmente de negocios siempre aprovechando la visita para hacer algunas visitas recreativas así mismo una cantidad importante proviene de países Europeos como España, Italia, y Países bajos principalmente, así mismo una parte de los visitantes son de Estados Unidos y en su mayoría compatriotas que han emigrado a dicho país y vienen en la gran mayoría a visitas familiares.

## 3. ¿Cuál es el motivo de su visita al país?

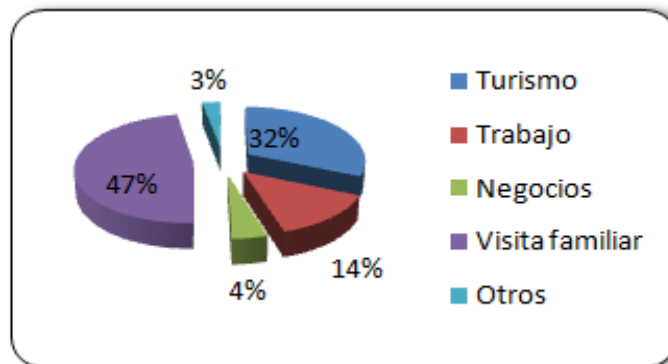


Gráfico 80: Motivos de visita al país.

La principal causa de visita a los entrevistados es la visita familiar quienes provenientes de Estados Unidos y Centroamérica lograron el mayor grado de motivos por el cual viajan al país. Un porcentaje bastante considerable lo posee el turismo que realizan cada uno de los visitantes que vienen específicamente a lugares específicos de recreación y turismo en general. Trabajo y negocios son causas importantes especialmente en la población centroamericana que vienen a realizar negocios con salvadoreños y que en ocasiones tiene doble interés en la visita familiar aprovechando un negocio o trabajo.

**4. ¿Entre sus lugares de destino dentro del país se encuentra la capital de este?**

Pregunta	Respuesta
Si	131
No	8
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>

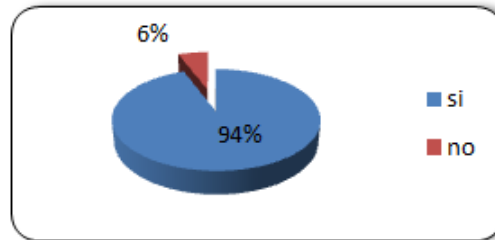


Gráfico 81: San salvador como destino turístico.

En su gran mayoría los visitantes sea el motivo muy variado visitaran la capital en un 94%, lo que estima que 94 de cada 100 turistas visitará San Salvador y 8 de cada 100 visitaran hoteles o lugares específicos fuera de San Salvador y que usualmente vienen establecidos por paquetes.

**5. ¿Cuál es el motivo de su visita a la capital?**

Motivo	Frecuencia
Turismo	19
Trabajo	19
Negocios	6
Visita familiar	66
Compras	122
<b>TOTAL</b>	<b>232</b>

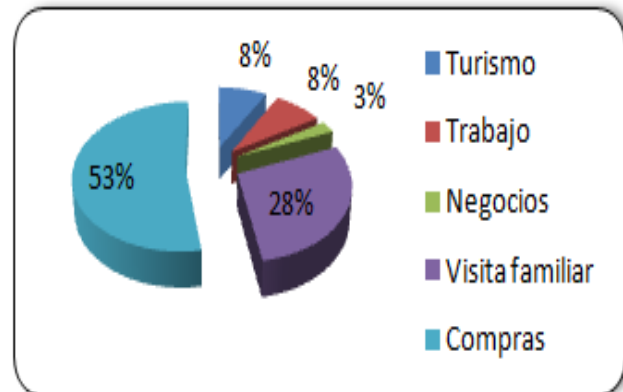


Gráfico 82: Motivos de las visita a San salvador

El principal motivo de visita a la capital son las compras que realizaran en su viaje en la ciudad siendo así que el 53% de los visitantes visitaran San Salvador para comprar desde comidas, lugares nocturno hasta artesanías. 28 de cada 100 visitaran a algún familiar o conocido en la capital y algunos no mayor al 8% visitaran para hacer turismo dentro de ella, trabajo y negocios.

**6. ¿Es la primera ocasión en que visita la capital (San Salvador)?**

Respuesta	Frecuencia
SI	43
NO	96
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>

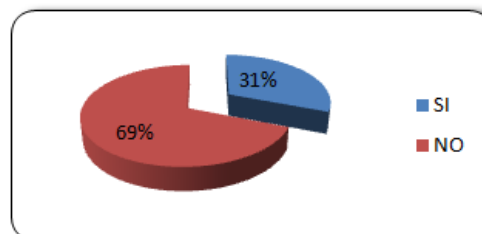


Gráfico 83: San Salvador como primera experiencia en turismo

El 69% de las personas ya ha visitado la capital por diversos motivos y solo 31 de cada 100 no lo ha hecho, lo que da una oportunidad con muchos turistas de no tener malas experiencias haciendo turismo en San Salvador.

7. **¿Volvería usted a visitar la capital?**

Respuesta	Frecuencia
si	96
no	0
<b>Total</b>	<b>96</b>

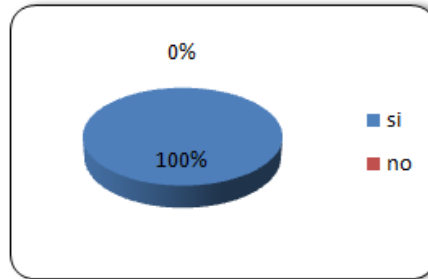


Gráfico 84: Visitas San Salvador

Todos los visitantes que alguna vez han estado en San Salvador sin excepción alguna dijeron estar en a disposición de visitar la capital nuevamente.

8. **¿Sabiendo que existen atractivos turísticos y culturales en el CHSS dentro de la capital, estaría dispuesto a visitarla?**

Respuesta	Frecuencia
si	136
no	3
<b>Total</b>	<b>139</b>

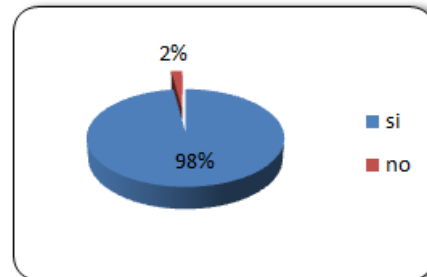


Gráfico 85: Disposición a visitar CHSS

El 98 % de las personas encuestadas afirmaron que estarían en la disposición de visitar el Centro Histórico de San Salvador sabiendo que existen atractivos turísticos y culturales. Es importante destacar que la pregunta estaba destinada al hecho que de existir los atractivos existirán paralelamente las condiciones para realizarlo.

9. **¿Bajo qué condiciones si estaría dispuesto a visitar el CHSS?**

Condición	Frecuencia
seguridad	3
otros	0
<b>Total</b>	<b>3</b>

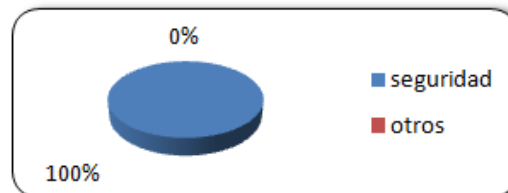


Gráfico 86: Factores condicionantes para Visitas San Salvador

El total de personas que solo equivalen al 2% de la pregunta anterior manifestaron tener disposición de visitar siempre y cuando la seguridad fuera de mucha garantía para ellos.

10. **¿Qué tradiciones religiosas o patrimonios culturales conoce o le gustaría conocer?**

<b>Patrimonios</b>	<b>Conoce</b>	<b>Le gustaría conocer</b>
<b>Monumentos Históricos</b>	4	124
<b>Museos</b>	0	32
<b>Iglesias</b>	13	121
<b>Plazas</b>	22	11
<b>Casas Coloniales</b>	0	44
<b>Procesiones</b>	3	130
<b>Actos Cívicos</b>	0	0
<b>Actos Religiosos</b>	0	56
<b>TOTAL</b>	42	518

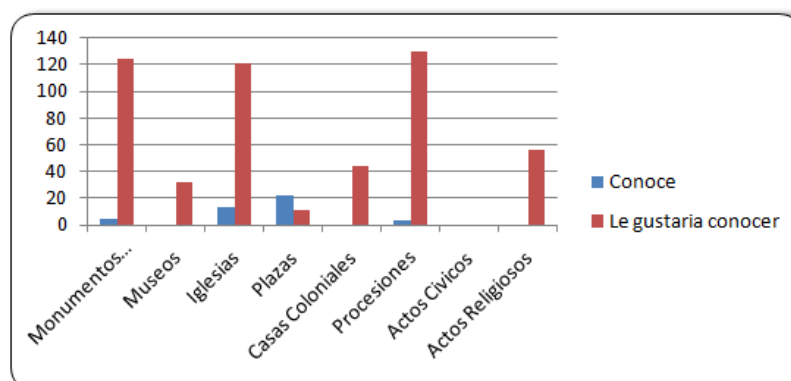


Gráfico 87: Patrimonios que le gustaría conocer

El interés por conocer diversas culturas es muy importante para los turistas internacionales y se demuestra en el hecho que 130 personas de 139 están interesados en visitar procesiones o expresiones culturales de esta índole lo cual equivale a un 94% de los visitantes. Así mismo el interés por conocer monumentos e iglesias es bastante alto con un 89% y un 87% respectivamente, lo cual muestra nuevamente el interés de los visitantes por conocer más de los valores culturales salvadoreños. El porcentaje menor es el rubro de casas coloniales y museos que tienen algún interés pero frente a los demás es relativamente bajo.

11. **¿Horario al que le gustaría que se realizaran las visitas turísticas?**

Horario	Frecuencia
Mañana	123
Tarde	115
Noche	19
No es importante	0
<b>Total</b>	<b>257</b>

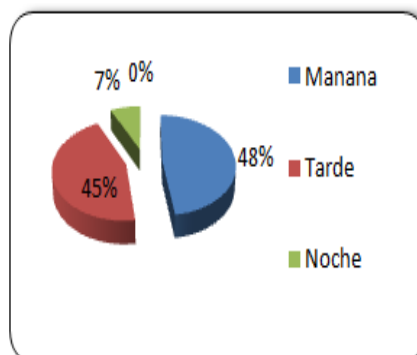


Gráfico 88: Horario de Visitas Turísticas

Los visitantes prefieren los horarios diurnos para hacer una visita de esta índole, dando como resultados que 48 de cada 100 visitantes preferiría hacer su visita en turno matutino y 45 en turno vespertino. Esto tiene relación con el hecho que la edad promedio de visitantes son personas mayores a los 35 años en el cual las visitas nocturnas a este tipo de atractivos no resulta de su interés. Con un porcentaje bajo pero con oportunidad de desarrollar esta el turismo nocturno con un 7% de las personas que harían su viaje después de las 6 de la tarde.

12. **¿Duración del tiempo de su visita al CHSS?**

Duración	Frecuencia
2 horas	14
4 horas	125
1 día	0
Más de un día	0
Otros	0
<b>Total</b>	<b>139</b>

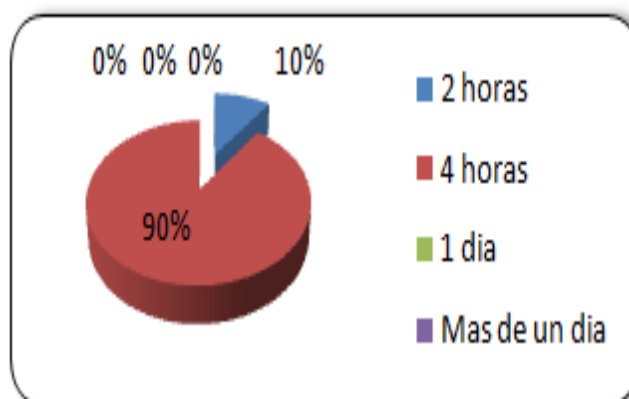


Gráfico 89: Tiempo de Duración de Visitas Turísticas

Con claridad el tiempo máximo de visita para atractivos turístico culturales es de 4 horas independientemente sea turno matutino o vespertino. Con este dato podemos apreciar que las rutas turísticas no deberán sobrepasar este límite de tiempo para el interés de las personas visitantes. Cabe destacar que ninguno de los visitantes está interesado en pasar ahí un día completo expresando fuera de la pregunta que probablemente lo harían después de haber visitado al menos una vez el lugar.

13. **¿Época del año en que le gustaría realizar la visita?** (Puede marcar más de una opción)

Época	Frecuencia
Enero - Abril	55
Mayo - Julio	23
Agosto - Octubre	44
Noviembre - Diciembre	17
<b>Total</b>	<b>139</b>

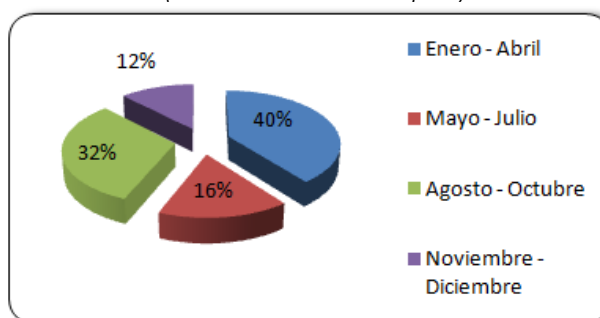


Gráfico 90: Época del año de Visitas Turísticas

El dato más relevante es que el 40% de los entrevistados afirmó querer hacer una visita de este tipo entre los meses de enero a abril sin coincidir con las temporadas altas de visitas internacionales. Cabe destacar que los índices de ingresos al país se incrementan por visitas familiares en las temporadas altas y quizás debido a eso manifestaron hacerlo en esa época. Así mismo la temporada de final de invierno fue bien vista por los encuestados llegando así a un 32% de interesados. La época navideña está descartada como opción de trascendencia para hacer este tipo de visitas.

14. **¿Cuánto está dispuesto a pagar por el paseo turístico?**

Cantidad	Frecuencia
\$5	0
\$5 - \$10	0
\$ 10 - \$20	99
\$ 20 - \$50	35
más de \$ 50	5
<b>Total</b>	<b>139</b>

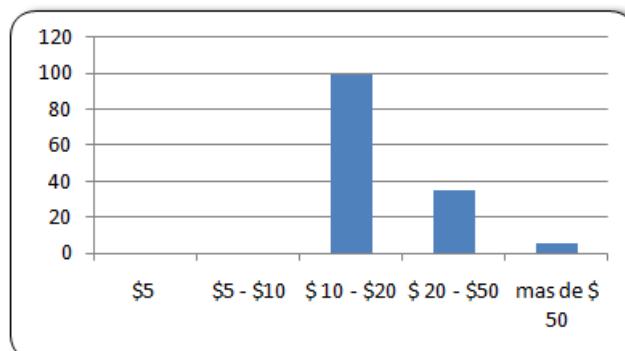


Gráfico 91: Gasto por paseo Turísticos

15. **Tomando en cuenta el precio que estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico cultural, ¿Qué le gustaría que este incluyera?**

Elemento	Frecuencia
Hotel	3
Transporte	113
Comida	21
Otros paquetes Turísticos	2
<b>Total</b>	<b>139</b>

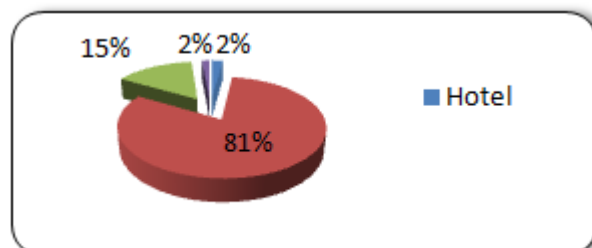


Gráfico 92: Paquete turístico



Los turistas están en pagar un promedio de 10 a 20 dólares siempre y cuando este incluya el transporte de ida y regreso así como al menos un tiempo de comida mientras realizan la visita. Este dato es de mucha relevancia ya que establece con claridad el promedio de disposición de gasto de cada turista internacional en la visita independientemente de que la visita sea a través de un paquete turístico de de manera individual

**16. ¿Forma de transporte que le gustaría en su visita?**

Transporte	Frecuencia
Carro	25
Microbus	61
Bus	53
Otros	0
<b>Total</b>	<b>139</b>

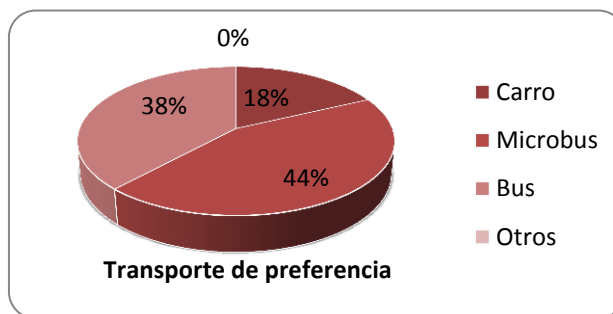


Gráfico 93: Transporte de Visitas Turísticas

Según la encuesta realizada 61 de cada 100 personas está interesada en realizar su viaje en un microbús propio o alquilado y solo 25 de cada 100 lo haría en un automóvil (privado) para viajar con sus acompañantes. El 53% afirmó estar dispuesto a hacerlo en autobús debido a la facilidad de llegar directamente al lugar de interés. Es importante destacar que dentro de las encuestas realizadas 3 turistas manifestaron conocer el hecho de la quema del microbús con personas dentro de este en los meses pasados.

**17. ¿Formas de pago con las que desearía cancelar?**

Forma	Frecuencia
Efectivo	125
Tarjeta de crédito	14
<b>Total</b>	<b>139</b>

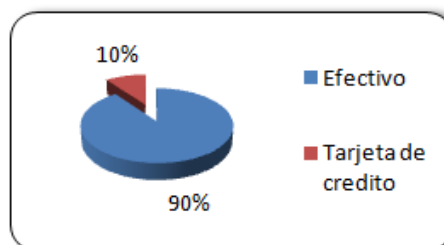


Gráfico 94: Formas de pago de Visitas Turísticas

El 90% de los encuestados manifestó querer hacer sus pagos en efectivo dentro del viaje lo que es de gran beneficio para el turismo en la medida que hay mayor flujo de efectivo en la caja y que es básico para el inicio de una propuesta comercial. El acceso a las tarjetas de crédito tiene un dato bastante relevante por lo cual existirá la necesidad de habilitar este servicio.

18. ¿Por qué medios de comunicación se da cuenta de los paquetes turísticos?

Medio	Frecuencia
internet	63
agencia de viaje	37
tv	39
otros	0
<b>total</b>	<b>139</b>

Más del 70% ubica su medio de comunicación frecuente entre la televisión y el internet, el 27% recibe información de paquetes turísticos a través de agencias de viajes y nadie de los encuestados

expreso tener algún otro medio de comunicación para este tipo de información, esta información es

básica a tomar en cuenta para la elaboración de estrategias en cuanto a publicidad.

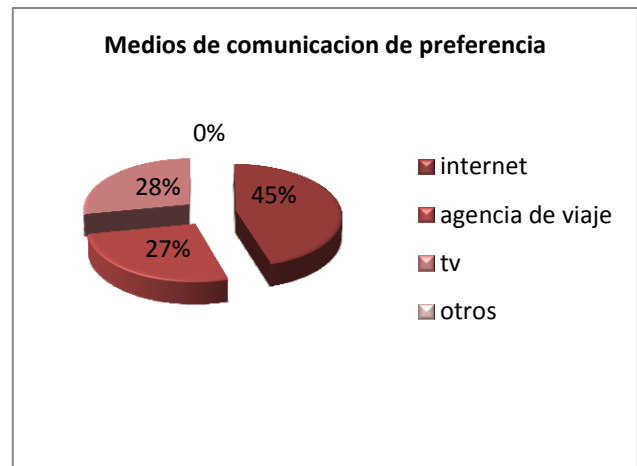


Gráfico 95: Medios de comunicación de preferencia

19. ¿Qué formas de promoción le gustaría encontrar?

formas	Frecuencia
descuentos	104
regalos	32
dos por uno	1
todo incluido	2
<b>Total</b>	<b>139</b>

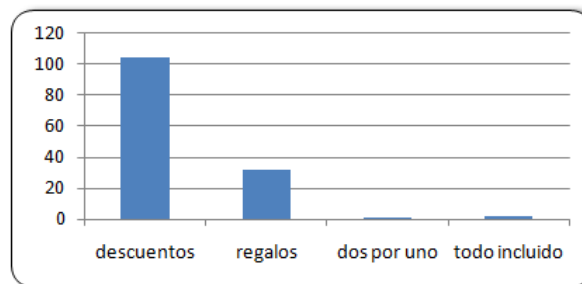


Gráfico 96: Formas de promoción

A los turistas les interesan los descuentos en sus viajes ya que el efectivo es lo que más valoran en su oportunidad de contar con lo más que puedan para aprovechar más sus visitas. Dentro de las promociones y estrategias de mercado deberá establecerse una forma de que el turista perciba los descuentos dentro de su visita que favorezcan su bolsillo.

20. ¿Ha tenido experiencias similares en otros países?

Respuesta	Frecuencia
Si	94
No	45
<b>Total</b>	<b>139</b>

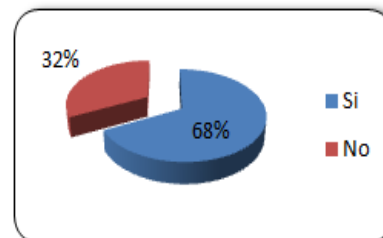


Gráfico 97: Experiencia similares de visitas turísticas a otros países

**21. ¿En qué país ha sido su experiencia?**

País	Frecuencia
<b>Estados Unidos</b>	76
<b>Europa</b>	54
<b>Centroamérica</b>	12
<b>Suramérica</b>	9
<b>Otros</b>	4
<b>TOTAL</b>	155

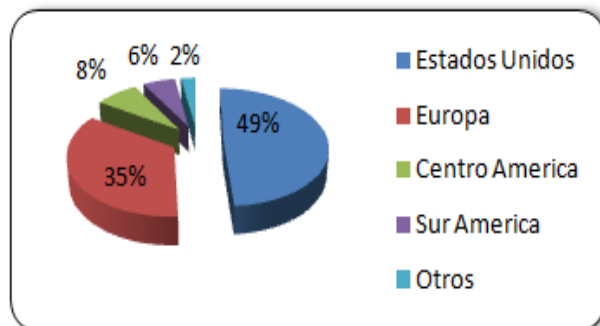


Gráfico 98: País de Experiencia similares de visitas turísticas

De las personas entrevistadas 68% han tenido experiencias similares en otros países en su mayoría en Estados Unidos y Europa que presentan gran riqueza cultural para el mundo turístico entero.

**22. ¿Pagó por algún paquete turístico?**

Respuesta	Frecuencia
<b>Si</b>	76
<b>No</b>	18
<b>Total</b>	94

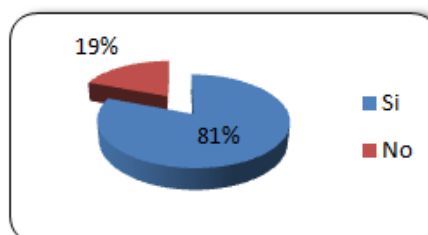


Gráfico 99: Pago de paquete turístico

El 81% de los encuestados ha pagado por paquetes turísticos en distintos países, lo cual indica que las personas prefieren la comodidad de pagar un paquete que incluya los elementos básicos para una visita turística que visitar el lugar e ir comprando los servicios o productos que vayan necesitando.

23. ¿Qué precio tenía el paquete turístico?

Precio	Frecuencia
\$5	0
\$5 - \$10	0
\$ 10 - \$20	21
\$ 20 - \$50	35
más de \$ 50	23
<b>Total</b>	<b>79</b>

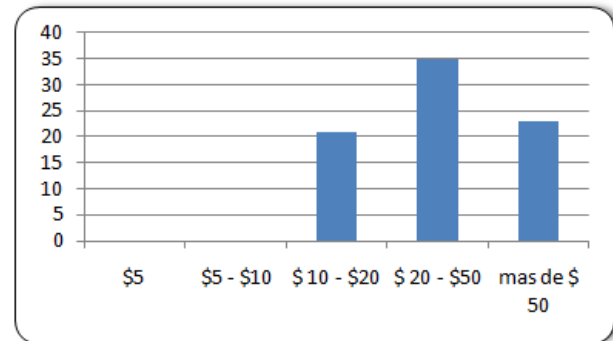


Gráfico 100: Precio de paquete turístico

Del total de personas que han pagado un paquete turístico el 44% ha cancelado entre \$20 y \$50 por un viaje similar, lo que orienta al precio promedio en que el paquete turístico podría realizarse para visitar el centro histórico de San Salvador.

24. ¿Qué incluía el paquete Turístico

Elemento	Frecuencia
Hotel	12
Transporte	79
Comida	31
Recuerdo	9
<b>Total</b>	<b>131</b>

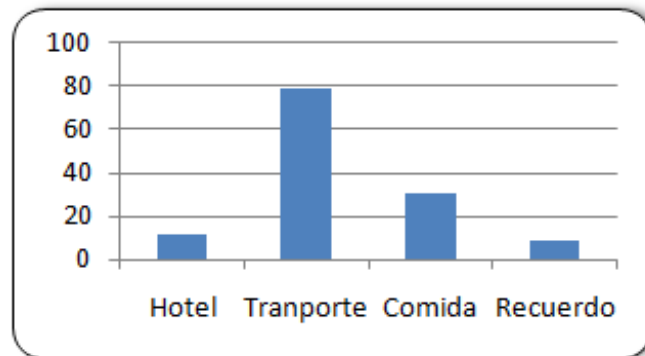
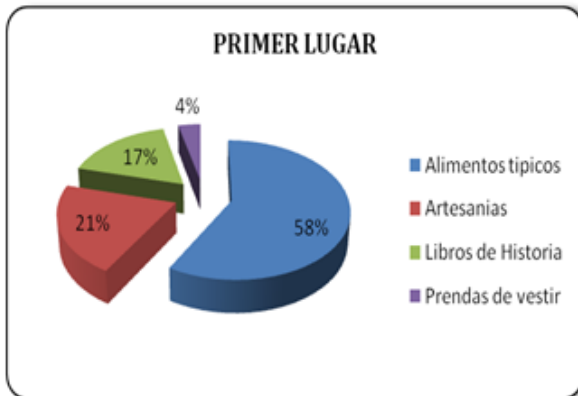


Gráfico 101: Elementos que incluyen un paquete turístico

## Encuesta sobre Productos

¿Qué le gustaría compra en su visita?



El 58% de los encuestada le gustaria compara en su visita como prioridad alimentos tipicos y el 21% prioriza las artesanias, dejando un porcentaje muy bajo que priorizen las prendas de vestir y libros de historia

Ninguno priorizo la opcion otros

Gráfico 102: Primer lugar de producto de compra en visita turística

Con este grafico se puede observar que las artesanías está ubican en el primer, con 53%.

El 27% ubica en segundo lugar los alimentos típicos y libros de historia en tercer lugar con un 13% y en cuarto lugar prendas de vestir con un 7%.

Ninguno priorizo la opcion otros.

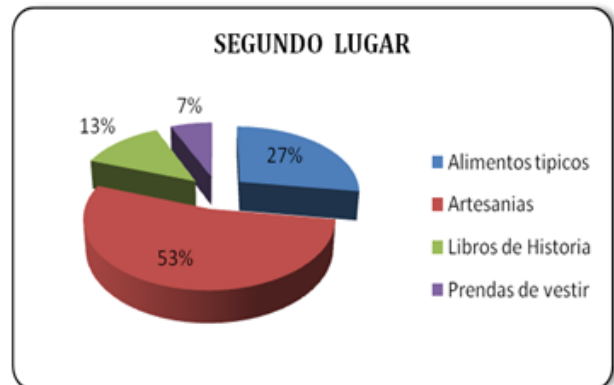
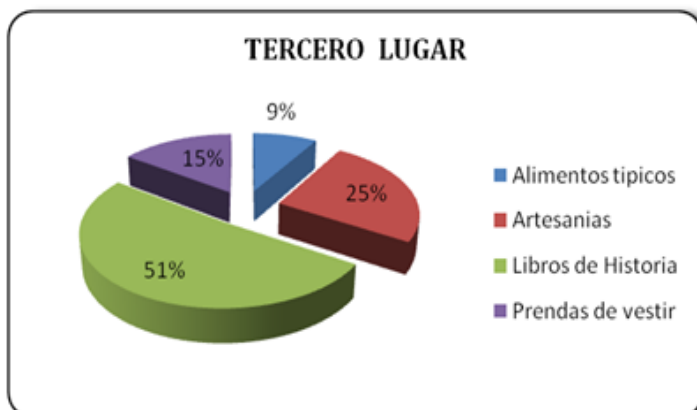


Gráfico 103: Segundo lugar de producto de compra en visita turística



El 51% de los encuestados coincide en ubicar los libros de historia en primer lugar en la priorización de lo que les gustaría comprar. El 25% ubica las artesanías en segundo lugar lugar. El 15% ubica en tercer lugar las prendas de vestir y con un 9% en cuarto lugar alimentos típicos.

Gráfico 104: Tercer lugar de producto de compra en visita turística

El 75% de los encuestados ubica en primer lugar en orden de prioridad las prendas de vestir, libros de historia (18%), alimentos típicos (6%), y las artesanías (1%).

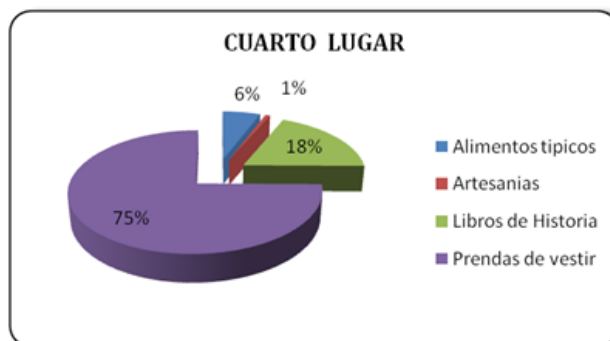


Gráfico 105: Cuarto lugar de producto de compra en visita turística

¿Qué tipo de artesanías le gustaría encontrar en su visita?

Pregunta 2.	Frecuencia
Ropa	46
Recuerdos	53
Llaveros	42
Postales	57
Otros	51



Gráfico 106: Tipo de Artesanías que le gustaría comprar

Al preguntar a los entrevistados que tipo de artesanía le gustaría encontrar en su visita se obtuvo que el 22% de los entrevistados les gustaría recuerdos como (adornos para mesa, pared, entre otros); con un 19% se encuentran las ropa como camisas del lugar visitado, el 17% llaveros, el 23% postales y 21% otros.

¿Le gustaría degustar productos alimenticios típicos?

Pregunta 3.	Frecuencia
SI	131
NO	8



Gráfico 107: Alimentos típicos

Al preguntar a los entrevistados si les gustaría degustar productos alimenticios típicos en su visita el 94% de los entrevistados dijeron que SI ya que esto daría más realce a lo cultural del país con la comida típica a la venta y solo el 6% no le gustaría degustar productos típicos porque no le gustan o por no comer cosas fuera de sus casa

**¿Entre los productos alimenticios típicos cuales le gustaría que se vendieran?**

Pregunta 4.	Frecuencia
Pupusas	101
Tamales	33
Empanadas	49
Yuca	46
Pasteles	29
Atol	62
Riguas	65
Enchiladas	69
Otros	9
Pupusas	101

El producto de preferencia entre los turistas internacionales son las pupusas lo cual se puede atribuir a que es uno de los productos más representativos de nuestro país por lo cual es al que se le hace mayor promoción ante los turistas.

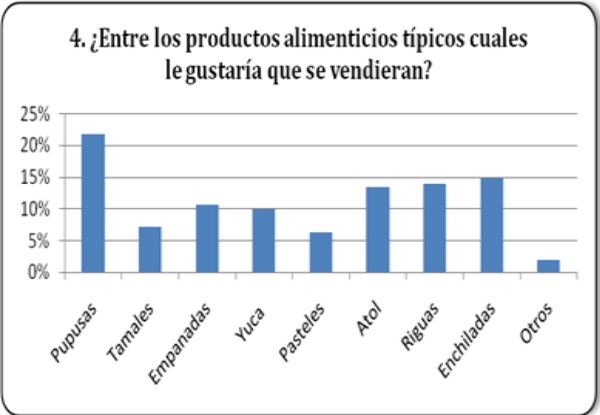


Gráfico 108: Tipo de alimentos típicos demandamos

¿Sabiendo que el chocolate posee un significado histórico o cultural dentro del BSE, ¿le gustaría encontrar productos a base este?

Pregunta 5.	Frecuencia
SI	108
NO	5
NOSE	9
ME ES INDIFERENTE	17



Gráfico 109: Demanda del chocolate con significado histórico

Al preguntar a los entrevistados si les gustaría encontrar productos a base de chocolate el 78% de los entrevistados dijeron que SI ya que les gusta mucho el chocolate, solo el 4% no les gusta los productos derivados de chocolate y al 12% le es indiferente que tenga relación histórico cultural con que se venda productos a base de este.

¿Entre los productos se muestran a continuación cuales le gustaría comprar? (Puede marcar más de una opción)

Pregunta 6.	Frecuencia
Barra de chocolate	85
Chocolate bebida	93
Polvo de chocolate	78
Otros	9

Al preguntar a los entrevistados si les gustaría encontrar productos a base de chocolate él en que formas les gustaría encontrarlos el 32% de los entrevistados prefieren las barras de chocolate con 35% prefieren las bebidas de chocolate y solo el 30% el polvo para chocolate.



Gráfico 110: Formas de venta del chocolate



### 5.3.2 TURISTA NACIONAL

La encuesta de turistas nacionales va dirigida un representante por familia de 3 diferentes departamentos que pertenecen a hogares considerados no pobres y con cierto nivel cultural.

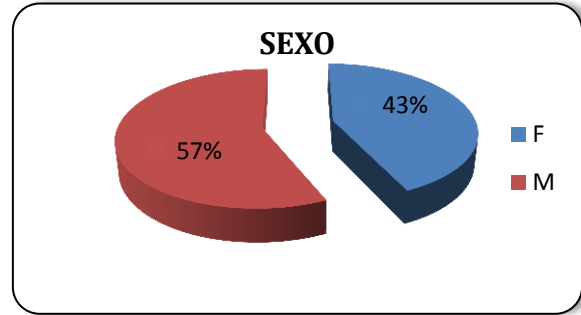


Gráfico 111: Genero del turista Nacional

Del total de personas encuestadas se obtuvo el 57% de género masculino y 43% femenino, de los cuales el 76% es mayor de 35 años, y el 24% son de 35 años o menos. El 46% están entre un rango de edades de 35 y 50 años. Esta información es relevante en términos de publicidad, ya que se tendrá el perfil de las personas a quienes ésta deberá ir dirigida.

Pregunta 1.	Porcentaje
0 - 18	3%
18 - 35	21%
35 - 50	46%
> 50	30%

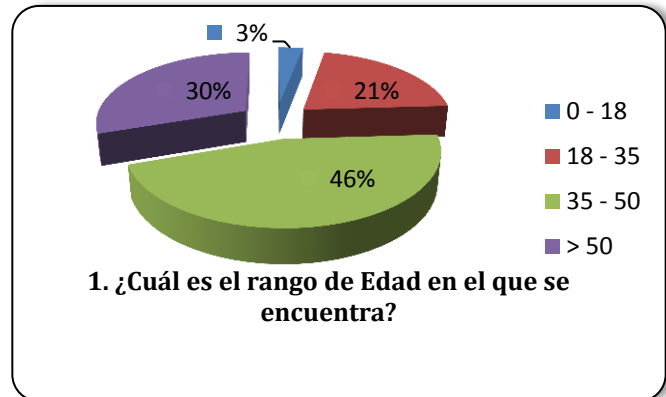


Gráfico 112: Edad del turista Nacional

#### ¿En qué Departamento reside?

San Salvador	101
Libertad	34
Santa Ana	21
Cuscatlán	6
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>

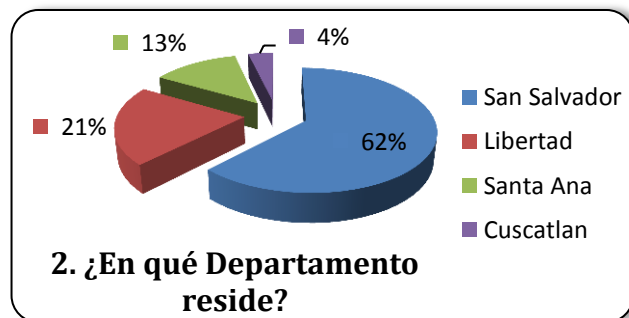


Gráfico 113: Departamentos donde reside el turista Nacional

El porcentaje de encuestas realizadas por municipio, dio como resultado que el 62% es del departamento de San salvador, 21% de la libertad, 13% Santa Ana, 4% Cuscatlán.

### ¿Ha visitado el CHSS?

<b>SI</b>	<b>61</b>
<b>NO</b>	101
<b>TOTAL</b>	162

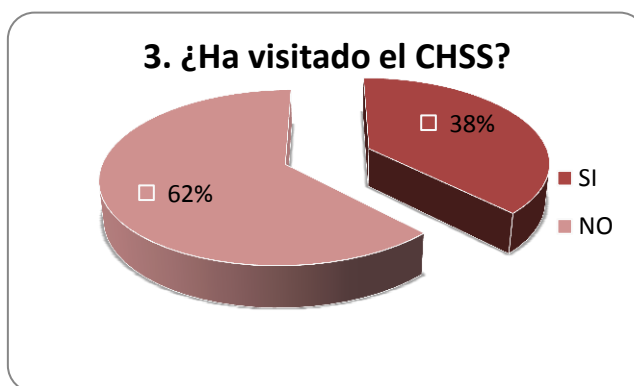


Gráfico 114: Porcentaje de visitas al CHSS

Del total de personas encuestadas el 63% no ha visitado el CHSS y entre las razones mencionadas están el no tener conocimiento de ningún atractivo que lo motive a visitarlo, la inseguridad y la percepción de que los atractivos que puedan existir se encuentran muy deteriorados.

Por otro lado el 37% afirmó haber visitado el CHSS en alguna ocasión, de este porcentaje representativo se buscó conocer los detalles que los habían motivado para su visita obteniendo las siguientes razones:

- Turismo
- Estudios
- Trabajo
- Negocios
- Visita Familiar

### ¿Cuál ha sido el motivo de su visita al CHSS?

<b>Turismo</b>	<b>25</b>
<b>Estudios</b>	2
<b>Trabajo</b>	8
<b>Negocios</b>	22
<b>Visita familiar</b>	4
<b>Otros</b>	0
<b>TOTAL</b>	61

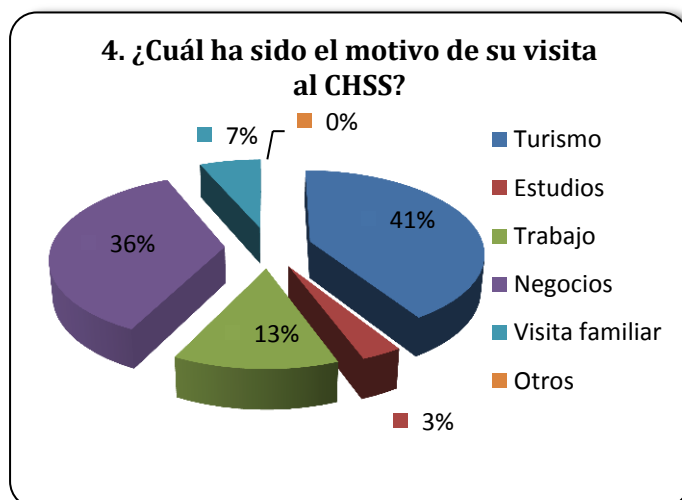


Gráfico 115: Motivos de visitas al CHSS

La mayor parte de los encuestados expresó haber visitado el CHSS por negocios o trabajo, con un 37% y 14% respectivamente. El 32% lo ha visitado por turismo, dentro de este porcentaje la mayoría coincidió en haberlo visitado por turismo religioso, ya que han visitado el CHSS por sus tradiciones en épocas de Semana Santa e incluso en las fiestas agustinas. El 7% expresó visitar el CHSS debido a familiares que habitan en la zona y el 3% por estudios que realizan en la misma.

### ¿Volvería usted a visitar la capital?

<b>SI</b>	<b>55</b>
<b>NO</b>	<b>6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>

Basados en sus experiencias anteriores de visita por diferentes causas al CHSS el 93% expreso estar dispuesto a volver a visitarlo mientras que únicamente el 7% expreso negación ante la posibilidad de regresar debido a la inseguridad o no tener motivación para volver a visitarlo.

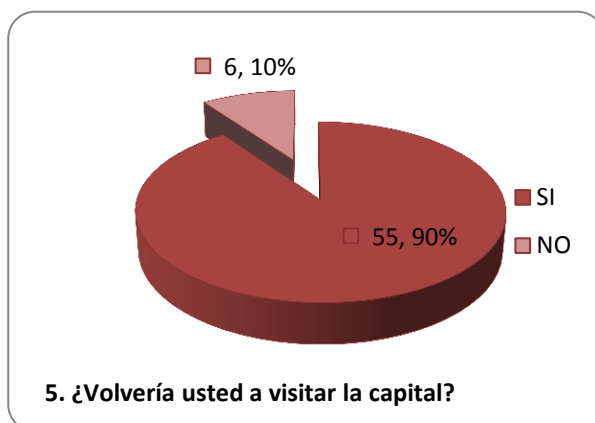


Gráfico 116: Volvería a visitar la capital

Estos porcentajes indican que tras visitar el CHSS las personas no se van con una mala percepción de acuerdo a sus motivos de visita ya que la mayoría estaría dispuesta a regresar.

### ¿Sabiendo que existen atractivos turísticos y culturales en el CHSS dentro de la capital, estaría dispuesto a visitarla?

<b>SI</b>	<b>99</b>
<b>NO</b>	<b>8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>

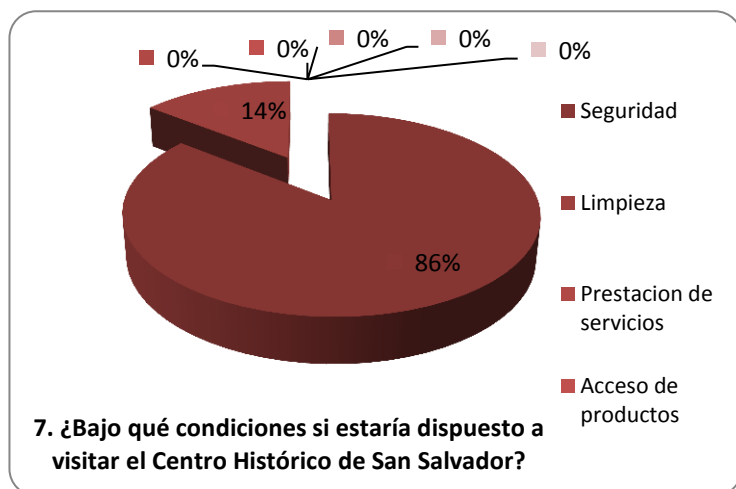
Tratando de motivar al 10% que expreso no tener interés en volver a visitar el CHSS y al 62% que expreso no haberlo visitado se expuso la posibilidad de existir atractivos turísticos en el CHSS para saber si en esas circunstancias si estarían dispuestos a visitarlo o a regresar al mismo, obteniendo que el 94% si estaría dispuesto bajo esas circunstancias mientras que para el 6% esa condición les seria indiferente y de igual manera no estarían dispuestos a regresar o a visitarlo por primera vez.



Gráfico 117: Disposición a Visitar CHSS por atractivos turísticos

### ¿Bajo qué condiciones si estaría dispuesto a visitar el Centro Histórico de San Salvador?

Se encontraron 2 elementos relevantes para motivar a las personas a visitar el CHSS las cuales son Seguridad (34%) y la existencia de atractivos turísticos (32%), entre otros elementos señalados por las personas para visitar el lugar están la limpieza (16%), prestación de servicios (10%), Acceso a productos (7%), y únicamente el 2% expreso que bajo ninguna circunstancia lo visitarían.



Condición	Frecuencia
Seguridad	12
Limpieza	2
Prestación de servicios	0
Acceso de productos	0
Existencia de atractivos turísticos	0
Ningunos	0
Otros	0
<b>Total</b>	<b>14</b>

Gráfico 118: Condiciones para visitas al CHSS

### ¿Cuáles de estos atractivos turísticos le gustaría visitar?

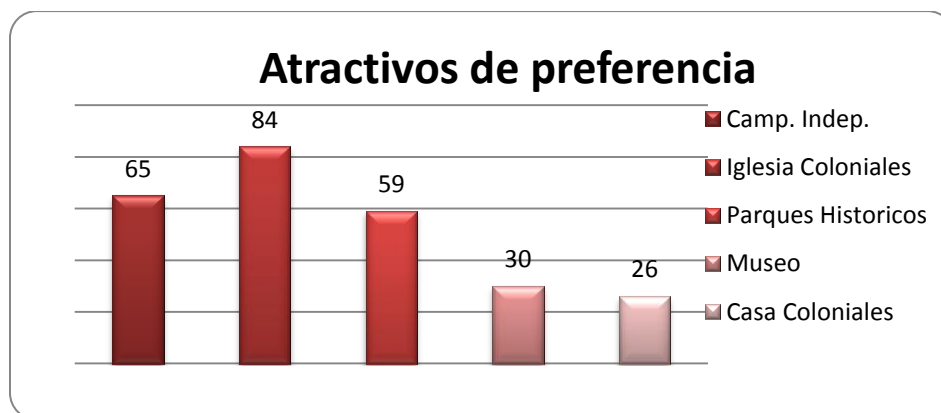


Gráfico 119: Atractivos turísticos de preferencia

A las personas que expresaron motivación por visitar el CHSS con la existencia de atractivos turísticos, se les expuso una serie de opciones para determinar el interés que podrían tener ante los diferentes atractivos existentes, esto dio como resultado que las iglesias coloniales y el campanario de la Independencia son los que se les debe de dar mayor énfasis en cuanto a mantenimiento e inclusión en los recorridos que se le podrían brindar a los turistas así como hacer de su conocimiento por qué estos sitios son considerados patrimonio histórico de nuestro país.

### ¿Conoce o le gustaría conocer las tradiciones religiosas o patrimonios culturales del CHSS?

Entre las personas que si han visitado el CHSS el 23% expreso conocer algunas tradiciones religiosas o patrimonios culturales de este, el 75% está interesado en conocerlas y al 2% le es indiferente.

De los que si conocen algunas de estas tradiciones o patrimonio se trató de identificar cuáles son los de mayor conocimiento de las personas, obteniendo los siguientes resultados:



Gráfico 120: Tradiciones religiosas que le gustaría conocer

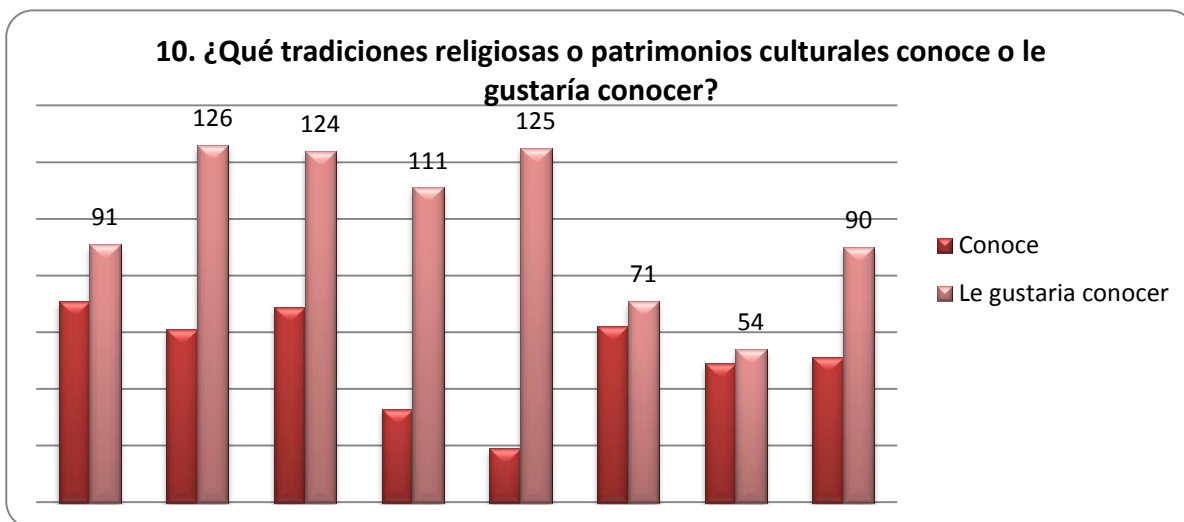


Gráfico 121: Patrimonios culturales que le gustaría conocer

Entre las tradiciones o patrimonios más conocidos están Iglesias y monumentos del CHSS, iglesias y tradiciones religiosas, De igual manera están entre los que la gente que aún no conoce expreso mayor interés en querer conocer.

**¿Horario al que le gustaría que se realizaran las visitas turísticas? (Puede marcar más de una opción)**

Los horarios de preferencia para visitar lugares turísticos se ubican en las horas de la mañana, para el 8% es indiferente, y el 45% preferiría realizar estas visitas entre la tarde y noche, cabe recalcar que casi el 100% que expreso preferir el horario matutino también coincidió en que estas visitas deberían realizarse durante los fines de semana.

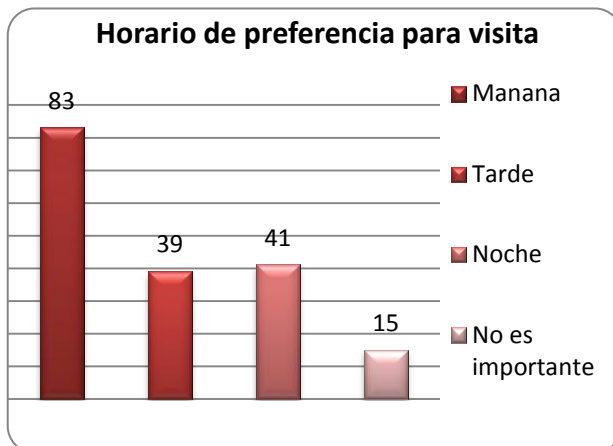


Gráfico 122: Horario de visitas turísticas TN

**¿Le gustaría que su visita fuera parte de otro paquete turístico?**

Las propuestas anteriores pueden ser parte de un paquete que incluya una visita al CHSS en la zona del BSE, con el fin de ofrecerle al turista una mayor variedad de lugares que visitar y tradiciones o patrimonio por conocer, lo cual puede resultar como una estrategia eficiente para la atracción de más turistas.

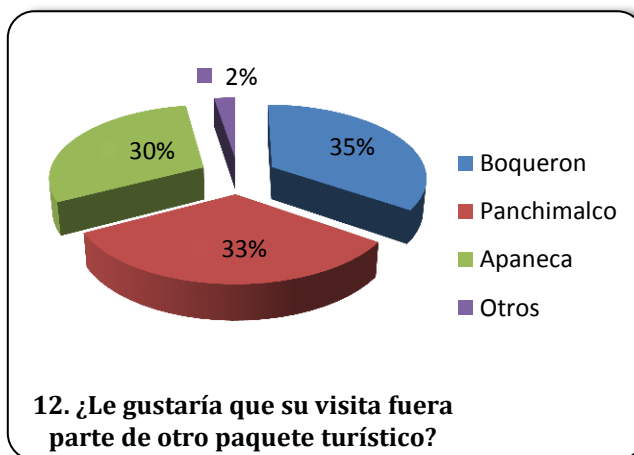


Gráfico 123: Paquetes turísticos complementarios

**¿Cuánto tiempo le gustaría que dure su visita?**

Se puede atribuir a que las personas encuestadas son habitantes del país, no gustan de una visita con un día de duración o más, el 56% expreso que el tiempo de duración de su visita, les agradaría fuera de 4 horas, al 16% le agradaría que durara 6 horas y al 10% le agradaría fuera de 2 horas.

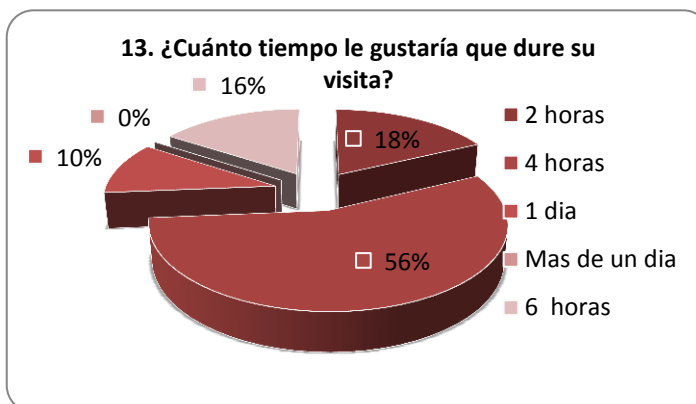


Gráfico 124: Tiempo de duración de la visita turística TN

### Época del año en que le gustaría realizar la visita? (Puede marcar más de una opción)

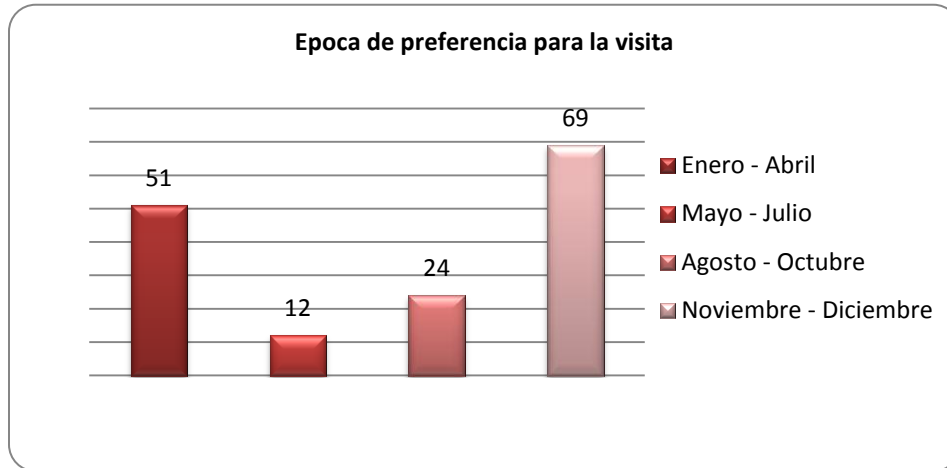


Gráfico 125: Épocas de año de visita turística

Los meses de mayor preferencia para realizar las visitas al CHSS son noviembre y Diciembre o entre enero y abril, se puede decir que a las personas les agrada visitar este lugar en épocas en las que se llevan a cabo ciertas tradiciones religiosas tales como semana santa y las de la época navideña, esto es importante para determinar en qué épocas sea posible tener que enfrentar una mayor demanda.

### ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paseo turístico?

Los turistas nacionales potenciales están dispuestos a pagar entre \$5 y \$20 por un paquete turístico en el CHSS, esto se debe asociar a la duración que esperan tenga la visita así como los elementos que esperarían incluya el paquete. Menos del 20% estarían dispuestos a pagar más de 20\$ por un paquete turístico en esta zona y menos del 10% estaría dispuesto a pagar más de \$50.

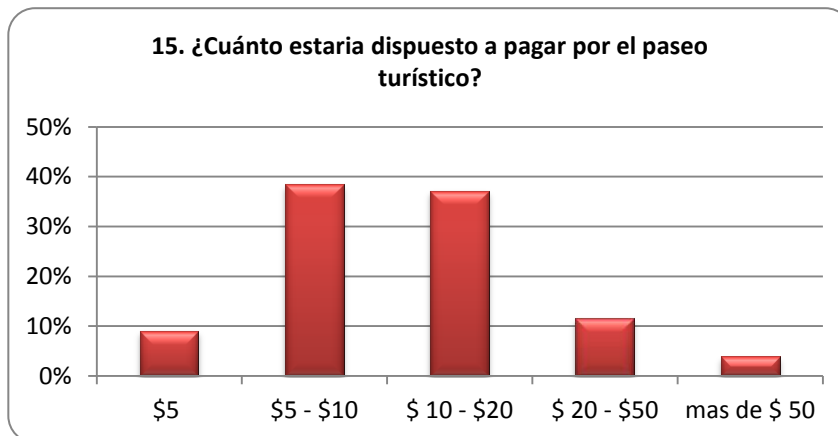


Gráfico 126: Cantidad dispuesta a pagar por paseo turístico

### ¿Forma de transporte que le gustaría en su visita?

Respecto a la forma de transporte que les gustaría a los turistas en su visita se obtuvo que más del 60% prefiere un microbús en su mayoría debido al grupo reducido de personas con quienes viajaría pensando en la comodidad, los que preferirían realizar la visita en carro particular representan menos del 10%; cabe recalcar que el porcentaje que prefiere bus o microbús en gran parte lo prefiere así por motivos económicos y de seguridad.

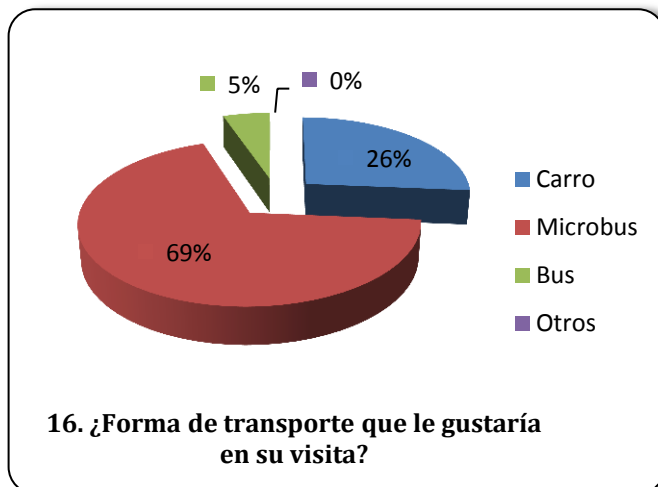


Gráfico 127: Formas de transporte

### ¿Tomando en cuenta el precio que estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico cultural, ¿Qué le gustaría que este incluyera ?

Casi el 60% coincide en que le gustaría que de existir un paquete turístico en la zona del CHSS, éste debería de incluir el transporte teniendo puntos de partida cómodos para los visitantes. El 25% coincide en que este paquete debería incluir la visita a otro lugar turístico, para lo cual se puede considerar los lugares existentes entre el punto de partida y el CHSS ya que de esa manera no sería muy complicado satisfacer ese deseo a los consumidores y podría generar mayores ingresos, únicamente el 8% le agrada que incluya hotel, esto puede estar muy relacionado a que la cantidad de personas que esperan una visita de más de un día es mínima. Por otro lado el 10% expreso que le agrada que estuvieran incluidos los alimentos, y entre las personas para quienes los alimentos no deberían ser parte del paquete mencionaron que se debía a que prefieren escoger sus alimentos a consumir.

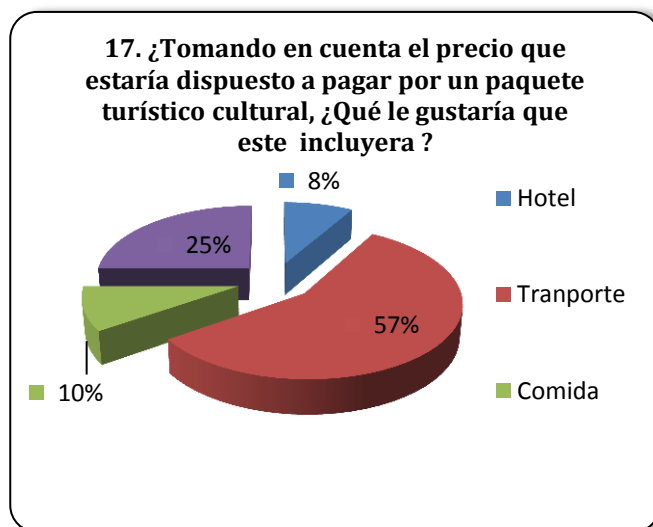


Gráfico 128: Elementos que componen el paquete



**¿Ha tenido experiencias similares en otros lugares dentro o fuera del país?  
¿En qué país ha sido su experiencia?**

Solo el 43% de los entrevistados expreso haber tenido una experiencia similar a la planteada en el instrumento ya sea dentro o fuera del país, mientras que el 57% no tiene experiencias similares.

Del 43% que si la posee se trató de identificar el país de origen de su experiencia, obteniendo que Guatemala y honduras son los más visitados, mientras que las visitas similares dentro del país no superan el 40%. Esto indica que un proyecto que impulse el turismo interno puede ser muy beneficioso para el desarrollo económico de nuestro país.

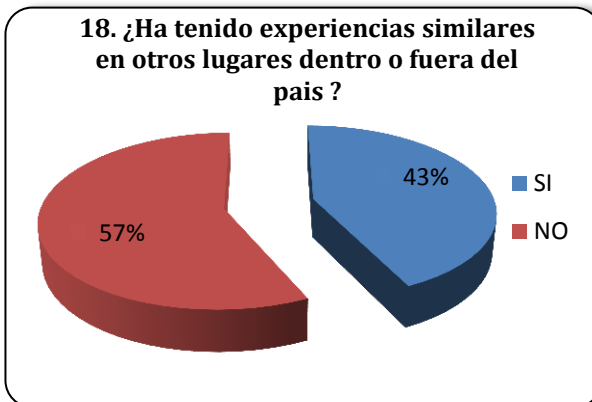


Gráfico 129: Experiencia similares de turismo

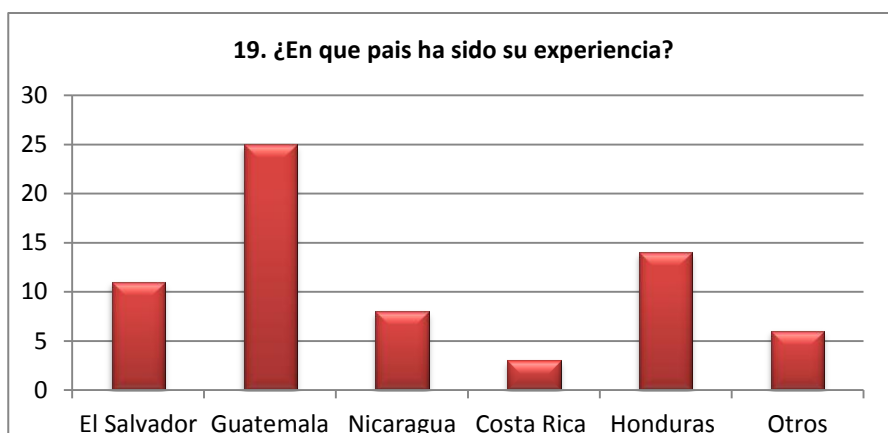


Gráfico 130: Países de Experiencia similares de turismo

**¿Pago por algún paquete turístico o servicio similar durante su visita?**

El 78% de los que expresaron haber tenido experiencias similares menciona que sus visitas las ha realizado a través de su participación en algunas paquetes turísticos sobre los cuales también se tratado de identificar el pago que habían realizado por este y que servicios había obtenido a cambio de ello.

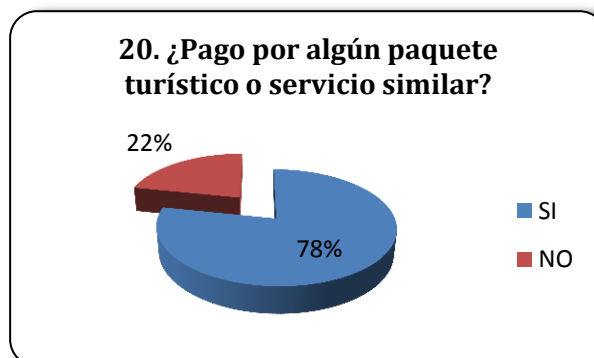


Gráfico 131: Pago de paquete turístico

Obteniendo que el pago en su mayoría se encontrara entre \$20 y \$30, el porcentaje que pago entre \$30 y 50% es inferior al 30%

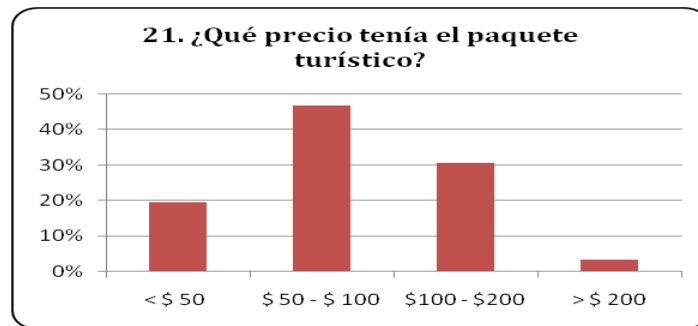


Gráfico 132: Precio del paquete turístico TN

**¿Qué incluía el paquete Turístico?**

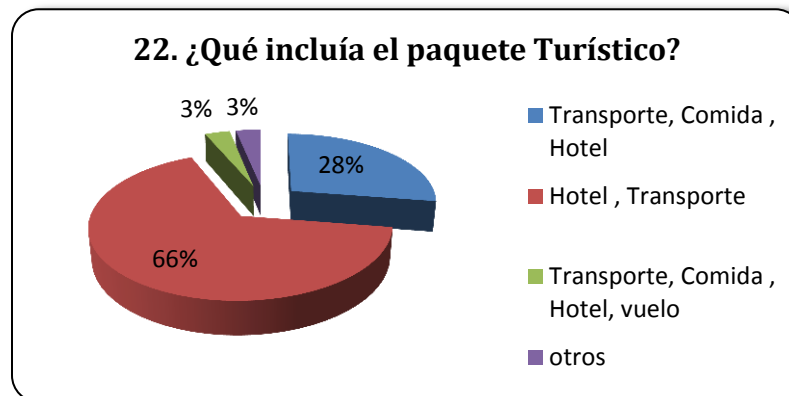
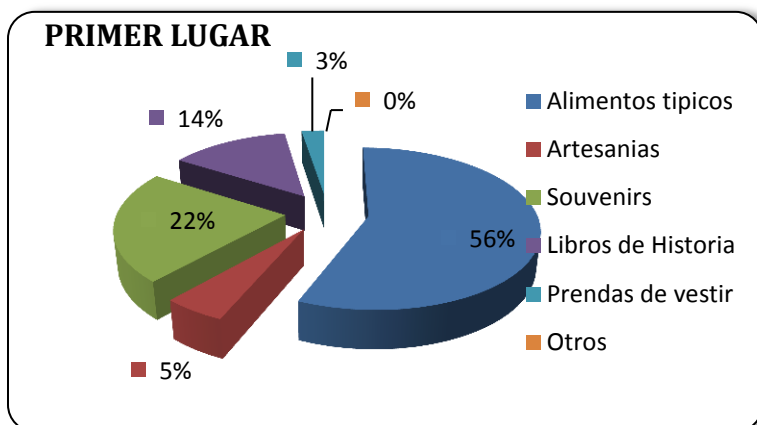


Gráfico 133: Elementos que incluye paquete turístico

Más del 60% de los paquetes pagados en experiencias pagadas, incluía transporte y alimentos, el porcentaje que incluía hotel u otros servicios es inferior al 10%, esto puede estar relacionado en gran parte al precio de los paquetes así como la duración de los mismos. Este es un parámetro que se debe tomar como base a la hora de diseñar los posibles servicios y productos que se le pueden brindar a los potenciales turistas ya que algunos servicios de mayor preferencia se pueden incluir como básicos en un paquete turístico como lo puede ser el transporte y una ruta turística adecuada, y si el turista lo prefiere incluir la alimentación, siempre hay considerar al pequeño porcentaje que preferiría un lugar cómodo donde alojarse, esperando que a futuro este porcentaje aumente y genere más ingresos para los habitantes.

## Encuesta sobre Productos

¿Qué le gustaría compra en su visita?



El 56% de los encuestada le gustaria compra en su visita como prioridad alimentos típicos y el 22% prioriza los souvenirs, dejando un porcentaje muy bajo que priorizen las prendas de vestir y las artesanías. Ninguno priorizo la opción otros

Gráfico 134: Primer lugar de producto de compra en visita turística TN

Los souvenirs y alimentos típicos se ubican entre el primer y segundo lugar con 45% y 29% respectivamente, mientras que en los últimos lugares de priorización de compras están prendas de vestir y libros históricos.

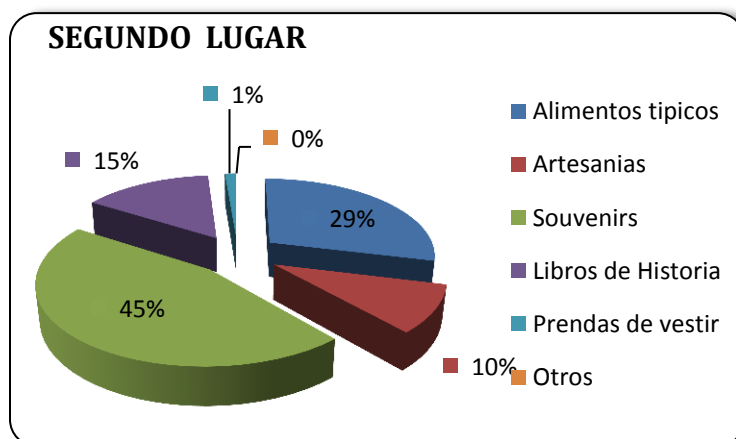
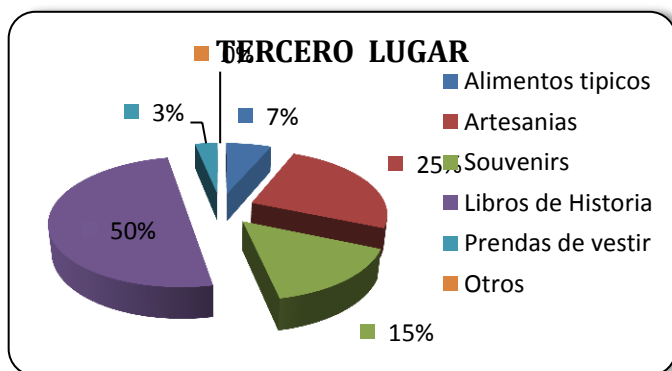


Gráfico 135: Segundo lugar de producto de compra en visita turística TN



En tercer lugar de priorización las personas ubican las artesanías y libros históricos mientras que las prendas de vestir siguen quedando en los últimos lugares.

Gráfico 136: Tercer lugar de producto de compra en visita turística TN

El 56% de los encuestados ubica en cuarto lugar en orden de prioridad artesanía, libros de historia (17%), suvenir (10%) , prendas de vestir (13%) y los alimentos (4%).

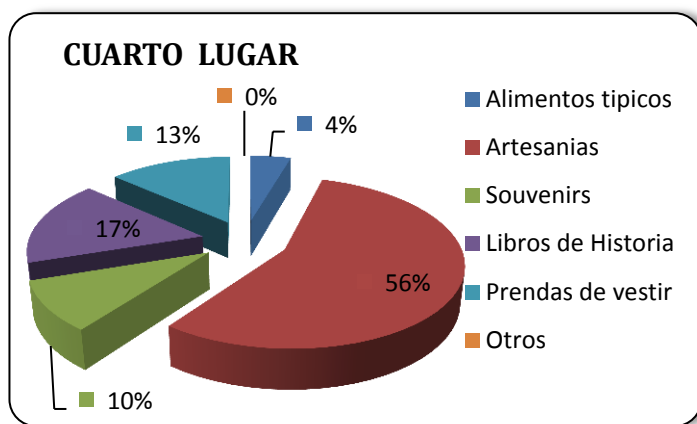
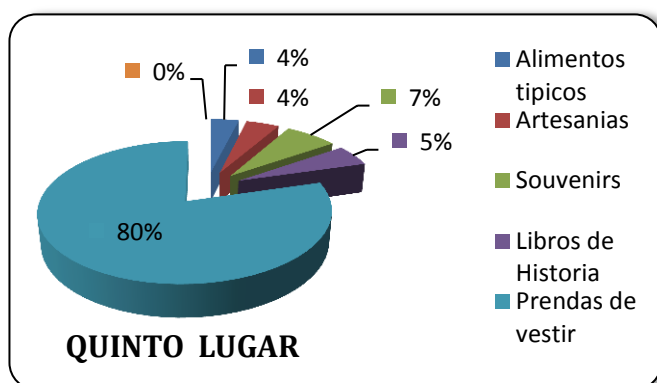


Gráfico 137: Cuarto lugar de producto de compra en visita turística TN



El 80% de los encuestados ubica en quinto lugar en orden de prioridad prendas de vestir (80%), suvenir (7%), libros de historia (5%), y los alimentos (4%). Artesanía (4%),

Gráfico 138: Quinta lugar de producto de compra en visita turística TN

### ¿Qué tipo de artesanías le gustaría encontrar en su visita?

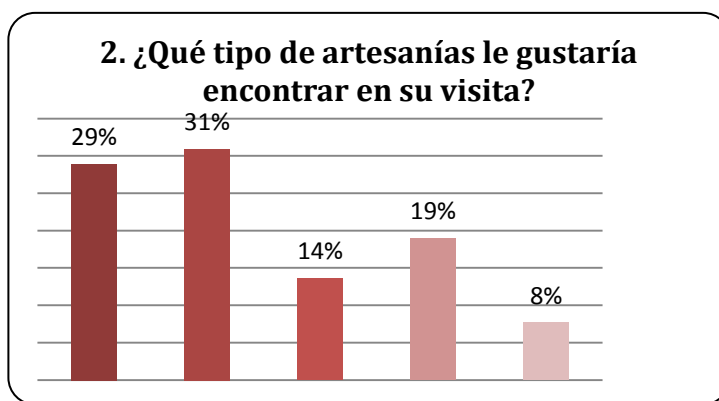


Gráfico 139: Artesanías demandadas por turistas Nacionales

Al preguntar a los entrevistados que tipo de artesanía le gustaría encontrar en su visita se obtuvo que el 31% de los entrevistados les gustaría recuerdos como (adornos para mesa, pared, entre otros); con un 29% se encuentran las ropa como camisetas del lugar visitado, el 14% llaveros y el 19% postales.

### ¿Le gustaría degustar productos alimenticios típicos?

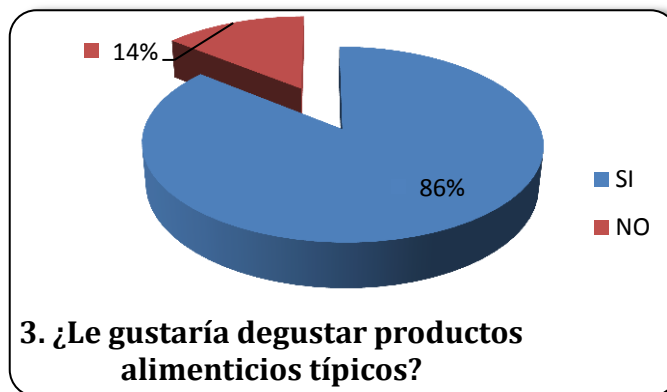


Gráfico 140: Disponibilidad de degustar productos típicos

Al preguntar a los entrevistados si les gustaría degustar productos alimenticios típicos en su vista el 86% de los entrevistados dijeron que SI ya que esto daría más realce a lo cultural del país con la comida típica a la venta y solo el 14% no le gustaría degustar productos típicos porque no le gustan o por no acostumbrar a ingerir alimentos fuera de sus casa lo cual se debe tomar muy en cuenta para garantizar la higiene de los alimentos.

### ¿Sabiendo que el chocolate posee un significado histórico o cultural dentro del BSE, le gustaría encontrar productos a base este?

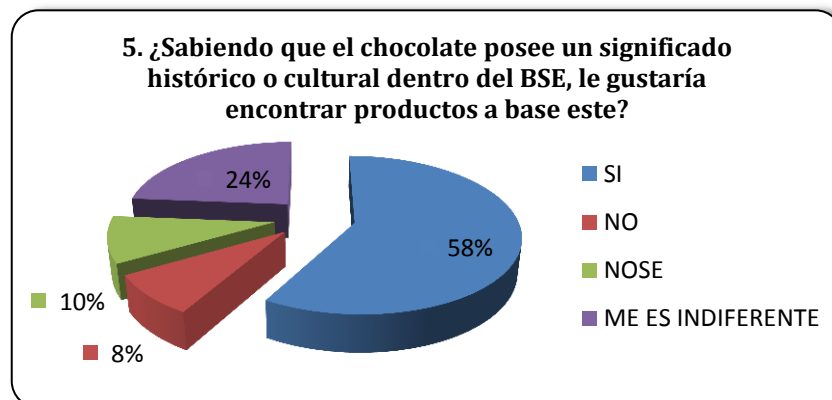


Gráfico 141: Demanda de chocolate con significado Histórico

Al preguntar a los entrevistados si les gustaría encontrar productos a base de chocolate el 86% de los entrevistados dijeron que SI ya que les gusta mucho el chocolate, solo el 8% no les gusta los productos derivados de chocolate y al 24% le es indiferente que tenga relación histórico cultural con que se venda productos a base de este

¿Entre los productos se muestran a continuación cuales le gustaría comprar? (Puede marcar más de una opción)

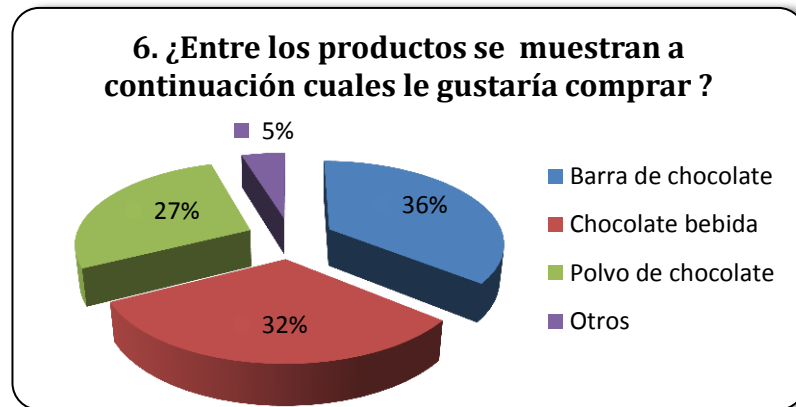


Gráfico 142: Formas de venta del chocolate

Entre las personas a las cuales si les gustaría encontrar productos a base de chocolate se tiene que el 36% prefiere barras de chocolate y el 32% lo prefiere en bebida; El 27% expreso que le gustaría el polvo de chocolate. Esto indica que el chocolate tiene similar aceptación entre todas las presentaciones por lo cual tendría un valor considerable poner a disposición pequeñas cantidades en todas las presentaciones.

### 5.3.3 DEMANDA POTENCIAL DEL MERCADO TURISTICO.

Con los datos obtenidos de los turistas, es importante determinar la demanda potencial que se puede cubrir al ejecutar las propuestas de negocios que se plantearan en el plan de desarrollo socioeconómico como vía para aumentar los ingresos de los habitantes. Para determinar esta demanda se tomó en cuenta la intención de turistas nacionales e internacionales de visitar el lugar, así como la cantidad que estarían dispuestos a gastar al realizar la visita, también sus preferencias respecto a productos y servicios.

El universo establecido para el mercado turístico nacional fue de 659,579 turistas mientras que para el mercado internacional fue de 1, 276,156 turistas.

Con los datos anteriores se realizó la proyección según los resultados de las encuestas:

- **Proyecciones Mercado Turístico Internacional:**

Del total de visitantes internacionales el 94% incluye la capital del país como destino ya sea por turismo, viaje de negocios u otras razones es decir que del total de turistas que ingresan al país, aproximadamente 1,199,586 visitan la capital del mismo.



Gráfico 143: Personas que incluyen San salvador en Visita turística

El 69% lo ha visitado en más de una ocasión de los cuales el 100% volvería a visitarlo

Esto indica la satisfacción que han tenido los visitantes a pesar de los problemas existentes en la capital del país, por diferentes razones los visitantes estarían dispuestos a regresar. Sabiendo que existen atractivos turísticos y culturales se podría garantizar la satisfacción también de las personas que visitan por primera vez la capital.



Gráfico 144: Personas que volverían a visitar San salvador

Considerando un promedio de la cantidad que los turistas expresaron que estarían dispuestos a gastar en una visita turística al CHSS se tiene un ingreso potencial de \$23, 574,927 al año aproximadamente, lo cuales deberían ser distribuidos entre los distintos productos y servicios por los que expresaron mayor preferencia.

**Proyecciones Mercado Turístico Nacional:**

Por otro lado del universo considerado como turista nacional, el 38% (248,359) ha visitado el CHSS, de los cuales el 90% estaría dispuesto a volver a visitarlo

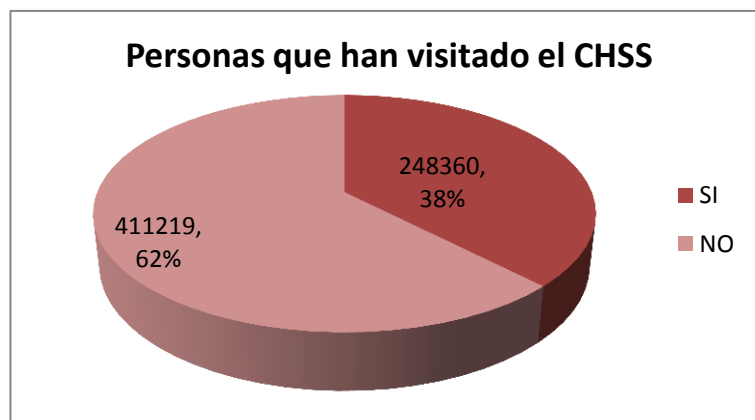


Gráfico 145: Personas que han visitado CHSS

Del total de la población considerado como turista nacional el porcentaje de las personas que han visitado el CHSS es menor del 40% lo cual hay que evaluar por qué las personas no incluyen el CHSS como destino turístico, ya que de las personas que si lo han visitado el 90% regresaría. De generar el interés adecuado en las personas por visitar el CHSS y mantener los elementos que motivan inicialmente a visitarlo se podría garantizar el regreso de los turistas al lugar.



Gráfico 146: Personas que volverían a CHSS

Del 62% que expreso no haber visitado el CHSS es importante recalcar que sabiendo que existen atractivos turísticos en el mismo si estarían dispuestos a visitarlo.

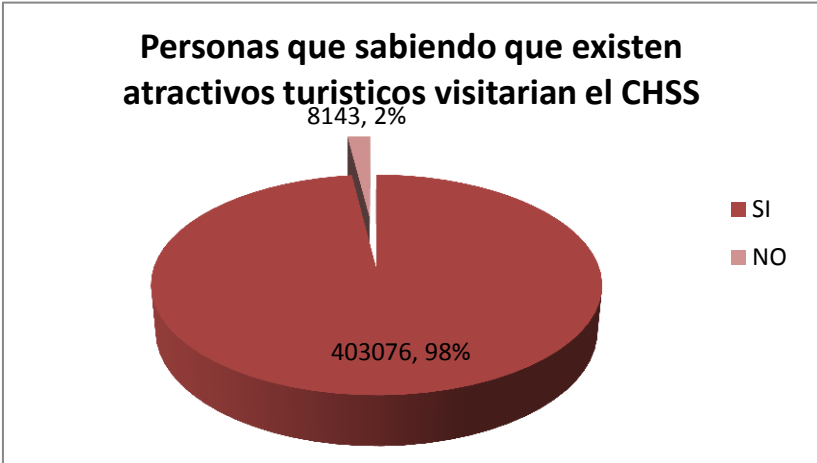


Gráfico 147: Visitas al CHSS por motivos turísticos

En total, de las personas que volverían al CHSS o sabiendo que hay atractivos turísticos a visitarlo suman una cantidad de 627,007 turistas

Otro factor importante a considerar es el ingreso que puede representar un turista, este factor lo podemos medir según la cantidad de dinero que expresaron los mismos estar dispuestos a gastar en una visita al CHSS; con esa información se obtiene un promedio de ingreso anual aproximado de \$9, 324,722.42 los cuales podrían invertir en los productos y servicios que señalaron como sus preferidos. De la demanda potencial existente se debe determinar la oferta que puede proponer el BSE en base a sus recursos existentes mencionados en el análisis interno del mismo. Lo importante de esta proyección es determinar que existe la oportunidad de generar propuestas turísticas ya que la demanda es existente y amplia.



### 5.3.4 PERFIL DEL TURISTA NACIONAL E INTERNACIONAL.

#### PERFIL DEL TURISTA INTERNACIONAL

- Ambos sexos
- Edad entre los 18 y los 50 años
- Con interés en el turismo cultural, la comida típica y artesanías.
- Interesados en visitar monumentos históricos, e iglesias.
- Con pleno interés en desarrollar visitas diurnas contando con guía turístico durante jornada máxima de 4 horas.
- Con disposición económica entre los \$10 y \$50 para gastos durante la visita.
- Con preferencia en el transporte privado en microbús
- Con opción de pago en efectivo a cambio de encontrar descuentos.
- Interesado en realizar la visita dentro de paquetes turísticos proporcionados por una agencia de viajes.

#### PERFIL DEL TURISTA NACIONAL

- **Ambos sexos**
- **Edad entre los 18 y los 70 años**
- **Procedente de la capital y el departamento de la libertad**
- **Con disposición de viajar con las condiciones de seguridad y limpieza adecuadas**
- **Interesados en visitar monumentos históricos, parques históricos e iglesias.**
- **Con horarios de visitar diurnos y nocturnos pero preferiblemente matutinos, durante jornada máxima de 4 horas.**
- **Con preferencia de viaje de Enero a diciembre.**
- **Con disposición económica entre los \$5 y \$20 para gastos durante la visita.**
- **Con preferencia en el transporte privado en microbús y vehículo propio.**
- **Con opción de pago en efectivo a cambio de encontrar descuentos.**
- **Con interés en el turismo cultural, la comida típica y suvenir.**

## 5.4. ANALISIS DE FACTORES EXTERNOS

---

### 5.4.1 ANALISIS FACTOR POLITICA Y ECONOMIA NACIONAL

#### POLITICA NACIONAL

Las políticas o convenios nacionales que pueden aportar al desarrollo social o económico de el salvador lo pueden hacer desde diferentes ámbitos como educación, salud, ambientes, seguridad.

- Políticas relacionadas al área de la Salud

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social Ramo de Salud Pública y Asistencia Social. Acuerdo No. 126 Política Nacional de Salud 2009

Esta política tiene como objetivo “Garantizar el derecho a la salud a toda la población salvadoreña a través de un sistema Nacional de Salud que fortalezca sostenidamente lo público (incluyendo a la seguridad social) y regule efectivamente lo privado; el acceso a la promoción, prevención, atención y rehabilitación de la salud; un ambiente sano y seguro, incluyendo (pero no limitándose a ello) la creación y el mantenimiento de un sistema de atención a la salud eficiente, de alta resolutivitas y con acceso equitativo a servicios de calidad para todas las personas.

- Principales convenios internacionales sobre educación

Convenio entre el Ministerio de Educación y la Agencia Española de Cooperación Internacional para la elaboración del inventario de bienes culturales inmuebles de El Salvador.

El objetivo es la conservación, salvaguardar y proteger el patrimonio cultural arquitectónico de El Salvador.

- ✓ Plan de Acción Nacional dirigido a reducir en forma significativa el analfabetismo de manera global. Ratificado por los Presidentes de C.A.
- ✓ Convenio de protección y restitución de monumentos arqueológicos, artísticos e históricos entre la República de El Salvador y el gobierno de los Estados Mexicanos

Los convenios existentes respecto a la educación pueden ser de utilidad y apoyo al plan de Desarrollo que se desea ejecutar en el BSE ya que se tienen objetivos en común en la línea de la educación como lo aportar al desarrollo social a través de la disminución de la tasa de alfabetización, también pueden aportar como lo dice el convenio con la preservación de las infraestructuras adecuadas para los objetivos planteados anteriormente.

- Convenios existentes sobre seguridad.

**CONVENIO DE COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA POLICÍA NACIONAL CIVIL DE EL SALVADOR Y LA CORPORACIÓN DE MUNICIPALIDADES DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR SOBRE SEGURIDAD CIUDADANA.**

El presente Convenio tiene como objeto favorecer y fortalecer la coordinación interinstitucional en el nivel local, así como la enunciación de las bases para la creación de acuerdos bilaterales entre las municipalidades y la PNC, a fin de contribuir a la reducción de los índices de violencia y delincuencia, con la participación de las comunidades para trabajar en forma conjunta con políticas y programas sobre seguridad ciudadana y promoviendo la integración, bienestar, desarrollo social, cultural y económico de la población.

Lo relevante del presente convenio es la existencia de la posibilidad de crear un acuerdo entre la municipalidad y la PNC para mejorar la seguridad de la zona del BSE ya que se identificó que la seguridad no es la adecuada y podría mejorar, se debe aprovechar la iniciativa ya existente.

- Convenios Habitacionales.

La alcaldía de San Salvador junto a la Fundación Salvadoreña de Desarrollo y Vivienda Mínima (FUNDASAL), la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) y la Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHSS) suscribieron un convenio para la ejecución del proyecto “Vivienda cooperativista para familias habitando en mesones del Centro Histórico de San Salvador”.

Con este acuerdo, las partes se comprometieron a unir esfuerzos para la construcción de los inmuebles habitacionales y entregar viviendas a los miembros de la cooperativa. Este proyecto ha permitido rescatar la función habitacional de parte de la capital. “Hay una realidad habitacional que no es visible de los ciudadanos, pero que está, y es deprimente las condiciones en que viven muchas familias en el Centro Histórico”, por lo que este proyecto ha ayudado a su desarrollo y al mejoramiento de la calidad de vida.

Es importante tener conocimiento de que FUNDASAL sigue cumpliendo su parte del convenio en cuanto a lo habitacional ya que ha inaugurado dos proyectos y sigue con la formulación de proyectos similares para mejorar la calidad de vida a través de viviendas con condiciones adecuadas.

- Políticas Ambientales

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) el cual tiene como misión dirigir una gestión ambiental efectiva a través de políticas y normas que en forma participativa y

transparente que faciliten el desarrollo sostenible de la sociedad salvadoreña. Cuenta con las siguientes leyes y políticas.

LEGISLACIÓN Y PRINCIPALES NORMATIVAS AMBIENTALES POR SECTORES	
SECTOR	NORMATIVAS
<b>Medio ambiente</b>	Ley General del medio ambiente Reglamento general de la Ley del MA.
<b>Recursos forestales</b>	Ley Forestal
<b>Áreas protegidas</b>	Proyecto de Ley de Áreas Naturales Protegidas (actualmente en la Asamblea)
<b>Aguas residuales</b>	Reglamento especial de aguas residuales de la Ley general
<b>Desechos sólidos y residuos</b>	Reglamento especial sobre el manejo integral de los desechos sólidos. Reglamento especial en materia de sustancias, residuos y desechos peligrosos.
<b>Vida silvestre/ biodiversidad</b>	Ley de conservación de la vida silvestre
<b>Otras Leyes de Interés</b>	Reglamento especial sobre el control de las sustancias agotadoras de la capa de ozono. Reglamento especial de normas técnicas de calidad ambiental de la Ley general

*Tabla 60: Legislación y normativas ambientales por sector.*

### **ECONOMIA NACIONAL**

La economía del país desde hace muchos años ha venido sufriendo diferentes cambios. En un principio, ésta estaba basada en la agricultura, específicamente en el cultivo de productos como el añil, café, algodón y la caña de azúcar entre otros; luego se le apostó a la maquila como un generador de empleo y de desarrollo económico cuya incidencia ha ido decayendo con el paso del tiempo.

Actualmente el factor que sostiene la economía nacional son las remesas familiares de los diferentes compatriotas que se encuentra en algunos países alrededor del mundo, principalmente en los Estados Unidos. Años atrás luego del conflicto armado El Salvador comenzó a darle un tímido impulso al sector turístico como una fuente de posible desarrollo, pero las paupérrimas condiciones de la infraestructura no eran lo suficientemente buenas como para explotar la belleza de los diferentes lugares del país. Debido al esfuerzo conjunto del gobierno, el ministerio de turismo y las municipalidades en una búsqueda por aprovechar las diferentes ofertas turísticas de

todas las zonas del país, en los últimos años el turismo ha tenido un repunte creciendo de manera constante y progresiva.

En 1994, los 181 mil turistas dejaron al país 28,8 millones de dólares. Tres años después se creó un ente rector especializado, denominado Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), ese año ingresaron 387 mil visitantes y 74,7 millones de dólares. Entre los años 1996 y 2006 se contabiliza, según el “informe de 10 años (1996-2006)” de CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo) y el Ministerio de Turismo (MITUR), 7,328,023 visitantes internacionales, lo que al 2005 representa un aumento acumulado del 30.8%. Las empresas turísticas han iniciado la recuperación del optimismo y la encuesta de coyuntura empresarial de FUSADES así lo demuestra, lo que ha generado que los empresarios perciban un entorno favorable para el clima de inversión.

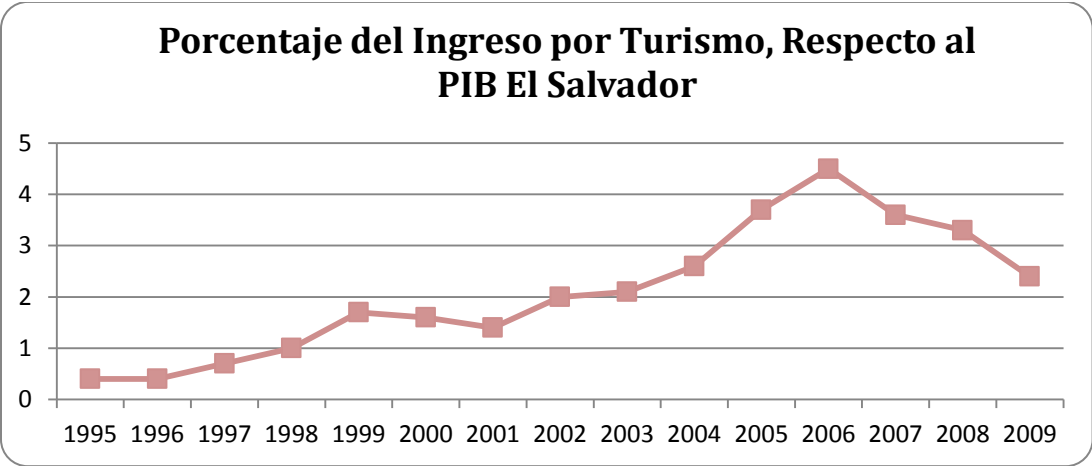


Gráfico 148: Ingresos por turismo El Salvador

En el plan 2014 el Turismo según los planeado será el pilar fundamental del desarrollo económico y social del país y contribuirá a fortalecer la identidad nacional de una manera sostenible en lo ambiental, cultural, social y económico, para lo cual se espera que el sector privado diversifique su oferta en términos de sus destinos, sus mercados y sus productos, mientras que el sector público estará consolidado como rector, promotor y facilitador de la industria. Ambos sectores (público y privado) estarán en capacidad de motivar y captar la demanda nacional e internacional.

El Sector Turismo para su desarrollo requiere de una inversión pública suficiente como para que motive la inversión privada, pero más allá de estudios de oferta y demanda turística se necesita invertir en infraestructura directa para el turismo e infraestructura de apoyo (vías de acceso, iluminación, señalización, etc.) así como en **recurso humano**, factor fundamental para proporcionar excelencia en el servicio a los clientes.

El país Actualmente ha presentado un interés sobre nuevas formas para generar lograr la diversificación de su economía y se ha comenzado a apostarle fuertemente a aquellos sectores

que están mostrando un auge significativo en su participación en la economía nacional. El gobierno se ha dedicado a la creación de instituciones para la actividad turística dentro del país y para que además regulen e impulsen ésta con el objetivo de fomentar el turismo a nivel tanto nacional como internacional.

Ha sido tal el auge de este sector que se creó un ente ministerial para la regulación de éste (Ministerio de Turismo). Dicho ministerio se ha encargado de la creación de políticas para el impulso de dicha actividad. Existen además otras instituciones dedicadas al desarrollo del turismo en el país, regidas todas por el Ministerio de Turismo. A continuación se presentan las instituciones encargadas del desarrollo de la actividad turística en el país:

## 1. MINISTERIO DE TURISMO.

*“Esta entidad fue creada por el gobierno de El Salvador en el año 2003, con el objetivo de generar un ente que regule y efectúe convenios en la búsqueda de posicionar al país como un destino turístico, por medio de la creación de políticas para el desarrollo de este sector”<sup>15</sup>, tal es el caso del*

**Plan Turístico 2014** el cual es la guía o camino a seguir para el año 2014 donde se contempla al país no solo como un sitio turístico vacacional (Ocio), sino también para la realización de convenciones internacionales.

La función principal del MITUR es *“ser el ente rector del Sector, para que organice y dinamice las actividades económicas derivadas del turismo, mediante la coordinación de todos los actores que participan en el sector, en busca de lograr que el Turismo se convierta en el eje y motor del desarrollo económico y social de El Salvador, mediante la articulación de acciones entre el conjunto de actores que participan, públicos y privados, con criterios de sostenibilidad, descentralización y desarrollo local”*.

## 2. CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO.

*El Salvador*



*El CORSA TUR “es la institución gestora del desarrollo turístico del país. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población, en forma sostenible siendo un ente administrativo para el turismo.”*

CORSA TUR *apoya a otras instituciones, públicas y privadas, en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país con la finalidad de convertirlos en atractivos turísticos.* Esta entidad se encuentra desarrollando todas las campañas informativas que se encuentran en la actualidad en fomento del turismo, por lo que el 80% del presupuesto designado para él es utilizado para la promoción. Una de esta es la **Marca País**, *“la cual se utiliza para la promoción del turismo del país en los diferentes países del mundo, para estos reconozcan a El*

<sup>15</sup> Según Lic. Julio Calderón, Jefe de Comunicaciones MITUR – CORSA TUR.

*Salvador como un destino turístico no solo vacacional sino para convenciones; esta marca puede ser portada por todos los salvadoreños.”*

Esta entidad está encargada de la elaboración de un inventario turístico a nivel nacional (esto con el fin de identificar las empresas con potencial turístico que reúnan requisitos básicos, definir rutas y circuitos turísticos e identificar posibles recursos turísticos en las diferentes zonas del país) y un registro nacional de empresas turísticas (lo que incluye un inventario de empresas turísticas en un directorio y el fomento de la coordinación entre tour operadores y empresas del sector turístico).

#### **FUNCIONES DEL CORSATUR<sup>16</sup> .**

- Busca colocar al turismo como una de las principales fuentes generadoras de empleo en el país, con el propósito de mejorar las condiciones de vida en forma sostenible.
- Coordina con el sector privado y otras instituciones gubernamentales, el rescate y conservación de los patrimonios naturales y culturales del país, en función de proyectarlos como atractivos para el turismo.
- Desarrolla programas de capacitación que mejoren la cultura y calidad de los servicios turísticos.
- Facilita la gestión con el sector privado en el desarrollo de proyectos turísticos.
- Apoya el desarrollo de productos turísticos atractivos y competitivos a nivel nacional e internacional.

#### **ASISTENCIA TÉCNICA PRESTADA POR CORSATUR.**

Entra la asistencia técnica prestada por esta entidad se encuentra el asesoramiento a empresas privadas para el desarrollo de nuevos productos turísticos, la evaluación de sitios con potencial turístico, el asesoramiento de la formación de planes estratégicos turísticos a nivel municipal Comités de Desarrollo, el fomento e impulso y la creación de nuevos comités de desarrollo turístico a nivel local, a través de la integración de recursos y la coordinación de las comunidades, gobierno y empresarios para la generación de condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo local.

### **3. INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)**

Antes de la creación de CORSATUR, la dirección de la actividad turística era responsabilidad del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU). El ISTU, hasta el pasado año se encargó únicamente de la administración y desarrollo de catorce turicentros del país. Actualmente el ISTU fomenta al turismo mediante buses alegres que parten a diferentes áreas turísticas del país.

---

<sup>16</sup> Documento formación de comités turísticos CORSATUR.

#### **4. LA CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO.**

CASATUR, es una entidad apolítica, sin fines de lucro, que busca reunir en asociación a la totalidad de las empresas relacionadas con el sector turístico salvadoreño. Su objetivo es representar a los socios ante las autoridades, para facilitar soluciones políticas a los problemas comunes que aquejen al sector. Todas estas instituciones participaron en la elaboración del “Plan Turístico El Salvador 2014”, el cual busca fomentar el turismo estableciendo diferentes líneas de acción que sean impulsoras para que el sector turístico se convierta en la principal fuente de económico del país, valiéndose de los recursos naturales y bellos parajes con los que se cuenta; siendo esta un medio de desarrollo pero de forma de conservar la naturaleza.

#### **5. POLITUR**

En 1997, se crea la Unidad Turística a propuesta de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), posteriormente en 1998 se le une la Sección Montada bajo la División PPI y los Jefes de Policía de Centroamérica y Panamá se consolidan la seguridad turística a nivel de la región. En el 2000, se crea la División Policía Montada con su Departamento Turístico, en el 2002 se conforma como División Policía de Turismo de la Policía Nacional Civil de El Salvador, por Decreto Legislativo y a finales del 2006 se fortalece POLITUR, con el convenio firmado PNC-MITUR el cual se encuentra vigente hasta la fecha

##### **Plan turísticos 2014.**

“Es la guía que se ha de seguir para fomentar el crecimiento del turismo para el año 2014, impulsándolo en diferentes programas (Inventario turístico e identificación de recursos turístico, Señalización, Sistemas de carreteras, etc.) en busca de que este sector se convierta en el motor económico del país y representa las líneas de acción de las diferentes instituciones tanto privadas como públicas relacionadas al turismo.”

##### **Visión del plan turístico 2014.**

“En el año 2014, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un instrumento indispensable para la revitalización y el bienestar social de todos los salvadoreños, la puesta en valor y conservación de los recursos así como para la estrategia de dinamización de la economía y el empleo en el país.

El Salvador será un destino turístico competitivo referente en Centroamérica, en cuyo mercado se posicionará como líder en aquellos segmentos en que, por su singularidad, puede potenciar una ventaja diferencial significativa. Un país que se suma a la senda de una proyección turística mayor para toda Centroamérica y que, apoyado por una imagen de marca-país reconocida, se presenta como destino integrador de turismo temáticos especializados en el marco de una reconocida estabilidad política, social y económica”.



### Instituciones relacionadas al turismo.

Las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que se encuentran relacionadas con el sector turístico y el ámbito de acción en el que les corresponde actuar según lo establecido en el Plan Turístico 2014 se presenta en el cuadro siguiente; estas instituciones son el principal apoyo para que el sector turístico del país experimente un crecimiento ya que se debe de actuar de manera conjunta para proporcionarle al turista un ambiente agradable.

INSTITUCIÓN	AMBITO DE ACCIÓN
Municipalidades	- Gestión urbana y desarrollo local. - Infraestructuras v accesibilidad.
Comités de Desarrollo Local	- Gestión y promoción turismo local, ámbito público-privado
Consejo Nacional de Gremiales Turísticas	- Actuación coordinada del sector privado
Ministerio de Relaciones Exteriores	- Salvadoreños en el exterior - Cooperación Internacional
Ministerio de Hacienda	- Contribución Fondo de Promoción Turística - Inversiones nacionales y extranjeras - Incentivos fiscales
Ministerio de Economía - CNR - DIGESTYC	- Inversiones nacionales y extranjeras - trámites - Sistema de Información Geográfica - Apoyo micro y pequeña empresa - Cuenta Satélite de Turismo
Ministerio de Educación	- Concientización y Sensibilización turística - Puesta en valor de patrimonio histórico-cultural
Ministerio de Trabajo y Previsión Social	- Regulación laboral - Formación Profesional
Ministerio de Obras Públicas, Viceministerio de Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano	- Ordenamiento Territorial - Inversiones nacionales y extranjeras – Trámites - Red vial - Señalización
Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales	- Puesta en valor de los recursos naturales

Tabla 61: Instituciones Relacionadas al turismo.

Las iniciativas existentes en cuanto a turismo son amplias así como las instituciones dedicadas al fortalecimiento del turismo interno y externo para la generación de empleos a través del mismo, por lo tanto la formulación de proyectos con base turística son de bastante aceptación y hay una serie de grupos de interesados en apoyar o financiar estos proyectos lo cual se puede identificar como una oportunidad que el plan de desarrollo socio económico tenga una base turística.

## 5.4.2 ANALISIS FACTOR POLITICA Y ECONOMIA MUNICIPAL

Este factor es muy importante para acoplar de mejor manera el plan de desarrollo socio-económico a las normativas, políticas, convenios, planes o acuerdos que existan o que se encuentren por realizarse dentro de la municipalidad ya que las primeras opciones de réplica del proyecto podrían ser los barrios existentes en el municipio de San Salvador.

La municipalidad ha invertido en varios proyectos con fondos provenientes de gestiones y de recursos propios, especialmente dirigidos a la instalación de servicios básicos, infraestructura vial, turística y proyectos de protección al medio ambiente y mantenimiento. Dentro de los más grandes proyectos elaborados se encuentran:

1. Introducción de servicio de agua potable domiciliar y saneamiento en el área rural y mejoramiento de la red en el área urbana.
2. Electrificación del área rural y mejoramiento y ampliación del alumbrado público del área urbana
3. Mantenimiento y reparación de calles rurales y urbanas
4. Impulso del turismo histórico en el CHSS
5. Construcción de infraestructura educativa
6. Adquisición de maquinaria para el mantenimiento de calles y compra de vehículos

Un proyecto importante que tiene la municipalidad de san salvador del cual se conoce su seguimiento es:

“PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA, ORNAMENTACIÓN Y ORDENAMIENTO DE LA CIUDAD MEJORANDO ASI LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS”.

Con este proyecto se plantea como primer punto la creación de mercados en lugares estratégicos de san salvador, con locales dignos, para darle una salida permanente a las ventas de la calle, acciones que resuelve el problema de venta informal en el Centro de San Salvador desde su raíz misma. Se pretende que con los mercados antiguos y nuevos con mayor limpieza y orden se pueda llamar la atención de potenciales clientes que hoy por hoy no asisten, esto ayudaría a darle a la gente oportunidades reales de mejorar su calidad de vida, podría reactivar el centro de San Salvador como una zona comercial importante generadora de empleos y bienestar y no de pobreza y violencia.

*Plan de Convivencia, Mediación y Seguridad Ciudadana del Municipio de San Salvador.*

Inicio como un plan piloto que desarrollo la Alcaldía de San Salvador en la Colonia IVU y en ocho de las doce comunidades de las Iberias. En el cual se desarrollaron acciones como:

- Fortaleciendo las organización comunitaria
- Obra física de iluminación
- Pequeñas obras

- Actividades recreativas, deporte, arte
- Planes de mantenimiento y uso del espacio recuperado.
- Acciones de recuperación y dinamización de espacios públicos

Además, se realizarán acciones a favor de la familia, promoviendo las mejores prácticas de educación y habilidades para la vida. Estas mismas acciones se extenderán a los Distritos 5 y 6, y el Centro Histórico, abarcando los barrios La Vega, Candelaria, San Esteban San Jacinto.

#### Actividades económicas de San Salvador.

En la economía de un país es necesario que se realicen actividades productivas, que en nuestro caso para el municipio de San Salvador son diversas debido a que es la cabecera no solo del departamento sino del país. Este municipio en su zona urbana cuenta con 1 alcaldía, 5 hospitales de tercer nivel, 7 unidades de salud, 95 escuelas parvularios, 168 de educación básica, 16 de educación media, 18 institutos, 26 centros rurales, 747 instituciones de educación pública y privada, 10 universidades, 404 iglesias evangélicas y católicas, 65 Cruz Rojas, 35 cines, polideportivo, 8 casas de la cultura, 6 parques, 2 cerros San Jacinto y el Boquerón, 2 estadios, parque zoológico y 2 museos uno antropológico y uno de arte, bibliotecas. Entre los servicios básicos tenemos, agua, luz, aguas negras, teléfono, internet, correo, policía, migración, juzgado de paz, aduana.

Las principales actividades económicas reconocidas en el municipio son:

- Industrial: Las industrias que sobresalen son: fábrica de productos alimenticios, bebidas espirituosas, gaseosas y bebidas no espirituosas, cigarrillos, hilo, hilazas y tejidos, prendas de vestir, sombreros de fieltro, algodón, palma y otras fibras, artículos de cuero, muebles de madera y de metal, colchones, papel, cartón, objetos de papel y de cartón entre otros.
- Comercial: Aquí se concentran la mayoría de las distintas clases de actividades comerciales que se realizan en toda la república, la comercialización del municipio se lleva a cabo entre los municipios de San Salvador y las otras cabeceras municipales del departamento y con los departamentos vecinos.
- Turismo: El turismo en el municipio de San Salvador a pesar del patrimonio existente es bajo tal vez debido a una serie de factores como inseguridad, violencia, contaminación. En esta actividad se podrían potenciar museos, patrimonios culturales como el CHSS, monumentos representativos del país a fin de lograr posicionar el turismo como fuente principal de empleo.

En general, la parte rural de San Salvador se dedica a la actividad agropecuaria (cultivos son la caña de azúcar, diversos tipos de frutas y granos básicos) siendo las remesas familiares una fuente de ingresos para una parte de las personas que se dedican a dicha actividad. En gran parte del casco urbano se dedica a la industria y el comercio también al turismo a través de diferentes tipos de empresas, tales como Restaurantes, comedores y pupuserías, Cafés y Cibercafés, Hoteles, Hostales, Museos y galerías, tiendas de artesanías y el centro histórico de San Salvador.

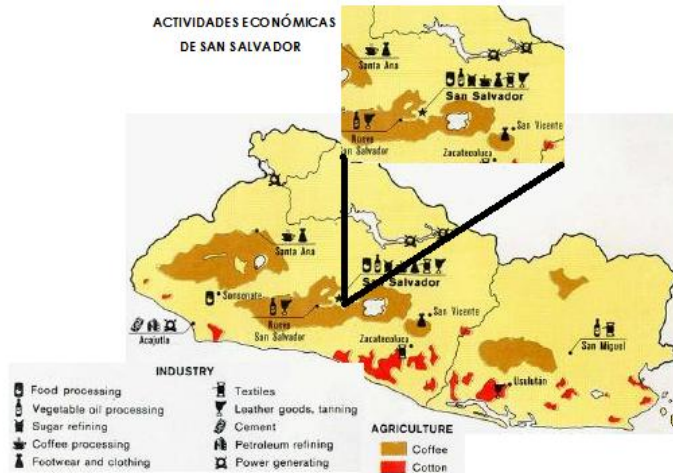
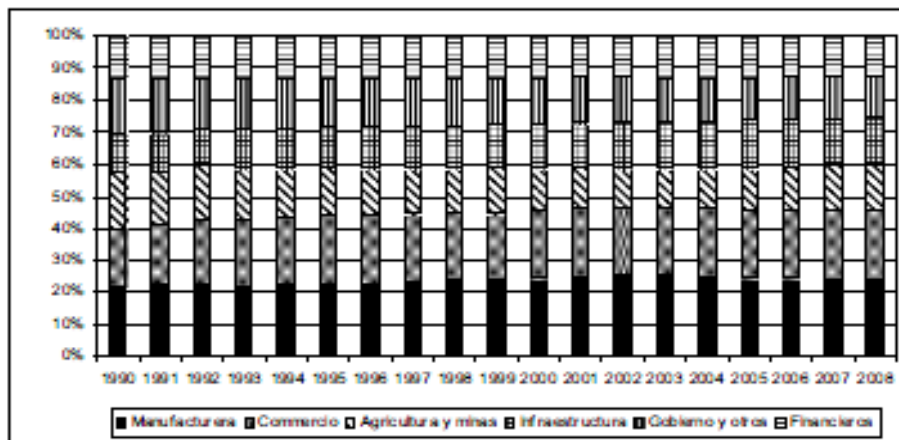


Figura 41: Actividades económicas de San Salvador

COMPOSICION DEL PIB POR LA ACTIVIDAD ECONOMICA



Fuente: BCR.

Gráfico 149: PIB por actividad Económica en El Salvador

Como se puede apreciar en el grafico las dos actividades con mayor porcentaje son la manufacturera y la comercia con alrededor del 20% para los años 1990 al 2008, con lo cual se comprueba que san salvador es un municipio que participa activamente en el PIB ya que en su gran mayoría existen industrias y comercio.

**1. INGRESOS.**

En el país éste se establece el nivel de ingreso a partir del costo de una canasta básica de alimentos (CBA), para el caso de la línea de pobreza extrema o absoluta, y de una canasta básica ampliada (CA), para el caso de la línea de pobreza relativa.

Para el último censo realizado por la DIGESTYC, se fijó que el CBA mensual es de \$127, monto que se deriva del valor establecido por el Ministerio de Economía para la canasta básica de alimentos diaria por persona para el área urbana al año 2009(\$1.06). se utiliza un valor promedio de 30 días/mes y una media nacional de tamaño de hogares urbanos de 4. Con ello obtienen que CA = 2 veces el CBA. **El valor del salario mínimo** (\$144) el cual establece el Gobierno de El Salvador.

Indicador por Departamento: Población No Pobre

**Población No Pobre<sup>17</sup>**: Población cuyos ingresos superan el nivel de pobreza (límite establecido al comparar el nivel de ingresos de los hogares con el costo de Canasta

Departamento	2005	2006	2007	2008
AHUCHAPAN	176,884.00	187,069.00	171,294.00	119,094.00
SANTA ANA	287,651.00	359,648.00	320,573.00	289,131.00
SONSONATE	291,107.00	317,941.00	261,518.00	221,053.00
CHALATENANGO	109,100.00	123,311.00	110,489.00	86,783.00
LA LIBERTDAD	528,097.00	542,577.00	426,207.00	423,368.00
SAN SALVADOR	1,478,785.00	1,575,241.00	1,095,965.00	1,121,322.00
CUSCATLAN	101,574.00	103,270.00	129,567.00	119,069.00
LA PAZ	168,697.00	185,209.00	166,273.00	151,134.00
CABAÑAS	61,839.00	74,970.00	59,371.00	57,985.00
SAN VICENTE	79,093.00	82,787.00	73,137.00	77,937.00
USULUTAN	156,876.00	198,986.00	181,064.00	144,921.00
SAN MIGUEL	282,680.00	311,950.00	252,416.00	266,546.00
MORAZAN	78,562.00	71,574.00	65,824.00	63,868.00
LA UNION	175,360.00	188,227.00	128,214.00	141,237.00
TOTAL ANUAL	3,976,305.00	4,322,760.00	3,441,912.00	3,283,448.00

Tabla 62: Indicador por departamento de Población no pobre.

<sup>17</sup> Fuente: DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (DIGESTYC)

*Indicador por Departamento: Población Pobre Relativa*

**Población Pobre Relativa**<sup>18</sup>: Aquellas personas cuyos ingresos son mayores que el costo de la Canasta Básica Alimentaria (CBA), pero son menores que el costo de la Canasta Ampliada (Resulta ser el doble del costo de la CBA).

Departamento	2005	2006	2007	2008
AHUCHAPAN	110,260.00	100,600.00	12,560.00	98,443.00
SANTA ANA	176,909.00	160,827.00	151,782.00	171,673.00
SONSONATE	131,364.00	150,762.00	103,361.00	160,357.00
CHALATENANGO	58,252.00	43,448.00	52,001.00	67,403.00
LA LIBERTAD	175,213.00	187,919.00	167,157.00	201,477.00
SAN SALVADOR	512,401.00	484,797.00	379,263.00	448,029.00
CUSCATLAN	64,083.00	64,374.00	69,649.00	94,383.00
LA PAZ	80,910.00	96,198.00	98,339.00	121,064.00
CABAÑAS	41,523.00	45,094.00	49,276.00	56,521.00
SAN VICENTE	57,016.00	56,762.00	53,866.00	58,598.00
USULUTAN	103,811.00	91,327.00	105,672.00	152,623.00
SAN MIGUEL	156,392.00	157,134.00	107,513.00	125,629.00
MORAZAN	49,773.00	65,819.00	65,648.00	60,919.00
LA UNION	77,330.00	77,556.00	76,412.00	80,467.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>1,795,237.00</b>	<b>1,782,617.00</b>	<b>1,568,471.00</b>	<b>1,897,586.00</b>

*Tabla 63: Indicador por departamento de Población pobre relativa.*

<sup>18</sup> Fuente: DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (DIGESTYC)

*Indicador por Departamento: Población Pobre Extrema*

**Población Pobre Extrema**<sup>19</sup>: Se encuentran ubicadas en esta situación, aquellas personas cuyos ingresos son menores que el costo de la Canasta Básica Alimentaria (CBA), la cual es diferenciada por el área de residencia.

Departamento	2005	2006	2007	2008
AHUCHAPAN	67,332.00	74,385.00	59,599.00	97,575.00
SANTA ANA	141,794.00	98,259.00	50,939.00	76,540.00
SONSONATE	83,449.00	49,201.00	73,907.00	79,482.00
CHALATENANGO	36,320.00	37,089.00	30,057.00	47,516.00
LA LIBERTAD	81,819.00	73,191.00	67,467.00	79,089.00
SAN SALVADOR	197,218.00	161,786.00	92,577.00	111,227.00
CUSCATLAN	47,254.00	47,334.00	32,652.00	49,054.00
LA PAZ	67,605.00	42,237.00	43,471.00	72,098.00
CABAÑAS	53,035.00	37,204.00	40,869.00	48,802.00
SAN VICENTE	34,838.00	34,009.00	34,711.00	39,614.00
USulután	86,974.00	59,986.00	57,427.00	67,100.00
SAN MIGUEL	94,358.00	77,526.00	74,017.00	71,575.00
MORAZAN	50,865.00	43,043.00	43,200.00	56,559.00
LA UNION	49,677.00	39,652.00	33,299.00	45,148.00
<b>TOTAL ANNUAL</b>	<b>1,092,538.00</b>	<b>874,902.00</b>	<b>734,192.00</b>	<b>941,379.00</b>

*Tabla 64: Indicador por departamento de Población pobre extrema.*

El número de hogares pobres extremos, si bien ha presentado una disminución para el año 2006, aún falta mucho por hacer para alcanzar niveles de pobreza menores que faciliten tanto el desarrollo económico del país como el desarrollo social de los salvadoreños.

Del año 2005 al año 2006, el número de hogares pobres extremos ha disminuido en 41,875 hogares lo que podría interpretarse como una mejora en las condiciones de vida de la población salvadoreña. Producto de la crisis el año 2008 se incrementa el número de hogares con pobreza relativa

<sup>19</sup> Fuente: DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (DIGESTYC)

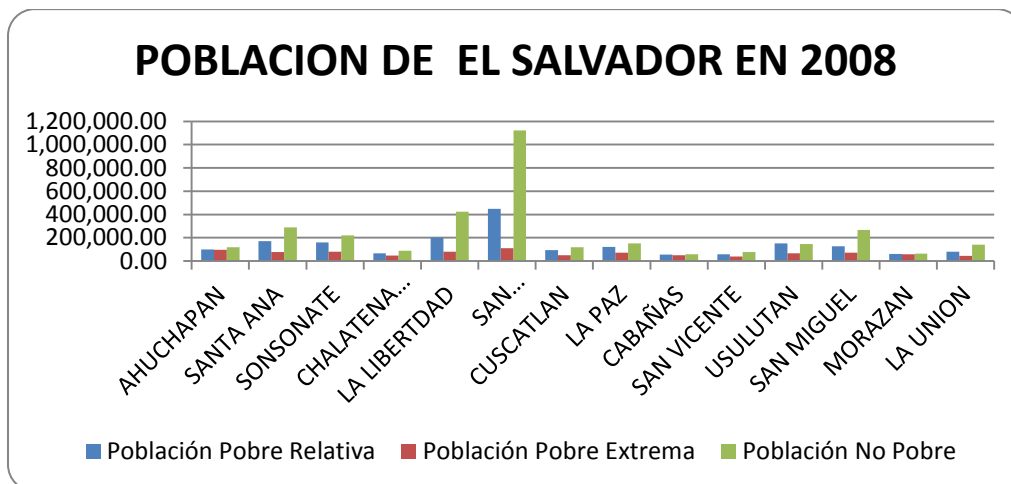


Gráfico 150: Población de El Salvador en 2008

En el gráfico anterior nos muestra a la población de El Salvador por departamento clasificándola por no pobre, pobre relativo, pobre extrema, como podemos ver el departamento de mayor población no pobre es San Salvador seguido de La Libertad y Santa Ana. Esto es porque en estos departamentos se concentran la mayor cantidad de industrias; para la pobreza relativa que es los ingresos menores a la canasta básica ampliada los departamentos de mayor población en esta situación son San Salvador y Libertad. Y con pobreza extrema se encuentran los mismos departamentos.

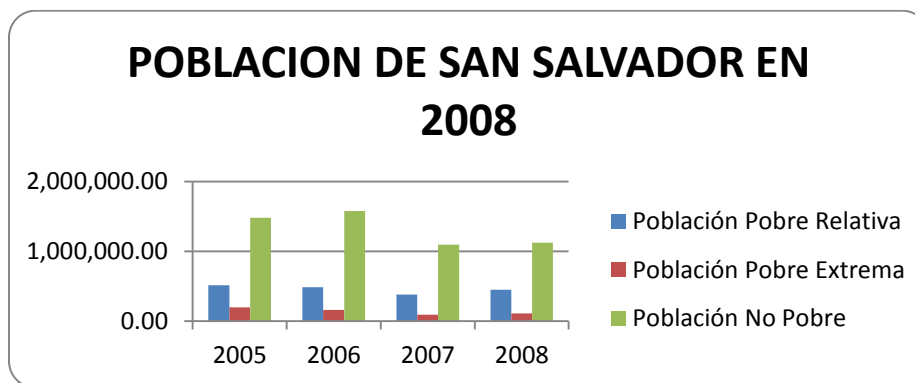


Gráfico 151: Población de San Salvador 2008

En el gráfico anterior nos muestra a la población de San Salvador para los años del 2005 al 2008 clasificándola por no pobre, pobre relativo, pobre extrema, como podemos ver el año que mayor población no pobre es el 2006, debido a varias variaciones y a la crisis la población ha disminuido en su capacidad adquisitiva; la pobreza relativa se ha mantenido estable a través de los años con poca variación. Y con pobreza extrema se tiene que ha tenido una baja en el transcurso de los años.



## 2. REMESAS.

El salvador se encuentra entre uno de los países que más remesas recibe en Centroamérica, estas remesas son gran mayoría en el PIB las remesas han ido en aumento cada año que pasa asiendo de esto el sustento y la estabilidad económica de muchas familias del país.

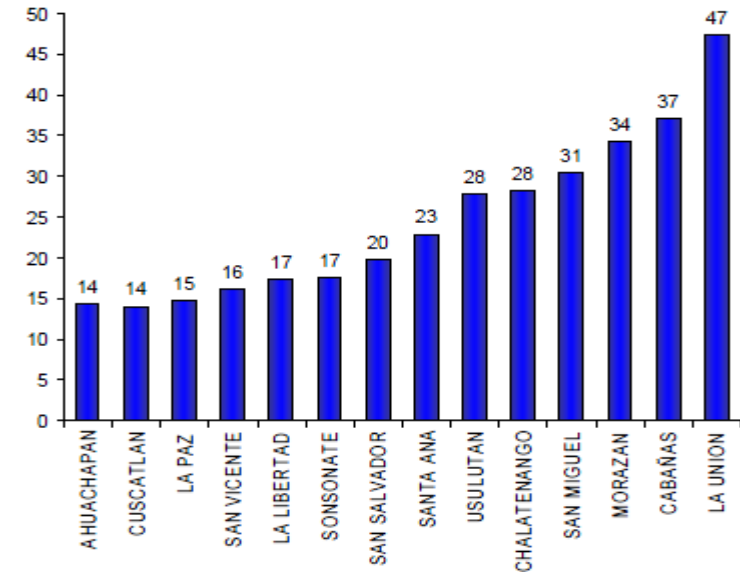


Gráfico 152: Porcentaje de hogares con remesas

El grafico anterior nos muestra los porcentajes de remesas que se reciben en los departamentos del país esto es con el objetivo de saber qué porcentaje es el que tiene San salvador, para objetivo posteriores de conocer con que probabilidades cuantas los a habitantes para invertir en proyectos en este departamento

En El Salvador el número de hogares con remesa ha pasado a lo largo de diez años de 185,255 hogares a 381,729 hogares; representando un aumento de más del 100%; sin embargo para el año 2007 se tuvo una caída en el número de hogares receptores de remesas.

### 5.4.3 ANALISIS FACTOR SOCIAL

En este factor social se busca identificar de qué manera puede aportar el desarrollo socioeconómico del BSE al desarrollo social del CHSS y del municipio en general identificando también que comunidades alrededor del BSE se verían favorecidas. Se busca también determinar en qué medida puede aportar la activación del turismo al desarrollo social, así como el impacto que tendría este tipo de planes en el departamento de San Salvador y del país en general.

## 1. ALFABETIZACION

Es el porcentaje de la población de 10 años y más de edad que no pueden leer ni escribir.

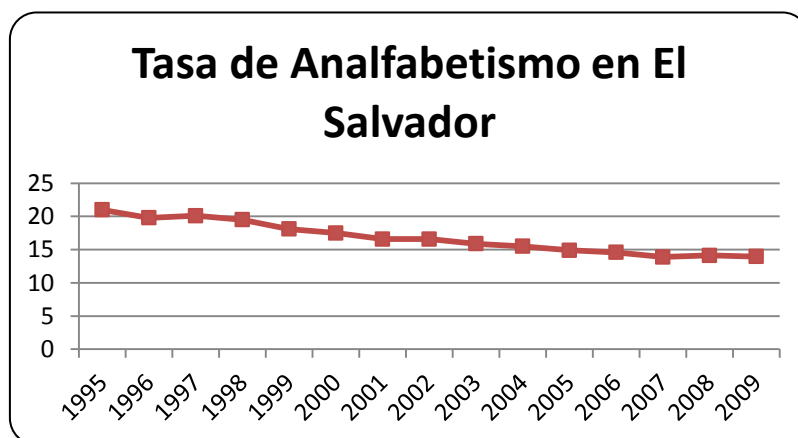


Gráfico 153: Tasa de Analfabetismo en El Salvador

Es la proporción de la población de 10 años y más de edad que no pueden leer ni escribir. Para el año 2007 la tasa de analfabetismo alcanza un valor de 16% cifra que comparada con el primer año presentado, se ha reducido en cinco puntos porcentuales.

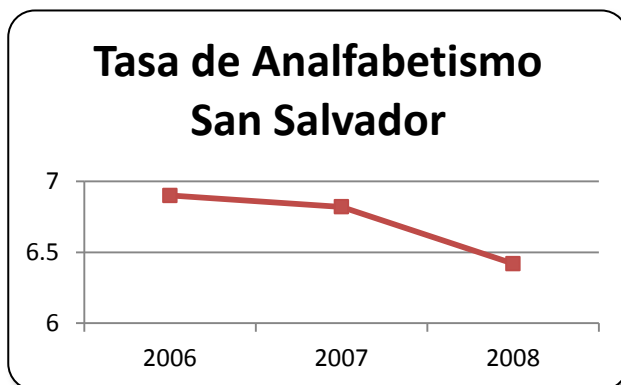


Gráfico 154: Tasa de Analfabetismo San Salvador

Como podemos observar en el gráfico la tasa de analfabetismo promedio para San Salvador es de 6.4% es baja a comparación de la tasa del país 14.1%. con lo que el municipio ha ido disminuyendo su tasa año con año.

### Tasa de analfabetismo por género en San Salvador.

Tasa de Analfabetismo Femenino/masculina: Expresa la magnitud relativa de la población femenina/masculina analfabeta. Es la relación que mide el volumen de mujeres/hombres que no saben leer ni escribir de 10 años y más entre el total de la población femenina/masculina de 10 años y más, multiplicado por 100.

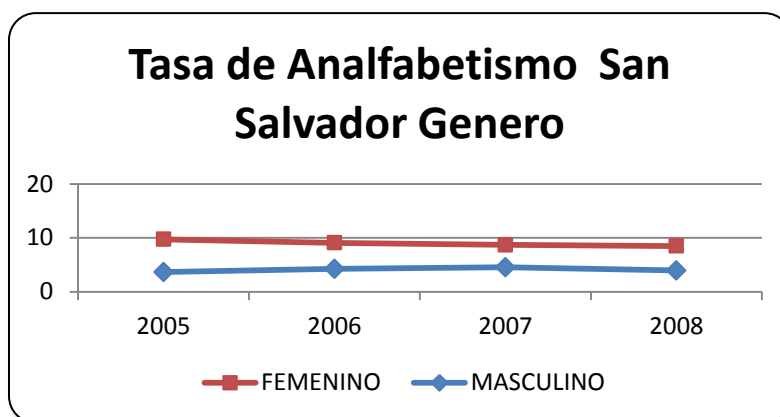


Gráfico 155: Tasa de Analfabetismo San Salvador por Género

Como podemos ver en la gráfica anterior la tasa de analfabetismo masculino está por debajo de la tasa promedio de san salvador la cual es de 6.4%; y la tasa de analfabetismo femenino esta por encima de la promedio de SS.

## 2. NIVEL EDUCATIVO

### Años de Escolaridad Promedio de la Población

**Escolaridad Promedio de la Población:** Es el promedio de los años efectivamente cursados por todos los habitantes de un país. Sirve para conocer la capacidad de la mano de obra y la segmentación de mercados.

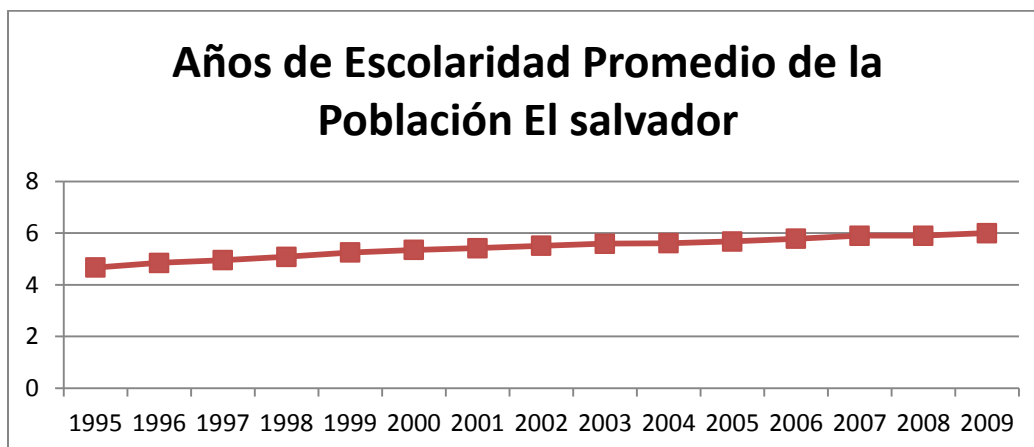


Gráfico 156: Año de escolaridad promedio de la población El salvador

El grado de escolaridad representa el número de años de estudio aprobados que en promedio tiene la población de un país; es un indicador general que representa en buena medida el nivel de vida de la población, es por ello que entre más elevado sea este con respecto a otro, significarían mejores oportunidades de desarrollo para todos. El aumento del grado de escolaridad promedio de un país supone una tendencia a la baja de la tasa de analfabetismo.

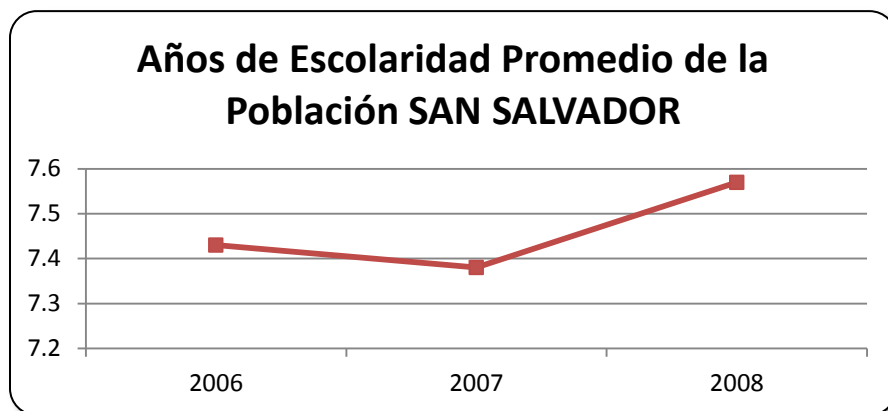


Gráfico 157: Año de escolaridad promedio de la población San Salvador

En el anterior grafico nos muestra que los años de escolaridad promedio para san salvador, sobrepasan los anos promedios del país que son para el 2008 de 5.9 para san salvador es de 7.57 años, con lo cual se encuentran personas más preparadas en comparación a nivel nacional.

#### 5.4.4 ANALISIS FACTOR DEMOGRAFICOS, CULTURALES Y AMBIENTALES

**San Salvador** es un departamento ubicado en la zona central de El Salvador ésta limitado por los siguientes departamentos: al N por Chalatenango, el E por Cuscatlán y La Paz; al S y W por La Libertad. Su área es de 886,15 kilómetros cuadrados y su población es de 1.567.156 habitantes, Tasa de crecimiento geométrico: 2.9 %. Tasa global de fecundidad: 2.4 Hijos por mujer. Tasa de mortalidad infantil: 27.4 por mil. Esperanza de vida al nacer: 70.8 años. Saldo neto migratorio: 20.7 miles.

Se divide en tres distritos, los cuales se dividen en 19 municipios, que a continuación se detallan:

**San Salvador:** San Salvador, Mejicanos, Soyapango, Delgado, Ayutuxtepeque, Cuscatancingo.

**Tonacatepeque:** Tonacatepeque, Guazapa, San Martin, Apopa, Nejapa, Aguijares, Ilopango, El Paisnal.

**Santo Tomas:** Santo Tomas, San Marcos, Panchimalco, Santiago Texacuangos, Rosario de Mora.



Figura 42: Factores demográficos y culturales de San Salvador

Aspectos físicos	Descripción
<b>Ríos principales</b>	Lempa, Las Cañas, Sucio, Lago de Ilopango.
<b>Cerros principales</b>	San Jacinto, Volcán de San Salvador o Quezaltepeque, Volcán de Guazapa, Nejapa.
<b>Clima</b>	De acuerdo con la altitud sobre el nivel del mar, existe en el departamento los diferentes tipos de climas: de 0 a 800 m sobre el nivel del mar, sabana tropical caliente o tierra caliente, el cual abarca un 80% del área total del departamento.

Tabla 65: Aspectos físicos de San Salvador.

Los elementos demográficos se refieren a la edad, sexo, lugar de nacimiento, y lugar de residencia, estado civil, número de hijos. La estructura de edad y sexo constituye de manera directa en diversos procesos sociales y económicos. Primeramente para determinar procesos sociales y saber cuál es la población total y por edades con la que cuenta el país como recurso humano, veremos los índices.

### POBLACION POR EDADES

Población en edades de 15 a 17 años: Número total de habitantes integrado por el segmento de la población; fracción de la población apta para trabajar incluida en la PET.

Población en edades de 18 a 60 años: Número total de habitantes integrado por el segmento de la población adulta que corresponde al rango de edades entre 18 y 60 años internacionalmente se considera a esta fracción de habitantes la población laboral con la que cuenta el país, la cual está incluida en la PET.

Población mayores de 60 años: Número total de habitantes integrado por el segmento de la población considerada como de la tercera edad que corresponden a las edades entre 61 años y más; fracción de la población que está incluida en la PET, pero que su participación en el mercado laboral es en menor proporción.

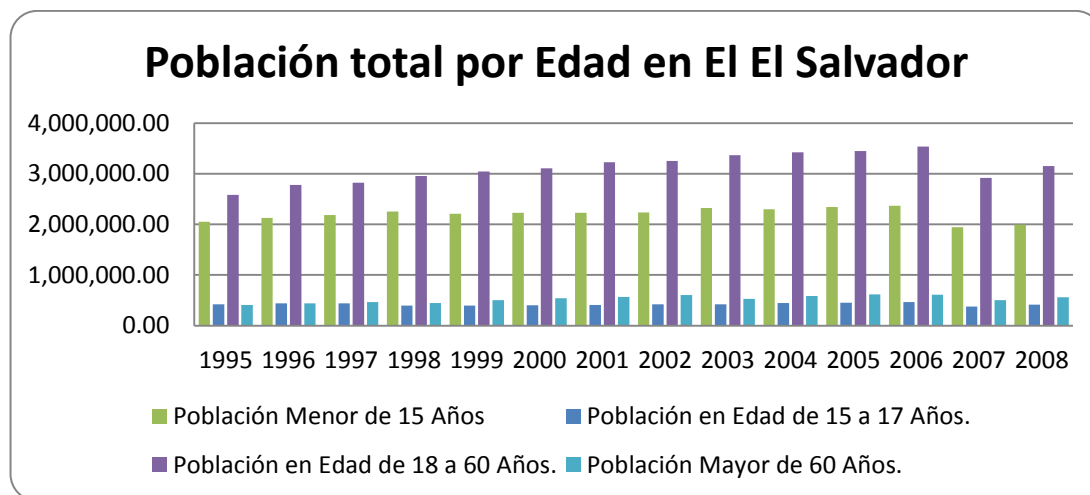


Gráfico 158: Población total por edad El Salvador

La mayor parte de la población en todos los años está en la edad entre 18 a 60 años, edad en la cual se realizan las actividades productivas eso significa que la mayoría de la población está en edad de trabajar en el país. La población que le sigue son los menores de edad que forman en gran parte la población total.

Población de 15 a 17 años: este tramo de la población es de especial interés por ser éste el que por un lado demanda servicios especializados de educación y formación laboral y por otro está muy próximo a incorporarse al mercado laboral y presiona por nuevos empleos. Según las cifras, la tendencia es hacia el aumento con excepción del año 2007 en el que la población en edad de 15 a 17 años resultó un 19.1% menos con respecto al año anterior, cifra que está relacionada con el registro de la población total presentada por el Censo de Población y Vivienda 2007.

Población de 18 a 60 años. El segmento de población comprendido en este grupo de edad es el que a nivel internacional se considera como partícipe pleno de la fuerza laboral de un país, visto de otra manera es el grupo de la población que genera ingresos económicos para el sostenimiento de las familias y por ende de la sociedad. En todos los años tubo aumento menos en el 2007 se hubo una baja en este sector de la población.

Población mayores 60 años. Es el grupo de personas que desde un punto de vista netamente económico deben de estar gozando de los beneficios proporcionados por el sistema provisorio por haber cumplido su período de participación activa en el mercado laboral.

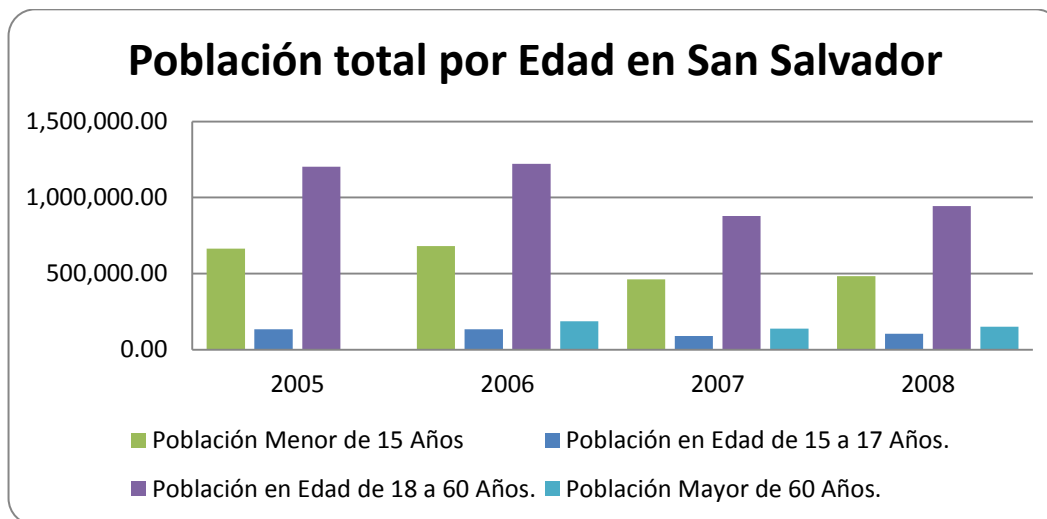


Gráfico 159: Población total por edad en San Salvador

Como se puede apreciar en el gráfico la mayor cantidad de población de San Salvador se encuentra en edad de 18 a 60 años, edad que es la que participa plena de la fuerza laboral con lo cual podemos decir que existen recursos humanos que pueden estar participando en actividades productivas en San Salvador. Por otra parte es importante ver que la población menor de 15 años presentó una disminución en el año 2007 y se mantuvo en el año 2008.

### POBLACION POR SEXO

Población Femenina: Población integrada por todas las mujeres físicamente presentes dentro de los límites geográficos del país.

Población Masculina: Población integrada por todos los varones físicamente presentes dentro de los límites geográficos actuales del país.

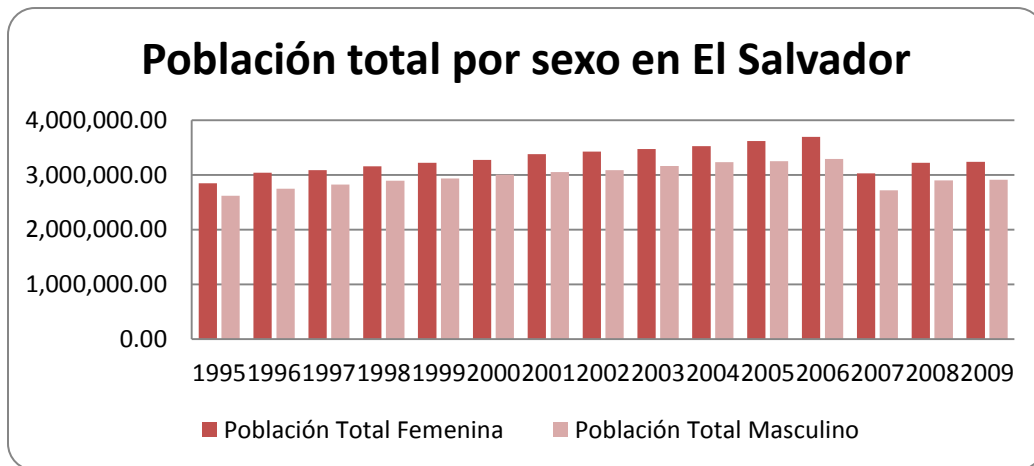


Gráfico 160: Población total por sexo en el Salvador

El conjunto de habitantes del sexo femenino que residen en los hogares particulares de las diferentes regiones del país, para el año 2007 se registraron 3,036,350 mujeres un 17.7% menos que el año anterior. La población masculina salvadoreña, desde 1995 presenta una tendencia creciente año con año, sin embargo para el año 2007 la población masculina es 17.6% menor que la población estimada en el año 2006.

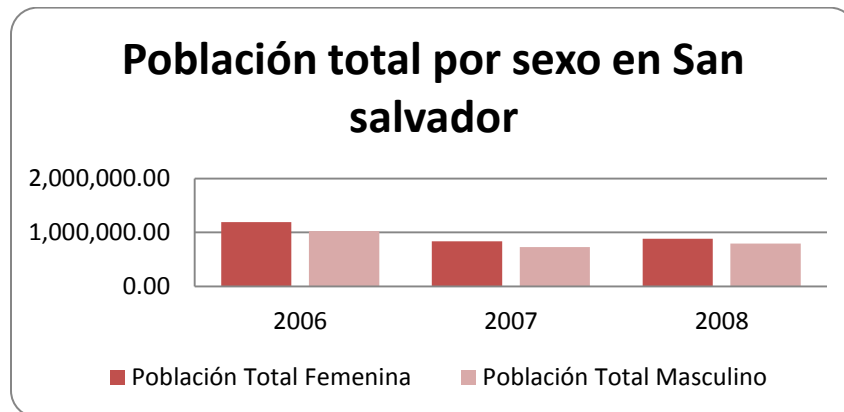


Gráfico 161: Población total por sexo en San Salvador

El gráfico anterior nos muestra que la cantidad de población femenina en San Salvador a través de los años siempre ha sido mayor que la cantidad de población masculina. Para el año 2007 se presentó una considerable baja para los dos sectores de la población. Es muy importante saber

con que sector de la población se cuenta más para determinar los planes a desarrollar en el diseño del proyecto.

**INDICADOR DE VIVIENDAS**

Indicador de Viviendas: Es número total de viviendas que se considera como el lugar delimitado por paredes y techos, en donde una o más personas residen habitualmente; es decir en donde duermen, preparan alimentos y se protegen del medio ambiente.

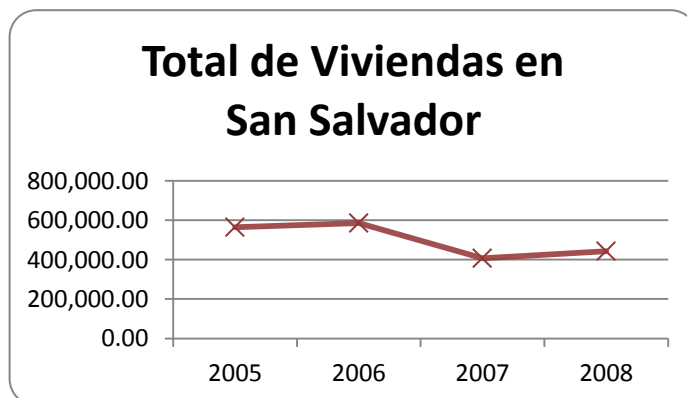


Gráfico 162: Total de viviendas en San Salvador

Para cubrir la demanda de vivienda de personas de escasos recursos, existe una entidad del Estado destinada a este fin: el Fondo Social para la Vivienda (FSV) proporciona créditos a las personas de escasos recursos para adquirir y/o remodelar sus casas de acuerdo a su capacidad adquisitiva, lo cual ha contribuido en gran medida al crecimiento del número de viviendas. Aunque en San Salvador se ve una tendencia decreciente para el año 2007.

Personas por Hogar: Es el promedio de personas que habitan un hogar.

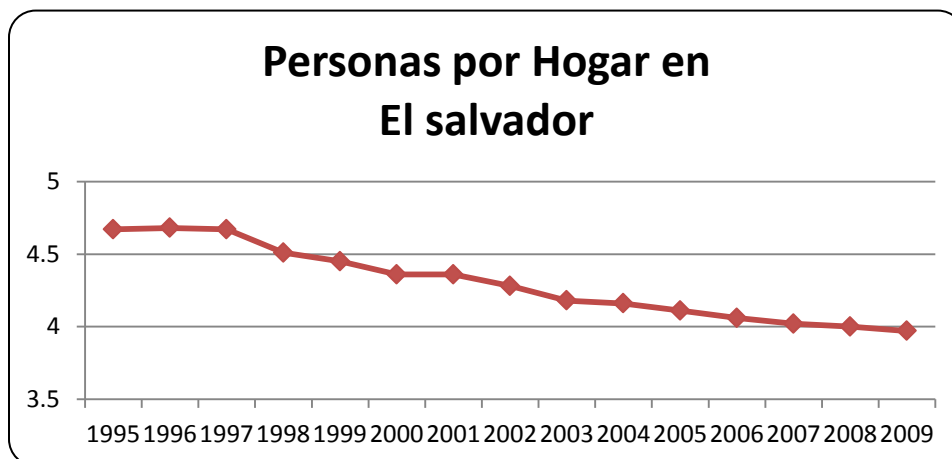


Gráfico 163: Personas por hogar en El Salvador

En el gráfico anterior nos muestra que el número de personas por familia se ha venido disminuyendo a través de los años debido a diferentes causas como educación, situación económica entre otros factores como cultura y busca de auto superación, éxito de programas demográficos, migraciones y conciencia social lo que ha provocado en los últimos años el número promedio se mantiene casi constante 4 habitantes por hogar.



#### 5.4.5 ANALISIS FACTOR LOCALIZACION Y VIAS DE ACCESO

Este factor es importante en torno al BSE debido a que se considera que el estado actual de todo lo relacionado a accesibilidad, señalización y vías de transporte así como los medios disponibles para el acceso al BSE pueden tener una influencia significativa en el éxito del proyecto.

##### **Municipio de San Salvador.**

El municipio de San Salvador, está limitado al norte por Cuscatancingo, Mejicanos y Nejapa, al este por Soyapango, Ciudad Delgado y San Marcos, al sur por San Marcos y Panchimalco, y al oeste por Antiguo Cuscatlán y Santa Tecla. Se divide en 8 cantones y 37 caseríos. La población es de 500,006 habitantes.

San Salvador, por ser la capital de El Salvador, tiene un alto índice de violencia, maras, drogadicción y promiscuidad; en el municipio hay 420 cantinas, 20 night club, 20 barras show, 390 bares, 15 billares, 165 abarroterías, 45 distribuidores de licor. Cabe mencionar, que los night club y barras show operan bajo licencias de venta de cerveza y licor, no están registrados bajo el rol que les corresponde. Pero también tiene aspectos buenos como que posee un atractivo cultural histórico lo que ha generado afluencia de visitantes durante algunos días, creando una actividad económica derivada del turismo; actualmente es reconocido como un municipio histórico y cultural, lo que está incidiendo directamente en aspectos de transporte y vías de acceso.

La carretera principal a san salvador está muy señalizada con la sus respectivos destinos y la distancia a recorrer.



Figura 43: Vías de acceso terrestre a Ubicación de San Salvador

### **Localización del Centro Histórico de San Salvador.**

El centro histórico se ubica en el centro del municipio de San Salvador, esta área comprende el inicio de la expansión de la ciudad capital desde el siglo XVI. Las edificaciones originales de la colonia española fueron en su mayor parte destruidas por desastres naturales como el terremoto del año 1986, pero con la existencia de algunas de ellas se vuelve interesante una visita ya que este se considera importante por su valor histórico. Para llegar a este es de forma accesible ya que la mayoría de los buses (rutas: 9,3, 29,42 entre otras) hacen su recorrido hacia el centro histórico.

Las calles para llegar al centro histórico son de carriles los cuales son de dos sentidos de dirección su calle principal de acceso es la calle Juan Pablo II, El Boulevard Venezuela, estos no están señalados para la ubicación del centro histórico de San Salvador, se necesita señalar.

### **Barrio San Esteban.**

El barrio San Esteban está ubicado en el centro histórico de San Salvador bajo los siguientes límites: al norte con la Calle Delgado, al sur la 4ª calle Oriente; al oriente con la 20 Avenida sur; al poniente con la 14 Avenida sur. Su eje de acceso es continuo de los barrios calles de dos carriles. Todas sus calles están señaladas con la dirección pero no tienen señalización suficiente para saber que es destino turístico cultural este barrio con lo cual se necesitaría una señalización del recorrido que se podría hacer en el BSE. Sus calles de acceso son de dos carriles pero con un solo sentido de dirección. Su tráfico es pesado a horas pico de tráfico por la cantidad de buses que pasan por esa arteria vial.

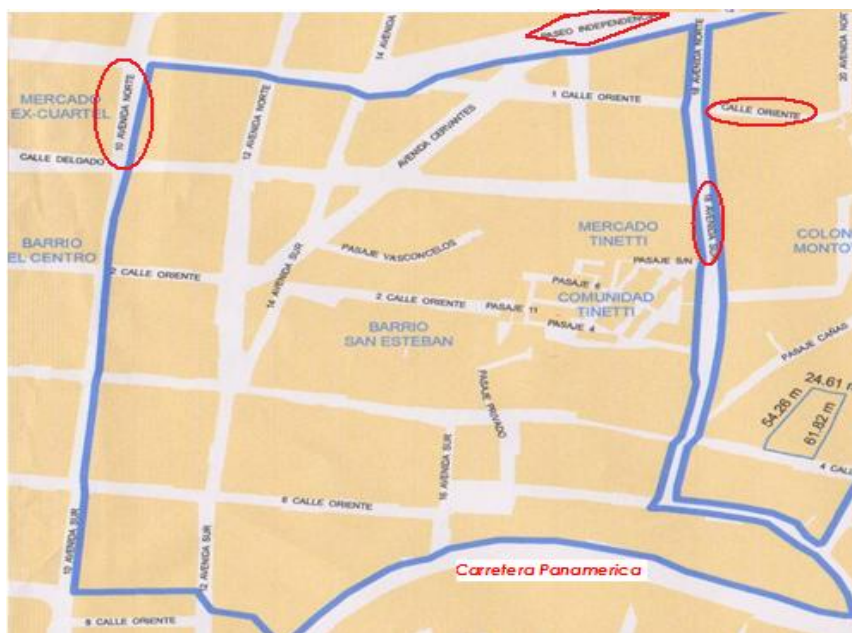


Figura 44: Vías de acceso a Ubicación de Barrio San Esteban

## Sistema vial en el municipio de San Salvador y el conjunto histórico.

La ciudad de San Salvador posee múltiples vías de acceso de las cuales escribiéramos las más importantes corresponden a la jerarquización establecidas por la Dirección General de Caminos del Ministerio de Obras Públicas; las cuales son:

### **1. Carretera Panamericana**

Clasificada como “Vía Primaria”, esta carretera es asfaltada y está en buen estado es la carretera más importante de el salvador ya que atraviesa todo el país



Figura 45: Vías de acceso a Ubicación de San Salvador

En dicha carretera la señalización para llegar al municipio es considerada como suficiente, ya que existen muchas señales entro de todo el país en cada departamento conteniendo los kilómetros faltantes por recorrer para llegar al destino San Salvador.

### **2. Carretera Este oeste (carretera de Oro)**

Clasificada como “Vía Primaria”, esta carretera es concreto y está en buen es una vía alterna para entrar a san salvador. En dicha carretera la señalización para llegar al municipio es considerada como suficiente, ya que existen muchas señales entro de todo el país en cada departamento conteniendo los kilómetros faltantes por recorrer para llegar al destino San Salvador.

### **3. Autopista de Comalapa**

Esta Autopista es de concreto y está en buen estado es una vía que lo lleva desde el aeropuerto internacional de el salvador hacia el gran san salvador conectando con Blvd. De los Próceres y el Blvd. de Los Héroes.

## Circulación Vehicular.

La circulación de vehículos livianos y transporte colectivo en San Salvador es alarmante más en horas pico (horario de trabajo). En el centro histórico de san salvador es significativo el % de ruta de transporte colectivo que hace su recorrido por lo cual a esas horas hay una saturación de transporte en el lugar y es muy difícil realizar un recorrido a esas horas.

### **Sistema de Transporte Público.**

Actualmente se cuenta con líneas de buses de transporte interdepartamental y 160 rutas en el AMSS de las cuales el 90% de las rutas cruzan por el área central del municipio de San Salvador que recorren. Las líneas de transporte colectivo interdepartamental son:

<b>VISITANTES INTERDEPARTAMENTALES</b>		
<b>TERMINAL</b>	<b>LUGAR DE PROCEDENCIA</b>	<b>RUTAS AL CENTRO HISTORICO</b>
<b>Terminal Oriente</b>	Rutas a San Miguel, Unión, San Vicente, Chalatenango,	Rutas 9, 3, 42, 29, 41
<b>Terminal Occidente</b>	Rutas a Santa Ana, Ahuachapán, Sonsonate.	Rutas 7D, 7 C , 4
<b>Terminal Del Sur</b>	Rutas de Cabañas, Puerto El Triunfo, San Francisco Javier, Zacatecoluca, San Agustín, San Jorge y Usulután, entre otras.	Rutas 26, 22

*Tabla 66: Sistema de transporte público para turistas nacionales.*

Las paradas de buses son de dos tipos: las oficiales establecidas por el Viceministerio de transporte y las informales dentro de la ciudad como en el trayecto de la ruta que recorre debido a la improvisación de la misma, debido a que los itinerarios de los transportes colectivos no son respetados.

### **Señalización para llegar al Centro Histórico San Salvador.**

La señalización para llegar al municipio de san salvador se encuentra en buen estado y se puede encontrar a lo largo de todo el camino a través de la carretera panamericana. A continuación se presentan las señales que indican cómo llegar al municipio.

Existen algunos problemas en la señalización dentro del municipio, visibles (son muy pequeños o están cubiertas con otros rótulos) y otras en mal estado. Actualmente la Alcaldía está implementando un proyecto de señalización urbana; Sin embargo, es necesario también contar con una buena señalización turística tanto en el casco urbano, para que sirva como información a los turistas de cómo poder llegar a los diferentes lugares con los que cuenta el Centro Histórico San salvador

### **Como llegar a San Salvador desde el Extranjero**

Los extranjeros deben tener en cuenta algunos aspectos importantes respecto al visado, como por ejemplo los ciudadanos provenientes de Australia como los de Nueva Zelanda, son los únicos que indefectiblemente lo necesitan para poder ingresar al país. Los demás solo con el pasaporte.

<b>Como Llegar por Vía Aérea a San Salvador</b>	<b>Para poder acceder a San Salvador por vía aérea existe el aeropuerto de El Salvador Internacional; ubicado a exactamente sesenta y dos kilómetros de la ciudad propiamente dicha, un trayecto que en tiempo sería equivalente a un viaje de media hora. Este aeropuerto cuenta autobuses que lo conectan diariamente con la ciudad.</b>	
<b>Como Llegar por Vía Terrestre</b>	<b>En autobús</b>	<p>San Salvador cuenta con diversas compañías de autobuses que hacen posible su conexión.</p> <p>San Salvador -Ciudad de Guatemala, dónde cada una hora salen unidades, la duración del trayecto es de cinco horas de viaje</p> <p>San Salvador - Tegucigalpa, la frecuencia de servicio de autobuses es mínima, la duración del trayecto equivale a aproximadamente unas siete horas de viaje.</p> <p>También existen conexiones a través de autobús a otras ciudades importantes de Panamá, Costa Rica y Nicaragua.</p>
	<b>En automóvil</b>	<p>Para viajar en automóvil es importante saber que en caso de arribar a la frontera fuera del horario de oficina estipulado será necesario abonar una determinada tasa para poder cruzarla. El horario de oficina de lunes a viernes es de 12.00 a 14.00 hs. y de 18.00 a 08.00.</p> <p>Se puede utilizar un permiso nacional o internacional de conducir. Los vehículos extranjeros sólo pueden permanecer el país durante 30 días. No obstante, es posible solicitar una ampliación por otros 60 días a las autoridades de Aduanas y Transportes de El Salvador.</p> <p>Existen aproximadamente doce mil kilómetros de red viaria de los cuales una tercera parte están completamente aptos para viajar en cualquier época del año.</p>

*Tabla 67: Vías terrestres para turistas internacionales.*

#### 5.4.6 ANALISIS FACTOR COMPETENCIA

Se elaboró un inventario de los sitios turísticos del cercano del municipio, del municipio y por barrios del CHSS con el objetivo de interrelacionarlos con el BARRIO SAN ESTEBAN ; Al identificar cuáles son las áreas turísticas existentes se buscara la manera de interrelacionarlas para la formación de escenarios (paquetes) turísticos que se puedan ofrecer a los turista en busca de una diversificación y complemento de los atractivos a ofrecer. Es por eso que se efectúa un inventario de los recursos y patrimonios turísticos del municipio

Los recursos turísticos cercanos al I Municipio que podrían se competidores en materia de turismo, se detallan a continuación los recursos turísticos potenciales:

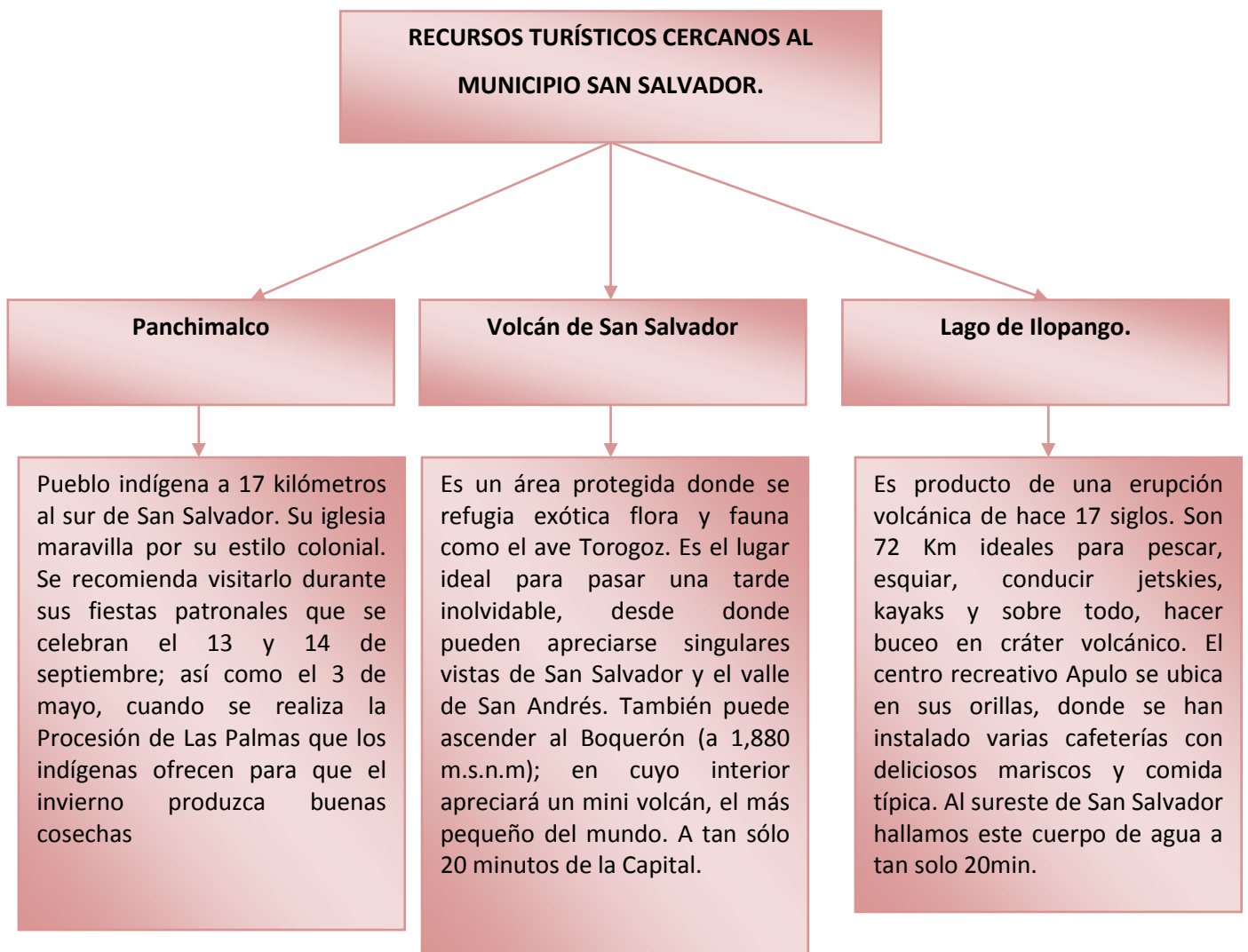


Figura 46: Recursos turísticos cercanos a Municipio San salvador

Los recursos turísticos con los que cuenta el Municipio se pueden dividir en recursos naturales y patrimonios culturales. Dentro de los recursos turísticos potenciales tenemos los siguientes:

Los patrimonios con los que cuenta el centro histórico de san salvador son importantes ya que son la base para que exista un turismo cultural.



Figura 47: Recursos turísticos del CHSS

La división de barrios en el centro histórico es importante para saber que patrimonios culturales hay en cada uno de estos; esto se debe q que cada barrio es visto como un competidor del BSE ya que puede brindar turismo cultural de la misma forma. A continuación presentamos los límites geográficos de cada barrio y sus respectivos patrimonios.

## Límites de los barrios del centro histórico de San Salvador

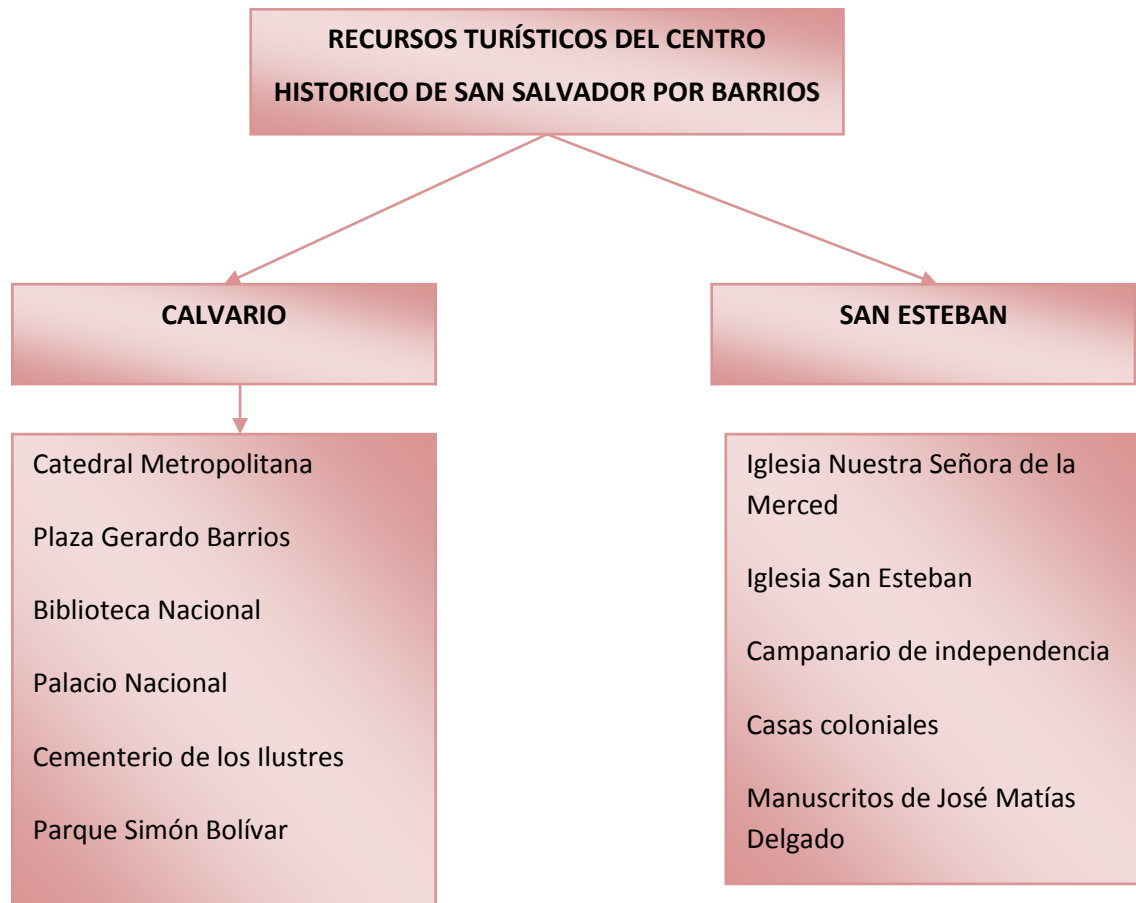
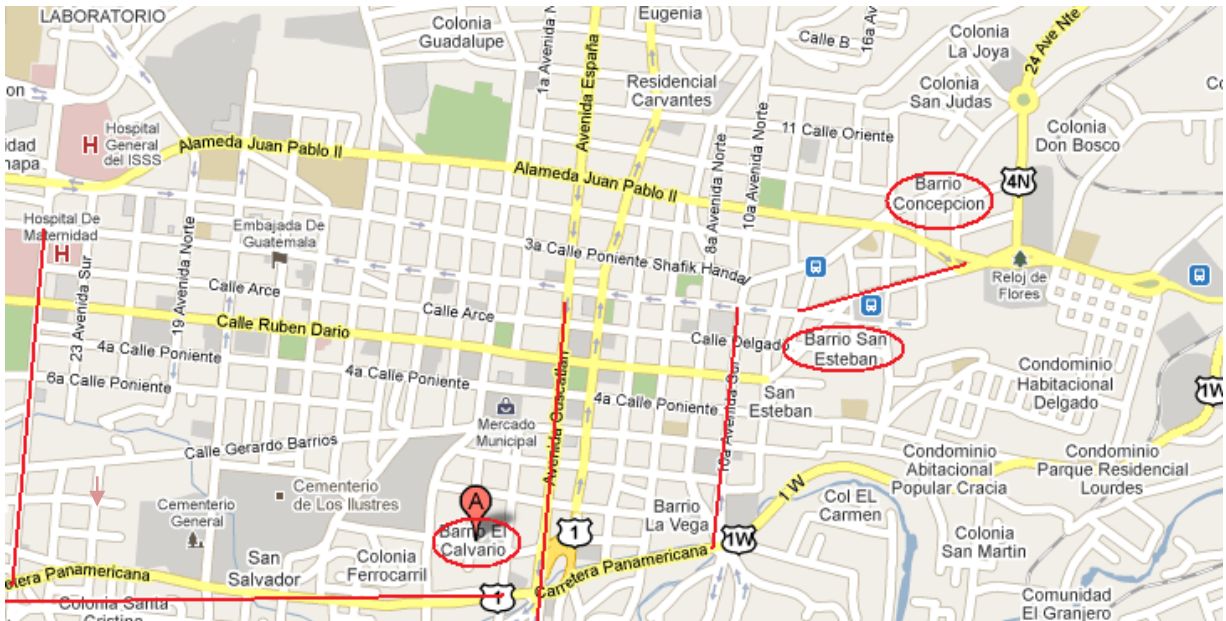


Figura 48: Recursos turísticos del CHSS por barrios



### 5.4.7 ANALISIS FACTOR EXPECTATIVAS DE LOS INTERESADOS

En el análisis externo es de suma importancia conocer los grupos de interesados fuera del BSE, ya que estos son los actores claves para darle realce y poder potenciar el proyecto a un alcance nacional e internacional con ayudas de desarrollo o de gestiones de financiamiento.

A continuación se presenta un listado de actores que son afectados directa o indirectamente por el desarrollo de las actividades en el BSE, y a la vez se define la importancia de la intervención de cada uno de estos se definen las expectativas, los beneficios que esperan del proyecto y los recursos que esperan movilizar para el desarrollo socioeconómico del BSE.

#### EXPECTATIVAS DE LOS INTERESADOS FUERA DEL BSE

ACTOR	RELACION CON EL BSE	EXPECTATIVA	BENEFICIOS ESPERADOS
<b>ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR</b>	La alcaldía tiene relación con el BSE ya que este es el órgano de mayor jerarquía en el rango geográfico dentro del salvador, además existe la ordenanzas reguladora de la oficina de restauración y desarrollo del centro histórico pretende dar mantenimiento y mejoramiento al lugar	Desarrollo socioeconómico de la comunidad a través del turismo cultural, siendo el CHSS el principal eje de esta visión.	Aumento del turismo cultural, histórico y como consecuencia, aumento del turismo en el CHSS, lo que generará una mejora en la calidad de vida de los habitantes BSE gracias al crecimiento de las divisas generadas en materia de turismo.
<b>OFICINA DE TURISMO</b>	Institución encargada de la difusión, promoción de los lugares turísticos que están dentro del BSE	Diversificación y de la oferta turística del municipio de san salvador, CHSS (BSE).	-Desarrollo del turismo en BSE (Inclusión de los lugares del BSE en los distintos medios informativos para la promoción de estos)  -Aumento del turismo en San Salvador.  -Aumento de las divisas por turismo

<b>FUNDASAL</b>	Institución encargada del CHSS que apuesta el desarrollo de los Barrios del centro mediante el mejoramiento habitacional	Desarrollo habitacional del BSE	-Mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del BSE  -Aumentar el desarrollo humano del BSE
<b>AECI</b>	Esta institución es muy importante ya que ha financiado proyecto de desarrollo en el BSE.	Acelerar el proceso de desarrollo del país	-Mejorar la calidad de vida de los habitantes  -Lucha contra la pobreza.  -Defensa de los Derechos Humanos.  -Respeto a la diversidad cultural.
<b>AGENCIAS DE VIAJES</b>	Futuros convenios para realizar tours de turismo cultural en el BSE	Patrimonios culturales, históricos llamativos a los turistas	Incrementar el número de visitas turísticas a patrimonios culturales del país

Tabla 68: Expectativas de los involucrados fuera del BSE

# CAPITULO VI. ANALISIS

## 6.1. ANALISIS PEST

Por medio de este análisis se identificaron los principales factores que afectan al BSE los cuales se consideraron dentro del estudio, se clasificaron como aspectos externos e internos, y se presenta a continuación un resumen del análisis de cada uno de fueron investigados.

### 6.1.1 ANALISIS FACTOR INTERNOS DEL BSE

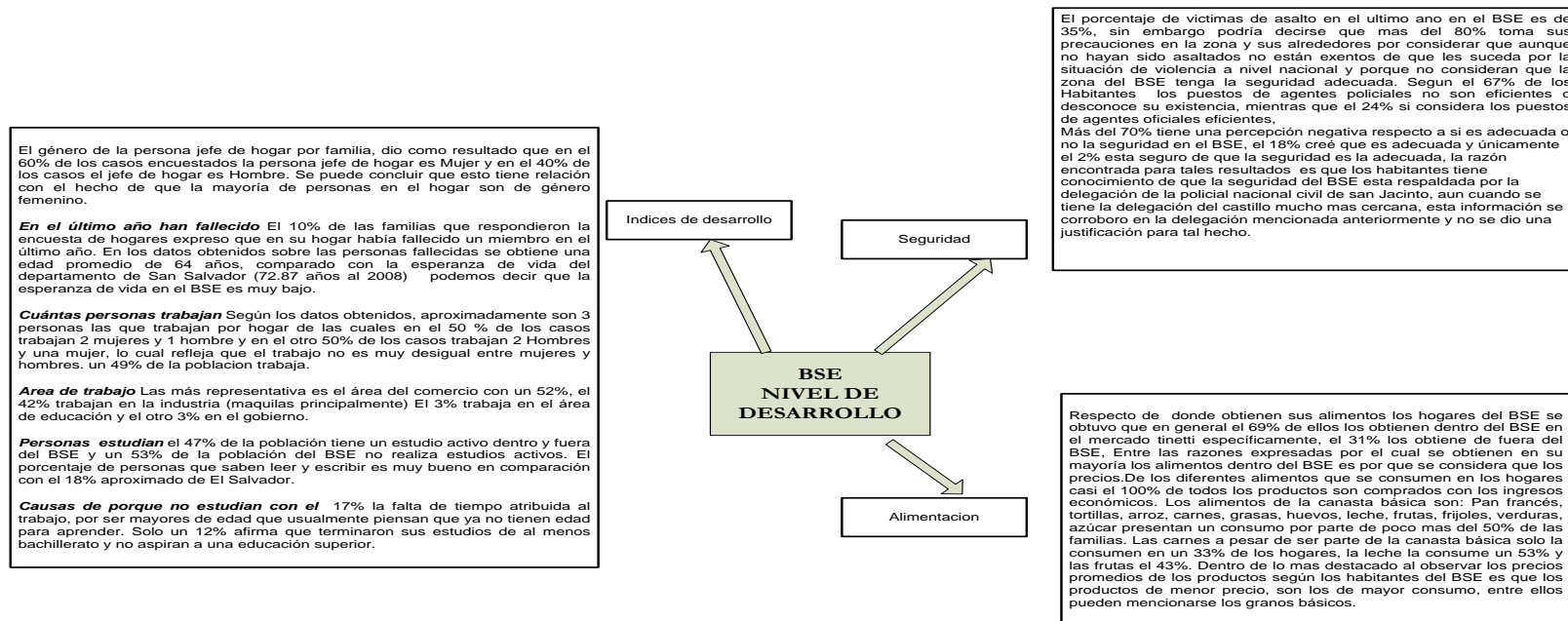


Figura 49: Análisis PEST de factores Internos Nivel de desarrollo del BSE

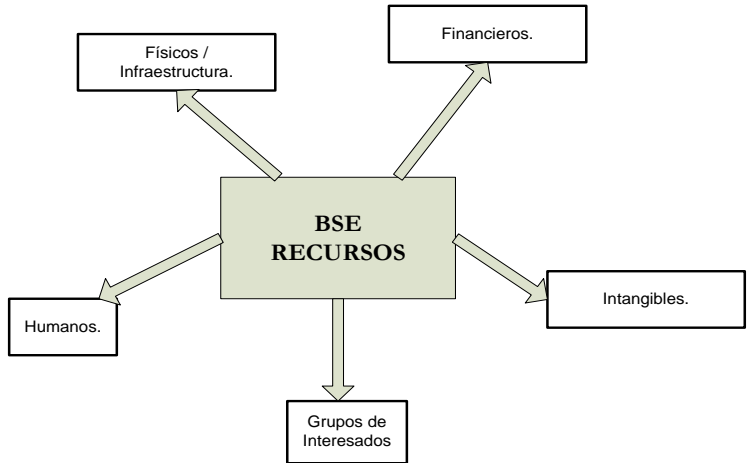
El BSE posee una extensión de 8 Has en la que están situadas sus patrimonios culturales, las cuales son Campanario de independencia, Iglesia Nuestra Señora de la Merced, Iglesia San Esteban, Castillo Policía Nacional Civil, casa coloniales; en estos Lugares es donde se prestan los servicios a los turistas. En el BSE también existe unas áreas las cuales no han sido aprovechadas y colocarse otros atractivos como negocios para obtener artículos históricos. Circundantes al BSE existe otros patrimonios las cual para futura ampliación del Turismo del BSE Constituyen un mejor tours para los visitantes. A esto se le suma la cantidad de tradiciones religiosas, y actos cívicos que se realizan en este BSE en semana santa, las cuales son grandes atractivos para las personas, especialmente la del Ermitaño, la de personas devotas a la iglesia o personas historiadoras de la costumbres de un país. Por lo que establecemos que el BSE cuenta con la posibilidad de Atraer enormes cantidad de turistas brindando servicios a los clientes y crear en ellos una mayor satisfacción.

Las organizaciones nacionales o internacionales que invierten en el desarrollo del BSE son:  
 Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), otras instituciones internacionales interesadas en el desarrollo de las comunidades

Las posibilidades de financiación son muy altas debido al éxito de los proyectos pero esto depende del estudio del proyecto y las organizaciones que lo respalden debido a que a la cooperativa local es muy difícil que le asignen fondos para manejar de manera autónoma.

Una de las mayores y mejores combinaciones del patrimonio edificado y el intangible que se llevan a cabo en la ciudad de San Salvador, Es la riqueza cultural de la calle de la Amargura donde distintos actos litúrgicos de la religión católica destacando el tiempo de semana santa. Existen varias expresiones religiosas que comienzan desde el mes de enero en El Calvario con el Señor de las misericordias, continúan en San Esteban, con el Santo Patrono. Estos dos templos llevan a cabo los grandes eventos de la Cuaresma y Semana Santa en los meses de marzo o abril. En septiembre los mercedarios celebran a Nuestra Señora de la Merced, El Calvario a la advocación de Nuestra Señora de Dolores y en diciembre los tres templos se ocupan de todo lo relativo a las celebraciones del nacimiento de Cristo, desde el Adviento. Entre los servicios que podría prestar el BSE están el de alimentación y hospedaje. Cercanos al BSE encontramos una serie de patrimonios turísticos que se pueden utilizar para el fomento del turismo y que no son utilizados de manera adecuada, es por ello que se efectuó un inventario turístico para realizar una interrelación de estos recursos y patrimonios turísticos tomando como eje BSE, elaborando con esto rutas turísticas culturales.

El recurso humano disponible a participar Basados en el levantamiento de datos el 84% de los habitantes del barrio estarían en la disposición de aportar con su fuerza laboral en una propuesta de desarrollo para el BSE, lo que indica un alto nivel de interés por parte de los pobladores por emplearse dentro del barrio por las ventajas económicas que tiene para su familia y para el desarrollo del barrio en su totalidad. Recurso humano que sabe leer y escribir Al menos el 83% de los habitantes del BSE saben leer y escribir pudiendo desempeñar puestos que no requieran de muchos conocimientos o de habilidades empíricas como algún oficio o trabajo informal del que han aprendido de la experiencia. Nivel de educación de los habitantes del BSE nivel de educación básica prevalece entre la población habitante del BSE con un índice del 61%, seguido por el nivel de bachillerato que es menor pero bastante significativo y el más reducido número es de personas con al menos 2 años de universidad. Es importante destacar que existe dentro del barrio personal con estudios universitarios que pueden aportar sus conocimientos en un proyecto de desarrollo local para el barrio, estos pueden ejercer funciones más complejas que los que solo poseen estudios básicos, es así como estos podrían aprovecharse para el proyecto. Todos los Habitantes del BSE reconocen la importancia del desarrollo del turicentro, porque podría ser su fuente de ingresos. Todos los cuales están dispuestos a evaluar cualquier tipo de propuesta que se les presente.



Los grupos de interesados internos son : Asociación Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHHS), Consejo Económico Parroquia Ntra. Sra. De la Merced El interés del consejo económico es el impulso de proyectos de beneficio para la comunidad en la búsqueda de la vida digna con la lucha por la eliminación de la pobreza. Los proyectos de la asociación son los proyectos de desarrollo comunitario de sus agremiados. El mejoramiento de la calidad de vida es el principal objetivo de la organización y sus más grandes proyectos son los dos multifamiliares construidos con la ayuda de la cooperación del gobierno de España, FUNDASAL

Se pretende que el BSE funcione eficientemente, volverse auto sostenible en el eje del turismo. Dentro del BSE se tiene conciencia de ello y los grupos de interesados están dispuestas en su mayoría a trabajar por mejorar los aspectos necesarios para el logro del desarrollo y mejora del BSE

Figura 50: Análisis PEST de factores Internos de Recursos del BSE

## 6.1.2 ANALISIS FACTOR EXTERNOS DEL BSE

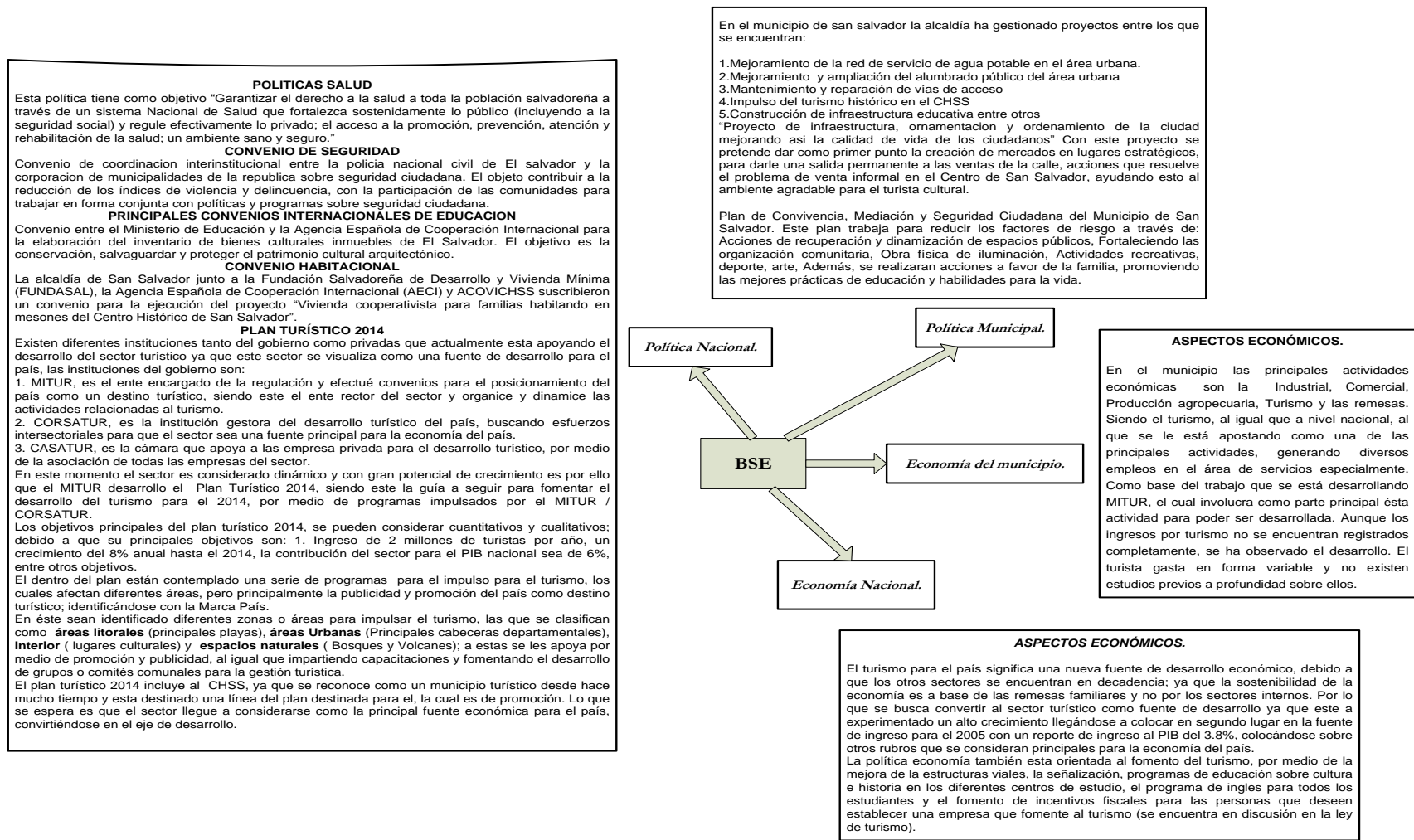


Figura 51: Análisis PEST de factores Externos del BSE (Política Nacional y Municipal, Economía Nacional y Municipal)

Tratando de mejorar la estructura social básica dentro del Municipio, se ha empezado a enfocar en la conservación del conjunto histórico y alrededores con el fin de optar al turismo como forma de desarrollo sostenible. Esto ha permitido una participación activa de la población en los diferentes proyectos de desarrollo.

El mejoramiento del BSE A través del turismo beneficiaría en una mejora en factores de educación, vivienda y otros de tipo social. Dentro del BSE el desarrollo del turismo permite el desarrollo paralelo de la misma comunidad. Además traería la conversión en el eje del turismo, permitirá darle impulso a todo el BSE a partir de ésta actividad económica. Actualmente existe armonía entre los habitantes del BSE, lo cual propicia un ambiente agradable.

La localización del BSE es importante debido a que se encuentra en uno de los municipios referentes del turismo en el país el cual es el municipio de San Salvador precisamente la capital del país, que al mismo tiempo tiene muchos destinos turísticos que hacen que cualquier persona que sea turística lo tiene que visitar.

La infraestructura vial para llegar al BSE se encuentra en buen estado, se tomara como referencia la llegada al centro de la ciudad CHSS debido que de ahí esta el BSE, este municipio posee tres vías de acceso las cuales son de Carretera Panamerica, Carretera a comalapa (aeropuerto).

En lo que respecta a la señalización vial es adecuada para llegar al municipio, estando en el municipio la señalización es considerada como mala debido a que si existen señales que direccionan hacia el CHSS pero son muy pequeñas, colocadas en lugares no estratégicos e inclusive mal colocadas, otro aspecto de mencionar es que en ningún lugar se observo señalización para llegar al BSE, es por eso que se establece una mala señalización.

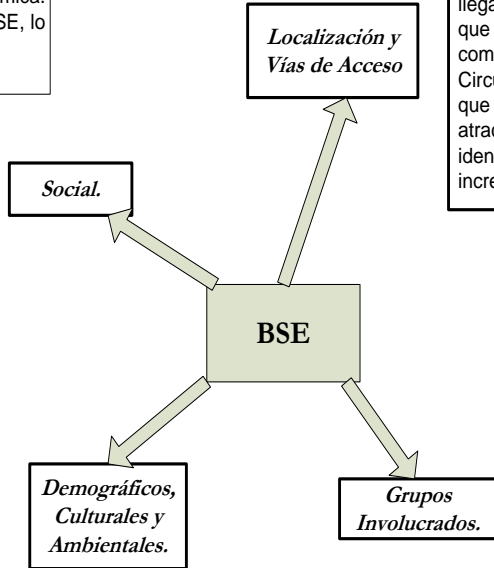
Por las vías de acceso circulan transporte interdepartamental y departamental para llegar al municipio, dentro del municipio encontramos Diversidad de rutas de buses que transportan a las personas a los diferentes lugares y colonias de éste, Las rutas como la 3, 9, 26,22,7, 4,42, 29, 41 hacen su recorrido para el CHSS.

Circundantes al BSE se encuentran una serie de recursos y patrimonios turísticos que pueden ser aprovechados para presentárselos a los diferentes turistas como atractivos, es por ello que se elaboro un inventario turístico del municipio para identificarlos y posteriormente establecer una interrelación entre ellos para incrementar los atractivos de la zona fomentando el turismo cultural.

El municipio tiene alrededor de 1.567.156 habitantes y dentro del BSE 2,222. La cantidad promedio de habitantes por vivienda es de 4.47 Aprox. El promedio de mujeres por hogar es de 3 aproximadamente (2.38) y de 2 hombres por hogar aproximadamente (2.07). En educación el porcentaje de personas masculinas que no estudian asciende a un 44% Superandolo con el 56% femenino.

El desarrollo del turismo en general, afectará al municipio completo repercutiendo en la mejora de sus condiciones de vida, al convertirlo en un municipio autosostenible y permitiendo una mayor inversión en el fortalecimiento de la estructura social, educativa, económica etc.

Debido a la naturaleza del Turismo en el BSE la armonía con sus recursos patrimoniales es primordial y se busca un permanente mejoramiento y conservación.



ACOVICHSS, FUNDASAL Alcaldía Municipal de San Salvador, Oficina de Turismo, pobladores del BSE, clientes, proveedores, competidores, Las personas administradoras de patrimonios culturales fuera del barrio, Consejo económico parroquia Señora de la Merced. . Ellos como parte del entorno más directo con el BSE forman parte de su desarrollo Desarrollo socioeconómico de la comunidad a través del turismo cultural, y aumento de turistas. No existen operadores que actualmente promuevan el turicentro.

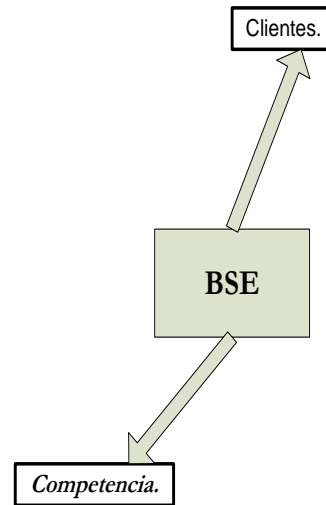
Figura 52: Análisis PEST de factores Externos del BSE (Demográficos, culturales y ambientales, Social, Localización y vías de acceso, grupo Involucrados)

Se identifico a 3 competidores directos los cuales prestan los mismos servicios que el BSE los cuales poseen patrimonios culturales y estan en el centro historico de San Salvador; identificándose Otros nacionales Como los pueblos vivos los cuales son los considerados unos de los principales lugares turisticos para el país y unos de los mas conocidos, por lo que son los que representan mayor cantidad de competencia para el BSE, afectando esto en que disminuira la afluencia de turistas al BSE.

Los otros los encontramos situados en diferentes partes del país como Panchimalco, el voqueron, lago ilopango. Estos centros turisticos representa una fuerte competencia para el BSE debido a que en sus Recursos turisticos a demás de prestar servicios principales también posee otros atractivos y servicios que son agradables y atrayentes de turistas.

Como competencia indirecta consideraremos que hay gran cantidad de lugares turisticos culturales del pais como la palma, joya de ceren, entre otros con características culturales, se estableció este universo debido a que no existen registros concretos de la cantidad de atractivos turísticos que existen en el país; estos están situados en diferentes partes del país y sus principales servicios y atractivos son Estructuras historicas , luagres conmenorados importantes por las actividades que se realizaron en el pasado; estos representa una buena competencia ya que son muy demandados por los turistas culturales.

Pero el BSE presenta una ventaja competitiva la cual es que se encuentra situado en un municipio reconocido por todo el país como turístico por su cultura e historia, al cual llegan gran cantidad de turistas, uno de los principales atractivos del lugar es el comercio, por lo que si el BSE desarrolla su estrategias de marketing puede convertirse en uno de los principales centros turisticos del país y generar un desarrollo local para el municipio.



Un aspecto importante a resaltar es la gran cantidad de demanda que actualmente tienen los lugares turisticos en el país, en especial los de tipo Turístico Cultural, ya que, según los datos recabados, estos han sido visitados por lo menos una vez. En general, los clientes de estos lugares buscan que el lugar posea gran cantidad de historia y patrimonios culturales muy antiguos, limpieza en el lugar y precios accesible.

Según el perfil del turista que visita el lugares de turismo cultural (que fue elaborado a partir de los datos arrojados por la encuesta), los clientes mayoritarios del BSE son Personas en edades entre 18-34 y 35-50 anos en busca de la historia del lugar, con ingresos económicos arriba de los Salario minimo y que disfrutan del turismo cultural. Los datos recolectados demuestran que el turista internacional representa apenas El mayor porcentaje de turista de este tipo , lo que demuestra que se le debe apostar también al hecho de atraer una mayor cantidad de turistas extranjeros al BSE.

Según los datos, la mayoría de los turistas que visitan Lugares turisticos culturales desean que se Les de un recorrido con la explicacion y relatando la historia del lugar, que hayan museos y se puedan tomar fotos, algunos de los que ya visitaron perciben además como "buenas" Los patrimonios culturales del lugar, e igual percepción poseen sobre los servicios que en lugar puede prestar.

El principal atractivo del BSE es el hecho de estar situado en el centro de la capital ya que desde ahí se puede remontar al pasado y dar un vistazo de como fue la cultura de aquellos tiempo, la economia entre otros. Los aspectos negativos son el insuficiente sistema de señalización para acceder al turicentro y la ausencia de publicidad del turicentro.

Figura 53: Análisis PEST de factores Externos del BSE (Competencia, Clientes)

## 6.2. ANÁLISIS DE LOS GRUPOS DE INTERESADOS

---

### 6.3.1 MAPEO DE ACTORES DEL BARRIO SAN ESTEBAN

El Mapeo de Actores es una metodología que no solo identifica quienes son los “stakeholders” o actores interesados de un sistema, sino también identifica y analiza sus intereses, y su importancia e influencia sobre los resultados de una intervención. Así mismo da los fundamentos y estrategias para fomentar la participación de los actores en el diseño e implementación de los proyectos, programas y/o políticas de desarrollo social.

Los actores interesados, son personas, grupos, comunidades o instituciones con derechos o intereses en un sistema, que se ven afectados o se podrían ver afectados por las operaciones de un proyecto (tanto de manera negativa como positiva), o son también aquellos que pueden afectar en los resultados de una intervención. Están también los “Actores Claves” o “Key Stakeholders” quienes significativamente pueden influenciar en el éxito o fracaso de una intervención. Generalmente son aquellos que tienen mayor influencia e importancia.

Entre los principales se incluyen los accionistas, los empleados, los consumidores, los proveedores y las comunidades locales donde operara el proyecto y entre los secundarios se mencionan los medios de comunicación, las administraciones públicas y los órganos reguladores, las organizaciones gubernamentales, los sindicatos, los competidores, etc. De estas divisiones o clasificaciones, lo realmente importante es que BSE realice un mapa de todos los stakeholders implicados con este.

### 6.3.2 IDENTIFICACION DE ACTORES CLAVES EN EL BSE<sup>20</sup>

A continuación se presenta un listado de actores que son afectados directa o indirectamente por el desarrollo de las actividades en el BSE, y a la vez se define la importancia de la intervención de cada uno de estos. Además del listado, se han seleccionado además a los actores claves del proyecto a partir de un proceso de auto selección, de la identificación que hacen las personas que habitan el BSE, así como también de la identificación que hacen otros actores, además de utilizar también la observación directa del grado de intervención de cada uno de los actores mencionados.

---

<sup>20</sup> Fuente: Groot, Anne Marie. *Stakeholder Matrices – Guidelines*. ICRA Learning Materials ([www.icra-edu.org](http://www.icra-edu.org)), página 4.



### **Matriz de identificación de actores clave**

ACTOR	ACTOR CLAVE	¿PORQUE SI O NO?
<b>ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR</b>	Si	Dentro de sus planes para impulsar el turismo como otro eje del desarrollo económico del municipio, el CHSS (BSE) es la principal apuesta para el aprovechamiento de los patrimonios culturales con que cuenta el municipio y así fomentar el turismo cultural.
<b>OFICINA DE TURISMO</b>	Sí	Es la oficina encargada de recolectar, analizar y brindar tanto al visitante como a la alcaldía de San salvador la información de todos los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio. Se considera un actor clave para lograr el desarrollo socioeconómico ya que una de las áreas más importante para lograrlo es mediante la publicidad del mismo.
<b>ACOVICHSS</b>	Sí	ACOVICHSS está constituido los habitantes del BSE. Son estos los más interesados en el desarrollo socioeconómico del BSE
<b>CONSEJO ECONOMICO PARROQUIA NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED</b>	Si	Ya que este actor fue el generador de la idea fundamental también es el que puede gestionar recursos financieros para la implantación del proyecto a través de la iglesia o autoridades estatales.
<b>FUNDASAL</b>	Si	<b><i>Institución comprometida con el desarrollo humano y la transformación sociopolítica, que contribuya a superar la vulnerabilidad y exclusión de los sectores populares.</i></b>
<b>POBLADORES DEL BSE</b>	Si	La población del BSE se verá beneficiada directamente gracias al incremento de las divisas generadas por el turismo y a tener una oportunidad de empleo como consecuencia directa del proyecto socioeconómico del BSE y además, son quienes tendrán una influencia directa sobre los resultados que se obtengan.
<b>CLIENTES DEL BSE</b>	Si	Son las personas que hacen uso de los servicios turísticos que presta el BSE.
<b>PROVEEDORES</b>	No	Son las diferentes empresas o personas que se dedican a proveer de insumos y productos a las diferentes comisiones que prestaran sus servicios en BSE. No son clave en desarrollo del mismo puesto que no poseen ninguna influencia en la toma de decisiones, a pesar de que si son actores interesados en el desarrollo del mismo.
<b>COMPETIDORES</b>	No	A pesar de verse afectados por activación del turismo en BSE, se espera que la influencia de estos sobre la intervención no sea de peso.

*Tabla 69: Matriz de identificación de actores claves.*

*Nota: Se han considerado como actores clave únicamente aquellos que poseen gran importancia e influencia sobre los planes o proyectos en el Barrio San Esteban.*

### 6.3.3 IDENTIFICACION Y EVALUACION DE ACTORES CLAVES EN EL BSE<sup>21</sup>

A continuación se definen las expectativas de cada uno de los actores antes mencionados, los beneficios que esperan del proyecto y los recursos que esperan movilizar para el desarrollo socioeconómico del BSE. En el caso de aquellos actores que ejercen una fuerza en contra del desarrollo de las actividades BSE, se detalla el conflicto de interés que poseen y la razón de su oposición.

#### **Definición de los intereses de los stakeholders**

ACTOR	EXPECTATIVA	BENEFICIOS ESPERADOS	RECURSOS A UTILIZAR PARA EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO DEL BSE	CONFLICTO DE INTERESES
<b>ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR</b>	Desarrollo socioeconómico de la comunidad a través del turismo cultural, siendo el CHSS el principal eje de esta visión.	Aumento del turismo cultural, histórico y como consecuencia, aumento del turismo en el CHSS, lo que generará una mejora en la calidad de vida de los habitantes BSE gracias al crecimiento de las divisas generadas en materia de turismo.	Gracias al convenio firmado entre la municipalidad de san salvador, MITUR, FUNDASAL en el cual estas 3 entidades son las encargadas del desarrollo en el CHSS. Además la alcaldía de san salvador con su Ordenanza reguladora de la oficina de restauración y desarrollo del centro histórico pretende dar mantenimiento y mejoramiento al lugar (17 de Mayo de 2010).	-
<b>OFICINA DE TURISMO</b>	Diversificación y de la oferta turística del municipio de san salvador.	Desarrollo del turismo en BSE y aumento del turismo en San Salvador.	Inclusión de los lugares del BSE en los distintos medios informativos que dicha oficina utiliza para la promoción los diferentes recursos turísticos con los que cuenta el CHSS (BSE).	-
	Desarrollo socioeconómico del	-Aumento de sus ganancias gracias oportunidades de empleo por el incremento del	Como actores del proyecto el mayor recurso que utilizarán para el logro de los objetivos del presente proyecto es su disposición para la formulación de	

<sup>21</sup> Fuente: Groot, Anne Marie. *Stakeholder Matrices – Guidelines*. ICRA Learning Materials ([www.icra-edu.org](http://www.icra-edu.org))

<b>ACOVICHSS</b>	BSE. Oportunidades de empleo.	turismo cultural en el BSE.  - Estrategias para la mejora del desarrollo socioeconómico del BSE.	estrategias para el desarrollo socioeconómico del BSE, así como llevarlas a cabo.
<b>CONSEJO ECONOMICO PARROQUIA NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED</b>	Desarrollo socioeconómico del BSE.	-Mejorar la calidad de vida de los pobladores del BSE.  -Mejorar los ingresos de las familias del BSE	Se utilizara el recurso de gestionar el financiamiento para los planes de desarrollo que se tendrán en el proyecto del BSE.
<b>FUNDASAL</b>	Promover el desarrollo humano sostenible por medio del fortalecimiento de la producción social del hábitat de la población BSE.	-Desarrollar proyectos para familias de escasos recursos que puedan mejorar su calidad de vida Lograr la participación del recurso humano en forma activa, responsable y consciente, en los procesos de desarrollo a nivel local del BSE.	El recurso a utilizar es el recurso humano del BSE potenciando su participación protagónica y organizativa, formando una conciencia crítica, la equidad de género, la incidencia política y la gestión del riesgo para su propio desarrollo
<b>POBLADORES DEL BSE</b>	Aumento del turismo en el municipio	Mejora de la calidad de vida de los pobladores como consecuencia del incremento en los ingresos generados por el turismo.	La disponibilidad de aportar su mano de obra, así también su capacidad de invertir en pequeños negocios que ayuden a ser más llamativo el turismo cultural en el BSE, además de eso los recursos disponibles culturales con los que cuenta.
<b>CLIENTES DEL BSE</b>	Contar con uno de los mejores lugares para realizar turismo cultural	- Obtener los mejores servicios turísticos en el BSE.  - Acercamiento a la historia y cultura en	Es mediante los clientes que cualquier negocio sobrevive y es rentable, por lo que estos son la mayor fuente de recurso

	en el país.	un lugar familiar. - Diversificación de las atracciones ofrecidas en el BSE.	monetario para el desarrollo turístico del BSE.	
<b>PROVEEDORES</b>	Crecimiento en la cantidad de clientes del turismo cultural del BSE	Aumentar los niveles de ventas de sus productos gracias al aumento de la cantidad de clientes que lleguen al BSE		-
<b>COMPETIDORES</b>	Es una expectativa de tipo defensivo, ya que perciben al desarrollo del turismo en el BSE como una amenaza para ellos.	-	-	La activación del turismo en el BSE se traducirá en una posible reducción de las ventas de éstos negocios de otros barrios o lugares similares.

Tabla 70: Definición de los intereses de los Stakeholders.

#### 6.3.4 MATRIZ PODER/ INTERES

Se utilizará la siguiente matriz (A. Mendelow, 1991) para clasificar a los grupos interesados (stakeholders) en relación al poder que tienen y al posible interés que muestran para el desarrollo socioeconómico del BSE. Además, la matriz indica la relación que es necesario establecer entre el BSE y cada grupo.

**Definición de las características de los stakeholders del BSE para la matriz poder/interés**

Cuadrante en la matriz Poder / Interés	Caracterización del cuadrante	Actores
A	Grupos de interesados que poseen menor poder y poco interés sobre la organización. Se recomienda realizar un mínimo esfuerzo en cuanto a éstos.	Proveedores Competidores
B	Son aliados de importancia crucial para influir en las actitudes de los grupos de interés más poderosos. Mantenerlos siempre informados.	Oficina de Turismo Alcaldía de San Salvador Consejo económico parroquia Señora de la Merced Fundasal
C	Son los stakeholders más “difíciles”, son relativamente pasivos pero pueden influir en las estrategias. Se recomienda mantenerlos siempre satisfechos.	Las personas administradoras de patrimonios culturales fuera del barrio
D	Los considerados jugadores claves. Debe haber una consideración crítica de estos grupos en la formulación y evaluación de las estrategias.	ACOVICHSS Clientes Pobladores de BSE

Tabla 71: Definición de características de los Stakeholders del BSE para matriz poder/interés.

***Interés.***

		Alta	Baja.
<b><i>Poder.</i></b>	Baja.	A Mínimo Esfuerzo.	B Tener Informado.
	Alta	D Jugadores Claves	C Tener Satisfecho.

Los actores mayormente interesados en el desarrollo de BSE son la cooperativa ACOVICHSS, los pobladores del BSE y los clientes. En el caso de la oficina de Turismo, ésta deberá cumplir un rol más activo para lograr el desarrollo y su participación conjunta con la alcaldía del municipio influirá grandemente en esto, ya que deberá ser la institución encargada de brindar el apoyo necesario para la inclusión del BSE dentro de sus esfuerzos de publicidad.

### 6.3.5 MATRIZ PODER/ DINAMISMO.

Se muestra a continuación la matriz poder/dinamismo (A. Mendelow, 1991) que se utilizará esta para definir la influencia que tiene la participación de cada uno de los stakeholders en el plan desarrollo socioeconómico y para valorar hacia donde deberían de encauzarse los esfuerzos durante el desarrollo de nuevas estrategias.

#### Definición de las características de los stakeholders del BSE para la matriz poder/dinamismo

Cuadrante en la matriz Poder / Dinamismo	Caracterización del cuadrante	Actores
A	Grupo poco poderoso pero que puede tener influencias sobre los demás. Son grupos que generan pocos problemas para el proyecto.	Oficina de Turismo Fundasal
B	Grupo poco poderoso pero que puede tener influencias sobre los demás. Son impredecibles pero manejables hasta cierto punto.	Las personas administradoras de patrimonios culturales fuera del BSE.
C	Grupos interesados que son poderosos pero son predecibles.	Alcaldía de San salvador ACOVICHSS Pobladores de BSE Consejo económico parroquia Señora de la Merced
D	Grupos difíciles con los que hay que enfrentarse o que representan las mayores oportunidades y peligros para la empresa.	Clientes Competidores

Tabla 72: Definición de características de los Stakeholders del BSE para matriz poder/dinamismo.

De acuerdo a la siguiente matriz, la alcaldía, ACOVICHSS y los pobladores habrá que tener especial cuidado en los esfuerzos de negociación con los administradores de otros patrimonios culturales del CHSS, ya que la disposición de esos lugares para futuros paquetes turísticos es parte fundamental para que en un futuro se logre ampliar la oferta turística del BSE.

***Predecibilidad.***

		<b>Alta</b>	<b>Baja.</b>
<b><i>Poder.</i></b>	<b>Baja.</b>	<b>A</b> <b>Pocos Problemas.</b> Oficina de Turismo Fundasal	<b>B</b> <b>Impredecibles pero manejables.</b> Las personas administradoras de patrimonios culturales fuera
	<b>Alta</b>	<b>C</b> <b>Poderosos pero predecibles.</b> Alcaldía de San Salvador ACOVICHSS, Pobladores de BSE, Consejo económico parroquia	<b>D</b> <b>Los mayores peligros u oportunidades.</b> Clientes, Competidores

Mapa de los stakeholders del BSE, Matriz Poder / dinamismo

**6.3. ANALISIS FODA**

Luego del Análisis Interno y Externo del BSE se deben identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que afectan al mismo las cuales permitirán la Identificación y Elección de estrategias.

La identificación de los elementos mencionados anteriormente se muestran a continuación:

## **Fortalezas**

- Existencia de patrimonio cultural tangible dentro del barrio que se puede potenciar como eje turístico para el mejoramiento de los ingresos de los habitantes del BSE (Ver apartado 5.4.1)
- Existencia de patrimonio cultural Intangible en temporadas de mayor tradición religiosa dentro de las iglesias del BSE. (Ver apartado 5.4.4)
- El 52% de las personas que trabajan lo hacen en comercio, experiencia definida de beneficio para el proyecto.
- El acceso a servicios básicos de agua, luz y aguas negras es superior al 90%
- El 84% de la población estaría dispuesto a apoyar el proyecto de desarrollo en BSE dando acceso a mano de obra disponible para el proyecto.
- Al menos 83 de cada 100 habitantes sabe leer y escribir lo que demuestra una gran cantidad de alfabetismo dentro del BSE, siendo este mucho menor que el índice del país con un 8% dentro del barrio.
- El nivel de conocimiento del valor patrimonial en general es mayor del 80% por parte de los habitantes del BSE
- Valores de honestidad y cortesía son aceptablemente altos superando el 85% en ambos casos.
- Existe la capacidad de adquirir alimentos dentro del BSE siendo un 69% de habitantes que realiza la compra de sus alimentos dentro del BSE.
- Alumbrado público en buenas condiciones en al menos el 75% del BSE que mejoran las condiciones de seguridad en el BSE.
- Plaza San Esteban remodelada y en buenas condiciones.
- Existe constancia en el acceso a tren de aseo.
- Existencia de organizaciones civiles dentro del BSE: ACOVICHHS, Consejo Económico, Directivas comunales.
- Existe acceso a educación básica con presencia de 4 centros escolares dentro del BSE.
- Ubicación idónea que permite el acceso más inmediato por medio de la cantidad de rutas de transporte público que transita. (Ver apartado 6.3.6)



## Oportunidades

- Antecedente de éxito en proyectos habitacionales que propicia el acceso a recursos económicos a través de ACEID
- Organizaciones dentro del BSE con vínculos y contactos permanentes con organizaciones de financiamiento internacional.
- Existen Cooperaciones nacionales e Internacionales potenciales para financiar el proyecto.
- Existencia de convenios entre Instituciones tanto gubernamentales como no gubernamentales para aportar desde la competencia de cada uno al Desarrollo. (Ver apartado 6.3.2)
- Se encuentran proyectos próximos a desarrollarse en la zona del BSE que atraerá potenciales inversionistas y turistas en general.
- Acceso inmediato a otras infraestructuras históricas como Catedral, teatro nacional, palacio nacional, etc.
- Acceso a recursos económicos a través de ACEID
- Oportunidad de impulsar el desarrollo de la igualdad de género debido a que el 60% de los jefes de hogar son mujeres.
- El ingreso por turismo ha sido progresivo y creciente según las estadísticas internacionales establecidas por la Organización Mundial de Turismo.
- Estadísticas del primer trimestre del 2010 reflejaron un crecimiento de llegadas internacionales del 6.7% y se tienen expectativas de mantener o mejorar el índice en el año.
- El índice de gasto turístico es de \$75.5 diarios con una estadía promedio de 6.2 días.
- Interés de CORSATUR por colocar el turismo como una de las principales fuentes generadoras de empleo.
- Desarrollo de capacitaciones por CORSATUR a fin de mejorar la cultura y calidad de servicios turísticos.
- Apoyo de CORSATUR a productos turísticos que puedan ser atractivos y competitivos a nivel nacional e internacional.
- Existencia de turismo nocturno por parte del MITUR en convenio con la POLITUR.

- El Ministerio de Hacienda tiene como ámbito de acción la contribución a fondos de promoción turística.
- El MINED tiene como ámbito de acción la concientización y sensibilización turística realizando el valor del patrimonio histórico o cultural.
- MOP a través del Vice-ministerio de transporte tiene como ámbito de acción el ordenamiento territorial, red vial y señalización.
- La demanda existente del mercado turístico representaría un ingreso aproximado anual de más de 30 millones anuales.
- Existencia del plan de recuperación de la calle de la amargura por parte de la Alcaldía municipal de S.S. y la AECID.
- Realización de acciones de recuperación y dinamización de espacios públicos por parte de la municipalidad.
- Promoción de actividades recreativas, deporte y arte como parte de planes de mantenimiento y uso del espacio recuperado.
- Desarrollo de prueba piloto del Plan de convivencia, mediación y seguridad ciudadana en el Centro Histórico de San Salvador por parte de la municipalidad, específicamente en barrio la vega, Candelaria, San Esteban.
- El 60% de las personas con posibilidad de invertir lo realizarían si se mejoran las condiciones de seguridad.
- Recurso humano disponible representado por el 40% de personas desempleadas dentro del BSE.
- Existencia de plan de turismo quinquenal con eje específico del impulso al turismo cultural como interés propio del estado para mejorar la inversión.
- Cumplimiento del bicentenario independentista que propiciará la presencia de representantes de organizaciones nacionales e internacionales que se pueden ver motivados a impulsar el proyecto.

## **Debilidades**

- Más de 50% de la población desempleada
- El 40% de las personas que trabajan lo hacen por temporada-
- El nivel de esperanza de ligeramente más bajo del índice de esperanza de vida más bajo a nivel departamental.
- El 53% de las personas empleadas no poseen prestaciones laborales de ley.
- Solo el 17% de la población que trabaja gana más de \$400 cubriendo a penas la canasta básica de sobrevivencia.
- El 59% tiene ingresos de \$150 a \$400 sacando un promedio de una familia de 5 personas estas sobreviven con \$2.33 por persona al día en el mejor de los casos con lo que no tienen acceso a la canasta básica alimentaria y mucho menos a la canasta básica de sobrevivencia.
- El 63% no cuenta con otros ingresos más que las remuneraciones de su trabajo.
- Más del 50% de la población no estudia.
- Menos del 40% de la población no ha alcanzado el bachillerato.
- No existe acceso a la canasta básica alimentaria lo que convierte a la zona en pobreza extrema.
- Inexistencia de delegación de PNC dentro del BSE, Atiende San Jacinto.
- Aproximadamente el 50% de la población percibe la seguridad del barrio como mala o muy mala.
- El 56% de la población considera ineficientes las labores de seguridad por parte de la PNC.
- Solo el 62% de las calles están en buenas condiciones.
- Más del 70% de las aceras están deterioradas
- Patrimonios tangibles deteriorados.
- El 44% de las personas empleadas lo hacen de manera temporal.
- Promontorios de basura en más del 50% de las calles debido a la poca cultura de los habitantes.
- Bajo nivel académico entre los agremiados en las cooperativas.
- No existen partidas económicas dirigidas específicamente al BSE por parte de las autoridades gubernamentales.
- Posee una mala percepción por la comunidad de que existe inseguridad y alto nivel de delincuencia.

- Presencia de organizaciones ilícitas.
- Poca credibilidad de parte de la población respecto a la posibilidad de ejecución del proyecto.
- Alto grado de prostitución y tráfico de drogas.

### **Amenazas**

- Altos índices de Violencia a nivel nacional lo cual es contraproducente al proyecto dificultando el establecimiento de las condiciones mínimas necesarias para su Desarrollo.
- Incertidumbre respecto al cambio de política nacional y municipal a mediano y corto plazo.
- Obstaculización por parte del gobierno central a proyectos generados por la municipalidad debido a diferencias políticas.
- Crecimiento acelerado del comercio informal.
- Altos costos e inseguridad en el transporte colectivo.
- Involucramiento del director de la oficina para el desarrollo del CHSS en supuestos actos de corrupción lo que resta credibilidad a la asignación de fondos a la municipalidad para el desarrollo de proyectos.
- Percepción del CHSS como un lugar desordenado y de alto grado de inseguridad por parte de la población en general.
- Aguda crisis económica que dificulta la capacidad de inversión que aumenta el riesgo de pérdida en el sector turismo.
- Falta de capacidad de la municipalidad por erradicar antros de prostitución y venta de drogas.
- Incidencia de los medios en la pérdida de valores en la población en general.
- Alto grado de impunidad en actos delictivos menores que genera desconfianza en las autoridades.
- Incrementos a tasas municipales que pueden afectar la inversión en el proyecto.
- Eliminación de subsidios por parte del gobierno central que puede afectar directamente el acceso a servicios básicos por parte de los pobladores del BSE.
- Inestabilidad de los costos de la canasta básica alimentaria, en especial los granos básicos con tendencia a la alza.
- Desacuerdo entre MOP y municipalidad en la reparación de calles y aceras del BSE que no corresponde su mantenimiento a FOVIAL por no ser arterias principales.

### 6.3.6 MATRIZ FODA.

MATRIZ FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10, F11, F12, F13, F14, F15	D1, D2, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D11, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24
<b>OPORTUNIDADES (O)</b> O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9, O10, O11, O12, O13, O14, O15, O16, O17, O18, O19, O20, O21, O22, O23, O24, O25, O26, O27	USAR FORTALEZAS PARA APROVECHAR OPORTUNIDADES	MINIMIZAR DEBILIDADES APROVECHANDO OPORTUNIDADES
<b>AMENAZAS (A)</b> A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 A12 A13 A14 A15	USAR FORTALEZAS PARA EVITAR O REDUCIR EL IMPACTO DE LAS AMENAZAS	MINIMIZAR LAS DEBILIDADES Y EVITAR LAS AMENAZAS

Tabla 73: Matriz FODA.

Utilizando la Matriz anterior a partir de las fortalezas para aprovechar oportunidades y evitar o reducir el impacto de las amenazas disminuyendo así las debilidades se generaron las siguientes estrategias:

## **ESTRATEGIAS:**

- E1.** Gestión para el acceso a patrimonio tangible con la Municipalidad.
- E2.** Establecimiento de rutas turísticas dentro del BSE en conjunto con patrimonios tangibles dentro del CHSS.
- E3.** Plan de comercialización de productos de temporada religiosa en el BSE.
- E4.** Plan de negocios con base turística cultural tangible e intangible
- E5.** Plan de promoción para patrimonio tangible e intangible
- E6.** Plan de capacitación y promoción para la mano de obra disponible a trabajar en el proyecto.
- E7.** Plan de gestión de recursos económicos con organizaciones internacionales.
- E8.** Capacitación a los habitantes del BSE sobre derechos y deberes laborales.
- E9.** Gestión de las organizaciones para el cierre de negocios en los que se ejerce la prostitución y venta de drogas ilícitas.
- E10.** Creación de despensa familiar de granos básicos que mejore el acceso de los habitantes a la canasta básica alimentaria.
- E11.** Gestión de reparaciones de calles y aceras por parte de las organizaciones del BSE.
- E12.** Plan de gestión de becas con organizaciones nacionales e internacionales.
- E13.** Gestión a través del Plan de convivencia, mediación y seguridad, la atención de la estación de policía central al BSE.
- E14.** Elaboración de plan de promoción de salubridad y medio ambiente.
- E15.** Plan de promoción de valores de solidaridad, cortesía y cultura de paz.
- E16.** Fortalecimiento organizacional dentro del BSE.
- E17.** Establecer un plan de mantenimiento para las zonas remodeladas y zona de potenciación turística.
- E18.** Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo para promocionar el turismo cultural del BSE.
- E19.** Elaborar cartera de proveedores y elaboración de plan de compras.
- E20.** Difundir en la población medidas que contribuyan al correcto aprovechamiento de los servicios (agua, electricidad, drenaje de aseo) y eviten su desperdicio
- E21.** Identificar, difundir y publicitar el carácter de los espacios públicos y fomentar entre los vecinos, valores y principios encaminados a realizar una permanente defensa de esas áreas comunes para preservarlas en buenas condiciones

- E22.** Mantener una vigilancia permanente por parte del personal de seguridad, para evitar que el comercio informal crezcan en la ubicación turística del BSE.
- E23.** Fortalecer la participación ciudadana en la seguridad del BSE, para que sea la base y motor de todo esfuerzo enfocado a esta materia.
- E24.** Realización de acciones de prevención del combate al crimen y el establecimiento de retenes de supervisión y vigilancia, por parte de la PNC aprovechando los convenios destinados a fortalecer la seguridad pública.
- E25.** Promover en las instituciones educativas y padres de familias una adecuada cultura alimenticia, con el fin de prevenir enfermedades tales como la obesidad infantil, diabetes juvenil, hipertensión y cardiovasculares.
- E26.** Promover una cultura de respeto hacia los adultos mayores y acciones tendientes al fortalecimiento del núcleo familiar.
- E27.** Promocionar la cultura de equidad desde el inicio de la formación escolar, en la que se considere la igualdad de género
- E28.** Impulsar la participación de los jóvenes en actividades políticas, culturales, deportivas y productivas
- E29.** Promocionar en todos los foros que realice CORSATUR y a través de los medios de comunicación, las ventajas comparativas y competitivas del BSE en base al turismo cultural.
- E30.** Establecer estrategias conjuntas de promoción del BSE con CORSATUR.
- E31.** Reactivar la vida económica del BSE, con planes de embellecimiento urbano y mejora de los servicios públicos.
- E32.** Promover la capacitación de los habitantes del BSE sobre cómo administrar los planes de negocios.( Gestionar becas de capacitación a microempresarios.), Capacitación para el manejo y aprovechamiento de los recursos tangibles históricos.
- E33.** Fomentar y Organizar eventos culturales y artísticos como la realización de recitales de música, obras de teatro; así como exposiciones pictóricas y fotográficas de la historia del BSE en la plaza del mismo.
- E34.** Promoción y difusión de los patrimonios culturales con que cuenta el BSE.

Luego de la identificación de las estrategias se procede a la asociación de estas a planes tácticos y operativos que se consideran deben tener parte importante dentro del resultado obtenido para solucionar la problemática encontrada:

### 6.3.7 ASOCIACION DE ESTRATEGIAS POR PLANES.

Macro Estrategia	Plan	Estrategias asociadas
Desarrollar un plan de desarrollo de productos y servicios turísticos en la calle de la amargura para el BSE.	Plan de desarrollo de productos y servicios turísticos	E1, E2, E3, E4, E5, E18, E19, E30, E31, E34
Elaborar un plan de fortalecimiento de las organizaciones existentes dentro del BSE.	Plan de fortalecimiento organizacional	E6, E8, E16, E33
Elaborar un plan de gestión de recursos a través de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para el BSE.	Plan de gestión de recursos	E7, E9, E11, E13, E22, E32
Elaborar un plan que mejore el acceso de los habitantes del barrio a la canasta básica alimentaria	Plan de seguridad alimentaria	E10
Elaborar un plan de promoción de educación y valores que permita a los habitantes mejorar su nivel de estudio y su práctica de valores de beneficio para la comunidad.	Plan de educación y valores	E12, E15, E20, E21, E25, E 27, E28, E29, E34
Elaborar un plan de mantenimiento y mejora del medio ambiente en el BSE.	Plan de mejora de medio ambiente	E14, E17, E20
Elaborar un plan que permita mejorar la seguridad del barrio y que permita a los habitantes sentir más confianza.	Plan de seguridad	E22, E23, E24

Tabla 74: Asociación de las estrategias por planes.



# ETAPA DE DISEÑO

# OBJETIVOS DE LA ETAPA DE DISEÑO

---

---

## OBJETIVO GENERAL DE LA ETAPA DE DISEÑO

Diseñar soluciones óptimas a los problemas identificados dentro del BSE, estableciendo los requerimientos básicos para inducir a éste al desarrollo social y económico.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Hacer una retroalimentación de los resultados obtenidos y los elementos analizados en la etapa de diagnóstico.
- ✓ Plantear las líneas estratégicas principales en torno a las cuales se diseñará la solución de los problemas principales encontrados en el BSE.
- ✓ Definir los objetivos de cada línea estratégica planteada.
- ✓ Determinar las acciones necesarias para el cumplimiento de cada uno de los objetivos estratégicos.
- ✓ Desarrollar propuestas para el desarrollo de las acciones que llevarán a cumplir los objetivos de las líneas estratégicas.

# CAPITULO VIII. MARCO CONCEPTUAL

## 1.1. CUADRO MANDO INTEGRAL.

### 8.1.1 DEFINICION DE CUADRO MANDO INTEGRAL.

El **CUADRO DE MANDO INTEGRAL** es un instrumento o metodología de gestión que facilita la implantación de la estrategia de la empresa de una forma eficiente, ya que proporciona el marco, la estructura y el lenguaje adecuado para comunicar o traducir la misión y la estrategia en objetivos e indicadores organizados en cuatro perspectivas: finanzas, clientes, procesos internos y formación y crecimiento, que permiten que se genere un proceso continuo de forma que la visión se haga explícita, compartida y que todo el personal canalice sus energías hacia la consecución de la misma.

En otras palabras, la empresa se ve obligada a controlar y vigilar las operaciones de hoy, porque afectan al desarrollo de mañana.

Por tanto, se basa en tres dimensiones: ayer, hoy y mañana (véase figura 54).

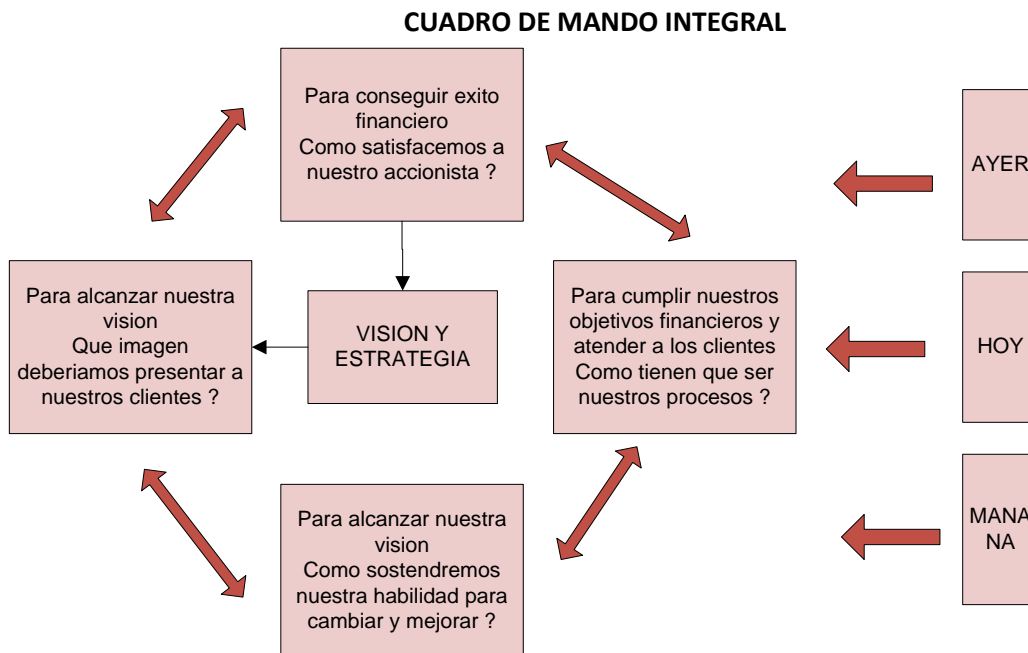


Figura 54: Cuadro de mando integral

### 8.1.2 HISTORIA.

Este modelo nació como una respuesta al modo de analizar y gestionar las palancas de creación de valor, en una empresa u organización, bajo ambientes competitivos cada vez más complejos, donde el éxito pasa por las capacidades para adaptarse a los constantes cambios y exigencias del entorno.

Kaplan y Norton (2004) señalan que la creación de valor en los activos intangibles se produce cuando éstos se combinan con otros activos, dando origen a un sistema sinérgico de activos tangibles e intangibles; de esta forma, un cambio en estos últimos tendrá siempre un impacto en los resultados de la organización (empresa o gobierno) consecuente con la capacidad de adaptación del sistema de activos.

Esta visión sistémica y la existencia de nuevas condiciones obligan a alinear el comportamiento de los miembros de una organización con los objetivos estratégicos de ésta, para lo cual, el Cuadro de Mando Integral actúa como un sistema de información y gestión capaz de comunicar la estrategia en términos claros y de fácil comprensión (figura 54), ya que como lo señala Fernández (2001), cuando los objetivos estratégicos son poco entendibles, también son poco comunicables, y los resultados a obtener pueden desviarse de los objetivos inicialmente planteados.

El Cuadro de Mando Integral como sistema de información

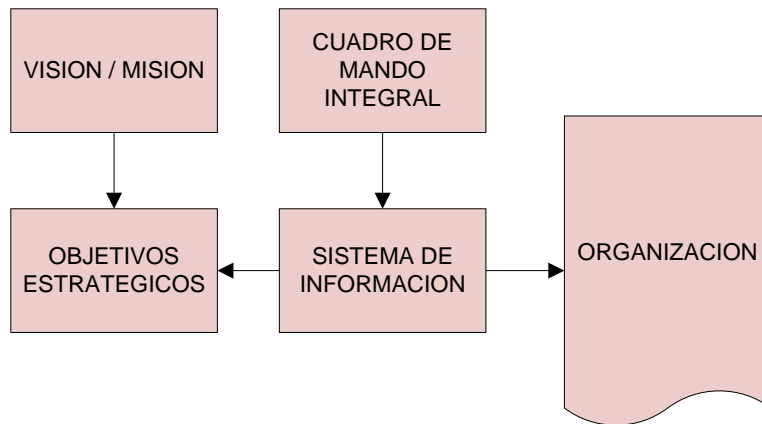


Figura 55: Cuadro de mando integral como sistema de información

Kaplan y Norton (1997) establecen cuatro perspectivas para organizar los objetivos estratégicos: finanzas, clientes, procesos internos y aprendizaje y crecimiento (figura 55).

#### 1. Perspectiva financiera:

- Los objetivos financieros representan el objetivo a largo plazo de la organización, dan cuenta de los rendimientos basados en el capital invertido por los accionistas de una empresa. Las mediciones en esta perspectiva permiten observar si la estrategia financiera está creando valor para los accionistas.

- Vincula los objetivos de las unidades de negocio con la estrategia de la empresa.
- Sirve de enfoque para los objetivos de las otras perspectivas.

## **2. Perspectiva de los clientes:**

- Esta perspectiva permite a una empresa articular la estrategia de clientes basada en las expectativas que éstos tiene para cubrir sus necesidades. (Evalúa necesidades de los clientes: satisfacción, lealtad, adquisición y rentabilidad entre otra)
- Los objetivos están orientados a establecer los nichos de mercado (Identifica Mercados y Segmentos de Clientes), la adquisición y retención de clientes. La satisfacción del cliente impacta en forma directa en los resultados financieros.

## **3. Perspectiva de los procesos internos:**

- Esta perspectiva da cuenta de los procesos que son críticos a la hora de conseguir los objetivos de los accionistas y clientes. La empresa debe identificar y optimizar aquellos procesos que se constituyen en factores críticos de la cadena de valor; desde esta perspectiva se entregan las propuestas que atraerán y retendrán a los clientes.
- Cadena de valor de procesos necesarios para satisfacer necesidades de clientes.

## **4. Perspectiva del aprendizaje y crecimiento:**

- Bajo esta perspectiva se identifican las necesidades relacionadas con la calificación del personal, los sistemas de información, la coordinación de rutinas y, en general, con las habilidades concretas que son requeridas en los nuevos entornos competitivos y en la actuación de cara a los clientes. ( Capacidades de los empleados, de los sistemas de información y clima organizacional.)
- Las mediciones en esta perspectiva permiten determinar si la empresa cuenta con las competencias necesarias para la creación de valor; competencias para implementar y operar procesos eficientes y eficaces, brindar una atención de calidad al cliente y obtener resultados económicos favorables.

Cabe destacar que en la práctica la estrategia se construye con las miles de decisiones que son tomadas diariamente por las personas (Trullenque 2000); en consecuencia, las capacidades de aprendizaje, innovación y desarrollo, pasan a ser activos intangibles que condicionan el valor económico de la empresa (Kaplan y Norton 1997), y con ello, el capital humano pasa a ser la pieza fundamental de su desempeño.

## Perspectivas del Cuadro de Mando Integral

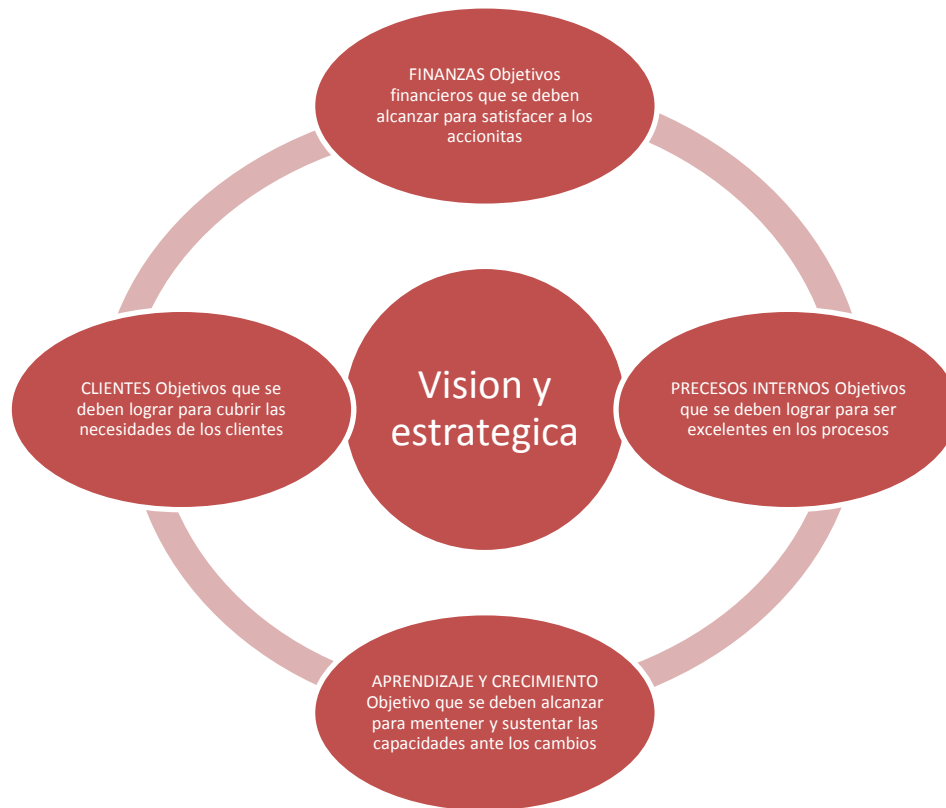


Figura 56: Perspectivas del cuadro de mando integral

Kaplan y Norton (2000) señalan que estas cuatro perspectivas han demostrado ser válidas en una amplia variedad de empresas y sectores de la economía; sin embargo, estas perspectivas deben ser consideradas sólo como plantillas, ya que cada empresa, institución o sector económico, tiene singularidades propias en la formulación de su estrategia y en la detección de sus problemas o necesidades.

Este modelo de gestión deberá estar siempre enfocado a transformar la estrategia en resultados medibles, por lo cual el compromiso de la Alta Dirección de la empresa es fundamental para motivar los cambios que significa asignar responsabilidades y objetivos en todos los niveles de la organización, e impulsar la coordinación de las actividades necesarias para alcanzar las metas propuestas (Trullenque, 2000). Esto significa pasar de un liderazgo autoritario a uno articulador, y de una cultura de información reservada a una de carácter compartida.

López (2004) plantea que los objetivos incorporados en un Cuadro de Mando Integral deben tener un determinado orden y orientarse hacia lo que la organización considera estratégico para la creación de valor económico. Este ordenamiento de los objetivos se describe como una cadena lógica de relaciones causa – efecto, la cual se denomina hipótesis de planificación de la organización. Dicha relación causa – efecto debe ser comunicada en todos los niveles para guiar el curso de las decisiones y evaluar sus impactos.

### **8.1.3 CARACTERISTICAS.**

Entre las características del CMI, se pueden destacar:

- Se encuentra en conexión con la estrategia de la empresa y, además, es un instrumento para la puesta en práctica de la misma. Esto es importante, porque sitúa en el centro la estrategia y no el control, se vincula al largo plazo y se fundamenta en supuestos tanto financieros como operativos.
- Sirve para la identificación y previsión de las posibles desviaciones que se puedan producir, con el fin de tomar las medidas previsoras o correctoras que permitan una mejora cualitativa y cuantitativa de la actividad de una unidad de trabajo considerada. Es decir, es una herramienta de gestión colectiva descentralizada y sincronizada, que permite dirigir el funcionamiento y evolución de diferentes zonas de responsabilidad de la empresa adaptándolas a los objetivos estratégicos de la misma.
- Presentación de la información de una forma sinóptica y carácter de permanencia, al objeto de observar las tendencias.
- Carácter sintético, ya que contiene únicamente la información esencial para una buena interpretación de las tendencias y su evolución.

### **8.1.4 APORTACIONES.**

Entre las principales aportaciones del CMI cabe destacar las siguientes:

- Establece un sistema de comunicación de abajo-arriba y de arriba-abajo, que posibilita canalizar las habilidades y conocimientos específicos, a través de la fijación de objetivos realistas con los de la empresa, pudiendo estar ligados los mismos a una política de incentivos, coherente con la cultura de la organización y el perfil de los empleados.
- Pretende traducir la estrategia de una organización en un conjunto de indicadores que informan de la consecución de los objetivos y de las causas que provocan los resultados obtenidos.
- Constituye un instrumento de aprendizaje individual, al permitir que cada responsable tenga una visión más rica de su situación interna y externa. Además, los indicadores de una sección no son definidos por la dirección general, sino que son locales pero coordinados con los existentes a nivel superior. De esta forma, el conocimiento puede ser transferido de un ámbito de la empresa a otro, favoreciendo el aprendizaje estratégico.

### 8.1.5 CONSIDERACIONES PREVIAS

Para elaborar el CMI es recomendable primeramente responder a cuestiones como:

- a. ¿Para qué se quiere?
- b. ¿En qué departamento de la empresa se debe empezar?
- c. ¿Cuándo llevarlo a cabo?
- d. ¿Por dónde se debe empezar su desarrollo?
- e. ¿Quiénes deben ser los responsables de su elaboración?
- f. ¿Para qué tipo de empresas?

#### ¿PARA QUÉ SE QUIERE?

Normalmente, el planteamiento debe utilizar el Cuadro de Mando Integral como instrumento que facilite la implementación de la estrategia de la empresa a toda la organización. Si esto se hace de manera adecuada se convertirá, además, en un modelo de gestión.

Si no se tiene cuidado al final el CMI será simplemente un instrumento que contiene indicadores (financieros y no financieros) de distintas perspectivas pero sin haber obtenido todo el potencial que lleva consigo.

#### ¿EN QUÉ DEPARTAMENTO DE LA EMPRESA SE DEBE EMPEZAR?

La respuesta se encuentra en cierta medida en el tamaño y la situación de la empresa, reflexionando sobre el alcance de las actividades que cubrirá el cuadro de mando, la unidad organizativa que quedará afectada y el ritmo en que se introducirán los indicadores. Se puede considerar lo siguiente:

- Empresas de tamaño pequeño: crear un cuadro de mando para toda la organización.
- Empresas de mayor dimensión: comenzar con uno o dos proyectos pilotos, siendo la unidad elegida, aquella que cuente con gente con deseos de participar en el proyecto.

#### ¿CUÁNDO LLEVARLO A CABO?

Cualquier momento es bueno, siempre que existan ganas y convencimiento por parte de la Dirección. Incluso, en momentos de cambio o crisis, puede ser adecuado, ya que conlleva consigo una filosofía de gestión que intenta comunicar y dialogar con todo el personal para que se canalicen sus energías hacia la consecución de la estrategia de la empresa.

#### ¿POR DÓNDE SE DEBE EMPEZAR SU DESARROLLO?

Pueden plantearse dos posturas: de arriba-abajo o de abajo-arriba.

El primer planteamiento puede resultar, en la mayoría de las ocasiones, el más ventajoso, consistiendo en desarrollar un CMI del más alto nivel y que luego se descomponga en forma de cascada por las distintas secciones de la empresa.



Es decir, el CMI de más alto nivel es discutido por distintos departamentos, viendo como contribuye a la realización de la visión y los objetivos estratégicos de la empresa y a partir de él, se va generando un desglose del cuadro de mando e indicadores por unidad organizativa.

También algunas empresas empiezan con un proceso de abajo-arriba, esto es, establecer el CMI a partir de la experiencia de los cuadros de mando que tuvieron las distintas áreas funcionales, pero incorporándoles el enfoque estratégico.

#### ¿QUIÉNES DEBEN SER LOS RESPONSABLES DE SU ELABORACIÓN?

Una de las aportaciones de este modelo reside en conseguir la mayor colaboración de los trabajadores, de forma que participen en el análisis y discusión conjunta de la situación y capacidades de la empresa, identificando las perspectivas estratégicas, los factores de éxito y las relaciones causa-efecto. De esta forma, a medida que el proyecto avanza, el número de empleados que participen se deben incrementar.

#### ¿PARA QUÉ TIPO DE EMPRESAS?

Esta herramienta permite la formulación e implantación de la estrategia en cualquier tipo de organización tanto privada como pública, fundaciones, etc. Tampoco se debe pensar, que es exclusiva de las grandes empresas, sino que también es aplicable a Pymes, ya que les facilita su planificación estratégica y su control de gestión.

El tamaño y la poca complejidad de estas organizaciones contribuyen a facilitar dos grandes propósitos del CMI:

- Comunicar la estrategia para que sea entendida por toda la organización.
- No complicar el mapa estratégico con demasiados objetivos y una limitación de indicadores que facilita un control de gestión, diálogo cara a cara y un feedback.

Además, la mayoría de las Pymes no tienen un proceso formal de planificación y su visión está limitada al corto plazo, por lo tanto, el CMI es ideal para incorporar la visión a largo y la implantación del proceso de revisión continua de la estrategia.

No obstante, hay que hacer algunas matizaciones respecto a las Pymes que se puede aplicar:

- En principio, no debería aplicarse cuando se está creando una empresa muy pequeña. Aunque posteriormente cuando lleve unos años de funcionamiento se podría utilizar.
- Las Pymes consideradas deben tener un número de trabajadores mínimo de por ejemplo siete. Es decir, que para empresas muy pequeñas no tiene mucho sentido su realización, ya que éstas no tienen una gran complejidad

## 1.2. FASES PARA LA ELABORACION DEL CMI

---

### ETAPAS DEL PROCESO DE CONSTRUCCION Y SEGUIMIENTO DEL CMI



Figura 57: Proceso de construcción y seguimiento del CMI

### 8.2.1 VISION Y MISION

Si se trata de una empresa de nueva creación, tiene más importancia la definición de la visión y misión. Todos sabemos que hay negocios emergentes que crecen con facilidad, mientras que otros están en regresión. La definición correcta del negocio es, por tanto, clave.

En el caso de un negocio en marcha se debe reflexionar sobre la consecución de cambiar la visión, o más frecuentemente la misión para adaptarse a las previsible oportunidades y/o amenazas del

mercado. Así, a veces, se decide incorporar un nuevo producto, ampliar o reducir la gama de clientes, incrementar o reducir la velocidad de crecimiento, etc.

Para realizar esta reflexión, se pueden utilizar los servicios de asesores externos que aporten conocimientos sobre el sector de actividad, sobre las perspectivas de futuro y que ordenen el proceso interno de reflexión del personal de la empresa. La participación del personal de la compañía es muy deseable para que aporten su experiencia, queden motivados y acepten las soluciones que, finalmente, se aprueben.

### 8.2.2 ANALISIS INTERNO Y EXTERNO

Las empresas interaccionan con los clientes, proveedores, competidores, regulaciones locales, nacionales e internacionales, crecimiento menor o mayor de la economía (entorno), tendencias sectoriales y globales, etc, por lo que conviene tener en cuenta todos los datos relevantes a los que se tenga acceso para poder, razonadamente, establecer los objetivos estratégicos que, en su conjunto, definen la estrategia elegida.

Para el análisis se utilizan diferentes métodos, tales como el **DAFO** (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), las Cinco Fuerzas de Porder, las matrices de cartera, etc...

### 8.2.3 IDENTIFICACION DE LOS FACTORES CLAVES

La empresa tiene que decidir cuáles son los factores críticos para tener éxito y clasificarlos por orden de prioridad, ya que constituyen la base sobre la que asentar el proceso de toma de decisiones. Para ello, se pueden formar grupos de discusión y determinar cuáles son los factores más importantes para tener éxito en el negocio.

Esto es, identificar la información relevante del negocio y asegurar la coherencia entre dicha información y la estrategia definida por la empresa.

Para la definición de estos factores clave es necesario considerar una triple perspectiva:

- La propia empresa: la estrategia seleccionada y la forma de actuar.
- El sector, ya que influye a la hora de elegir una estrategia concreta de acción.
- El entorno del negocio: demografía, crecimiento de la economía, tendencias del mercado, etc.

Los factores claves son propios para cada empresa e incluso dentro de un mismo sector :

FACTORES CLAVE: RESTAURANTE DE ALTA COCINA	FACTORES CLAVE: ESTABLECIMIENTO DE COMIDA RÁPIDA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Calidad y variedad de menús</b></li> <li>• <b>Servicio</b></li> <li>• <b>Vajilla</b></li> <li>• <b>Bodega</b></li> <li>• <b>Notoriedad</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapidez de servicio</li> <li>• Alta cuota de mercado</li> <li>• Precio barato</li> <li>• Menús reducidos</li> <li>• Superficies amplia</li> </ul>

Tabla 75: Factores claves

### 8.2.4 RELACIONES CAUSA EFECTO ENTRE FACTORES

Antes de comenzar el desarrollo de indicadores estratégicos, es importante alinear el cuadro de mando vertical y horizontalmente por medio de flechas y por su disposición de abajo hacia arriba. Es decir, verificar que las diferentes perspectivas se relacionan naturalmente unas con otras, de manera que exista un equilibrio

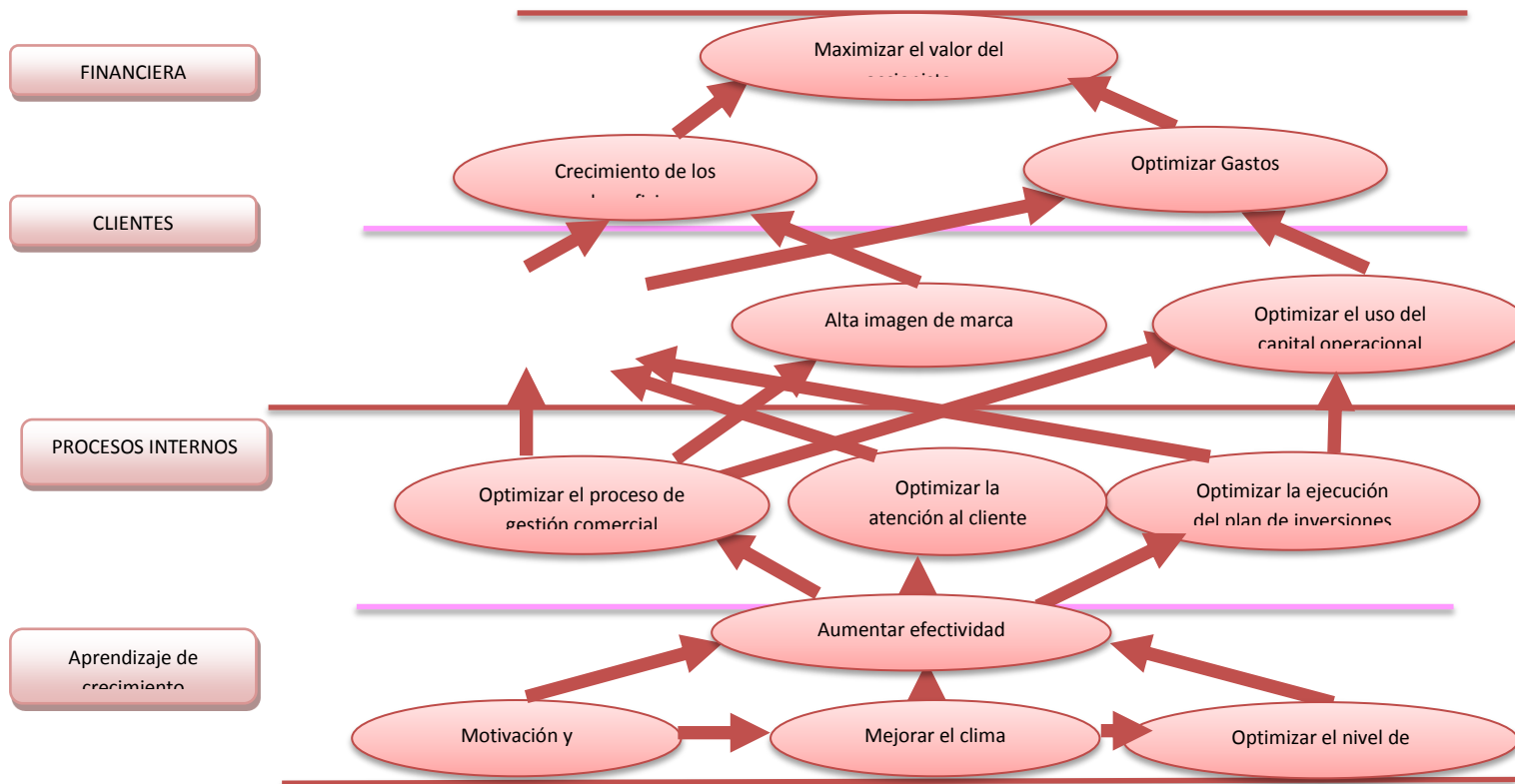


Figura 58: Relación Causa efecto entre factores

## 8.2.5 ESTABLECIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

Ya estamos en condiciones de establecer los objetivos estratégicos dentro de las cuatro perspectivas del CMI (finanzas, clientes, procesos internos, formación y crecimiento).

La perspectiva financiera recoge lo que los empresarios esperan respecto al crecimiento y rentabilidad de los capitales invertidos, así como otros objetivos relacionados con el capital circulante, inversiones, aumento de beneficios, etc.

Por otro lado, la perspectiva del cliente describe cómo se crea valor para los clientes, cómo se satisface esta demanda y por qué el cliente acepta pagar por ello.

Ejemplos: mayor cuota de mercado, clientes satisfechos, creación de valor para el cliente, menores reclamaciones.

En cuanto a los procesos internos, es necesario conocer cuáles son los procesos que generan valor para los clientes y logran también satisfacer las expectativas de los accionistas. La respuesta se encuentra en identificar los procesos existentes a nivel general en la empresa, pudiéndose utilizar la "**Cadena de Valor**" de Porter para conocer qué procesos generan o no valor o también, llevar a cabo un análisis de los procesos internos de la organización.

Ejemplo de objetivos estratégicos: cero defectos, costes bajos, entregas en plazo, ciclos de producción cortos desde pedido a entrega.

Por último, la perspectiva de formación y crecimiento permite a la empresa asegurar su capacidad de renovación a largo plazo, requisito previo para una existencia duradera. Para ello, hay que considerar lo que debe hacer para mantener y desarrollar su know-how y como apoyar la eficacia y productividad de los procesos.

Ejemplos: capacidad de innovación, organización del aprendizaje, implicación personal, colaboración en la Universidad, contratación de jóvenes talentos, etc.

## 8.2.6 ELECCION DE LOS INDICADORES

Los indicadores deben mostrar "cómo nos vemos a nosotros mismos" y "cómo nos ven los demás" y, además, permitir las comparaciones en el tiempo y con otros indicadores y, en especial, que estén vinculados, esto es, que existan unas relaciones causa-efecto.

Los indicadores son descripciones compactas de observaciones, en números o en palabras, que no tienen por qué ser exclusivamente ratios, sino que pueden ser unidades físicas o monetarias, diagramas, etc., siendo la propia situación y la estrategia la que determine cuáles son los indicadores mejores, habiendo un mayor apoyo para aquellos que surjan por un proceso de debate. Los indicadores en sí mismos no son lo que importa, la esencia es el proceso y discusión de los mismos antes, durante y después.

Normalmente, primero se proponen los indicadores y luego se estudia la posibilidad de que guarden una estructura y consistencia lógica. Esto es, encontrar las relaciones causa-efecto de forma que se cree un equilibrio entre los indicadores de las perspectivas de forma que se aclaren y discutan entre personas creándose así una base para el aprendizaje.

El número de indicadores puede variar según el nivel del cuadro de mando concreto, pero en general, el número baja a medida que se desciende en la organización debido al grado de influencia que sobre ellos puede ejercer la unidad o el individuo.

Desde la perspectiva financiera, los indicadores deben responder a las expectativas del accionista y algunos indicadores típicos pueden ser:

PERSPECTIVA FINANCIERA	
FACTORES-CLAVE	INDICADORES
Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabilidad Económica (ROE) = Beneficio neto / Recursos propios</li> <li>• Rentabilidad Financiera (ROI) = Beneficio antes de intereses e impuestos (BAII) / Activo Total</li> <li>• Valor Económico Añadido (EVA) = Beneficio después de impuestos – Coste de los fondos propios</li> </ul>
Disminución de costes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costes Fijos / Costes totales</li> <li>• Costes de fallos (1) / Costes totales</li> </ul>
Aumento de las ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuota de mercado año N / Cuota de mercado año N-1</li> </ul>
Aumento de los ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresos / Total del Activo</li> </ul>
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liquidez Inmediata = Tesorería / Pasivo circulante</li> <li>• Solvencia = Activo Circulante / Pasivo Circulante</li> <li>• Endeudamiento = Recursos Ajenos / Recursos Propios</li> </ul>
Productividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficios antes de intereses e impuestos (BAII) / Número medio de empleados</li> </ul>

Tabla 76: Prospectiva financiera

En cuanto a los clientes, su satisfacción estará supeditada a la propuesta de valor que la empresa les plantee, que puede cubrir aspectos como: calidad, precio, relaciones, imagen, de manera que reflejen en su conjunto la transferencia de valor del proveedor (usted) al cliente. Los indicadores típicos de este segmento incluyen:

Perspectiva de cliente	
<b>Factores claves</b>	<b>Indicadores</b>
Satisfacción de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientesperdidos /Clientes</li> <li>• Devoluciones /VentasTotales</li> <li>• Cuestionarios</li> </ul>
Calidad de los productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de clientes</li> <li>• Nuevos clientes = N° clientes año N / N° de clientes año N-1</li> <li>• Cuota de Mercado = Proporción de ventas / Total de ventas</li> <li>• Retención de clientes = % de clientes que permanecen</li> </ul>

Tabla 77: Perspectiva de la satisfacción del cliente

En relación a los procesos internos, hay que asegurar la excelencia de los procesos, para ello, es conveniente el desarrollo de la cadena de valor o modelo del negocio asociado a la organización. Algunos indicadores pueden ser:

Perspectiva de cliente	
<b>Factores claves</b>	<b>Indicadores</b>
Calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N° productos defectuosos / N° total de productos</li> <li>• Inversión en prevención (2)</li> <li>• Inversión en evaluación (3)</li> <li>• Entregas con retraso / Entregas totales</li> <li>• N° de certificaciones ISO 9</li> </ul>
No calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costes de fallos / Ventas netas</li> <li>• Número de reclamaciones / N° de pedidos</li> </ul>
Tiempos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempos que tarda en suministra el proveedor</li> <li>• Tiempos entre el pedido y la entrega al cliente</li> </ul>
Tecnología de la información	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N° de equipos electrónicos / N° de empleados</li> </ul>

Tabla 78: Perspectiva del cliente hacia la calidad

Por último, en cuanto a la perspectiva de aprendizaje y crecimiento, se trata de asegurar la permanencia y la creación de valor hacia el futuro. Algunos indicadores pueden ser:

PERSPECTIVA FINANCIERA	
FACTORES-CLAVE	INDICADORES
Satisfacción y motivación	Sugerencias por empleado
	Personas con retribución variable / Total plantilla
	Índice de motivación (4)
Formación y retención de empleados	Empleados formados / Total de empleados
	Nº de trabajadores que abandonan la empresa / Nº medio de trabajadores
Productividad	1- costessalariales / Ventasnetas
Clima social	Horas de absentismo / Horas efectivas
	1- Nº de bajas de accidente / Nº de empleados
Innovación	Inversión en I+D (5) / Gastos totales
	Ingresos por nuevos productos
	Índice de factores claves de innovación
	Introducción de nuevos productos con relación a la competencia
	Número de veces que el diseño debe ser modificado antes de la producción
Incentivos	Tiempo necesario para llegar al mercado
	Premios
	Salario mínimo / Salario máximo (6)

Tabla 79: Perspectiva financiera

Un ejemplo de relaciones causa-efecto entre indicadores puede ser la de la siguiente figura.



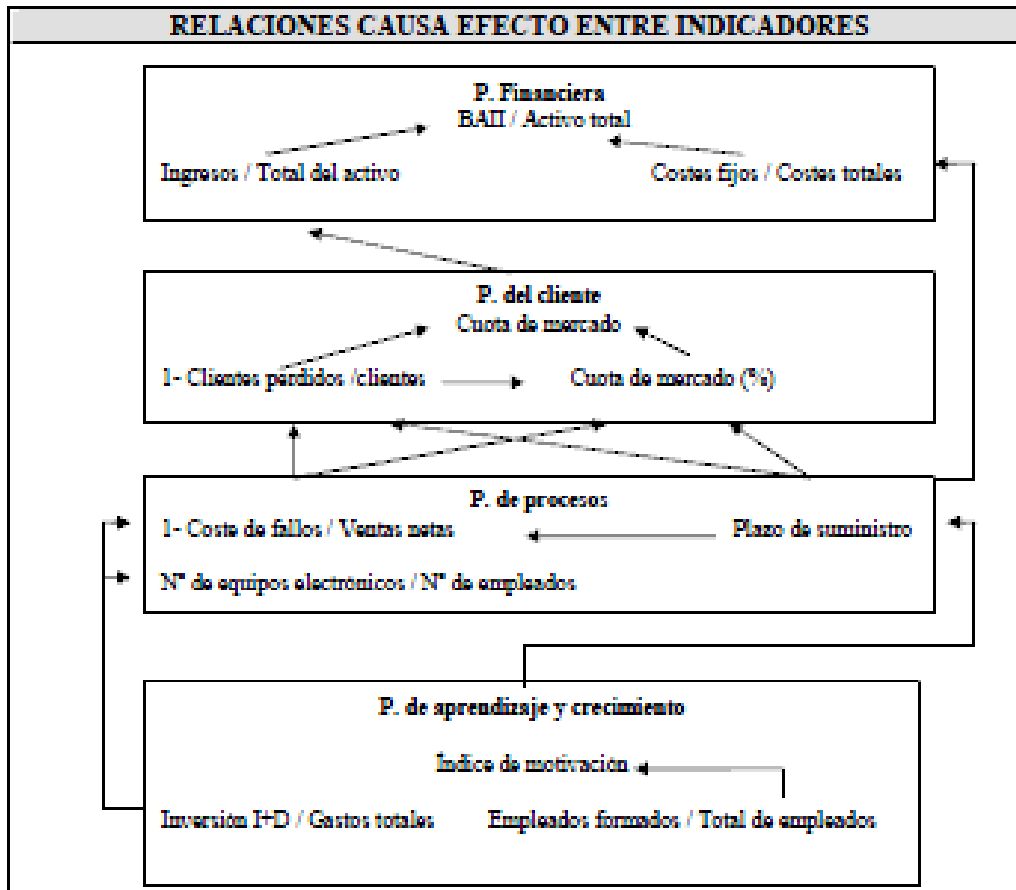


Figura 59

*Figura 59: Relaciones causa efecto entre indicadores*

### 8.2.7 ESTABLECIMIENTO A NIVEL GLOVAL

En primer lugar, se prepara el cuadro de mando al más alto nivel para su aprobación y presentación a las personas involucradas (Consejo de Administración).

Para su implementación es necesario que todos los miembros de la organización reciban información sobre el trabajo y proceso de ideas necesario para su creación.

Esto supondrá que la estrategia se difunda y por ende, se filtre a la competencia, pero si no se transmite a la gente no podrán aplicarla nuestros trabajadores. Además, el que la competencia la conozca, le servirá de poco, si no puede aplicarla.

El cuadro de mando y los indicadores al más alto nivel generalmente se descomponen y aplican a unidades organizativas de niveles inferiores. De esta manera, se consigue que los empleados vean claramente de qué forma la visión de la empresa y las metas generales afectan a las operaciones de todos los días, y como su trabajo ayuda a que la empresa alcance buenos resultados.

### 1.3. METODOLOGIA DE DISENO CMI.

---

La metodología a seguir para el diseño del Plan de Desarrollo Local Socio-Económico se resume a continuación:

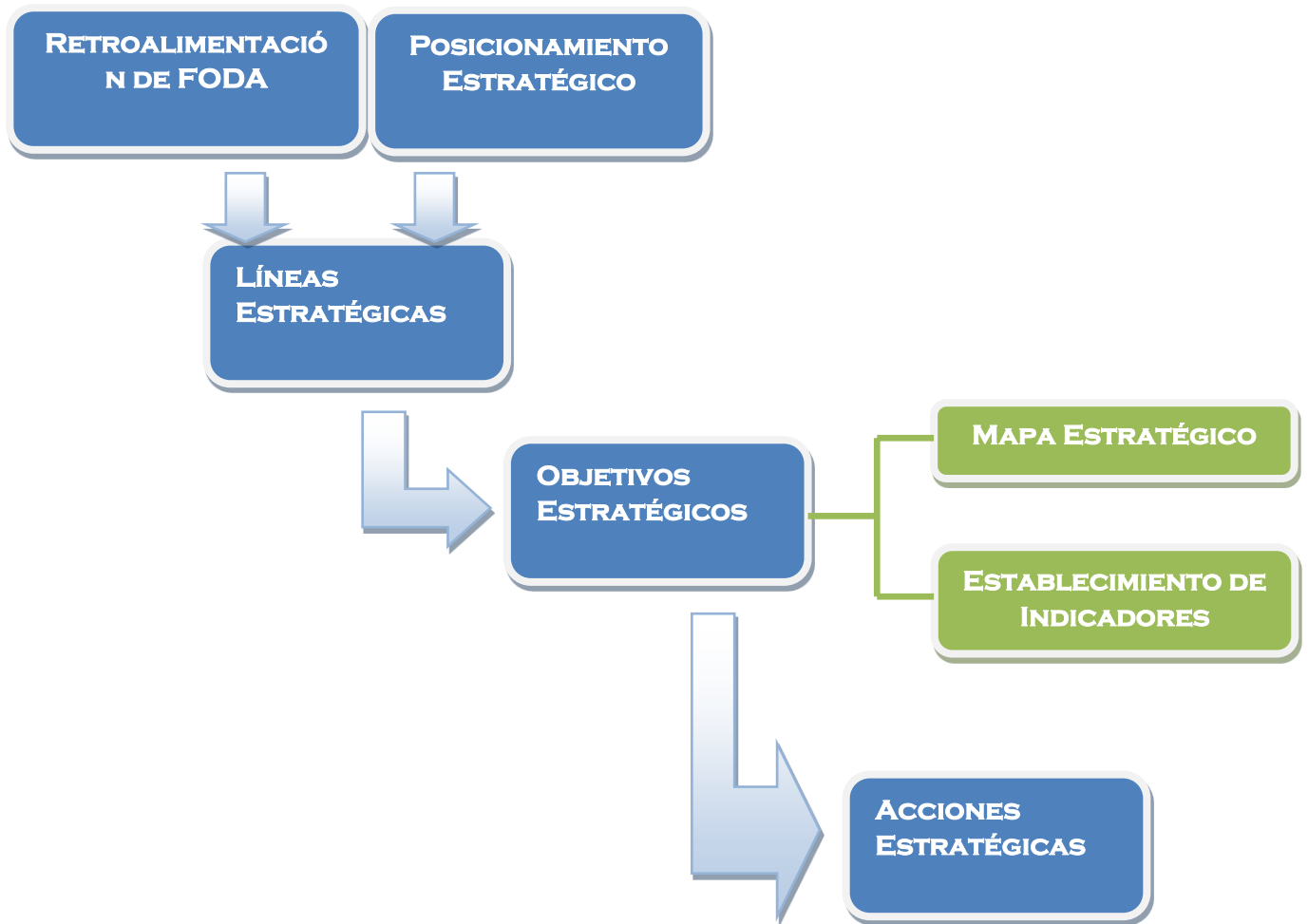


Figura 60: Metodología de Diseño del CMI

✓ **Retroalimentación del Análisis FODA**

Inicialmente para desarrollar la metodología del cuadro de mando integral es necesario retroalimentarse con los resultados obtenidos en la etapa del diagnóstico, lo cual se puede obtener a través del análisis FODA que concentra información relevante de la investigación de campo.

✓ **Posicionamiento Estratégico**

El posicionamiento estratégico deberá describir en este caso el estado deseado del BSE para el horizonte del plan estratégico.

El posicionamiento deberá ser coherente con la Visión, el desempeño actual y los resultados del FODA. Generalmente puede encontrarse de forma implícita o explícita las líneas estratégicas dentro de la redacción del posicionamiento estratégico

1. **LINEA ESTRATEGICA o ESTRATEGIA GENERAL:** Las Estrategias son el conjunto de las principales decisiones de la empresa en este caso del BSE, reflejadas en la distribución de sus recursos, dirigidos a alcanzar una posición competitiva única dentro de su mercado. Son aquellas grandes pautas de actuación que demarcan el camino necesario a seguir durante un período de tiempo determinado, establecen la base para el planteamiento de los objetivos estratégicos
2. **OBJETIVOS ESTRATEGICOS:** Posteriormente a definir la estrategia general debemos desglosar cada una de estas en objetivos más pequeños que permitan alcanzar la línea estrategia que se ha propuesto desarrollar.
  - 2.1 **RELACIONES CAUSA-EFECTO:** Determinar las relaciones causa – efecto entre los objetivos estratégico. Estas cadenas reflejan el cómo se articula la estrategia, y ponen de manifiesto la necesidad de la interacción de numerosos factores para poder implementarla. Estas relaciones se representan con un “Mapa estratégico”.
  - 2.2 **ESTABLECIMIENTO DE INDICADORES:** Todo objetivo estratégico debe poder medirse cualitativa o cuantitativamente para poder ser controlado en su ejecución. Deben definirse los indicadores para cada objetivo estratégico.
3. **DEFINICION DE ACCIONES ESTRATEGICAS:** Hay que derivar que acciones estratégicas se van a realizar para alcanzar los objetivos estratégicos. Las acciones estratégicas pueden ser proyectos, programas o actividades.

## 1.4. DISEÑO DE LA SOLUCION

### 8.4.1 POSICIONAMIENTO ESTRATEGICO

El Barrio San Esteban del Centro Histórico de San Salvador se encuentra en un proceso de recuperación y reordenamiento a través del cual se sentarán las bases de un Barrio en vías de convertirse un eje de desarrollo turístico en el Centro Histórico.

Estará permanentemente orientado a su auto-sostenibilidad, orientado a turistas y visitantes, con una oferta de productos y servicios de acuerdo a las expectativas de los mismos *,respaldando todas sus actividades con procesos eficientes, con habitantes del barrio involucrados, motivados y capacitados, sin dejar a un lado la conciencia social en la cual se deben contemplar componentes de seguridad, educación y alimentación logrando de esta forma el Desarrollo Local Socio-Económico del Barrio San Esteban.*

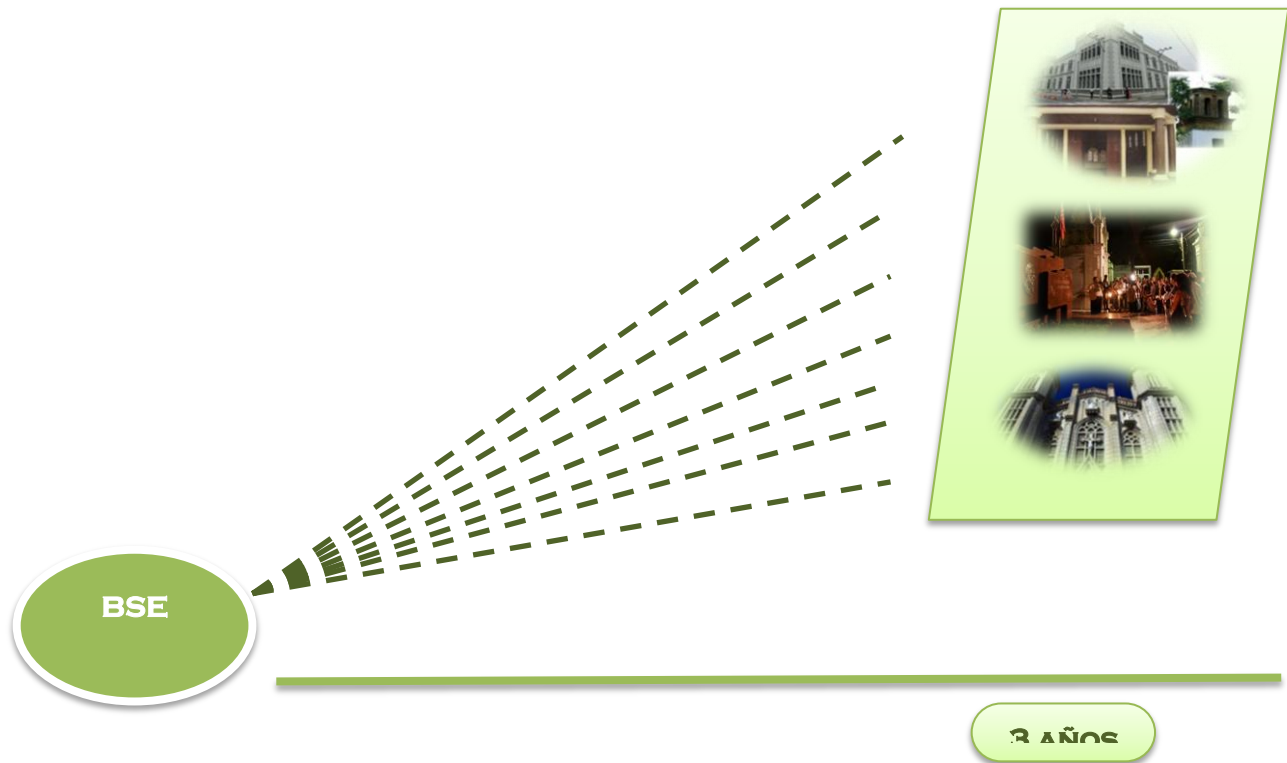


Figura 61: Posicionamiento estratégico

### 8.4.2 RETROALIMENTACION DEL FODA

A partir del análisis FODA realizado en el diagnóstico se generaron una serie de estrategias que posteriormente fueron agrupadas en macro-estrategias de las cuales se derivan objetivos y acciones a seguir para lograr el desarrollo del BSE.

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<b>Existencia de patrimonio cultural tangible dentro del barrio que se puede potenciar como eje turístico para el mejoramiento de los ingresos de los habitantes del BSE</b>	Se encuentran proyectos próximos a desarrollarse en la zona del BSE que atraerá potenciales inversionistas y turistas en general.	Más de 50% de la población desempleada	Obstaculización por parte del gobierno central a proyectos generados por la municipalidad debido a diferencias políticas.
<b>Existencia de patrimonio cultural Intangible en temporadas de mayor tradición religiosa dentro de las iglesias del BSE</b>	Acceso inmediato a otras infraestructuras históricas como Catedral, teatro nacional, palacio nacional, etc.	El 63% no cuenta con otros ingresos más que las remuneraciones de su trabajo.	Crecimiento acelerado del comercio informal.
<b>El 52% de las personas que trabajan lo hacen en comercio, experiencia definida de beneficio para el proyecto.</b>	El ingreso por turismo ha sido progresivo y creciente según las estadísticas internacionales establecidas por la Organización Mundial de Turismo.	Solo el 62% de las calles están en buenas condiciones.	Aguda crisis económica que dificulta la capacidad de inversión que aumenta el riesgo de pérdida en el sector turismo.
<b>El 84% de la población estaría dispuesto a apoyar el proyecto de desarrollo en BSE dando acceso a mano de obra disponible para el proyecto.</b>	Estadísticas del primer trimestre del 2010 reflejaron un crecimiento de llegadas internacionales del 6.7% y se tienen expectativas de mantener o mejorar el índice en el año.	Más del 70% de las aceras están deterioradas	Falta de capacidad de la municipalidad por erradicar antros de prostitución y venta de drogas.
<b>El nivel de conocimiento del valor patrimonial en general es mayor del 80% por parte de los habitantes del BSE</b>	El índice de gasto turístico es de \$75.5 diarios con una estadía promedio de 6.2 días.	Patrimonios tangibles deteriorados.	Incrementos a tasas municipales que pueden afectar la inversión en el proyecto.
<b>Alumbrado público en buenas condiciones en al menos el 75% del BSE que mejoran las condiciones de seguridad en el BSE.</b>	Interés de CORSATUR por colocar el turismo como una de las principales fuentes generadoras de empleo.	Promontorios de basura en más del 50% de las calles debido a la poca cultura de los habitantes.	Desacuerdo entre MOP y municipalidad en la reparación de calles y aceras del BSE que no corresponde su mantenimiento a FOVIAL por no ser arterias principales.

Tabla 80: Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<b>Plaza San Esteban remodelada y en buenas condiciones</b>	Desarrollo de capacitaciones por CORSATUR a fin de mejorar la cultura y calidad de servicios turísticos.	Bajo nivel académico entre los agremiados en las cooperativas.	Altos índices de Violencia a nivel nacional lo cual es contraproducente al proyecto dificultando el establecimiento de las condiciones mínimas necesarias para su Desarrollo.
<b>Al menos 83 de cada 100 habitantes sabe leer y escribir lo que demuestra una gran cantidad de alfabetismo dentro del BSE, siendo este mucho menor que el índice del país con un 8%.</b>	Existencia de turismo nocturno por parte del MITUR en convenio con la POLITUR.	Poca credibilidad de parte de la población respecto a la posibilidad de ejecución del proyecto	Percepción del CHSS como un lugar desordenado y de alto grado de inseguridad por parte de la población en general.
<b>Valores de honestidad y cortesía son aceptablemente altos superando el 85% en ambos casos.</b>	El Ministerio de Hacienda tiene como ámbito de acción la contribución a fondos de promoción turística.	Alto grado de prostitución y tráfico de drogas.	Alto grado de impunidad en actos delictivos menores que genera desconfianza en las autoridades.
<b>Existe la capacidad de adquirir alimentos dentro del BSE siendo un 69% de habitantes que realiza la compra de sus alimentos dentro del BSE.</b>	El MINED tiene como ámbito de acción la concientización y sensibilización turística realzando el valor del patrimonio histórico o cultural.	El nivel de esperanza de ligeramente más bajo del índice de esperanza de vida más bajo a nivel departamental.	Eliminación de subsidios por parte del gobierno central que puede afectar directamente el acceso a servicios básicos por parte de los pobladores del BSE
<b>Existencia de organizaciones civiles dentro del BSE: ACOVICHHS, Consejo Económico, Directivas comunales.</b>	MOP a través del Vice-ministerio de transporte tiene como ámbito de acción el ordenamiento territorial, red vial y señalización.	Solo el 17% de la población que trabaja gana más de \$400 cubriendo a penas la canasta básica de sobrevivencia.	Inestabilidad de los costos de la canasta básica alimentaria, en especial los granos básicos con tendencia a la alza.

Tabla 81: Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<b>Existe acceso a educación básica con presencia de 4 centros escolares dentro del BSE.</b>	La demanda existente del mercado turístico representaría un ingreso aproximado anual de más de 30 millones anuales.	El 53% de las personas empleadas no poseen prestaciones laborales de ley.	Altos costos e inseguridad en el transporte colectivo.
<b>Ubicación idónea que permite el acceso más inmediato por medio de la cantidad de rutas de transporte público que transita.</b>	Realización de acciones de recuperación y dinamización de espacios públicos por parte de la municipalidad.	Menos del 40% de la población no ha alcanzado el bachillerato.	Posible detención del director de la oficina para el desarrollo del CHSS por supuestos actos de corrupción lo que resta credibilidad a la asignación de fondos a la municipalidad para el desarrollo de proyectos.
	Recurso humano disponible representado por el 40% de personas desempleadas dentro del BSE.	No existe acceso a la canasta básica alimentaria lo que convierte a la zona en pobreza extrema.	Incidencia de los medios en la pérdida de valores en la población en general.
	Existencia de plan de turismo quinquenal con eje específico del impulso al turismo cultural como interés propio del estado para mejorar la inversión.	Aproximadamente el 50% de la población percibe la seguridad del barrio como mala o muy mala.	
	Cumplimiento del bicentenario independentista que propiciará la presencia de representantes de organizaciones nacionales e internacionales que se pueden ver motivados a impulsar el proyecto.	El 56% de la población considera ineficientes las labores de seguridad por parte de la PNC.	
	Existencia del plan de recuperación de la calle de la amargura por parte de la Alcaldía municipal de S.S. y la AECID.	No existen partidas económicas dirigidas específicamente al BSE por parte de las autoridades gubernamentales.	

Tabla 82: Análisis FODA

Luego de realizar la Retroalimentación con el análisis FODA se generaron las siguientes estrategias de impulso que dan lugar a la definición de las principales líneas estratégicas que llevarán al BSE a su desarrollo socio-Económico.

#### **Estrategias generadas a partir del análisis FODA:**

- Gestión para el acceso a patrimonio tangible con la Municipalidad.
- Establecimiento de rutas turísticas dentro del BSE en conjunto con patrimonios tangibles dentro del CHSS.
- comercialización de productos de temporada religiosa en el BSE.
- Establecimiento de negocios con base turística cultural tangible e intangible
- promoción para patrimonio tangible e intangible
- capacitación y promoción para la mano de obra disponible a trabajar en el proyecto.
- gestión de recursos económicos con organizaciones internacionales.
- Gestión de las organizaciones para el cierre de negocios en los que se ejerce la prostitución y venta de drogas ilícitas.
- Gestión de reparaciones de calles y aceras por parte de las organizaciones del BSE.
- Mantenimiento para las zonas remodeladas y zona de potenciación turística.
- Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo para promocionar el turismo cultural del BSE.
- Elaborar cartera de proveedores y elaboración de plan de compras.
- Promocionar en todos los foros que realice CORSATUR y a través de los medios de comunicación, las ventajas comparativas y competitivas del BSE en base al turismo cultural.
- Establecer estrategias conjuntas de promoción del BSE con CORSATUR.
- Reactivar la vida económica del BSE, con planes de embellecimiento urbano y mejora de los servicios públicos.
- Fomentar y Organizar eventos culturales y artísticos como la realización de recitales de música, obras de teatro; así como exposiciones pictóricas y fotográficas de la historia del BSE en la plaza del mismo.
- Promoción y difusión de los patrimonios culturales con que cuenta el BSE.
- Capacitación a los habitantes del BSE sobre derechos y deberes laborales.
- Creación de despensa familiar de granos básicos que mejore el acceso de los habitantes a la canasta básica alimentaria.
- gestión de becas con organizaciones nacionales e internacionales.
- Gestión a través del Plan de convivencia, mediación y seguridad, la atención de la estación de policía central al BSE.
- promoción de salubridad y medio ambiente.
- promoción de valores de solidaridad, cortesía y cultura de paz.



- Fortalecimiento organizacional dentro del BSE.
- Difundir en la población medidas que contribuyan al correcto aprovechamiento de los servicios (agua, electricidad, drenaje de aseo) y eviten su desperdicio
- Identificar, difundir y publicitar el carácter de los espacios públicos y fomentar entre los vecinos, valores y principios encaminados a realizar una permanente defensa de esas áreas comunes para preservarlas en buenas condiciones
- Mantener una vigilancia permanente por parte del personal de seguridad, para evitar que el comercio informal crezca en la ubicación turística del BSE.
- Fortalecer la participación ciudadana en la seguridad del BSE, para que sea la base y motor de todo esfuerzo enfocado a esta materia.
- Realización de acciones de prevención del combate al crimen y el establecimiento de retenes de supervisión y vigilancia, por parte de la PNC aprovechando los convenios destinados a fortalecer la seguridad pública.
- Promover en las instituciones educativas y padres de familias una adecuada cultura alimenticia, con el fin de prevenir enfermedades tales como la obesidad infantil, diabetes juvenil, hipertensión y cardiovasculares.
- Llevar un estricto control de los beneficiarios de los programas asistenciales, de tal forma que exista la plena seguridad que los recursos lleguen a manos de las personas que más lo necesitan
- Promover una cultura de respeto hacia los adultos mayores y acciones tendientes al fortalecimiento del núcleo familiar.
- Promocionar la cultura de equidad desde el inicio de la formación escolar, en la que se considere la igualdad de género
- Impulsar la participación de los jóvenes en actividades políticas, culturales, deportivas y productivas
- Promocionar en todos los foros que realice CORSATUR y a través de los medios de comunicación, las ventajas comparativas y competitivas del BSE en base al turismo cultural.
- Promover la capacitación de los habitantes del BSE sobre cómo administrar los planes de negocios. (Gestionar becas de capacitación a microempresarios.), Capacitación para el manejo y aprovechamiento de los recursos tangibles históricos.
- Fomentar y Organizar eventos culturales y artísticos como la realización de recitales de música, obras de teatro; así como exposiciones pictóricas y fotográficas de la historia del BSE en la plaza del mismo.

### 8.4.3 LINEAS ESTRATEGICAS

Las Líneas Estratégicas definidas a partir del análisis anterior son:

**LÍNEA ESTRATÉGICA 1: CONVERTIR EL BSE EN PRINCIPAL EJE DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CHSS**

**LÍNEA ESTRATÉGICA 2: AUMENTAR EL ÍNDICE DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL DE LOS HABITANTES DEL BSE.**

**LÍNEA ESTRATÉGICA 3: CREAR UN CLIMA DE SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD EN EL BSE.**

**LÍNEA ESTRATÉGICA 4: FORTALECER LA EDUCACIÓN COMPLEMENTARIA EN DEPORTE, RECREACIÓN Y VALORES**

**LÍNEA ESTRATÉGICA 5: DISEÑAR UNA PROPUESTA DE OBTENCIÓN DE RECURSOS Y ADMINISTRACIÓN DE LOS MISMOS.**

**LÍNEA ESTRATÉGICA 6: DISEÑAR EL SISTEMA DE ORGANIZACIÓN DEL BSE.**

*Figura 62: Líneas estratégicas*

#### 8.4.4 OBJETIVOS ESTRATEGICO

De las líneas Estratégicas anteriores se generan una serie de objetivos y Acciones estratégicas que garantizaran el cumplimiento de dichas líneas, estos se resumen a continuación:

LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVOS	ACCIONES
<b>Línea Estratégica 1</b>  Convertir el BSE en principal eje de desarrollo turístico del CHSS.	<b>Objetivo 1.1</b>  Diseñar un sistema de elaboración de productos y prestación de servicios.	<b>1.1.1</b> Determinar oferta de productos y Servicios.  <b>1.1.2</b> Definir requerimientos básicos de los negocios  <b>1.1.3</b> Descripción de Servicios y elaboración de propuestas.
	<b>Objetivo 1.2</b>  Implantación de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente.	<b>1.2.1</b> Involucrar en la capacitación a los habitantes del BSE que estén en contacto con los clientes.  <b>1.2.2</b> Definir la metodología de la capacitación, los facilitadores y duración.  <b>1.2.3</b> Definir forma de monitoreo de satisfacción del cliente
	<b>Objetivo 1.3</b>  Diseñar sistemas de Administración.	<b>1.3.1.</b> Diseñar sistema de asignación de locales.  <b>1.3.2.</b> Diseñar un sistema de comercialización del proyecto

Tabla 83: Línea estratégica 1

LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVOS	ACCIONES
<p><b>Línea Estratégica 2</b></p> <p>Aumentar el índice de seguridad alimentaria y nutricional de los habitantes del Barrio San Esteban que actualmente no tienen acceso a esta.</p>	<p><b>Objetivo 2.1</b></p> <p>Diseñar una despensa para el mejoramiento del acceso a la canasta básica alimentaria que promueva la seguridad alimentaria en los habitantes del BSE.</p>	<p>2.1.1 Determinar de los productos a comercializar</p> <p>2.1.2 Determinar el tamaño del proyecto</p> <p>2.1.3 Establecer la localización de la despensa</p> <p>2.1.4 Seleccionar de maquinaria y equipo</p> <p>2.1.5 Establecer el sistema administrativo de la despensa.</p>
	<p><b>Objetivo 2.2</b></p> <p>Promover la educación, información y comunicación en alimentación y nutrición para mejorar el consumo de alimentos en la población del BSE.</p>	<p>2.2.1 Solicitar al ministerio de salud una capacitación para la cooperativa sobre nutrición.</p> <p>2.2.2 Desarrollar un plan de promoción sobre la importancia de la adecuada nutrición.</p> <p>2.2.3 Establecer un convenio con el ministerio de salud para la facilitación de promotores de salud que promuevan la adecuada alimentación y el valor de esta.</p> <p>2.2.4 Establecer contacto con los directores y líderes de iglesias de los centros escolares para promocionar campaña.</p> <p>2.2.5 Desarrollar capacitación en centros escolares e iglesias del barrio.</p> <p>2.2.6 Impulsar la reproducción de la información comprometiéndolo a los capacitados a través de la necesidad de informar a los habitantes de la importancia de la adecuada nutrición.</p>

Tabla 84: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 2

LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVOS	ACCIONES
<b>Línea Estratégica 3</b> Crear un clima de seguridad y tranquilidad en el BSE	<b>Objetivo 3.1</b> Fortalecer la participación ciudadana en la seguridad del BSE.	3.1.1 Organizar la comunidad a través de un comité para la prevención de la violencia, para que sea la base y motor de todo esfuerzo enfocado a esta materia. 3.1.2 Establecer funciones y responsabilidades del comité para la prevención. 3.2.3 Dar una educación familiar con la finalidad de recuperar los valores y orientar a un cambio en las actitudes de las personas.
	<b>Objetivo 3.2</b> Diseño de sistema de seguridad preventiva	3.2.1 Identificar las actividades preventivas <del>munj. comité</del> de seguridad 3.2. Diseñar de las actividades preventivas con otros sectores. 3.2.3 Establecer las actividades preventivas PNC y comité de seguridad
	<b>Objetivo 3.3</b> Diseño de sistema de seguridad correctiva	3.3.1. Determinar puntos críticos y vulnerables (factores condicionantes) 3.3.2. Gestionar el apoyo incondicional de la PNC y el CAM 3.3.3 organizar actividades conjuntas PNC y comité. 3.3.4 Identificar las metas alcanzar por el comité de seguridad con las acciones a realizar en conjunto con todas las instituciones

Tabla 85: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 3

LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVOS	ACCIONES
<p><b>Línea Estratégica 4</b></p> <p>Fortalecer la educación complementaria en deporte, recreación y valores</p>	<p><b>Objetivo 4.1</b></p> <p>Crear espacios de prácticas deportivas para el fortalecimiento de actividades en tiempo libre de los habitantes.</p>	<p>4.1.1 Identificar los espacios para práctica de deportes existentes.</p> <p>4.1.2 Identificar la organización existente para el desarrollo de los deportes: organizadores de torneos u otros.</p> <p>4.1.3 Crear un comité de gestión de recursos y organización de deportes.</p> <p>4.1.4 Buscar el involucramiento de la municipalidad a través del coordinador de arte, recreación y deportes y el involucramiento de la gobernación como institución de interés para la obtención de material deportivo.</p> <p>4.1.5 Gestionar el involucramiento de la Policía Nacional Civil para dar seguridad a los torneos.</p> <p>4.1.6 Desarrollar torneos deportivos que promueva el uso del tiempo libre en sano esparcimiento sobre todo en la juventud.</p> <p>4.1.6 Crear una escuela de fútbol para los niños y jóvenes del BSE en conjunto con el consejo de prevención de violencia de la Alcaldía Municipal de San Salvador y en conjunto con voluntariado de la Fundación Educando a un Salvadoreño (FESA)</p>
	<p><b>Objetivo 4.2</b></p> <p>Fortalecer espacios de recreación familiar para la promoción del desarrollo familiar a través del compartir.</p>	<p>4.2.1 Identificar los espacios para recreación existentes.</p> <p>4.2.2 Desarrollar un plan de recreación familiar en los espacios existentes.</p> <p>4.2.3 Presentar plan al consejo municipal para la prevención de la violencia.</p> <p>4.2.4 Desarrollar de manera constante actividades de recreación familiar para promover la participación de los habitantes</p> <p>4.2.5 Gestionar el involucramiento de las instituciones de interés en prevención de violencia: ONG'S, PNC, Ministerio de Gobernación, Secretaría de la Familia.</p>

LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVOS	ACCIONES
<p><b>Línea Estratégica 4</b></p> <p>Fortalecer la educación complementaria en deporte, recreación y valores</p>	<p><b>Objetivo 4.3</b></p> <p>Promocionar valores en los habitantes para propiciar una cultura de paz en el BSE.</p>	<p>4.3.1 formar un comité de promoción de valores de la mano de iglesias, centros escolares y el consejo de prevención de violencia.</p> <p>4.3.2 Gestionar voluntariado y prácticas de horas sociales de universidades privadas como promotores de valores en el barrio.</p> <p>4.3.3 Gestionar la participación de la Fundación Salvador del Mundo en el desarrollo de una <u>curricula</u> para la promoción de valores.</p> <p>4.3.4 Elaborar un plan de promoción de la <u>curricula</u> en Centros Escolares y en Iglesias de Barrio.</p> <p>4.3.5 Desarrollar la promoción de valores establecido en el plan y propiciar la reproducción del aprendizaje entre los habitantes.</p> <p>4.3.6 Desarrollar de manera constante la reproducción del plan mejorándolo en la adquisición de experiencia.</p>

Tabla 86: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 4

LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVOS	ACCIONES
<p><b>Línea Estratégica 5</b></p> <p>Diseñar una propuesta de obtención de recursos y administración de los mismos</p>	<p><b>Objetivo 5.1</b></p> <p>Determinar el procedimiento a seguir de las instituciones para la obtención de recursos.</p>	<p><b>5.1.1</b> Indicar las formas de obtención de recursos financieros</p> <p><b>5.1.2</b> Definición del proceso a seguir para la obtención de los recursos financieros</p> <p><b>5.1.2.1</b> Realizar los pasos para la obtención de recursos financieros a través de la Organización internacional AECID</p> <p><b>5.1.2.2</b> Realizar una secuencia de pasos para la obtención de recursos financieros del Fondo de Desarrollo Social para la mejora.</p> <p><b>5.1.2.3</b> Establecer la secuencia lógica para obtener recursos monetarios por medio de instituciones bancarias para financiar los proyectos de desarrollo comunal de la Cooperativa.</p>
	<p><b>Objetivo 5.2</b></p> <p>Capacitar a los involucrados en la administración de los recursos financieros</p>	<p><b>5.2.1</b> Definir la temática de los módulos a impartir dentro de las sesiones de la capacitación para la formación administrativa.</p> <p><b>5.2.2</b> Definir los recursos necesarios para la elaboración de capacitación.</p> <p><b>5.2.3</b> Implementar cada uno de los módulos que se impartirán dentro capacitación.</p>

Tabla 87: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 5





LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVOS	ACCIONES
<p>Línea Estratégica 6</p> <p>Diseñar un sistema de organización</p>	<p><b>Objetivo 6.3</b></p> <p>Desarrollo de los aspectos básicos para la implementación de la estructura organizativa propuesta</p>	<p>6.3.1 Identificar los recursos necesarios para la puesta en marcha</p> <p>6.3.2 Definir los paso necesario para la implantación</p> <p>6.3.3 Creación de los manuales organizativos</p>

□

Tabla 88: Objetivos estratégicos de Línea estratégica 6

## **1.5. JUSTIFICACION DE ELECCIÓN DE LAS LINEAS DE ACCION A DESARROLLAR EN EL PLAN SOCIOECONOMICO DEL BSE**

---

Las líneas de acción a desarrollar dependerán de diversos criterios que nos ayudaran a determinar cuáles verdaderamente se podrán realizar:

Las líneas de acción planeadas en el diagnostico se presentan a continuación:

1. Convertir el BSE en principal eje de Desarrollo Turístico del CHSS
2. Aumentar el Índice de Seguridad Alimentaria y Nutricional de los Habitantes del BSE.
3. Crear un clima de seguridad y tranquilidad en el BSE
4. Fortalecer la educación complementaria en deporte, recreación y valores
5. Desarrollar un sistema de obtención de Recursos y Administración de los mismos.
6. Organizar óptimamente al BSE.

Para la elección de las líneas de acción a profundizar para la ejecución del plan socioeconómico del BSE se tomarán en cuenta algunos criterios básicos que se definen a continuación:

- a) Aplicación del Ingenia Industrial en la implantación de la línea de acción.
- b) Disponibilidad de las instituciones en ayudar (Interés en el plan socioeconómico)
- c) Aprovechamiento de convenios existentes relacionados con la línea de acción en las diferentes instituciones
- d) Recursos disponibles para su ejecución

### **a) Aplicación de las técnicas de Ingeniería Industrial en la línea de acción**

En base a los conocimientos que se tienen de las herramientas utilizadas por los ingenieros industriales se puede saber que líneas de acción son aplicables a nuestra carrera y se nos hace posible a ejecución de las mismas, en el plan de desarrollo socioeconómico del BSE.

A continuación se presenta un resumen de las aplicaciones utilizadas para realizar dicha línea de acción:

Aplicación de Ingeniería Industrial en la línea de acción	
LINEAS DE ACCION	APLICACIÓN DE LA INGENIERIA
Convertir el BSE en principal eje de Desarrollo Turístico del CHSS	Planeación Estratégica, Estrategias de marketing, distribución de planta , Proceso de tomas de decisiones
Aumentar el Índice de Seguridad Alimentaria y Nutricional de los Habitantes del BSE.	Estrategias de comercialización, Establecimiento de procedimientos micro localización, tamaño del proyecto.
Crear un clima de seguridad y tranquilidad en el BSE	Planeación Estratégica, Gestión de los recursos
Fortalecer la educación complementaria en deporte, recreación y valores	Planeación estratégica.
Desarrollar un sistema de obtención de Recursos y Administración de los mismos.	Gestión de los recursos, establecimiento de los procedimientos.
Organizar óptimamente al BSE.	Estructura Organizativa, filosofía organizativa, establecimiento de los procedimientos

Tabla 89: Aplicación de la Ingeniería Industrial en la línea de acción

**b) Disponibilidad de las instituciones en ayudar (interés por el plan socioeconómico)**

Se deberá tener preferencia por la línea estratégica que posea mayor capacidad de ser realizada y las instituciones estén con la disposición en realizarlas.

En el siguiente cuadro se presentan la disposición de las instituciones para realizar el plan:

<b>Disponibilidad de las instituciones en ayudar (interés por el plan socioeconómico)</b>		
<b>LINEAS DE ACCION</b>	<b>INSTITUCIONES</b>	<b>DISPOSICION</b>
<b>Convertir el BSE en principal eje de Desarrollo Turístico del CHSS</b>	El ministerio de turismo , corsatur, alcaldía municipal	Alto
<b>Aumentar el Índice de Seguridad Alimentaria y Nutricional de los Habitantes del BSE.</b>	Ministerio de salud, ministerio de económica, Alcaldía municipal	Medio
<b>Crear un clima de seguridad y tranquilidad en el BSE</b>	Ministerio de seguridad pública, alcaldía municipal, agente de cuerpo metropolitano	Alto
<b>Fortalecer la educación complementaria en deporte, recreación y valores</b>	Ministerio de Educación,	Medio
<b>Desarrollar un sistema de obtención de Recursos y Administración de los mismos.</b>	ACEID, alcaldía municipal	Alto
<b>Organizar óptimamente al BSE.</b>	Alcaldía municipal, ACEID	Alto

*Tabla 90: Disponibilidad de ayuda externa*

**a) Aprovechamiento de convenios existentes relacionados con la línea de acción en las diferentes instituciones**

Se deberá tener preferencia la línea de acción que posea la mayor cantidad de convenios relacionados con las instituciones para la realización del plan socioeconómico para el BSE. Con el propósito de realizar el proyecto con la mayor disponibilidad de recursos. A continuación se presenta el cuadro de los convenios y las instituciones por cada una de las líneas de acción:

LINEAS DE ACCION	Ministerio de Turismo	Ministerio de seguridad	Alcaldía municipal	Ministerio de salud	Ministerio Educación
Convertir el BSE en principal eje de Desarrollo Turístico del CHSS	Con plan de turismo 2014 y 2020 se tienen numerosos convenios de capacitaciones, ayuda a los servicios turísticos	POLITUR, es el convenio firmado PNC-MITUR el cual se encuentra vigente hasta la fecha	Plan de Convivencia, Mediación y Seguridad Ciudadana del Municipio de SS	-	Convenio entre el Ministerio de Educación y la Agencia Española de Cooperación Internacional para la elaboración del inventario de bienes culturales de El Salvador.
Aumentar el Índice de Seguridad Alimentaria y Nutricional de los Habitantes del BSE.				Garantizar el derecho a la salud a toda la población salvadoreña a través de un sistema Nacional	
Crear un clima de seguridad y tranquilidad en el BSE		Convenio de coordinación entre la PNC y la corporación de municipalidades de la republica sobre seguridad ciudadana	Plan de Convivencia, Mediación y Seguridad Ciudadana del Municipio de San Salvador.		
Fortalecer la educación complementaria en deporte, recreación y valores					Plan de Acción Nacional dirigido a reducir en forma significativa el analfabetismo de manera global.
Organizar óptimamente al BSE.	Con plan de turismo 2014 y 2020 se tienen numerosos convenios de capacitaciones, ayuda a organizar				
Obtención de Recursos y Administración de los mismos.	Todas las instituciones nacionales o internacional son capaces de dar financiamiento, ya que el plan de desarrollo socioeconómico toda varias áreas para su implantación				

Tabla 91: Convenios por línea de acción

## b) Recursos disponibles para su ejecución

La línea de acción que se deberán de ejecutar el plan socioeconómico del BSE deberán de presentar la mejor disponibilidad de recursos. A continuación se presenta el cuadro de recursos disponibles de cada una de las líneas de acción:

Recursos disponibles para su ejecución		
LINEAS DE ACCION	INFRAESTRUCTURA	RECURSO HUMANO
Convertir el BSE en principal eje de Desarrollo Turístico del CHSS	Monumentos históricos	Habitantes del BSE
Aumentar el Índice de Seguridad Alimentaria y Nutricional de los Habitantes del BSE.	Se cuenta con el Local para localizar la despensa	Habitantes del BSE
Crear un clima de seguridad y tranquilidad en el BSE	Se cuenta con el Local para capacitaciones, eventos	Habitantes del BSE, personal de PNC , CAM
Fortalecer la educación complementaria en deporte, recreación y valores	–	–
Desarrollar un sistema de obtención de Recursos y Administración de los mismos.	–	Habitantes del BSE, miembros de la cooperativa
Organizar óptimamente al BSE.	Se cuenta con local para las reuniones de dicha organización	Habitantes del BSE, miembros de la cooperativa

Tabla 92: Recursos disponibles para la ejecución

### Selección de la organización

Las líneas de acción serán seleccionada se obtendrán haciendo uso de la técnica de PARETTO. En esta técnica se considera el rango de 1 – 10 como criterio muy importante, 1 -8 importante, 1 – 6 muy bueno, 1 – 4 bueno y 1 - 2 regular.

El desarrollo del análisis de paretto se presenta a continuación:

Criterios para la selección de una organización idónea dentro del BSE que ejecutara el plan socioeconómico para el BSE		
No.	CRITERIOS	RANGO
1	Aplicación de Ingeniería Industrial en la implantación de la línea de acción.	1 – 10
2	Disponibilidad de las instituciones en ayudar (Interés en el plan socioeconómico)	1 – 8
3	Aprovechamiento de convenios existentes relacionados con la línea de acción en las diferentes instituciones	1 – 6
4	Recursos disponibles para su ejecución	1 – 4

Tabla 93: Valoración de criterios

Asignación de valores para cada organización de acuerdo a los criterios de selección															
ORGANIZACIÓN	ANALISTA 1					ANALISTA 2					ANALISTA 3				
	C1	C 2	C 3	C 4	TOTAL	C1	C 2	C 3	C 4	TOTAL	C1	C 2	C 3	C 4	TOTAL
Convertir el BSE en principal eje de Desarrollo	10	8	6	4	28	9	7	6	3	25	10	8	6	4	28
Crear un clima de seguridad y tranquilidad	9	8	3	4	24	9	7	3	4	23	9	6	3	4	22
Desarrollar un sistema de obtención de Recursos y	9	7	3	4	23	9	8	3	4	24	9	6	3	4	22
<b>Organizar óptimamente</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	21	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	17	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	22
Aumentar el Índice de Seguridad Alimentaria y	8	7	1	3	19	8	7	1	3	19	8	6	1	4	19
Fortalecer la educación complementaria en deporte recreación	6	2	1	1	10	8	3	1	1	13	7	3	1	1	12

Tabla 94: Evaluación de criterios



En la siguiente tabla se muestran los resultados de las ponderaciones y los porcentajes de las puntuaciones efectuadas por los analistas:

<b>Resultados del análisis de los criterios para la elección</b>						
<b>LINEA ESTRATEGICA</b>	<b>ANALISTA 1</b>	<b>ANALISTA 2</b>	<b>ANALISTA 3</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>	<b>ACUMULADO</b>
Convertir el BSE en principal eje de Desarrollo Turístico del CHSS	28	25	28	81	21.83%	21.83%
Crear un clima de seguridad y tranquilidad en el BSE	24	23	22	69	18.60%	40.43%
Desarrollar un sistema de obtención de Recursos y Administración de los mismos.	23	24	22	69	18.60%	59.03%
<b>Organizar óptimamente al BSE.</b>	21	17	22	60	16.17%	75.20%
Aumentar el Índice de Seguridad Alimentaria y Nutricional de los Habitantes del BSE.	19	19	19	57	15.36%	90.57%
Fortalecer la educación complementaria en deporte, recreación y valores	10	13	12	35	9.43%	100.00%
<b>Total Acumulado</b>				<b>377</b>	<b>100%</b>	

Tabla 95: Análisis de resultados

En el gráfico de barras se muestra las líneas de acción que presenta un porcentaje mayor con los criterios antes mencionados por lo cual se eliminara la de menor porcentaje que es la línea de educación.



*Gráfico 164: Calificaciones de las líneas de acción*

## **CAPITULO IX. LE 1. CONVERTIR EL BSE EN EL PRINCIPAL EJE DE DESARROLLO TURISTICO DEL CHSS**

### **2.1. OE 1. DISEÑAR UN SISTEMA DE ELABORACION DE PRODUCTOS Y PRESTACION DE SERVICIOS .**

#### **9.1.1 ACCION 1. DETERMINACION DE LA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

Es importante establecer la oferta de productos y servicios para poder determinar el tamaño de los lugares de producción y venta de los mismos, para determinar esta oferta se tomaran en cuenta los siguientes factores:

- Características del Mercado Consumidor.
- Características del Mercado de Abastecimiento
- Características de la Mano de obra.

#### **Características del Mercado Consumidor**

Este es el factor de mayor importancia ya que la complejidad de los productos y servicios a ofrecer es mínima, se deben tener en cuenta las proyecciones del mercado consumidor y determinar qué porcentaje de la demanda se desea cubrir sin dejar de lado la disponibilidad de materias primas.

Es importante mencionar que los elementos principales a ofrecer a los turistas son los servicios y los productos serán complementarios a los anteriores.

La demanda fue estimada con los datos obtenidos en la investigación de campo específicamente los datos obtenidos de turistas nacionales e internacionales, de estos últimos se obtuvo información sobre la disponibilidad de visitar el CHSS, cuanto estarían dispuestos a invertir en su visita y sus preferencias respecto a servicios y productos, a partir de estos datos se estima lo siguiente:

- Numero Potencial de visitantes en un año:
- Turistas Nacionales: 607,605 visitantes
- Turistas Internacionales: 1,175,595 visitantes

Teniendo el número potencial de visitantes se calculó según los porcentajes obtenidos, la disponibilidad de gasto de los visitantes en su visita.

***Turista Nacional:***

Disponibilidad de Pago	\$5	\$5 - \$10	\$ 10 - \$20	\$ 20 - \$50	más de \$ 50
porcentaje con disponibilidad de pago	9%	38%	37%	12%	4%
Numeropotencial de Visitantes	54,529	233,694	225,904	70,108	23,369
Demandapotencial en \$	\$136,322	\$1752,705	\$3388,564	\$2453,788	\$1168,470

*Tabla 96: Disponibilidad de pago de turistas nacional*

***Turista Internacional:***

Disponibilidad de pago	\$ 10 - \$20	\$ 20 - \$50
porcentaje con disponibilidad de pago	75%	25%
Numeropotencial de Visitantes	881696	293899
demandapotencial en \$	\$13225,447	\$10286,459

*Tabla 97: Disponibilidad de pago de turistas Internacional*

Tomando en cuenta los datos de turistas nacionales e internacionales se tiene un ingreso potencial anual de \$32, 411,755 de los cuales se propone obtener inicialmente un 1% que sería \$324,117 a través de productos y un 1% a través de servicios distribuidos de la siguiente manera:

Productos de preferencia	Promedio %	Ingresopotencial \$
<b>alimentos</b>	57%	\$184,747
<b>artesanías</b>	24%	\$77,788
<b>libros</b>	15%	\$48,618
<b>prendas de vestir</b>	4%	\$12,965

Tabla 98: Productos de preferencia

Servicios	Promedio	IngresoPontencial \$
<b>Hotel</b>	17%	\$54,201
<b>Transporte</b>	54%	\$174,576
<b>Comida</b>	13%	\$41,018
<b>Otros paquetes Turisticos</b>	17%	\$54,322

Tabla 99: servicios de preferencia de los turistas

Posteriormente se realiza una propuesta más específica sobre como percibir el ingreso potencial anterior, respecto a productos y de acuerdo a lo expresado por los potenciales visitantes se obtuvo:

Alimentos	Porcentaje (%)	Ingreso anual (\$)	Mensual (\$)	Diario (\$)
<b>Pupusas</b>	22%	\$40,301	\$3,358.43	\$111.95
<b>Tamales</b>	8%	\$14,780	\$1,231.65	\$41.05
<b>Empanadas</b>	11%	\$19,552	\$1,629.34	\$54.31
<b>Yuca</b>	10%	\$18,355	\$1,529.58	\$50.99
<b>Pasteles</b>	7%	\$12,932	\$1,077.69	\$35.92
<b>Atol</b>	13%	\$24,739	\$2,061.61	\$68.72
<b>Riguas</b>	14%	\$25,936	\$2,161.37	\$72.05
<b>Enchiladas</b>	15%	\$27,532	\$2,294.37	\$76.48

Tabla 100: ingresos de los alimentos tipicos

En el cuadro anterior se distribuye el ingreso potencial a través de alimentos según las preferencias de los potenciales visitantes de esa manera se puede obtener cuanto se debería producir de cada tipo de alimento mensual diario y anual para obtener los ingresos estimados.

**Características del Mercado de Abastecimiento:**

Se debe tomar en cuenta que si los requerimientos de materia prima exceden su disponibilidad el tamaño del proyecto estará regido por dicha disponibilidad, es decir la cantidad de productos y servicios a prestar estará condicionado por la capacidad de abastecimiento de materias primas y disponibilidad de recursos necesarios para prestar los servicios.

Para realizar este análisis es necesario conocer el requerimiento da materia prima por producto:

**Pupusas:**

Ingredientes:

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
Masa de Maíz	LB	1
Queso Duro	LB	½
Quesillo	LB	1
Chicharrón	Taza	3
Frijoles fritos y molidos	LB	1
Sal	Cucharada	1

*Tabla 101: Ingredientes de los alimentos típico pupusas*

**Curtido:**

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
Repollo	Unidades	1
Cebolla	Unidades	1
Zanahoria	Unidades	1
Vinagre	Lt	1

Agua	Lt	2
Orégano	Cds	2
Sal	Cds	2

Tabla 102: Ingredientes de curtido complemento de pupusas

Salsa:

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
Tomates	Unidades	50
Chile verde	Unidades	1
Dientes de ajo	Unidades	2
Consomé de pollo	Cds	2
Cilantro picado	Cds	3
Agua	Lt	½
sal	cds	Al gusto

Tabla 103: Ingredientes de salsa complemento de pupusas

Descripción de ingredientes a utilizar para la preparación de 900 tamales de elote.

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
MASA DE ELOTE	ELOTE	900
MARGARINA	LB	30
CREMA	BOLSA	1
AZUCAR	LB	16
SAL	LB	1

Tabla 104: Ingredientes del alimento típico tamales

## Atol de Elote

Descripción de ingredientes a utilizar para la preparación de 50 tazas de atol.

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
Leche	Lt	12.5
Elote	Unidades	42
Canela	onzas	8
Azúcar	Lb	5

Tabla 105: Ingredientes de los alimentos típico atol de elote

## Yuca

Descripción de ingredientes a utilizar para la preparación de 50 platos de yuca.

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
Yuca	LB	50
Sal	LB	½
Aceite	Lt	16.5
Agua	Lt	18

Tabla 106: Ingredientes de los alimentos típico yuca

## Empanadas

Descripción de ingredientes a utilizar para la preparación de 80 empanadas de plátano.

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
Plátanos Maduros	Unidades	20
Leche	Lt	1 ½
Azúcar	Cds	2
Maicena	Cds	8
Vainilla	Cds	4

Canela en polvo	Cds	4
Sal	Cds	½
Aceite	Lt	1
Frijoles Fritos	Lb	1

*Tabla 107: Ingredientes de los alimentos típico empanadas*

## Pasteles

Descripción de ingredientes a utilizar para la preparación de 100 pastelitos de carne

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
Harina de Maíz	Lb	4
Manteca	Cds	4
Consomé de pollo	Cds	2
Agua	Lt	1
Achiote	Cds	2
Relleno		
Papa	Unidades	4
Güisquil	Unidades	4
zanahoria	Unidades	4
Cebolla picada	Cds	4
Sal	Cds	Al gusto
Carne molida	Lb	2

*Tabla 108: Ingredientes de los alimentos típico pastel*



## Riguas

Descripción de ingredientes a utilizar para la preparación de 150 riguas.

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
Elotes Desgranados	Unidades	100
Azúcar	Cds	4
Sal	Cds	Al gusto
Hojas de Huerta	Rollos	4
Queso	Lb	1
Crema	Lb	1

Tabla 109: Ingredientes de los alimentos típico riguas

## Enchiladas

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
Harina de Maíz	Lb	1 ½
Achiote	Cds	3
Manteca	Cds	6
Polvo para hornear	Cds	3
Carne	Lb	3
pollo	Lb	3
Frijoles Molidos	Lb	1 ½
Huevos	Unidades	15
Queso duro	Lb	2

Tabla 110: Ingredientes de los alimentos típico Enchiladas

Se debe tener claro que la determinación anterior de requerimientos de materia prima es únicamente para determinar la disponibilidad de materia prima en el mercado y verificar que el

abastecimiento de esta no será un obstáculo en la elaboración de productos o prestación de servicios.

Sabiendo los ingredientes para cada producto se hace una estimación de la producción anual de cada uno de ellos para determinar los requerimientos anuales de materia prima, la estimación de la producción anual se hizo en base a los resultados de la investigación de campo, tratando de cubrir un 1% de la demanda existente.

<b>Producción estimada anual</b>		
<b>Descripción</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>Cantidad</b>
<b>pupusas</b>	Unidades	80602
<b>tamales de elote</b>	Unidades	36950
<b>atol de elote</b>	Tazas	49478
<b>riguas</b>	Unidades	103744
<b>empanadas</b>	Unidades	78208
<b>pastelitos de carne y verduras</b>	Unidades	51728
<b>enchiladas</b>	Unidades	55064
<b>yuca</b>	Porciones	18355

*Tabla 111: Producción estimada de los alimentos típicos*

Conociendo las cantidades anuales a producir para percibir el ingreso especificado se determina a continuación los requerimientos por año:

<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>Harina de Maíz</b>	LB	6132
<b>Frijoles fritos y molidos</b>	LB	5041
<b>Chicharrón</b>	Lb	5373
<b>Carne Molida</b>	Lb	3788
<b>pollo</b>	Lb	2753

Huevos	Unidades	13766
Queso Duro	LB	3870
Quesillo	LB	2687
CREMA	Lb	733
Leche	Lt	13836
Sal	Lb	343
AZUCAR	LB	5615
MARGARINA	LB	1232
Aceite	Lt	7035
manteca	Lb	7
Canela	LB	495
Canela en polvo	lb	2
Maicena	Lb	5
Vainilla	Lt	4
consomé de pollo	Lb	2
Achiote	Lb	4
Polvo para Hornear	Lb	2

*Tabla 112: Cantidades anuales a producir por alimentos típicos*

DESCRIPCION	UNIDADES	CANTIDAD
Hojas de Huerta	rollos	2767
Papa	Unidades	2069
Güisquil	Unidades	2069
zanahoria	Unidades	2869

<b>Cebolla</b>	Unidades	1059
<b>elotes</b>	Unidades	147674
<b>yuca</b>	LB	18355
<b>plátanos maduros</b>	Unidades	19552
<b>Orégano</b>	Lb	5
<b>tomate</b>	Unidades	40000
<b>chile verde</b>	Unidades	800
<b>cabezas de ajo</b>	Unidades	160
<b>cilantro</b>	lb	3
<b>Repollo</b>	Unidades	800
<b>Vinagre</b>	Lt	800
<b>Agua</b>	lt	8725

*Tabla 113: Cantidades anuales a producir*

Estos requerimientos no cubren más del 5% de lo que el país produce de cada uno de ellos por lo tanto la disponibilidad de materia prima no es limitante para la producción.

#### **Características del Mercado de la mano de obra:**

La mano de obra requerida para el proyecto no tiene un grado alto de especialización, sin embargo se han definido algunos requerimientos que son necesarios para el desarrollo de las actividades propuestas.

En el cuadro que se muestra a continuación se encuentra por actividades que requerimientos se tienen de la mano de obra y en la existencia las opciones son:

- Alto: significa un alto grado de existencia de ese requerimiento en la mano de obra BSE.
- Medio: implica un nivel significativo de la existencia de un requerimiento de m. o.
- Nulo: significa que no hay existencia de algún tipo de requerimiento.

<b>Actividades</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Existencia</b>
<b>Elaboración de alimentos</b>	<i>Conocimiento de cocina</i>	<i>Alto</i>
	<i>Disponibilidad de tiempo</i>	<i>Alto</i>
<b>Elaboración de artesanías</b>	<i>Habilidad</i>	<i>Medio</i>
	<i>Disponibilidad de tiempo</i>	<i>Alto</i>
<b>Transporte</b>	<i>Saber manejar</i>	<i>Alto</i>
	<i>Disponibilidad de Tiempo</i>	<i>Alto</i>
	<i>Conocimiento geográfico del BSE</i>	<i>Alto</i>
<b>Guía Turístico</b>	<i>Capacidad de expresión</i>	<i>Medio</i>
	<i>Conocimiento de la historia del BSE</i>	<i>Medio</i>
	<i>Ubicación geográfica del BSE</i>	<i>Alto</i>
<b>Venta de Libros Históricos</b>	<i>Conocimiento de historia y libros</i>	<i>Nulo</i>
<b>Fabricación de prendas de vestir</b>	<i>Habilidad artística</i>	<i>Nulo</i>

*Tabla 114: Requerimientos para la mano de obra*

En la investigación de campo realizada se verifico la existencia de mano de obra y disponibilidad de la misma en los habitantes del BSE.

Luego del análisis de los 3 criterios propuestos se puede concluir la variabilidad de las actividades de elaboración de productos o prestación de servicios respecto a cada uno de los criterios para ello se muestra a continuación un cuadro resumen donde se evalúa para cada actividad la existencia de condiciones clasificándolas en alto, medio y bajo.

<i>Actividad</i>	<i>Mercado Consumidor</i>	<i>Abastecimiento de M.P.</i>	<i>Características de la M.O.</i>
<i>Elaboración de alimentos típicos</i>	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>
<i>Elaboración de Artesanías</i>	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>	<i>Medio</i>
<i>Servicio de Transporte</i>	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>
<i>Venta de libros</i>	<i>Medio</i>	<i>Bajo</i>	<i>Medio</i>
<i>Fabricación de prendas de vestir</i>	<i>Medio</i>	<i>Medio</i>	<i>Medio</i>
<i>Servicio de Guía turístico.</i>	<i>Alto</i>	<i>Alto</i>	<i>Medio</i>

*Tabla 115: Evaluación de criterios para las actividades a realizar*

Las actividades que se propone realizar son las que poseen por lo menos dos criterios con altas existencias de requerimientos entre mercado consumidor existente, abastecimiento de materia prima y mano de obra.

Por lo tanto las actividades propuestas son:

- Elaboración de alimentos típicos
- Elaboración de artesanías
- Servicios de Transporte
- Servicio de Guías turísticos

### **9.1.2 ACCION2: DEFINICION DE REQUERIMIENTOS BASICOS DE LOS NEGOCIOS.**

Con el desarrollo de esta acción se pretende establecer los requerimientos básicos para iniciar un negocio en el BSE. Anteriormente se determinó la demanda potencial de productos y servicios si un habitante desea participar del proyecto a través de la elaboración de productos o prestación de servicios en este apartado se definirá los requisitos que este deberá cumplir para poder iniciar su negocio, se diseñaran los espacios que se pondrán a disposición de estas personas para sus

negocios y algunas normas básicas a las que deberán acoplarse para garantizar la satisfacción de los visitantes del BSE.

Esta descripción se hará para los diferentes tipos de negocios entre:

- Elaboración del alimentos
- Elaboración de artesanías
- Servicio de Transporte
- Servicio de Guías turísticos

### **Descripción de condiciones básicas para negocios de alimentos Típicos:**

#### **Inscripción del negocio**

El proceso que se debe seguir para inscribir un negocio en la alcaldía de San Salvador es el siguiente:

- Retirar formulario único Persona Natural
- Copia de DUI y NIT pasaporte vigente o tarjeta de residente
- Balance inicial o inventario inicial (original) a excepción de los negocios de bebidas alcohólicas, imprentas, discotecas, sinfonolas, maquinas o mesas de juego, que deberán presentar. Permiso o Matricula
- Persona jurídica (si es empresa nacional)
- Copia de DUI y NIT del representante legal
- Copia de NIT de la sociedad

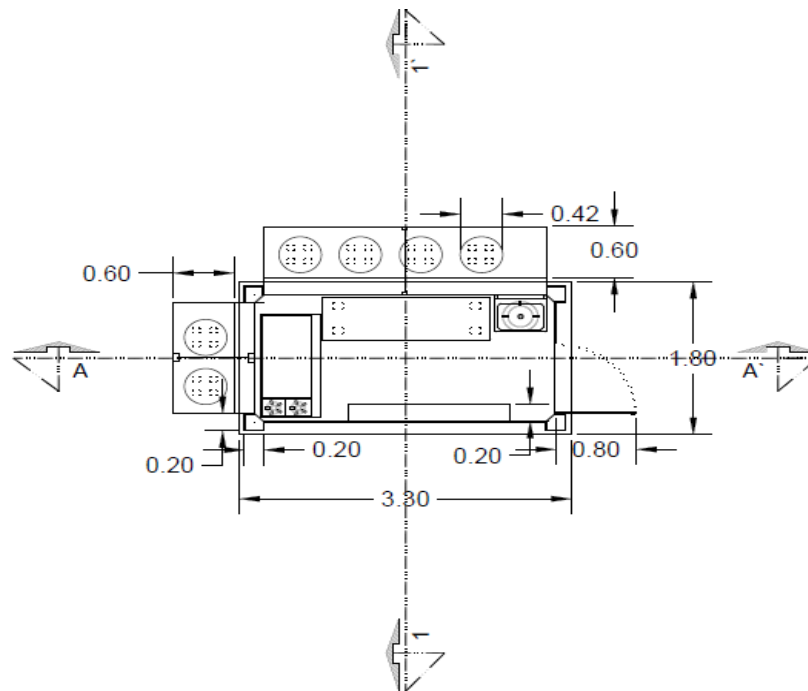
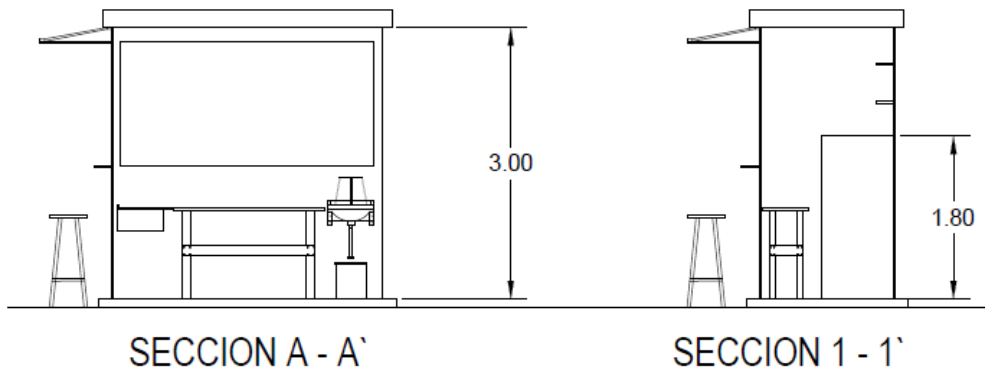
Teniendo los documentos necesarios para la inscripción, el proceso se debería de poder realizar a través de la asesoría gratuita de ACOVICHSS ya sea por voluntariado i por contratación de un profesional de la materia.

#### **Espacio Físico:**

- **Un espacio mínimo**
- **Acceso a energía eléctrica y agua potable**
- **Espacio para área de cocina**
- **Área de limpieza de alimentos**
- **Espacio para el almacenamiento de materias primas**
- **Área para servir alimentos**

- Área de caja

A continuación se encuentra el modelo del esquema propuesto:



**Normas de aseguramiento de la calidad:**

**Protocolo de servicio:** un protocolo de servicio incluye elementos mínimos como saludo, asignación de mesa, presentación de menú, toma de orden de servicio, prestación de cuenta y despedida entre otros.

**Señalización:** debe tenerse claramente señalizadas áreas como servicios sanitarios, área de oficinas, area de fumado, entre otras.



**Limpieza de instalaciones:** Mostrar compromiso por mantener las instalaciones en condiciones ordenadas e higiénicas.

**Recepción de materia prima:** debe establecerse un acceso independiente del área de clientes para los proveedores de materia prima.

Estas normas se pueden profundizar y alimentar a través de la norma salvadoreña del ministerio de turismo: NSR 03.56.01.08 (ANEXOS)

**Áreas comunes** Como áreas comunes se debería poseer servicios sanitarios y un área de comedores de las cuales todos los involucrados en la elaboración de productos deberían estar comprometidos con su ordenamiento e higiene.

**Espacio Físico** Se requiere un espacio físico de un mínimo de 11.3m<sup>2</sup> Donde se deberán distribuir las siguientes áreas:

- Almacenamiento de materia prima
- Área de trabajo
- Área de caja
- Área de exposición

#### **Descripción de requerimientos para prestación de servicios de transporte y Guías Turísticas**

La propuesta de ubicación de la oficina de prestación de estos servicios es en el mismo lugar donde se ubique la oficina de turismo, ya que en ese lugar fácilmente se concentraría la información acerca de todos los lugares que se pueden realizar en el BSE. Se encontraría una persona de la oficina de turismo que pueda orientar a los visitantes sobre los lugares que desean visitar según sus expectativas

- El equipo que deben poseer es:
- Escritorios
- Teléfonos
- Computadora con acceso a internet
- Mural informativo
- Espacios para la atención de los clientes
- Sala de espera

Los turistas deberán llegar a la oficina de turismo en busca de informaciones y condiciones de visitar el BSE, se les dará la información solicitada y se les ofrecerá el servicio de transporte o se les invitara a participar de una ruta turística si el turista lo desea, se llamará una unidad de transporte que los ira a recoger al punto de partida que será la misma oficina de turismo.

A su vez se hará mención del servicio que se tiene de guías turísticos para que si así lo desean los turistas visiten el BSE con una persona con profundos conocimientos de la historia del BSE.

### 9.1.3 ACCION 3. DESCRIPCION DE SERVICIOS Y ELABORACION DE PROPUESTAS

#### 1. Creación De una casa de la cultura

Esta acción propone la creación de un espacio cultural donde se puedan realizar exposiciones, conferencias, cursos, talleres y para que los visitantes puedan conocer la historia del BSE.

Su ubicación se propone en:

- **Casa colonial Ubicada cerca de la plaza San Esteban**

Con ello se pretende tener un complemento al mural informativo, volviendo más gráficas las explicaciones de la persona encargada de la extensión de la Oficina de Turismo, también porque la plaza san esteban es y se espera que siga siendo uno de los lugares más concurridos del barrio.

Para poner en marcha exposiciones, cursos y talleres se debe establecer contacto con artistas que estén dispuestos a aportar a la comunidad transmitiéndoles sus conocimientos a los jóvenes que ya tendrán un lugar donde exponer sus primeras obras.

El proceso de funcionamiento de la casa cultural deberá ser el siguiente:

- La oficina de turismo deberá ser la encargada de promocionar la visita a la casa de la cultura.
- Se debe de buscar personal voluntario para que impartan los talleres de arte.
- De no contar con personal voluntario para impartir los talleres se debe de optar por la contratación.
- Se debe tener espacio en la casa de la cultura para impartir los talleres de arte que deberán iniciar con cupos de entre 5 y 10 personas.
- El área de exposición de artes de la casa de la cultura servirá como un lugar donde los mismos alumnos de los talleres expongan su arte o se podrá alquilar la sala de exposición a otros artistas.
- Se debe fijar un precio de ingreso a los talleres y un precio para el ingreso a la sala de exposición.
- Se debe considerar becas para ingreso de los habitantes de bajos recursos del BSE a los talleres que se impartirán.

## 2. Instalación de Oficina de Turismo dentro del BSE.

Considerando la inexistencia de propuestas que traten de potenciar tanto el patrimonio tangible como intangible, para la alcaldía de municipal es importante realzar el valor patrimonial existente y acompañar de cerca las actividades que se puedan realizar en torno a los mismos.

Con la iniciativa de la instalación de una pequeña extensión de la actual oficina municipal de turismo se busca brindar una mejor atención a los turistas, brindándoles la información necesaria para su estadía y coordinando todas las actividades turísticas que se esperan generar en el BSE.

A parte del nuevo servicio que se pondría a disposición de los turistas se fortalecería el lazo entre la alcaldía municipal y el BSE.

### ✓ Objetivo de la instalación de la Oficina:

Fortalecer relaciones entre la Oficina de Turismo y el BSE de cara a la iniciativa de conversión de éste último en eje del turismo en el municipio. Servirá como una extensión y apoyo a algunas de las tareas de promoción de turismo de la Oficina de Turismo Municipal en el casco urbano.

### ✓ Aspectos generales de la oficina:

Se sugiere poner a disposición un encargado capacitado por la Oficina de Turismo, en las fechas con mayor afluencia al BSE. El cual maneje toda la información básica sobre el municipio, el BSE y actividades turísticas, así como lugares turísticos.

Poner a disposición un espacio destinado para la presentación de información y brochures, volantes o cualquier medio de presentación de lugares y actividades turísticas disponibles para los visitantes y que promocióne todo lo que el Centro Histórico de San Salvador y el Barrio San Esteban ofrece. Se recomienda que la oficina se encuentre instalada en un lugar accesible y al paso de los turistas. La ubicación sugerida es:

- **Casa Colonial Ubicada sobre la calle de la amargura.**

Esto debido a que es una casa ubicada sobre la principal calle del BSE por el patrimonio tangible e intangible que en ella existe, sobre esta calle caminan miles de visitantes en ciertas épocas del año sobre todo por las tradiciones religiosas y en el 2011 se espera una gran cantidad de visitantes en el campanario de la independencia para celebrar 200 años de la misma.

### **Funciones del encargado:**

- ✓ Brindar información histórica, cultural, de actividades próximas, sobre tipos de turismo existentes en el barrio y en el municipio, dar a conocer rutas existentes, entre otros de carácter general relacionadas con turismo.
- ✓ Promoción de todo tipo de turismo disponible en el CHSS.
- ✓ Orientación a visitantes y turistas con dudas o necesidad de información sobre los lugares a los cuales puede acudir de tener algún tipo de problemas relacionado con el sector Turismo dentro del municipio.
- ✓ Promover el turismo histórico y cultural, lugares en los cuales éste puede ser practicado y las actividades que se realizan dichos lugares.
- ✓ Guía del mural fotográfico-cultural.
- ✓ Encargado de realizar conexiones entre guías de rutas o recorridos con los visitantes de ser necesario.
- ✓ Servir de medio de comunicación o de nexo directo entre el BSE y la Oficina de Turismo en el Casco Urbano.
- ✓ Comunicador de las actividades a realizarse dentro del BSE y que sean de carácter cultural y eventos turísticos especiales.
- ✓ Encargado de vigilar el desarrollo de las actividades culturales o turísticas a desarrollarse dentro del BSE y que sean desarrolladas por la Oficina de Turismo del municipio.

### **Dirección de la oficina:**

El encargado deberá trabajar bajo la dirección de la persona encargada de la Oficina de Turismo, brindando apoyo al BSE. Queda a discusión del presidente de la asociación y de la persona encargada de la Oficina de Turismo en detallar todos los aspectos relacionados a horarios, ubicación dentro del Barrio y actividades del encargado.

### **Recursos básicos:**

- ✓ Medio de comunicación directo con la oficina de turismo: Radio, teléfono y/o Internet (si es el caso se requerirá de una computadora y las conexiones necesarias)
- ✓ Material gráfico de apoyo como fotografías, presentaciones, dibujos etc.
- ✓ Material impreso para brindar información y promocionar el turismo a los visitantes, tales como brochures y volantes.


### 9.1.4 ACCION 4. FORMACION DE RUTAS TURISTICAS


En este apartado se mencionan inicialmente los lugares que pueden ser incluidos dentro de las rutas turísticas, luego se proponen dos rutas con su respectiva agenda, también se encuentra una breve descripción de los lugares, una propuesta de actividades que se pueden realizar en la rutas turísticas y el transporte adecuado de las mismas.



Actualmente en el país existen algunas rutas turísticas reconocidas como:

- Ruta Artesanal
- Ruta Sol y Playa
- Ruta de las flores
- Ruta Arqueológica

Así como las anteriores se puede crear una ruta turística cultural en la cual se puedan visitar algunos lugares del centro histórico. A continuación se describen los sitios que pueden incluirse dentro de las rutas turísticas del BSE en complemento con sitios de interés de los turistas en San Salvador:


LUGAR	DESCRIPCION/ACTIVIDADES
Campanario de Independencia	<p>El campanario de independencia situado en la Iglesia Nuestra Señora de la Merced es el principal monumento histórico. Fue en este campanario en el que el 5 de noviembre de 1811 el presbítero José Matías Delgado replico las campanas para dar el primer grito de independencia.</p>  <p style="text-align: center;"><i>Campanario de independencia ,Centro Histórico de San Salvador</i></p> <p>El campanario es un lugar histórico para toda el área Centroamericana ya que fue de este que a través del acontecimiento generó un sentimiento de independencia que fue transmitido a todas las demás regiones centroamericanas.</p> <p><u>Actividades Relevantes a implementar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia del campanario e importancia.</li> <li>• Dramatizaciones y poesía.</li> </ul>

<p>Iglesia Nuestra Señora de la Merced</p>	<p>La iglesia de la Merced es una de los templos que ha permitido a la calle de la amargura mantener su esplendor desde la época colonial y que aunque colapso en el terremoto de 1986 su valor histórico perdura.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <p><i>Atrio Iglesia La Merced Centro Histórico de San Salvador</i></p> <p><i>Templo La Merced, 1929 Centro Histórico de San Salvador</i></p> </div> <p>Existen además Escritos de José Matías Delgado en la iglesia que de su puño y letra fueron elaborados para redactar actas de bautismo y diversos documentos que dan fe del recibimiento de sacramentos de la iglesia católica a feligreses de aquellos tiempos.</p> <p><u>Actividades Relevantes a implementar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia e importancia.</li> <li>• Observación de escritos de prócer de independencia.</li> <li>• Actos religiosos.</li> </ul> <div style="text-align: right;">  <p><i>Librería de actas de bautismo, Iglesia La Merced</i></p> </div>
<p>Cuartel Policía Nacional Civil</p>	<p>Otro de los valores culturales tangibles es el cuartel central de la policía “El Castillo” como se le conoce desde su fundación en 1930 y es considerado una joya arquitectónica de las que componen el Centro Histórico de San Salvador, son obra del arquitecto italiano Filippo Brutus Targa. Esta hermosa estructura pertenece al estilo victoriano. Lo externo, sin embargo, más bien corresponde al estilo barroco, con espacios grandes, salones amplios y paredes con altura de hasta seis metros.</p> <div style="text-align: center;">  <p><i>Cuartel central de la Policía, Centro Histórico de San Salvador</i></p> </div> <p><u>Actividades Relevantes a implementar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia e importancia.</li> <li>• Descripción arquitectónica</li> </ul>

<p>Iglesia San Esteban</p>	<p>La iglesia San Esteban es otro patrimonio de la calle de la amargura. Los españoles que en 1545 trasladaron la Villa de San Salvador, hicieron el trazo de la calle principal de la urbe, de oriente a poniente, siguiendo el curso del sol, extendida entre dos reducidas plazoletas, donde edificaron, en su orden, las ermitas de San Esteban y del Calvario, primero ranchos o xacatales, luego edificios de adobe y tejas, por lo cual la iglesia San Esteban nace junto con la fundación del viejo San Salvador.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p><i>Templo San esteban, 2009 Centro Histórico de San Salvador</i></p> </div> <div style="text-align: center;">  <p><i>Templo San esteban, 1960 Centro Histórico de San Salvador</i></p> </div> </div> <p><u>Actividades Relevantes a implementar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia e importancia.</li> </ul>
<p>Plaza San Esteban</p>	<p><u>Actividades Relevantes a implementar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomía.</li> <li>• Suvenir</li> <li>• Presentaciones artísticas.</li> </ul>

*Tabla 116: Rutas turísticas*

A continuación se describen los lugares turísticos de relevancia importante para la formación de rutas fuera del BSE.:

LUGAR	DESCRIPCION/ACTIVIDADES
<p>Catedral metropolitana</p>	<p>La Catedral presenta un esquema de tipo romano, de una sola nave atravesada por otras dos laterales formando una cruz de proporciones rectangulares que termina en un altar circular. Su arte fue forjado por Fernando Llorc quien realizó una mezcla entre la cultura occidental con otros de raíces indigenistas, representando la integradora realidad cultural del pueblo salvadoreño.</p> <p>En el mural de cerámica se representa alegóricamente al pueblo de Dios, el nuevo hombre y nueva mujer con los instrumentos que se utilizan para su trabajo, también figuras celestiales como ángeles guardianes; la paloma, símbolo de paz y la representación de la última cena de Jesucristo.</p>  <p>En su interior se sorprenderá al ver la belleza y a la vez la sencillez de esta edificación. Coloridos vitrales, ocho vistosos óleos que retratan la vida de Cristo en el área del altar traídos de Pamplona, España, e incluso cuatro preciosas esculturas de los evangelistas San Mateo, San Lucas, San Marcos y San Juan.</p> <p>En la parte central de la Catedral podrá apreciar la majestuosidad de la cúpula. En ella se representa al cielo como un paraíso en el que, junto a la Santísima Trinidad, San José y la Virgen María, participan de la bienaventuranza de los ángeles y personas de todas las razas y estratos sociales; se incluyen en ella animales y vegetación para indicar el carácter universal de la redención de Cristo.</p> <p>También podrá apreciar en una de sus capillas laterales la imagen con la advocación de la Madre del Salvador, perteneciente al siglo XVII. Ésta fue restaurada en territorio ibérico y fue donada a El Salvador por la Reina Sofía de España en febrero de 2001.</p> <p><u>Actividades Relevantes a implementar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia e importancia.</li> <li>• Pinturas artísticas</li> <li>• Arquitectura.</li> <li>• Visita a Cripta de Monseñor Romero.</li> <li>• Historia y vida de Monseñor Romero.</li> <li>• Descripción arquitectónica</li> </ul>



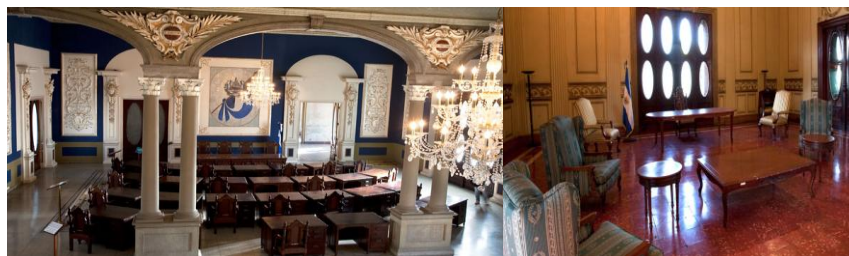
Palacio  
Nacional

Considerado el primer edificio de la República, también se le llamó “El Palacio del Café” ya que, a través de un Decreto Legislativo, se estipuló que por cada quintal de café exportado, se invertiría un colón por esa cantidad para levantar la obra. En total se utilizaron 50 mil colones. El pórtico principal está compuesto por seis imponentes columnas que combinan con las estatuas de Cristóbal Colón e Isabel la Católica, donadas por el Rey Alfonso XIII en 1924. La arquitectura general de esta obra está definida por el estilo *ecléctico* el cual responde al orden jónico, corintio y romano de sus elementos. Esta preciosa edificación conserva la mayoría de materiales que le conforman: la cristalería procedente de Bélgica, el mármol importado desde Italia y la madera procedente de El Salvador. Con el pasar de los años este sitio pasó en abandono por largo tiempo; sin embargo, fue declarado Monumento Nacional en 1980 lo cual impulsó a que se realizaran trabajos de restauración para rescatar este tesoro histórico, para abrirlo al público en el año 2008.

En su interior podrá recorrer más de 100 habitaciones donde apreciará la majestuosidad de sus diseños únicos e irrepetibles. Entre ellas, destacan las siguientes:

- Salón Rojo: en este lugar se celebraban los cocteles y festines políticos. En ella se encuentran los medallones que nombran a los 14 departamentos que constituyen a El Salvador. También están los retratos de emblemáticos presidentes tales como el general Fernando Figueroa, Francisco Morazán, Francisco Menéndez, Rafael Campos, el capitán Gerardo Barrios y Manuel Enrique Araujo quien, tras su asesinato en 1913, fue velado en ese mismo lugar.
- Salón Rosado: lugar en el que laboró la Corte Suprema de Justicia hasta 1974. En ella se conserva la pintura que destaca al primer escudo que nos declaraba como salvadoreños.
- Salón Amarillo: Lugar que era el despacho del presidente hasta 1930. En ella se desarrollaron reuniones de negociación y recibimiento de personas diplomáticas entre otros cargos.
- Salón Azul: El más importante ya que actualmente conserva los 28 escritorios y sillas originales y el área que se dejaba para la prensa nacional e internacional que presenciaban las decisiones de la Asamblea Legislativa desde 1906.

También destaca el Salón Jaguar donde podrá visualizar la conceptualización de la cultura indígena a través de elementos mitológicos que están plasmados en sus paredes.



	<p>Entre los pasillos se encuentra una exposición permanente de fotografías que destacan la evolución del Palacio Nacional desde 1889 en adelante. En su interior se vislumbra un precioso y amplio jardín central en el que se encuentra una vegetación variada. Destacan cinco araucarias que representan a las cinco naciones de Centroamérica. Como parte de los vestigios que se rescataron en el proceso de restauración del Palacio fue el piso original del primer edificio. También se mantienen expuestos tres cañones que fueron utilizados en una guerra comandada por Gerardo Barrios.</p> <p><u>Actividades Relevantes a implementar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia e importancia.</li> <li>• Observación arquitectónica</li> </ul>
<p>Iglesia El Calvario</p>	<p>Desde 1925, este soberbio templo contiene una cúpula con vidrieras coloridas provenientes de Turín, Italia. El piso, viacrucis y el altar central fueron hechos con mármol de Carrara. Éste último labrado como una réplica de la última cena al estilo de Leonardo Da Vinci.</p> <div data-bbox="711 871 1123 1220" data-label="Image"> </div> <p>La destacable cruz del altar central contiene detalles de plata fundida, que se logró a base de donaciones por parte de feligreses que colaboraron, en 1934, para la edificación de la iglesia.</p> <p>En los pasillos podrá visualizar la clásica urna del Santo Entierro, la cual fue elaborada por el salvadoreño Asisclo Acosta, además, podrá contemplar dramáticas imágenes religiosas del siglo XIX.</p> <p>Con 64 metros de largo por 52 de ancho, la Iglesia El Calvario es un joya capitalina, no solo por historia, sino por la belleza y esplendor de su interior.</p> <p><u>Actividades Relevantes a implementar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia e importancia.</li> <li>• Descripción arquitectónica</li> <li>• Actos religiosos</li> <li>• Procesiones de gran valor cultural (Semana Santa)</li> </ul>

Iglesia El Rosario

Desde 1971, la iglesia El Rosario es un patrimonio religioso de los salvadoreños como una de las últimas iglesias construidas en la capital, que conserva un diseño arquitectónico moderno, enriquecido con influencia europea y única a nivel del continente.

Ubicada frente al parque Libertad es una edificación que mide 24 metros de ancho y 80 de largo cuya forma es oval sin columnas, con 22 metros de altura.

Inicialmente, este sitio sostuvo la histórica Iglesia Parroquial de San Salvador, cuyo constructor fue el presbítero y prócer de la independencia José Matías Delgado en el siglo XVIII. Se dice que la edificación era a base de madera pero que, lamentablemente, fue consumida por un incendio, razón por la cual el arquitecto y escultor Rubén Martínez, diseñó una innovadora edificación en 1962.

Martínez es el creador de monumentos importantes del país, como la Plaza de la Constitución, el Monumento a la Paz, y otras obras arquitectónicas. En comparación a otros templos, la iglesia no tiene pilares que obstaculicen la visibilidad de los fieles hacia el altar y las vistosas imágenes religiosas que destacan en su interior.

Todo visitante apreciará sus singulares paredes de concreto visto, arqueadas por numerosos vitrales que colorean el interior sombrío del templo, elementos visuales que le dan una riqueza increíble a los atardeceres capitalinos. Su forma es más la de un hangar de aviones que la de una iglesia tradicional



Además, esta extraordinaria edificación guarda un estilizado vía crucis hecho a base de hierro negro forjado sobre cemento y piedra pómez elaborado de una manera extraordinaria que suscita a la contemplación artística de cada una de las piezas.

A la fecha, en la iglesia El Rosario descansan los restos de próceres como los hermanos Aguilar (Nicolás, Vicente y Manuel), elementos que hacen de este templo un Bien Cultural protegido por la convención de la Haya y consagrado como *Lugar Histórico* según el decreto #38 de la Asamblea Legislativa en 1972.

Actividades Relevantes a implementar:

- Historia e importancia.
- Observación Arquitectónica

Teatro  
Nacional

El Teatro Nacional de San Salvador es el teatro más antiguo de todo Centroamérica.

Esta joya de la cultura salvadoreña comenzó a construirse en 1911 y concluyó en 1917 tras un concurso internacional promocionado por el Estado salvadoreño. El diseño ganador fue el del arquitecto francés Daniel Beylard.

Se dice que la edificación suplantó a un antiguo Teatro Nacional que se incendió en febrero de 1910. A la fecha, mantiene su fachada principal, la columnata del centro y combina detalles neoclásicos, neogóticos y renacentistas.

Con el pasar de los años, este lugar ha recibido otras dos remodelaciones importantes: durante 1975 a 1976 y la más reciente en 2004 a 2007 para abrir las puertas al público en 2008.

Esta importante edificación ha sido escenario de óperas italianas, zarzuelas, dramas, conferencias científicas, conciertos de caridad y filmes cinematográficos importantes.

Su capacidad es de 650 asientos, distribuidos en tres niveles entre los cuales destacan el exclusivo palco presidencial y el área ministerial.

En su interior apreciará el ostentoso estilo renacentista francés con detalles Rococó, Romántico y Art Nouveau. Asimismo visualizará la cúpula elipsoidal que contiene un impresionante mural del pintor salvadoreño Carlos Cañas, combinada con una llamativa lámpara de cristal.



Hoy en día, el Teatro Nacional brinda servicios para el desarrollo de las artes como obras de teatro tanto nacionales como internacionales, conciertos de cámara, sinfónicos, música popular y folklórica, entre otras manifestaciones artísticas. Cuenta con cinco espacios disponibles para la realización de estas actividades: la Gran Sala, el Foyer, Lobby, Sala de Cámara y Pequeña Sala para obras de menor montaje y duración.

Declarado Monumento Nacional en 1979, el Teatro Nacional es uno de los centros más importantes para las artes escénicas de este país.

Actividades Relevantes a implementar:

- Historia e importancia
- Presentaciones artísticas
- Observación Arquitectónica

Tabla 117: Lugares turísticos del BSE

Las rutas turísticas deben contener la visita de diferentes lugares tanto del BSE como fuera de él que puedan propiciar un mayor atractivo a las visitas. Es importante destacar que la mayor importancia debe darse en a estadía dentro del BSE para mejorar los beneficios a los que el turista pueda accesa. A continuación se describen las diferentes rutas turísticas propuestas para e BSE y sus alrededores:

RUTA CULTURAL		
Turno	Lugar	Actividades
Matutino	Campanario de Independencia e Iglesia Nuestra Señora de la Merced	<u>Historia:</u> Descripción del lugar y relato histórico del campanario acompañado de un guía.
		<u>Actos culturales y religiosos:</u> si la visita se desarrolla en fin de semana los visitantes podrán disfrutar de actos culturales como poesía o dramatizaciones, así como de actos religiosos según el calendario litúrgico.
Matutino	Plaza San Esteban y Templo San Esteban	<u>Historia:</u> Descripción del lugar y relato histórico del campanario acompañado de un guía.
		<u>Gastronomía:</u> Degustación de platos típicos en la plaza.
		<u>Suvenir:</u> Podrán adquirir artesanías en los locales propios del proyecto
Matutino	Cuartel Policía Nacional Civil	<u>Historia:</u> Descripción del lugar y relato histórico del campanario acompañado de un guía.
		<u>Arquitectura:</u> Descripción del valor arquitectónico del lugar por parte de un guía.
Vespertino	Iglesia el Rosario	<u>Historia:</u> Descripción del lugar y relato histórico del campanario acompañado de un guía.
		<u>Arquitectura:</u> Descripción del valor arquitectónico del lugar por parte de un guía.
Vespertino	Catedral Metropolitana	<u>Historia:</u> Descripción del lugar y relato histórico del campanario acompañado de un guía.
		<u>Arquitectura:</u> Descripción del valor arquitectónico del lugar por parte de un guía.
		<u>Arte:</u> Apreciación y descripción de arte en

		pinturas de la iglesia.
		Cripta Monseñor Romero: Relato de vida de Monseñor Romero, martirio y exposición de fotografías. Visita a la cripta y compra en souvenir de catedral.

Tabla 118: Ruta cultural del BSE

**RUTAS TURISTICAS ADICIONALES:**

Para otras rutas culturales los visitantes pueden elegir entre los lugares disponibles para las visitas. Es importante que cualquier visita turística deba incluir al menos una visita al barrio San Esteban para el buen desarrollo del proyecto.

La política consistirá en que los visitantes podrán escoger 5 sitios turísticos de la ruta cultural entre los que además se incluyen:

- Palacio Nacional
- Iglesia El Calvario
- Teatro Nacional
- Parques y plazas del centro histórico.



Tabla 119: rutas turísticas adicionales

RUTA ECOLOGICA-CULTURAL		
Turno	Lugar	Actividades
Matutino	Campanario de Independencia e Iglesia Nuestra Señora de la Merced	<u>Historia:</u> Descripción del lugar y relato histórico del campanario acompañado de un guía.
		<u>Actos culturales y religiosos:</u> si la visita se desarrolla en fin de semana los visitantes podrán disfrutar de actos culturales como poesía o dramatizaciones, así como de actos religiosos

		según el calendario litúrgico.
Matutino	Plaza San Esteban y Templo San Esteban	<u>Historia:</u> Descripción del lugar y relato histórico del campanario acompañado de un guía.
		<u>Gastronomía:</u> Degustación de platos típicos en la plaza.
		<u>Suvenir:</u> Podrán adquirir artesanías en los locales propios del proyecto
Matutino	Cuartel Policía Nacional Civil	<u>Historia:</u> Descripción del lugar y relato histórico del campanario acompañado de un guía.
		<u>Arquitectura:</u> Descripción del valor arquitectónico del lugar por parte de un guía.
Vespertino	Parque Ecológico El BOQUERON	<u>Ecología:</u> Caminata y vista de paisaje natural
		<u>Gastronomía:</u> Degustación de platos típicos en el lugar.

Tabla 120: Ruta ecológica cultural

### **RUTAS TURISTICAS ADICIONALES:**

Para otras rutas culturales los visitantes pueden elegir entre los lugares disponibles para las visitas. Es importante que cualquier visita turística deba incluir al menos una visita al barrio San Esteban para el buen desarrollo del proyecto.

La política consistirá en que los visitantes podrán escoger 4 sitios turísticos de la ruta cultural entre los que además se incluyen:

- Palacio Nacional
- Iglesia El Calvario
- Teatro Nacional
- Parques y plazas del centro histórico.

Paisajes naturales a escoger:

- Parque Balboa (Puerta del diablo)
- Eco parque el Espino (La libertad)
- Parque Nacional Cerro verde
- Lago de Ilopango



Tabla 121: rutas turísticas adicionales

## REQUERIMIENTOS BASICOS PARA DESARROLLO DE RUTAS TURISTICAS

RECURSO	DESCRIPCION
Humano	<u>Guía turístico cultural</u> : Guía turístico capacitado en historia colonial, especialista en el centro histórico de San Salvador.
	<u>Guía Turístico Ecológico</u> : Guía turístico experto en historia de paisajes ecológicos disponibles.
Físico	<u>Uniformes</u> : Uniformes para los guías, adecuados a la ruta establecida.
	<u>Transporte</u> : Vehículos adecuados según necesidad de transporte respecto a la cantidad de visitantes.
	<u>Equipo</u> : Mapas, broshure, lámpara, corvo.
Intangible	<u>Lengua</u> : Es importante que los guías deben ser bilingües para poder atender la necesidad turística.

Tabla 122: Requerimientos básicos para el desarrollo de rutas turísticas

- **Especificación de Transporte para las rutas Turísticas:**

De los resultados de la investigación de campo se obtuvo que el transporte de preferencia son los microbuses, por ello se describe a continuación algunas especificaciones técnicas de microbuses propuestos:

### Microbús Panel largo

- Microbús GL
- Microbús DX



Figura 63: Medio de transporte

Urban	Panel Largo	Microbús GL	Microbús Dx
Aire Acondicionado	No	Si	No
Timón ajustable	No	No	No
Asientos traseros abatibles (última fila)	No	Si	Si
Cierre centralizado	No	No	No
Alza de Vidrios Eléctricos (delanteros/traseros)	No	No	No
Espejos Eléctricos	No	No	No
Sistema de audio (2 parlantes)	No	Radio+Cass	No
Cierre de manda a distancia	No	No	No
Vidrios tintados	No	Traseros	No
Tapicería	Tela	Tela	Tela
Apoya cabezas	Si	Si	Si
Sistema cruiz control	No	No	No
Sunroof	No	No	No
Hielera	No	No	No
Número de plazas	3	15	15
Número de puertas	5	4	4



## **2.2. OE 2. IMPLANTACION DE SISTEMA DE MONITOREO DE CALIDAD Y SATISFACCION AL CLIENTE**

---

### **9.2.1 ACCION 1. INVOLUCRAMIENTO EN LA CAPACITACION A LOS HABITANTES DEL BSE**

El proceso del involucramiento en la capacitación de los habitantes del BSE se propone que sea a través de la promoción de los cursos de capacitación, promoción que puede organizarse en ACOVICHSS y que puede incluir anuncios, hojas volantes y carteles informativos entre otros.

Asimismo cada vez que una persona se acerque a la cooperativa con intención de formar parte de algún negocio se le debe inducir a la capacitación.

### **9.2.2 ACCION 2. CAPACITACION DE LOS HABITANTES DEL BSE PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS DE CALIDAD**

El primer paso para iniciar la capacitación de los habitantes que estarán involucrados de alguna manera con los turistas es extender una invitación por escrito a dichas personas para que puedan participar de dicha capacitación.

La primera opción que se debería considerar es la capacitación brindada por el ministerio de turismo (MITUR) a través de la corporación salvadoreña de turismo (CORSA TUR) denominada "Capacitación para el Desarrollo del Fomento".

Esta capacitación es brindada como parte de un Programa de Capacitación y el fortalecimiento a la competitividad de las mipymes que a su vez es muy importante para el desarrollo y la continua mejora de la calidad en los servicios turísticos y cuya finalidad es desarrollar una cultura turística con enfoque de servicio al turista brindando instrumentos útiles para mejorar el desempeño, incrementar la satisfacción de las necesidades de sus clientes, generar más empleos y mejorar sus finanzas.

El objetivo principal de este programa de capacitaciones se resume en cuatro acciones específicas:

- a) el fomento de la competitividad empresarial por medio de las acciones de CALIDAD que se desarrollen al interior de las empresas;
- b) la implementación buenas prácticas turísticas en las MIPYMES salvadoreñas;
- c) fomento de la cultura y tradiciones en los Pueblos Vivos y
- d) el desarrollo de las capacidades, principios y valores de los gestores locales.

Dentro de la acción del fomento de la competitividad empresarial con acciones de calidad se imparten temas relacionados con calidad en la administración de empresas, calidad en la gestión del recurso humano, importancias de la asociatividad, la calidad en el servicio de mesa, en la recepción del turista, en el servicio de recamarera, higiene y manipulación de alimentos y responsabilidad empresarial.

En este sentido, el alcance de este programa fomentará la formación continua de los prestadores de servicios y generará espacios de aprendizaje para las personas que no tienen mucha experiencia en el área temática, ya que se busca contribuir a la actualización de conocimientos como también promover el aprendizaje para ejercer nuevos puestos laborales del sector.

### 9.2.3 ACCION 3. DEFINICION DE FORMA DE MONITOREO DE SATISFACCION DEL CLIENTE

La Satisfacción de los clientes se puede medir recopilando información clave sobre la percepción de diversos aspectos como la limpieza, el ambiente del establecimiento, la atención del personal entre otras, a continuación se presenta un modelo de encuesta de satisfacción del cliente:

#### MODELO DE ENCUESTA DE SATISFACCION DEL CLIENTE

Fecha: \_\_\_\_\_ N°(correlativo de encuesta)

Nombre del establecimiento gastronómico: \_\_\_\_\_

<i>Aspecto evaluados</i>	<b>Calificación</b>		
	<b>Excede Expectativas</b>	<b>Cumple Expectativas</b>	<b>No cumple las expectativas</b>
<b>Limpieza del establecimiento</b>			
<b>Ambiente del establecimiento</b>			
<b>Atención del personal</b>			
<b>Tiempos de servicio</b>			
<b>Presentación de los alimentos</b>			
<b>Sabor de los alimentos</b>			

Regresaría a nuestro establecimiento?  si  no

Nos recomendaría con otras personas?  si  no

Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
(opcional, si desea recibir información de nuestras promociones)

Figura 64: Modelo de encuesta de satisfacción del cliente

## **2.3. OE 3. DISEÑAR SISTEMA DE ADMINISTRACION**

---

### **9.3.1 ACCION 1. DISEÑAR UN SISTEMA PARA LA ASIGNACION DE LOCALES**

#### **Objetivo del sistema**

Sistematizar la adquisición de oportunidad comercial en los locales propuestos para la venta de productos dentro del eje de desarrollo turístico para el BSE.

#### **Alcances del sistema**

- Establecimiento de condiciones y políticas para la adquisición de un local.
- Procedimientos claros para la adquisición de locales.
- Establecimiento de formatos necesarios para la ejecución del proceso de petición de locales

#### **Condiciones y políticas de otorgamiento**

Para poder desarrollar el procedimiento para la adquisición de locales en la propuesta de desarrollo turístico del proyecto se deben establecer diferentes condiciones y políticas de interés para alcanzar los objetivos del proyecto. Para esto se desarrolló en conjunto una propuesta sobre los criterios que se deben tomar para otorgar a una persona un local para la producción y comercialización de productos:

#### **CONDICIONES:**

- ✓ La adquisición del local será desarrollada por medio de un alquiler del espacio para la venta de determinado producto.
- ✓ El alquiler se desarrollara por medio de un contrato anual emitido por ACOVICHSS y autenticado por un notario
- ✓ Participar en las reuniones y propuestas para la mejora continua del proyecto y el alcance de objetivos y compromisos con las entidades financieras.
- ✓ Por cada persona contratada debe existir una contratación directa de una persona del BSE.

- ✓ No Podrá existir un retraso en el pago del alquiler mayor a 7 días hábiles según la fecha de inicio del contrato.
- ✓ El pago de los servicios de agua y energía eléctrica serán realizados por cada local.
- ✓ Mantener las normas de higiene y seguridad establecidas por ACOVICHSS.

#### **POLITICAS:**

- ✓ Priorizar el otorgamiento de locales a habitantes del barrio San Esteban siempre que cumplan las condiciones establecidas
- ✓ La adquisición de materias primas, equipos y demás implementos del negocio deben proveerse de negocios pertenecientes a habitantes del Barrio siempre y cuando estos cumplan los estándares necesarios para garantizar la calidad de los productos y la optimización de costos.
- ✓ Los negocios deben velar por el bien común de todo el proyecto, dejando de lado intereses personales que afecten directamente el proyecto
- ✓ El aporte social de los establecimientos debe verse reflejado a través de la disposición de los comerciantes por beneficiar al barrio San Esteban con su buen trato a los clientes y el beneficio del servicio de calidad a estos.
- ✓ Los locales deben permanecer abiertos las horas y horarios necesarios para la visita de los clientes sean estos horarios diurnos o nocturnos según se vaya desarrollando el proyecto y su impacto en el turismo al Barrio San Esteban.
- ✓ Mantener precios estándar de acuerdo al tipo de consumidor. Política bajo la que ACOVICHSS se reserva el derecho de sugerir precios que no afecten la apreciación de accesibilidad del turismo para los clientes.

## PROCEDIMIENTO

NOMBRE	SOLICITUD DE LOCAL												
<b>JUSTIFICACION</b>	Es necesario establecer el procedimiento que los interesados deben seguir a fin de garantizar la transparencia en el otorgamiento de los locales y evitar así el descontento de personas afines al proyecto.												
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>Paso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>										
	1	Publicitar el o los locales durante al menos 15 días hábiles: Publicitar criterios de evaluación.											
	2	Los interesados retiran información de condiciones y políticas, junto con la solicitud de alquiler de local.											
	3	Presentar solicitud de alquiler y documentos necesarios: DUI y NIT, Fotocopias de documentos											
	4	Realizar evaluación de solicitantes bajo los criterios establecidos, tomando en cuenta condiciones y políticas.											
	5	Publicar los resultados y abrir entrega de solicitud de apelación.											
	6	¿El solicitante fue seleccionado? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">SI</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Solicitar espera para finalización de apelaciones</td> <td>Recibir solicitud de apelación</td> </tr> <tr> <td>Entregar material informativo</td> <td>Evaluar</td> </tr> <tr> <td>Firmar contrato</td> <td>Contestar apelación y definir claramente criterios por los cuales fue reprobada.</td> </tr> <tr> <td>Ingresar datos al sistema de información</td> <td>Ingresar datos al sistema de información</td> </tr> </tbody> </table>	SI	NO	Solicitar espera para finalización de apelaciones	Recibir solicitud de apelación	Entregar material informativo	Evaluar	Firmar contrato	Contestar apelación y definir claramente criterios por los cuales fue reprobada.	Ingresar datos al sistema de información	Ingresar datos al sistema de información	
SI	NO												
Solicitar espera para finalización de apelaciones	Recibir solicitud de apelación												
Entregar material informativo	Evaluar												
Firmar contrato	Contestar apelación y definir claramente criterios por los cuales fue reprobada.												
Ingresar datos al sistema de información	Ingresar datos al sistema de información												

*Tabla 123: Procedimiento de solicitud de local*

**FORMATOS**  
**SOLICITUD DE LOCAL**

FORMATOS SOLICITUD DE LOCAL		
<b>DATOS PERSONALES DEL SOLICITANTE</b>		
Nombre completo: _____		
Tel. _____ Cel. _____ DUI: _____		
Direccion: _____ _____		
Ocupación: _____		
Lugar de trabajo: _____ Tel: _____		
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>		
NOMBRE DEL NEGOCIO	PRODUCTOS COMERCIALIZADOS	TIEMPO DE EXPERIENCIA
<b>OBSERVACIONES:</b>		
<b>APROBACION</b>		
Aprobado	Reprobado	<input type="checkbox"/>
Motivos	de	<input type="checkbox"/>
reprobación:		
_____		
_____		
_____		
Firma	Sello	

*Tabla 124: Formato de solicitud de local*

SOLICITUD DE APELACION		
<b>DATOS PERSONALES DEL SOLICITANTE</b>		
Nombre completo: _____		
Tel. _____ Cel. _____ DUI: _____		
Direccion: _____ _____		
Ocupación: _____		
Lugar de trabajo: _____ Tel: _____		
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>		
NOMBRE DEL NEGOCIO	PRODUCTOS COMERCIALIZADOS	TIEMPO DE EXPERIENCIA
<b>MOTIVOS DE APELACION: (Describe sus consideraciones)</b>		
<b>APROBACION</b>		
Aprobado	Reprobado	<input type="checkbox"/>
Motivos	de	<input type="checkbox"/> reprobación:
_____		
_____		
_____		
Firma	Sello	

*Tabla 125: Solicitud de apelación*





Por falta de pago por 1 ó 2 meses consecutivos b) Por común acuerdo entre las partes c) Por incumplimiento, deficiencia o negligencia de parte de la arrendataria d) A solicitud de una de las partes por motivo de fuerza mayor debidamente justificada y aceptada por la otra e) Por ignorar o menos 3 llamadas de atención por parte de "La Arrendante", si fuese el caso se dará aviso con 15 días de anticipación para dar por terminado el presente contrato.

**OCTAVA. MODIFICACIONES.** Este contrato podrá modificarse por acuerdo escrito entre las partes y la modificación deberá legalizarse en debida forma.

**NOVENA. ARBITRAJE** Toda disputa, controversia o diferencia que surja del o en relación al contrato o su ejecución, interpretación o su infracción, será resuelta por arbitraje, de conformidad a la Ley de Arbitraje e Inquilinato. El idioma a ser usado en el arbitraje será el castellano. La Ley sustantiva aplicable será la de El Salvador y la sede del arbitraje será la ciudad de San Salvador. El fallo será final y obligatorio para ambas partes. Los árbitros arbitradores serán nombrados uno por cada parte, quienes antes de dar principio a su labor nombrarán un tercero para que dirima toda discordia posible. Si cualquiera de las partes dentro de los quince días siguientes de haber recibido el requerimiento por escrito de la otra parte para que nombre el árbitro que le corresponde no lo efectúa, lo hará en su nombre uno de los Jueces de lo Mercantil del Distrito de San Salvador. Lo mismo aplicará para el caso que los árbitros arbitradores no nombraran al tercero en el plazo estipulado en esta cláusula. El laudo arbitral será inapelable. Queda convenido que cada parte contratante cancelará los honorarios del árbitro que nombre y los costos relacionados a este arbitraje, así como los honorarios del tercero en discordia, si desempeñare sus funciones, serán cancelados por iguales partes.

**DECIMA. NOTIFICACIONES.** Las notificaciones entre las partes deberán hacerse por escrito y tendrán efecto a partir de su recepción

**DECIMA PRIMERA. VIGENCIA.** Este contrato tendrá vigencia a partir de la fecha en que sea firmado por ambas partes. En fe de lo anterior firmamos el presente contrato, \_\_\_\_\_ (LUGAR Y FECHA DEL CONTRATO)

Arrendante

Arrendataria

Tabla 126: Contrato anual de local

## 9.3.2 ACCION 2. DISENAR UN SISTEMA DE COMERCIALIZACION DEL PROYECTO

### **Objetivo del sistema**

Establecer la forma de comercialización del proyecto para la generación de ingresos proyectados con una buena gestión y publicidad.

### **Alcances del sistema**

- Establecimiento de tono de la comunicación, imagen y lema publicitario del proyecto
- Establecimiento de medios de publicidad del proyecto
- Determinación de organizaciones para alianzas comerciales para la promoción del proyecto
- Establecimiento de procedimientos para la generación de oportunidades de promoción.

### **Tono de la comunicación**

El tono de la comunicación se refiere a la forma en que la comunicación deberá desarrollarse. El tono de la comunicación nos ayuda a crear una imagen favorable y a convencer sobre su mensaje.

Existen diversos tipos de tonos:

Según su contenido:

- Informativo: Se dedica a transmitir información.
- Argumental: Se brindan fundamentos racional sobre por qué se debe de utilizar un producto y/o servicio.
- Testimonial: Es el testimonio de las personas que utilizan el producto. Se busca que el público se sienta identificado con el referente.

Según el modo

- Reflexivo: Cuando el que habla es la empresa misma sobre su producto o el producto.
- Impersonal: Cuando el receptor no distingue quien es el interlocutor, quien vende el producto. No habla en nombre de la empresa.
- Coloquial: Cuando la pieza publicitaria se desarrolla siguiendo la línea de una conversación de persona a persona.
- Humorística: Cuando buscamos a través de lo cómico una recordación del beneficio.

Según la forma

- Expositivas: Da las razones del producto, las bondades, y se limita a eso. Expone las ventajas.
- Racionadas: Cuando emplea el racionamiento. Razonar porque el producto es bueno.

El tono de la comunicación escogida se desarrollara bajo las siguientes características:

AREA	TIPO
Contenido	Informativo y argumental
Modo	Impersonal
Forma	Expositiva

Tabla 127: Tonos de la comunicación

### Imagen del proyecto

La imagen establecida para el proyecto se describe a continuación:



Figura 65: Imagen del proyecto

### Lema del proyecto

**“BARRIO SAN ESTEBAN: HISTORIA Y CULTURA EN TU CIUDAD”**

### OPORTUNIDAD DE PUBLICIDAD

La publicidad es una técnica de comunicación comercial que intenta informar al público sobre un producto o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo. Partiendo de esta definición se proponen las diferentes oportunidades de publicidad para el proyecto:

## TELEVISION LOCAL

CANAL	PROGRAMA	DESCRIPCION
Telecorporación Salvadoreña: 2,4 y 6	VIVA LA MAÑANA 	Revista matutina en la cual se tratan diferentes temas de actualidad, consejos, ideas para el hogar. Puede solicitarse una entrevista
	ORGULLOSAMENTE SALVADOREÑO 	Espacio dedicado a conocer los espacios de diversión y cultura salvadoreños-
	ESMITV.COM 	Espacio electrónico que brinda un lugar para la promoción de sitios turísticos en El Salvador.
Canal 12	NOTICIEROS 	Noticieros que brindan espacio para promocionar sitios turísticos, especialmente en épocas vacacionales.
	NOTICIERO HECHOS 	Noticiero local que brinda un espacio denominado "Reportaje del día" que puede ser invitado a levantar su programa en el proyecto.
	HOLA EL SALVADOR 	Revista matutina que presenta un espacio denominado "Reportaje con Lorena Menjivar"
Canal 33	AL DESPERTAR 	Noticiero matutino con reportajes múltiples


Canal 21	TELENOTICIAS 21	Noticiero con reportajes múltiples
		
	AHORA	Revista matutina en la cual se tratan diferentes temas de actualidad, consejos, ideas para el hogar. Puede solicitarse una entrevista
		
	CULTURA EXTREMA	Revista televisiva dedicada a reportar formas de divertirse. Propicio para un reportaje de turismo nocturno.
		
	MI PAIS TV	Programa cuyo objetivo es promover las bellezas y atributos de El Salvador a través de una diversidad de escenarios que lo convierten en una verdadera ruta turística de Centroamérica.
		

Tabla 128: Publicidad en medios televisivos

### PRENSA ESCRITA

MEDIO	SECCION	DESCRIPCION
El Diario de Hoy	PERIÓDICO	Prensa escrita con sección de “Cultura y Sociedad” que se puede explotar para publicidad.
		
	ELSALVADOR.COM	Espacio electrónico que brinda un lugar para la promoción de sitios turísticos en El Salvador.
		
La prensa Grafica	LA PRENSA GRAFICA	Prensa escrita con espacios para reportajes culturales.
		

Tabla 129: Publicidad en prensa escrita

## OTROS

MEDIO	DESCRIPCION
RED SOCIAL	 
VOLANTES	Hojas volantes con información e invitación a la visita turística
AFICHES	Afiches con información e invitación a la visita turística
RADIO	Posibles cadenas radiales que en su labor social puedan aportar publicidad al proyecto en beneficio de la comunidad y el rescate de la memoria histórica.
EVENTOS CULTURALES	Producir eventos artísticos y culturales que permitan ir conociendo el proyecto llamando la atención a través de estos artistas.

*Tabla 130: Otros medios para publicidad*

### OPORTUNIDAD DE ALIANZAS COMERCIALES

Las alianzas comerciales son todos esos lazos de beneficio mutuo que se pueden establecer para dar publicidad y comercializar el proyecto:

#### AGENCIAS PUBLICITARIAS:

<b>A P E X</b>	<b>B B D O</b>	<b>Empresa:</b> APÉX PUBLICIDAD SA DE CV  <b>Fecha de Fundación:</b> 1980  <b>Dirección:</b> Colonia San Francisco, Avenida Las Camélias, No 7, San Salvador  <b>Teléfono.:</b> (503)2560 - 1000  <b>Fax:</b> (503)2560 - 1020  <b>Correo electrónico:</b> info@apexbbdo.com.sv  <b>Grupo Internacional:</b> BBDO WORLD WIDE  <b>Contacto:</b> Lic. Sherman Javier Calvo
----------------------------	----------------------------	--



**Empresa:**  
JWT EL SALVADOR

**Fecha de Fundación:**  
22 de enero de 1963

**Dirección:**  
Colonia San Benito, Calle  
Circunvalación # 332, San Salvador.

**Teléfono:**  
(503) 2264-3505

**Fax:**  
(503) 2264-3512

**Grupo Internacional:**  
JWT



**Empresa:**  
CREA DRAFT FCB

**Fecha de Fundación:**  
22 de septiembre 1989

**Dirección:**  
Boulevard Los Próceres No. 288, 3er Nivel,  
San Salvador, El Salvador

**Teléfono.:**  
(503) 2244-5466

**Fax:**  
(503) 2244-5421

**Grupo Internacional:**  
DRAFT FCB

**Contacto:**  
Lic. Percy García



**Empresa:**  
DDB EL SALVADOR, S.A. DE C.V.

**Fecha de Fundación:** 1995

**Dirección:**  
85 Avenida Norte, #619, Colonia  
Escalón, San Salvador, El  
Salvador

**Grupo Internacional:**  
DDB Worldwide Communications  
Group Inc.

**Teléfono:**  
(503) 2528-7300

**Fax:**  
(503) 2528-7305



**Empresa:**  
FUNES Y ASOCIADOS  
PUBLICIDAD

**Fecha de Fundación:**  
1969

**Dirección:**  
Paseo General Escalón  
No. 4356, San Salvador

**Grupo Internacional:**  
CARAT Worldwide

**Teléfono:**  
(503) 2500-2100

**Fax:**  
(503) 2500-2101

**Correo electrónico:**  
publicidad@funesyasociados.com

**Contacto:**  
Lic. Gerardo Funes



**Empresa:**  
ANLE S.A. DE C.V.

**Fecha de Fundación:**  
1 de Diciembre de 1992

**Dirección:**  
Calle Apaneca #4C, Arcos de  
Santa Elena, Antiguo  
Cuscatlán la Libertad.

**Grupo Internacional:**  
Image Group

**Teléfono.:**  
(503) 2289-1044/ 2289-1045

**Fax:**  
(503) 2287-0237

**Correo electrónico:**  
gerencia@anlegroup.com.sv

**Página Web:**  
www.anlegroup.com

**Contacto:**  
Lic. Ernesto Lemus Zelaya



**Empresa:**  
LEMUSIMÚN YOUNG & RUBICAM

**Fecha de Fundación:**  
1º de Julio de 1976

**Dirección:**  
Boulevard Orden de Malta # 5,  
Urbanización Santa Elena, Antiguo  
Cuscatlán.

**Grupo Internacional:**  
WPP

**Teléfono:**  
(503) 2233-5000

**Fax:**  
(503) 2233-5020

**Correo electrónico:**  
antonio.lemus.jr@yr.com

**Contacto:**  
Lic. Antonio Lemus Zelaya,  
Vicepresidente Ejecutivo

## TBWA \ EL SALVADOR

**Empresa:**  
La Clínica\TBWA

**Dirección:**  
85 Ave. Norte, Edificio 619,  
3er. Nivel Colonia Escalón,  
San Salvador

**Teléfono:**  
T. 2534-7777  
F. 2534-7778

**Contacto:**  
Luis A. Landaverde Marchesini  
Presidente

**Correo Electrónico:**  
l.landaverde@laclinicatbwa.com

**Sitio Web**  
www.tbwa.com

## PUBLICIDAD COMERCIAL LOWE & PARTNERS WORLDWIDE

**Empresa:**  
PUBLICIDAD COMERCIAL  
LOWE & PARTNERS

**Fecha de Fundación:**  
1° de septiembre de 1959

**Dirección:**  
Edificio Comercial, Avenida El  
Espino No. 77, Urbanización  
Madreselva, Antiguo Cuscatlán,  
La Libertad

**Grupo Internacional:**  
Lowe & Partners Worldwide

**Teléfono:**  
(503) 2244-2222

**Fax:**  
(503) 2244-2223

**Página Web:**  
www.pcomercial.com

**Contacto:**  
Lic. Juan Federico Salaverria P.

## MAXIMA PUBLICIDAD AFILIADA A TRIBU / NAZCA SAATCHI & SAATCHI

**Empresa:**  
MAXIMA PUBLICIDAD S.A.

**Fecha de Fundación:**  
1988

**Dirección:**  
103 Avenida Norte #242, Colonia  
Escalón, San Salvador.

**Grupo Internacional:**  
Tribu / Saatchi & Saatchi Publicis  
Groupe

**Teléfono:**  
(503) 2264-1300

**Fax:**  
(503) 2264-1308

**Contacto:**  
Licda. Liz Moreno de Burgos

**Correo electrónico:**  
info@maximapublicidad.com



**Empresa:**  
OGILVY

**Fecha de Fundación:**  
Noviembre 1994

**Dirección:**  
Avenida La Capilla 550, Colonia  
San Benito, San Salvador

**Teléfono:**  
(503) 2525-3777

**Correo electrónico:**  
sandra.chams@ogilvy.com

**Grupo Internacional:**  
Ogilvy

**Contacto:**  
Sandra Chams - Office Manager



**Empresa:**  
JM CREATIVOS, S.A. DE C.V

**Fecha de Fundación:**  
10 de Octubre de 1986

**Dirección:**  
6a. 10a. Calle Poniente No 1833

**Teléfono:**  
(503) 2528-4646

**Fax:**  
(503) 2528-4630; 2528- 4631

**Correo electrónico:**  
jmcreativos.com.sv@jmcreativos.com.sv

**Contacto:**  
Lic. Jorge Muysshondt, Lic.  
Liliana López Rosales.

## Publinter

ADVERTISING

**Empresa:**  
PUBLINTER, S.A. DE C.V.

**Fecha de Fundación:**  
1994

**Dirección:**  
Edificio Avante, Local 7-09,  
Santa Elena, Ant. Cuscatlán,  
La Libertad. E.S.

**Grupo Internacional:**  
ICOM

**Teléfono:**  
(503) 2268-6800

**Fax:**  
(503) 2268-6800

**Correo electrónico:**  
info@publinter.com.sv

**Contacto:**  
Lic. Juan Carlos Sandoval



## AGENCIAS DE VIAJES

Se describen a continuación las agencias de viajes más grandes del país pertenecientes a la Asociación de Agencias de Viaje Autorizadas:

AGENCIA	DATOS	CONTACTO
<p>ALL AMERICAN</p> 	<p>Centro Comercial Villas Españolas Local C-13 Paseo General Escalón, Pbx (503)2236-6000</p> <p>ventas@allamerican.com.sv</p>	JULIO FLORES
<p>AMATE TRAVEL</p> 	<p>www.ltnelsalvador.travel</p> <p>TEL. 2510-7605</p>	JAVIER ORTIZ
<p>AVILES TRAVEL</p> 	<p>agenciadeviajes@avilestravel.com.sv</p> <p>Residencial Olímpica 57 Av. Sur y Pasaje Olímpica N° 8A-3, San Salvador. PBX: (503) 2526-6000</p>	DANIEL AVILES
<p>ASESORES DE VIAJES</p> 	<p>Call Center: 2559 1000</p> <p>www.escamilla.com.sv</p>	GERMAN ESCAMILLA
<p>LINDA TRAVEL</p> 	<p>PBX: 503-22982714 Fax: 503-2224-5634</p> <p>www.lindatravel.com.sv</p> <p>abonosdemiel@lindatravel.com.sv</p>	EMILIA LISSETH FLORES
<p>PANAMEX TRAVEL</p> 	<p>Blv. El Hipódromo, Av. La capilla #662</p> <p>TEL. 25241800</p>	TANIA MOLINA
<p>SUTTER TOURS</p> 	<p>Calle a Santa Tecla, Centro Comercial Feria Rosa, local 125-b, contiguo a Canal 6, San Salvador</p> <p>Teléfono (503) 2243-3700 Fax (503) 2243-2360</p> <p>Email: reservas@suttertours.com.sv</p>	VICTOR SUTTER
<p>U TRAVEL</p> 	<p>Teléfono:(503) 2212-0566 Ave. La Revolución N° 3, Colonia San Benito, San. Salvador</p>	CARLOS VIDAL

*Tabla 131: Agencias de viaje*

### TROPIC TOURS



Dirección: FINAL 73 AVENIDA SUR No. B-1 COLONIA ESCALÓN, SAN SALVADOR  
Teléfonos: (503) 2208-6745...

### Turibus Tour Operador



Dirección: Col. Jardines de Guadalupe Av. Missisipi 29, Aventiguo Cuscatlán, La Libertad Tel: (503)...

### El Salvador Xpedition



Dirección: Condominio Puerta de Altamira No. 26, apto. 111, S.S. Móvil: 78385883 e-mail: info@elsalvadorxpedition.com.sv web:...

### Turismo El Salvador



Dirección: Paseo General Escalón, Condominio Balam Quize local # 16 San Salvador Móvil: 7938-2822 e-mail:...

### Salvadorean Tours



Dirección: Centro Comercial Feria Rosa. Local nº 118-B. Carretera Santa Tecla, Km. 6, San Salvador. Teléfono:...

### El Salvador Expedition



Dirección: Condominio Puerta de Altamira, No. 26, Apartamento 11, Sobre Blv. Altamira, San Salvador. Teléfono:...

### Ad-Lante S.A. de C.V.



Dirección: Calle El Carmen No. 14, Col. Escalón, San Salvador. Tel: ( 503) 7736-8368 E-mail: info@elsalvadorcyclingcamp.com Web:...

### Sol & tours



Dirección: Condominio profesional Lisboa, No 567, calle a San Antonio Abad . San Salvador, El Salvador,...

### Viapropia



Dirección: Blvd, Merliot Edif. Ucraprobex Polg C Santa Tecla, La Libertad Teléfono: ( 503) 2278-6858...

### Blue Sail Sport Fishing Charters



Tel: (503) 2298-2365 e-mail: info@bluesailcharters.com web: www.bluesailcharters.com ...

### Tour Bus El Salvador



Dirección: Av. Olimpica, Aptos. Olimpica, Edificio A, No. 6, San Salvador. Teléfono: (503) 2541 3083 E-mail:...

### Epic Surf



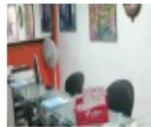
Dirección: Residencial Palo Alto, Calle El Alcazar N° A 1, Zaragoza, La Libertad. Tel: (503) 2314-0989 E-mail:...

### EVA Tours



Dirección: Tercera Calle Poniente N° 3737, Colonia Escalón, San Salvador. Teléfono: (503) 2209-8888...

### Network Travel



Dirección: Calle Chilitupan, Residencial Campo Verde, poligono L-1 No. 39, Frente A Plaza Merliot,...

### Travel Mall



Dirección: Avenida La Capilla, No. 622, Colonia San Benito, San Salvador. Tel: 2524-1800 E-mail:...

### OTISA



Dirección: 79 Av. Sur y Calle Cuscatlán Edificio Plaza Cristal Local 2-4, Colonia Escalón, San...



Imagen 1: Agencias de viaje

## PROCEDIMIENTOS PARA LA COMERCIALIZACION DEL PROYECTO

NOMBRE				INSCRIPCION AL MINISTERIO DE TURISMO: DECLARATORIA DE "PROYECTO DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL"			
<b>JUSTIFICACION</b>				La inversión turística es una de las principales tareas de MITUR, el turismo es generador de riquezas para los actores involucrados. Las nuevas reformas a la Ley de Turismo favorecen de manera especial y directa a las micro, pequeñas, medianas y desde luego a las grandes empresas que deseen invertir en turismo. Disfrutar de los incentivos fiscales que contempla el Art. 36 de la Ley de Turismo es una herramienta legal para incentivar la inversión. Los requisitos que las empresas deberán de cumplir para poder ser declarados "Proyectos de Interés Turístico Nacional", y en consecuencia gozar de los incentivos fiscales			
<b>TIPO DE INVERSION</b>				INVERSIONES MAYORES A US\$25,000.00 Y MENORES A US\$50,000.00			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				<b>Paso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>	
				1	Inscribir la empresa y su titular en el Registro Nacional de Turismo de CORSATUR. (Art. 9 Ley de Turismo y 19-A Ley de CORSATUR).		
				2	Presentar, dirigida al Ministro de Turismo, solicitud de calificación de la nueva inversión como "Proyecto de Interés Turístico Nacional", la cual deberá contener:  a) Nombre, razón social o denominación del titular del proyecto, generales del solicitante y calidad en que actúa (Titular, Representante		

		<p>Legal y/o Apoderado).</p> <p>b) Número de inscripción de la empresa y su titular en el Registro Nacional de Turismo.</p> <p>c) NIT de la sociedad o del propietario, Número de Matrícula de empresa y establecimiento.</p> <p>d) Nombre del Proyecto, descripción, justificación y monto de la nueva inversión.</p> <p>e) Petición con base al Art. 36 de la Ley de Turismo.</p> <p>f) Dirección, número de fax o correo electrónico para recibir notificaciones.</p> <p>g) Documentos adjuntos que se presentan y que sustentan lo solicitado.</p> <p>h) Lugar y fecha.</p> <p>i) Firma del solicitante.</p>	
	3	<p>Adjuntar a la solicitud, en debida forma, la documentación que a continuación se detalla:</p> <p>a) Declaración Jurada que conste en Acta Notarial, otorgada en caso de persona natural por el propietario del Proyecto y/o su Apoderado y en caso de persona jurídica por el representante legal del proyecto y/o su Apoderado. En la misma se consignará declaración de la veracidad de toda la información proporcionada así como la obligación de dar fiel cumplimiento a todos los aspectos contenidos y detallados en su solicitud y en el estudio de factibilidad del proyecto.</p> <p>b) Si es persona jurídica, fotocopias de: Testimonio de Escritura de Constitución de la Sociedad, Credencial del Representante Legal, Escritura de Poder (si aplica), NIT y Registro Único de Contribuyente de la Sociedad, DUI y NIT del Representante Legal o Apoderado.</p> <p>c) Si es persona natural, fotocopias de: DUI, NIT y Registro Único de Contribuyente del propietario, NIT de la empresa, DUI y NIT del Apoderado.</p> <p>d) Fotocopia del certificado de inscripción de la Empresa y su titular en el Registro Nacional de Turismo vigente.</p> <p>e) Fotocopia de la Matrícula de Empresa y Establecimiento vigente.</p> <p>f) Fotocopias de Balance General, Estado de Resultados y Estado de Cambios en el Patrimonio, correspondientes al año precedente a la presentación de la solicitud; los mismos deberán presentarse depositados en el Registro de Comercio de conformidad al Art. 286 inc. Final, 411 romano III y 441 del Código de Comercio, y Arts. 13 N° 14) y</p>	

		<p>14 Romano IV, de la Ley del Registro de Comercio.</p> <p>Cuando se trate de comerciantes individuales, deberán presentar Balance General y Estado de resultados, correspondientes al año precedente a la presentación de la solicitud, con sus respectivos anexos, debidamente estructurados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados y aprobados por contador autorizado.</p> <p>Para el caso de las empresas que al momento de presentar su solicitud aun no hayan cerrado su primer ejercicio fiscal, deberán presentar fotocopia de su Balance Inicial debidamente depositado.</p> <p>g) Si el Proyecto es de Servicios Turísticos, deberá presentar constancia del Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales donde se manifieste que para el Proyecto no se requiere Permiso Ambiental.</p> <p>h) Si el Proyecto es de construcción de infraestructura turística, deberá presentar:</p> <p>h.1 Planos del proyecto aprobados y completos, con especificaciones y detalles.</p> <p>h.2 Fotocopia de Permisos Ambientales, Municipales, OPAMSS, Vice Ministerio de Vivienda y cualquier otro que sea necesario, emitidos por las autoridades competentes y vigentes a la fecha de presentar el proyecto.</p> <p>h.3 Fotocopia de las Factibilidades aprobadas de agua potable, aguas negras y lluvias y energía eléctrica.</p> <p>i) Estudio de Factibilidad del proyecto a desarrollar, el cual deberá contener la información mínima que se detalla en los Artículos 4 y 5.</p> <p>j) Cualquier otro documento que respalde su solicitud.</p>	
	4	<p>El Estudio de Factibilidad del proyecto a desarrollar deberá contener la información mínima siguiente:</p> <p>a) Descripción del Proyecto.</p> <p>Descripción detallada y precisa de la actividad o actividades turísticas que desarrollará la empresa con el proyecto, monto de la nueva inversión, localización y tamaño, servicios que proporcionarán, tipo de instalaciones a construir, capacidad de atención, equipamiento y otras características relevantes. Si el proyecto se trata de una ampliación, remodelación o mejora de infraestructura ya existente, se deberán detallar las nuevas características, capacidades o servicios que se ofrecerán.</p> <p>b) Estudio Socio-económico del Proyecto.</p>	

	<p>Impacto del Proyecto en la economía local y nacional:</p> <p>b.1 Cantidad de empleos directos (permanentes y eventuales) e indirectos que generará el proyecto.</p> <p>b.2 Vinculación del desarrollo del proyecto con el entorno: Servicios de apoyo, proveedores de la zona, agricultores, comerciantes, artesanos, etc.</p> <p>b.3 Conectividad del proyecto con la oferta turística complementaria local y nacional (Tour Operadores y otras empresas de servicios turísticos).</p> <p>b.4 Valor agregado que genera el proyecto en la industria turística nacional y ampliación de la oferta turística.</p> <p>b.5 Planteamiento de estrategias de sostenibilidad del proyecto en el tiempo y prospectivas de expansión del mismo a corto y mediano plazo (proyectos de reinversión y nuevas inversiones).</p> <p>c) Estructura Organizacional.</p> <p>Organigrama de la empresa, con detalle de las áreas y número de puestos de trabajo (permanentes y eventuales), niveles de escolaridad o especialización requeridos, salarios proyectados, nivel de contratación de residentes de las zonas circundantes al proyecto (preferentemente).</p> <p>d) Estudio de Mercado.</p> <p>Análisis de mercado: Deberá indicarse la oferta existente en el servicio que pretende ofrecer el proyecto, detallándose:</p> <p>d.1 Número y tipo de servicios que se ofrecerán.</p> <p>d.2 Las tarifas o precios promedio por el tipo o tipos de servicio.</p> <p>d.3 Análisis comparativo de la competencia: Comparativo de tarifas, servicios, etc.</p> <p>d.4 Las mejoras a los servicios que ya se brindan en actividades similares (el valor agregado en calidad y tipo de servicio).</p> <p>d.5 Detallar los servicios innovadores que ofrecerá el proyecto.</p> <p>e) Estudio Financiero.</p> <p>e.1 Monto de la Inversión Inicial: Definir el monto de la inversión, especificando y detallando los costos de construcción y equipamiento, los presupuestos de construcción, remodelación o mejora, costos en infraestructura y/o costos en equipamiento que ampara el monto de la nueva inversión.</p>	
--	---	--

	<p>e.2 Detalle de la inversión el cual deberá contener el valor de las inversiones en equipamiento, construcción de infraestructura, inversiones en salarios. Projectado a 3 años. (Este requisito es únicamente para las inversiones menores a cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$50,000.00).</p> <p>e.3 Tasa de Descuento.</p> <p>e.4 Cálculos de los ingresos en los diferentes años y descripción de su variación en cada año.</p> <p>e.5 Cálculos de los gastos financieros del proyecto.</p> <p>e.6 Análisis de ratios financieros:</p> <p>e.6.1 Razón Circulante: Activo Circulante / Pasivo Circulante.</p> <p>e.6.2 Monto de Capital de Trabajo: Activo Circulante – Pasivo Circulante.</p> <p>e.6.3 Prueba de Endeudamiento: Pasivo Total / Capital Social.</p> <p>A fin de comprobar la veracidad de los datos manifestados en el estudio de factibilidad del proyecto, el MITUR podrá requerir al solicitante, en cualquier etapa del proceso, la presentación de documentación o información adicional.</p>	
5	<p>Requisitos generales:</p> <p>a) La solicitud y la documentación presentada deberá constar en idioma castellano o debidamente traducida al mismo. Se presentará un ejemplar en original y tres copias de toda la documentación.</p> <p>b) Las fotocopias de los documentos presentados junto con la solicitud deberán ser certificadas por Notario. En caso de presentar documentos públicos o auténticos provenientes de país extranjero, deberán presentarse debidamente legalizados o apostillados, según proceda.</p> <p>c) Si la solicitud no se presenta personalmente por el Representante Legal, Propietario o Apoderado del proyecto, la firma del solicitante deberá ser autenticada por Notario.</p>	
6	<p>Una vez declarado como “Proyecto de Interés Turístico Nacional”, el interesado deberá solicitar al Ministerio de Hacienda el otorgamiento de los incentivos fiscales.</p>	
7	<p>Todas las empresas beneficiadas con los incentivos establecidos, deberán contribuir con un 5% de las ganancias obtenidas durante el período de exoneración, dicho porcentaje será agregado a las contribuciones especiales establecidas en esta Ley para la promoción del turismo.</p>	

Tabla 132: Procedimiento para la comercialización del proyecto

<b>NOMBRE</b>	<b>PROMOCION EN MEDIOS DE COMUNICACION</b>		
<b>JUSTIFICACION</b>	Para poder aprovechar las oportunidades de promoción del proyecto es necesario determinar el procedimiento a seguir que facilite a la cooperativa la búsqueda de estos espacios y la óptima utilización de sus medios para vender esta alternativa turística.		
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>Paso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>
	1	Gestionar con universidades públicas o privadas la ejecución de horas sociales por parte de los estudiantes de las carreras de comunicaciones y mercadeo.	
	2	Capacitar a los estudiantes en la información del proyecto, a fin de tener claridad en los objetivos y beneficios de este.	
	3	Gestionar la realización de entrevistas, reportajes, anuncios en los medios de comunicación antes mencionados.	
	4	Desarrollar plan de promoción permanente para la promoción del proyecto.	

*Tabla 133: Procedimiento promoción en medios de comunicación*

<b>NOMBRE</b>	<b>PROMOCION EN INTERNET</b>		
<b>JUSTIFICACION</b>	Para poder aprovechar las oportunidades de promoción del proyecto es necesario determinar el procedimiento a seguir que facilite a la cooperativa la búsqueda de estos espacios y la óptima utilización de sus medios para vender esta alternativa turística.		
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>Paso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>
	1	Gestionar con universidades públicas o privadas la ejecución de horas sociales por parte de los estudiantes de las carreras de sistemas informáticos.	
	2	Diseñar una página web para el proyecto.	
	3	Crear las diferentes cuentas en redes sociales para la promoción del proyecto	
	4	Desarrollar una capacitación para el uso y mantenimiento de los medios cibernéticos por parte de la cooperativa.	
	5	Desarrollar plan de promoción permanente para la promoción del proyecto.	

*Tabla 134: Promoción vía internet*



NOMBRE	ALIANZAS CON AGENCIAS PUBLICITARIAS Y DE VIAJES		
<b>JUSTIFICACION</b>	Para poder aprovechar las oportunidades de promoción del proyecto es necesario determinar el procedimiento a seguir que facilite a la cooperativa la búsqueda de estos espacios y la óptima utilización de sus medios para vender esta alternativa turística.		
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>Paso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>
	1	Gestionar con universidades públicas o privadas la ejecución de horas sociales por parte de los estudiantes de las carreras de comunicaciones y mercadeo.	
	2	Capacitar a los estudiantes en la información del proyecto, a fin de tener claridad en los objetivos y beneficios de este.	
	3	Gestionar una reunión en cada agencia para la presentación de oportunidades de negocio a través de alianzas con el proyecto.	
	4	Negociar un acuerdo bilateral con las agencias y el proyecto por medio de la estrategia "GANAR-GANAR"	

Tabla 135: Alianzas con agencias publicitarias y de viajes

## CAPITULO X. LE 2. AUMENTAR EL INDICE DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL DE LOS HABITANTES DEL BARRIO SAN ESTEBAN QUE ACTUALMENTE NO TIENE ACCESO A ESTA.

### 3.1. OE 1. DISEÑAR UNA DESPENSA PARA EL MEJORAMIENTO DEL ACCESO A LA CANASTA BASICA ALIEMNTARIA QUE PROMUEVA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LOS HABITANTES DEL BSE.

#### 10.1.1 ACCION 1. DETERMINACION DE LOS PRODUCTOS A COMERCIALIZAR

La idea inicial de la contraparte es poder establecer una despensa de granos básicos para mejorar el acceso de la población a una alimentación balanceada y nutritiva. Para poder determinar los granos básicos a comercializar se presenta la pirámide alimentaria manejada por la FAO (Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación)

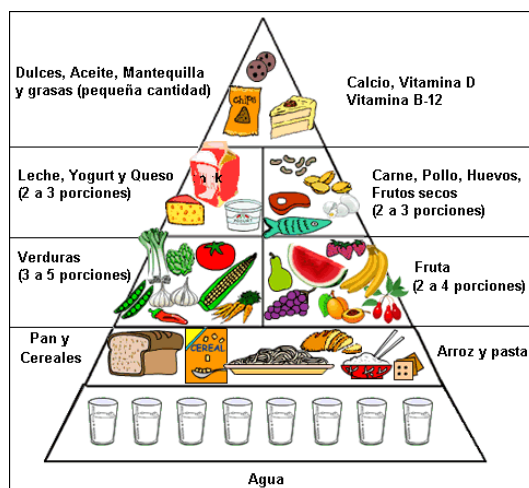


Imagen 2: Pirámide alimenticia

La pirámide alimenticia es una guía de lo que debe consumir diariamente para obtener los nutrientes que el cuerpo necesita. Debido a que esta pirámide debe ser adaptada a las costumbres y productos de cada región nos remitiremos basada en ella al contenido de los alimentos básicos que deben ser consumidos por una persona en El Salvador según los organismos de estado:

AÑO	ARTICULO	GRAMOS POR PERSONA
2010	Pan Francés	49
2010	Tortillas	223
2010	Arroz	55
2010	Carnes 1_ /	60
2010	Grasas 2_ /	33
2010	Huevos	28
2010	Leche Fluida *	106
2010	Frutas 3_ /	157
2010	Frijoles	79
2010	Verduras 4_ /	127
2010	Azúcar	69
2010	Costo diario por persona	0
2010	más 10% (cocción)	0
2010	Costo diario por familia de 3.85 miembrosa	0
2010	Costo mensual por familia	0

Tabla 136: Alimentos básicas

Los granos básicos provenientes del consumo diario de alimentos par aun salvadoreño son: Azúcar, frijoles, arroz, y maíz. Por ende serán los productos a comercializar en la despensa de granos básicos a implantar.

### 10.1.2 ACCION 2. DETERMINACION DEL TAMANO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto es entendido como la capacidad instalada que debe tener la despensa para producir un servicio de forma óptima; por lo cual, para establecer el tamaño del proyecto se han considerado diversos factores que afectan directa o indirectamente el tamaño de este.

#### **Factores considerados**

A continuación se describen los factores considerados para el establecimiento del tamaño del proyecto:

#### **Pobladores sin acceso a canasta básica alimentaria**

Los pobladores sin acceso a la canasta básica alimentaria que residen en el BSE es uno de los factores más importantes para el establecimiento del tamaño del proyecto, debido a que el proyecto debe abarcar la mayor cantidad de demanda que le sea posible. Esta demanda de determina de la cantidad de pobladores que no poseen acceso a canasta básica según porcentaje establecido en la etapa de diagnóstico y que se resume a continuación:

### Canasta Básica Alimentaria

Según datos de la DIGESTYC publicados en diciembre de 2010 la canasta básica alimentaria ascendió a un costo de \$184.94 mensual por familia. Se presenta a continuación el cuadro resumen:

AÑO	ARTICULO	GRAMOS POR PERSONA	URBANA		
			OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
2010	Pan Francés	49	0.11	0.11	0.11
2010	Tortillas	223	0.15	0.15	0.15
2010	Arroz	55	0.07	0.07	0.07
2010	Carnes 1_ /	60	0.33	0.33	0.33
2010	Grasas 2_ /	33	0.08	0.08	0.08
2010	Huevos	28	0.08	0.08	0.08
2010	Leche Fluida *	106	0.09	0.09	0.09
2010	Frutas 3_ /	157	0.10	0.10	0.11
2010	Frijoles	79	0.19	0.22	0.21
2010	Verduras 4_ /	127	0.18	0.18	0.16
2010	Azúcar	69	0.06	0.06	0.06
2010	Costo diario por persona	0	1.43	1.46	1.46
2010	más 10% (cocción)	0	1.57	1.61	1.60
2010	Costo diario por familia de 3.85 miembros	0	6.06	6.19	6.16
2010	Costo mensual por familia	0	181.75	185.73	184.94

Tabla 137: Canasta básica alimentaria

### Población sin acceso a canasta básica alimentaria

En el diagnóstico realizado en el BSE, se encontró que aproximadamente el 48% de la población del barrio San Esteban tienen ingresos menores a \$200 en sus familias por lo que se consideran sin acceso a canasta básica alimentaria.

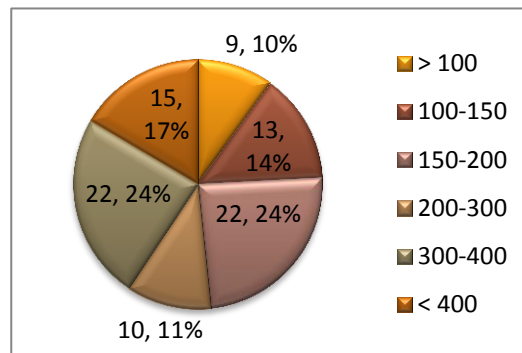


Gráfico 165: Población sin acceso a la canasta básica

Este 48% de la población equivale a 238 hogares con necesidad urgente de acceder a la alimentación básica. Según la encuesta realizada cada hogar en el BSE posee 4.47 habitantes dentro de su familia lo que equivale a 1063.86 personas correspondientes a los 238 hogares con necesidad de acceder a la canasta básica alimentaria.

Demanda de granos básicos

Entre los granos básicos consumidos en el BSE se priorizan: El frijol, arroz, maíz y azúcar y que son productos prioritarios en la consumo de los habitantes del BSE como se muestra en la siguiente grafica tomada del Diagnóstico del BSE:



Gráfico 166: Consumo de alimentos en el BSE

La demanda de granos básicos se obtendrá a través de los datos proporcionados por la DIGESTYC en el promedio de consumo diario que exige la canasta básica alimentaria:

Producto	Gramos consumidos/día	Costo promedio
<b>Maíz (consumo Tortilla)</b>	223	\$0.15
<b>Arroz</b>	55	\$0.07
<b>Frijoles</b>	79	\$0.21
<b>Azúcar</b>	69	\$0.06
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>\$0.49</b>

Tabla 138: Demanda de granos básicos

El consumo promedio en los granos básicos es de 426 gr/día lo que equivale a que las 1063.86 personas que no tienen acceso a canasta básica consumirían 453,204.36 gr/ día.

**La demanda equivale a 1654.96 QQ de los cuarto productos a granel.**

### 1. Percentage de consume

Es importante tomar en cuenta que las personas no tienen acceso a la canasta básica alimentaria pero que si consumen ciertos alimentos dentro de esta aun cuando no cubren una dieta alimenticia adecuada. De los granos básicos los porcentajes de familias que consumen dichos productos en el Barrio San Esteban se distribuyen de la siguiente manera:

PRODUCTO	% DE FAMILIAS CONSUMIDORAS
Frijoles	100%
Maíz	98%
Azúcar	98%
Arroz	75%

Tabla 139: Familias consumidoras

### 2. Instalaciones disponibles

Uno factor importante es la disposición de instalaciones en el Barrio San Esteban ya que los locales en la zona son muy reducidos y se cuenta actualmente con un pequeño local que está destinado para la comercialización por ACOVICHSS en que los costos de alquiler pueden reducirse debido a la gran demanda de locales que existe en el barrio.

### 3. Disponibilidad de financiación

Es importante tomar en cuenta que el financiamiento del programa para la seguridad alimentaria es solo una parte del programa de desarrollo que se plantea para las necesidades del BSE y por lo cual los fondos serán distribuidos en los demás planes según necesidades por lo cual el acceso económico puede ser restringido ante una propuesta demasiado grande y de gran riesgo económico aun y cuando la compra del producto se tenga asegurada al ser una pequeña organización sin fines de lucro.

### 4. Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra es un factor determinante en los proyectos y agroindustriales debido a la necesidad de especialización en muchos tipos de procesos que la producción de servicios exige.

### 5. Maquinaria y equipo

En una despensa la maquinaria y equipo serán básicos para la comercialización de productos por lo cual el acceso a estos es un factor importante a tomar en cuenta a la hora de establecer la capacidad instalada que desarrollará la despensa de granos básicos.

#### **Determinación de incidencia de Factores considerados**

La incidencia de los factores descritos en el tamaño es diversa y para poder determinar si la incidencia es de impacto para el establecimiento del tamaño del proyecto. Debido a que es difícil medir el impacto de los factores de manera cuantitativa basaremos la evaluación a través de una justificación cualitativa de cada factor respecto al tamaño del proyecto.

<b>FACTOR</b>	<b>¿INCIDENCIA DETERMINANTE?</b>	<b>JUSTIFICACION</b>
<b>Pobladores sin acceso a canasta básica alimentaria</b>	SI	La demanda producida por los pobladores que no tienen acceso a la canasta básica es determinante para establecer el tamaño del proyecto debido a que con ella se puede saber el límite de quintales de granos que comercializará la despensa recordando que el fin de esta en primera instancia será propiciar el acceso a la canasta básica de los pobladores que no tienen esta oportunidad.
<b>Porcentaje de consumo</b>	SI	Este porcentaje de consumo es vital para establecer la capacidad instalada que deba tener la despensa debido a que cada producto debe cumplir con cierta cantidad prorrateada según el consumo de estos en cada familia.
<b>Instalaciones disponibles</b>	SI	Las instalaciones disponibles son determinantes debido a que ya se cuenta con un pequeño local en las instalaciones de ACOVICHSS y que fue creada con el fin de la comercialización que actualmente se encuentra subutilizada y que podría beneficiar disminuyendo los costos de alquiler.
<b>Disponibilidad de financiación</b>	NO	Existen grandes posibilidades de financiación por parte de los cooperantes actuales en ACOVICHSS
<b>Disponibilidad de mano de obra</b>	NO	Existe una gran cantidad de mano de obra que puede trabajar en la despensa en la medida que vaya progresando esta.
<b>Maquinaria y equipo</b>	NO	La maquinaria y equipo para comercializar los granos básicos es relativamente baja por lo cual esta no debe ser un impedimento para establecer el tamaño de la despensa.

*Tabla 140: Factores de consideración*

### **Establecimiento del tamaño de la despensa**

Para establecer el tamaño de la despensa se establecen en base a la demanda proyectada con los valores de consumo de la DIGESTYC y a los porcentajes de consumo que proporcionan la demanda real en el BSE:

<b>PRODUCTO</b>	<b>DEMANDA ANUAL PROYECTADA (QQ)</b>	<b>% DE CONSUMO EN EL BSE</b>	<b>DEMANDA ANUAL REAL (QQ)</b>
<b>Frijoles</b>	578.24	100%	578.24
<b>Maíz</b>	865.93	98%	848.61
<b>Azúcar</b>	267.93	98%	262.57
<b>Arroz</b>	213.56	75%	160.18
<b>Total</b>	<b>1925.66</b>	--	<b>1849.6</b>

*Tabla 141: Establecimiento del tamaño de la despensa*

Debido a que actualmente no se cuenta con un local adecuado para la comercialización de los productos, se tomará únicamente el 50% de la demanda real a fin de ir creciendo y aumentando posteriormente la capacidad de la despensa.

**El tamaño de la despensa será de 925 Quintales comercializados**

#### **10.1.3 ACCION 3. ESTABLECER LOCALIZACION DE LA DESPENSA**

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más óptima para el proyecto; es decir, que cubra las exigencias o requerimientos del mismo, y minimice, los costos de inversión y los costos durante el periodo productivo del proyecto.

##### **1. Macrolocalización**

Por ser un proyecto para los habitantes del Barrio San Esteban la macrolocalización debe por ende estar situada dentro de este para el óptimo acceso de los habitantes a la comercialización de los productos de la canasta básica que este les proveerá.

##### **2. Microlocalización**

La microlocalización considera algunos factores determinantes para la comercialización de los productos. Estos factores se describen a continuación:



FACTOR	DESCRIPCION	INDICADOR	PESO
<b>Acceso del cliente</b>	Un factor importante a considerar es ubicar la despensa en un lugar donde los habitantes del BSE tengan acceso fácilmente a la comercialización de los granos básicos y optimizar así los productos destinados a ellos.	Cantidad de consumidores	35%
<b>Disposición de instalaciones</b>	Instalaciones dispuestas para este tipo de programas	Costo de alquiler	35%
<b>Instalaciones adecuadas</b>	Es importante que por el tipo de programa la despensa utilice una instalación alquilada para funcionar. Estas deben de cumplir las condiciones necesarias para la comercialización de los productos.	Espacio para almacenamiento y comercialización	25%
<b>Mercado de abastecimiento</b>	La cercanía con el principal proveedor de la materia prima es vital para reducción de costos en la comercialización de los granos básicos.	Cercanía con el proveedor	5%

Tabla 142: Factores de micro localización

### **Justificación y calificación de las alternativas de microlocalización.**

A continuación se presenta una comparación entre las características de cada una de las alternativas de ubicación:

#### Evaluación por puntos ponderados

La calificación ponderada se obtiene del producto del peso de cada criterio multiplicado por la calificación de cada alternativa. La calificación va desde 1 hasta 5 en la cual 5 es la mejor calificación. Para proceder a la calificación de las alternativas, es necesario establecer una escala común de calificación, la cual se detalla a continuación:

CRITERIO	RANGO
Excelente ubicación	5
Muy buena Ubicación	4
Buena ubicación	3
Regular ubicación	2
Mala ubicación	1

Tabla 143: Valoración de criterios

Factor	Peso	Ubicaciones					
		Área comercial de Condominio ACOVICHSS		4ª calle Oriente y parque Zurita		Calle Delgado y 12 Av. Norte	
		Calific.	Puntaje	Calific.	Puntaje	Calific.	Puntaje
Acceso del cliente	35%	4	1.4	5	1.75	3	1.05
Disposición de instalaciones	35%	5	1.75	3	1.05	3	1.05
Instalaciones adecuadas	25%	5	1.25	5	1.25	4	1
Mercado de abastecimiento	5%	3	0.15	3	0.15	4	0.2
	100%		4.55		4.2		3.3

Tabla 144: Evaluación de criterios

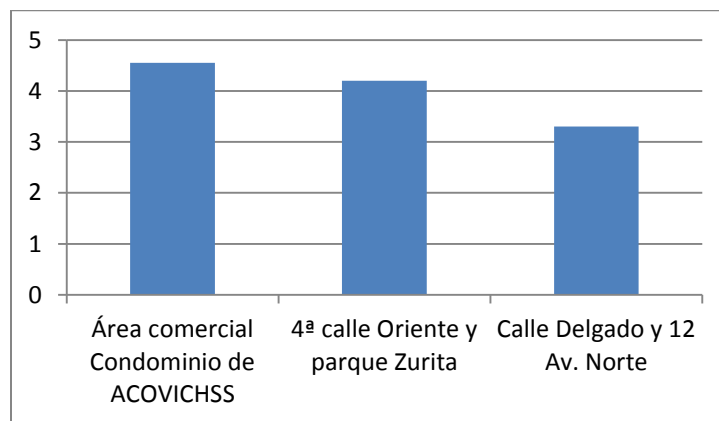


Gráfico 167: Gráfico de evaluación de criterios

#### Selección de alternativa





La alternativa seleccionada es **“Área comercial de condominio ACOVICHSS”**

### 10.1.4 ACCION 4. SELECCIONAR LA MAQUINARIA Y EQUIPO

Para detallar de una manera más clara todo lo que la despesa requiere en concepto de maquinaria y equipo se establece el listado de estos por las áreas de las que está compuesta la despesa:

AREA	Equipo Principal	Equipo Auxiliar
<b>Almacenamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carretilla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estantes</li> <li>• Cinturón para levantar pesos</li> <li>• Escoba , Trapeador</li> <li>• Pala Plástica</li> </ul>
<b>Comercialización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bascula digital</li> <li>• Mueble recibidor</li> <li>• Cuchara medidora</li> <li>• Computadora</li> <li>• Teléfono Inalámbrico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estantes</li> <li>• Impresora</li> <li>• UPS</li> </ul>

Tabla 145: Selección de maquinaria y equipo

Especificaciones del equipo				
AREA: ALMACENAMIENTO				
Nombre	Especificación	Proveedor	Costo Unitario	Imagen
<b>Carretilla</b>	Carretilla con ruedas de hule. Capacidad 300 lb	HECASA S.A de C.V	\$30.00	
<b>Estante</b>	Estructura de acero inoxidable. Dimensiones: 1.65h x 0.52 An X 0.62L mt	Termoprocesos industriales	\$35.00	
<b>Cinturón</b>	Cinturón Para Levantar Pesas, Con Soporte Anatómico	--	--	
<b>Escoba</b>	Escoba con cerdas plásticas	Particular	\$2.00	
<b>Trapeador</b>	Trapeador tipo MOPA	Particular	\$30.00	


<b>Pala</b>	Pala plástica	Particular	\$1.00	
-------------	---------------	------------	--------	---

Tabla 146: Especificación de equipos

### Especificaciones del equipo








AREA: COMERCIALIZACION				
Nombre	Especificación	Proveedor	Costo Unitario	Imagen
<b>Bascula digital</b>	Marca CAS, plataforma de acero inoxidable. 20lb	Basculas y balanzas S.A de C.V	\$190	
<b>Mueble recibidor</b>	Mueble de madera recibidor.	Particular	\$175.00	
<b>Cuchara medidora</b>	Cuchara medidora metálica	Particular	\$2.00	
<b>Computadora</b>	Computadora de escritorio memoria ram de 2gb DD 500 gb windows 7 monitor lcd de 18 PULG.	Almacén La CURACAO	\$559.00	
<b>Teléfono Inalámbrico</b>	Teléfono Inalámbrico, digital	Almacenes SIMAN	\$40.00	
<b>Impresora</b>	Impresora Stylus 20, EPSON	Almacén La CURACAO	\$29.00	
<b>Estante</b>	Estructura de acero inoxidable.  Dimensiones: 1.65h x 0.52 An X 0.62L mt	Termoprocesos industriales	\$35.00	

Tabla 147: Equipo de Comercialización

### **10.1.5 ACCION 5. ESTABLECER EL SISTEMA ADMINISTRATIVO DE LA DESPENSA**

Es preciso definir el sistema administrativo de la despensa de granos básicos, por lo es necesario mencionar que un sistema es un conjunto de elementos que están relacionados entre sí. Es decir, se habla de sistema, no cuando se tiene un grupo de elementos que están juntos, sino cuando además están relacionados entre sí. Por lo que se establecen los siguientes sistemas administrativos:

- Sistema de Información
- Sistema de comercialización
- Sistema Contable

#### **1. Sistema de Información.**

##### **Objetivo del sistema**

Registrar la información correspondiente al servicio de inscripción de beneficiarios y comercialización de granos básicos de la despensa para desarrollar estrategias de abastecimiento, mejora del servicio y toma de decisiones.

##### **Alcances del sistema**

- Acceso a una base de datos mínima sobre los beneficiarios del proyecto y mejorar el abastecimiento óptimo para el funcionamiento de la despensa.
- Acceso a una base de datos mínima de proveedores actuales y potenciales de granos básicos que abastecen o puedan abastecer el proyecto.
- Acceso a datos estadísticos de abastecimiento y comercialización de los granos básicos para la toma de decisiones.

Estructura del sistema

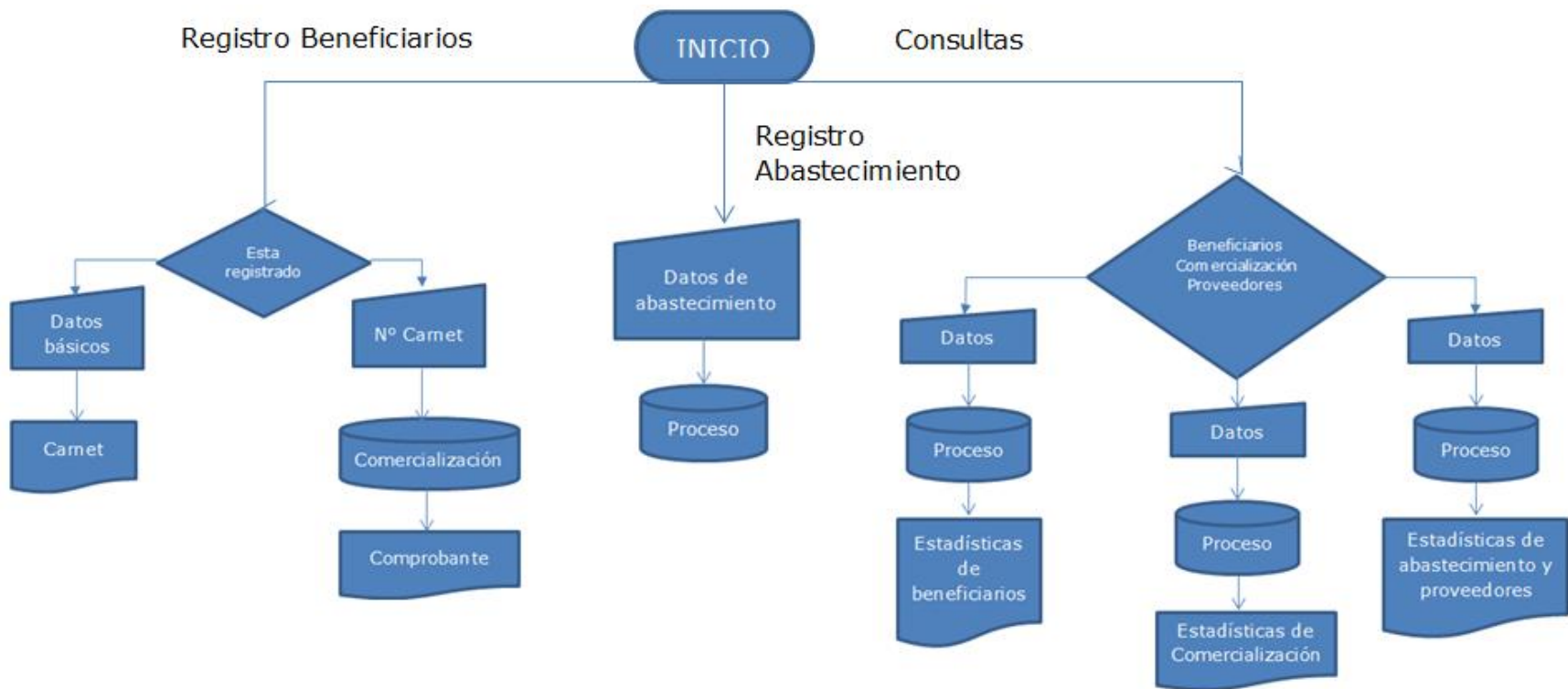


Figura 66: Estructura del Sistema

## 2. Sistema de Comercialización

### Objetivo del sistema

Comercializar de forma óptima los granos básicos de la despensa para garantizar el abastecimiento de las familias sin acceso a la canasta básica alimentaria del barrio San Esteban.

### Alcances del sistema

- Procedimientos claros de la comercialización de granos básicos en la despensa.
- Establecimiento de formatos necesarios para la comercialización de los granos básicos.

### Procedimientos

NOMBRE	INSCRIPCIÓN AL PROYECTO												
<b>JUSTIFICACION</b>	Una herramienta importante para la comercialización es la adecuada inscripción de las personas más necesitadas a fin de evitar la comercialización a habitantes del barrio que tienen más posibilidades así como a personas que podrían tratar de comprar en la despensa y que no pertenecen al barrio.												
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>Paso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>										
	1	Retirar y llenar Solicitud de inscripción											
	2	Presentar solicitud de inscripción y documentos necesarios: Recibo de Energía Eléctrica y DUI del beneficiario solicitante											
	3	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">¿El solicitante es conocido por la administración?</td> </tr> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">SI</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">NO</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Entregar material informativo</td> <td style="text-align: center;">Realizar visita al hogar del solicitante</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Extender Carnet</td> <td style="text-align: center;">Si el solicitante aprueba la visita extender carnet</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Ingresar datos al sistema de información</td> <td style="text-align: center;">Ingresar datos al sistema de información</td> </tr> </table>	¿El solicitante es conocido por la administración?		SI	NO	Entregar material informativo	Realizar visita al hogar del solicitante	Extender Carnet	Si el solicitante aprueba la visita extender carnet	Ingresar datos al sistema de información	Ingresar datos al sistema de información	
¿El solicitante es conocido por la administración?													
SI	NO												
Entregar material informativo	Realizar visita al hogar del solicitante												
Extender Carnet	Si el solicitante aprueba la visita extender carnet												
Ingresar datos al sistema de información	Ingresar datos al sistema de información												

*Tabla 148: Procedimiento de inscripción al proyecto*

<b>NOMBRE</b>	<b>ABASTECIMIENTO DE GRANOS BASICOS</b>		
<b>JUSTIFICACION</b>	Definir el procedimiento de abastecimiento es vital para evitar errores que pongan en duda la transparencia del proyecto es por lo cual se establece el siguiente procedimiento.		
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>Paso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>
	1	Verificar cantidad de granos básicos en existencia, levantando reporte a la fecha al coordinador.	
	2	Realizar solicitud de compra a proveedor.	
	3	Recepción de compra y llenado de formato de compra	
	4	Pago a proveedor o extensión de quedan.	
	5	Requisición de factura a proveedor	
	6	Ingreso de datos al sistema de información	
	7	Archivo de documentación.	

Tabla 149: Procedimiento de Abastecimiento de Granos Básicos

<b>NOMBRE</b>	<b>COMERCIALIZACION GRANOS BASICOS</b>		
<b>JUSTIFICACION</b>	Es importante determinar el procedimiento bajo el cual los habitantes del BSE podrán beneficiarse con los granos básicos que servirá la despensa; esto para garantizar que las personas que obtienen los granos básicos lleguen a la población sin acceso a la canasta básica alimentaria.		
<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>Paso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>
	1	Presentar Carnet de beneficiario.	
	2	Verificar si solicitud de granos no ha sido realizada en el mes por el beneficiario.	
	3	Entregar granos básicos correspondientes.	
	4	Imprimir comprobante de comercialización	
	5	Firma del beneficiario	
	6	Ingresar datos de comercialización al sistema	

Tabla 150: Procedimientos de comercialización de granos



## FORMATOS

A continuación se detallan los formatos para los procedimientos de comercialización:

SOLICITUD DE INSCRIPCION		
<b>DATOS PERSONALES DEL SOLICITANTE</b>		
Nombre completo: _____		
Tel. _____ Cel. _____ DUI: _____		
Direccion: _____ _____		
Ocupación: _____		
Lugar de trabajo: _____ Tel: _____		
<b>DATOS FAMILIARES</b>		
Cantidad de personas que residen en su vivienda: _____		
¿Cuántas personas trabajan en su hogar? _____		
¿Cuántas de las personas que trabajan lo hacen formalmente? _____		
¿Recibe remesas? _____ ¿Tiene Acceso a energía eléctrica y agua potable? _____		
Datos de familia:		
NOMBRE	EDAD	DUI (Si es mayor de edad)
<b>OBSERVACIONES:</b>		
APROBACION		
Aprobado	Reprobado	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>
Motivos		de reprobación:
_____		
_____		
_____		
Firma	Sello	

*Tabla 151: Formato de solicitud de inscripción*

**FORMATO DE CARNET**

**PROGRAMA DESPENSA DE GRANOS BASICOS**

**ACOVICHSS**

Plan de desarrollo socioeconómico del B.S.E.



Nombre del beneficiario  
Dirección:  
N° de habitantes en el hogar:

N° CARNET: 00000001



*Figura 67: Formato de carnet*

**FICHA TECNICA VISITA A HOGAR SOLICITANTE**

**DATOS PERSONALES DEL SOLICITANTE**

Nombre completo: \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_ Cel. \_\_\_\_\_ DUI: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

Lugar de trabajo: \_\_\_\_\_ Tel: \_\_\_\_\_

**DATOS FAMILIARES**

Cantidad de personas que residen en la vivienda: \_\_\_\_\_

Cantidad de personas trabajando actualmente: \_\_\_\_\_

¿Recibe remesas? \_\_\_\_\_ ¿Tiene Acceso a energía eléctrica y agua potable? \_\_\_\_\_

Datos de familia:

NOMBRE	EDAD	DUI (Si es mayor de edad)

**OBSERVACIONES:**

**APROBACION**

Aprobado      Reprobado           

Motivos      de      reprobación:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Firma      Sello

*Tabla 152: Formato de visitas a hogar solicitante*

**FORMATOS ABASTECIMIENTO**

<b>SOLICITUD DE COMPRAS</b>		
<b>EXISTENCIAS</b>		
N° Reporte: _____ Fecha: __/__/__		
<b>GRANO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
<b>COMPRAS A REALIZAR</b>		
N° Compra: _____ Fecha de recibimiento: __/__/__		
<b>GRANO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
<b>OBSERVACIONES:</b>		
Firma coordinador	Sello	

*Tabla 153: Formato de solicitud de compra*

RECIBIMIENTO A PROVEEDOR					
Nombre de la empresa:					
Encargado:					
Fecha	Proveedor	Descripción del producto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Observaciones:					
Recibido por:					
Firma Recibidor			Firma Proveedor		

Tabla 154: Formato de recibimiento a proveedor

**FOTMATO PARA COMERCIALIZACION**

SOLICITUD DE COMPRAS		
<b>EXISTENCIAS</b>		
N° Reporte: _____		Fecha: __/__/__
GRANO	CANTIDAD	OBSERVACIONES
<b>COMPRAS A REALIZAR</b>		
N° Compra: _____		Fecha de recibimiento: __/__/__
GRANO	CANTIDAD	OBSERVACIONES
<b>OBSERVACIONES:</b>		
Firma coordinador		Sello

Tabla 155: Formato para comercialización

### 3. Sistema contable

Todas las transacciones realizadas por la despesa deben ser controladas a través del registro de cada una de ellas en un formato específico, con ello se garantiza la transparencia de las operaciones y erogaciones que se lleven a cabo en el proyecto. A continuación se listan los formatos de contabilidad que se llevarán en la despesa:

#### FACTURA COMERCIAL

<b>DESPENSA DE GRANOS BASICOS BSE</b>		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <b>FACTURA COMERCIAL</b>   <b>N°00000</b> </div>	
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px; display: inline-block;">                 Logo             </div>			
FECHA: ___/___/___			
Nombre del beneficiario:		N° Carnet:	
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Firma del beneficiario	TOTAL	\$	\$

Tabla 156: Factura comercial

### INFORME DE VENTAS

DESPENSA DE GRANOS BASICOS BSE			
INFORME DE VENTAS DIARIO			
FECHA: ___/___/___			
Nombre del encargado:			
Descripción	Cantidad	Precio de venta	Total
Firma del encargado	TOTAL	\$	\$

Tabla 157: Formato de informe de ventas

### CONTROL DE INGRESO Y GASTO

DESPENSA DE GRANOS BASICOS BSE			
INFORME DE INGRESOS Y EGRESOS			
FECHA: ___/___/___			
Nombre del encargado:			
Descripción	Ingreso	Gasto	
Firma del encargado	TOTAL	\$	\$

Tabla 158: Formato control de ingresos y egresos

### **3.2. OE2. PROMOVER LA EDUCACION INFORMACION Y COMUNICACIÓN Y NUTRICION PARA MEJORAR EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN LA POBLACION DEL BSE**

---

- 10.2.1 ACCCION 1. SOLICITAR AL MINISTERIO DE SALUD UNA CAPACITACIÓN PARA LA COOPERATIVA SOBRE NUTRICIÓN.**
- 10.2.2 ACCCION 2. DESARROLLAR UN PLAN DE PROMOCIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA ADECUADA NUTRICIÓN**
- 10.2.3 ACCCION 3. ESTABLECER UN CONVENIO CON EL MINISTERIO DE SALUD PARA LA FACILITACIÓN DE PROMOTORES DE SALUD QUE PROMUEVAN LA ADECUADA ALIMENTACIÓN Y EL VALOR DE ESTA**
- 10.2.4 ACCCION 4. ESTABLECER CONTACTO CON LOS DIRECTORES Y LIDERES DE IGLESIAS, DE CENTROS ESCOLARES PARA PROMOCIONAR LA CAMPANA**
- 10.2.5 ACCCION 5. DESARROLLAR CAPACITACION EN CENTROS ESCOLARES E IGLESIAS DEL BARRIO.**
- 10.2.6 ACCCION 6. IMPULSAR LA REPRODUCCION DE LA INFORAMCION COMPROMETIDAO A LOS CAPACITADOS A TRAVES DE LA NECESIDAD DE INFORMAR A LOS HABITANTES DE LA IMPORTACIA DE LA ADECUADA NUTRICION.**



## **CAPITULO XI. LE 3: CREAR UN CLIMA DE SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD EN EL BSE.**

---

---

### **4.1. OE1: FORTALECER LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA SEGURIDAD DEL BSE.**

---

---

#### **11.1.1 ACCION 1. ORGANIZAR LA COMUNIDAD A TRAVES DE UN COMITÉ PARA LA PREVENCION DE LA VIOLENCIA.**

El comité de seguridad se propone que sea organizado por ACOVICHSS (podría estar formado por un comité de 6 personas miembros de la cooperativa) es promovido por la Policía Nacional, estas instituciones brindan capacitaciones, en materias diversas que les permitan actuar dentro del marco legal, estas capacitaciones son en temas de prevención que les permite actuar en forma oportuna en casos de accidentes y emergencias donde su participación implica la disminución de los daños.

Así mismo es importante su participación en la evaluación de vulnerabilidades que se tengan dentro de su comunidad en aspectos de sus condiciones de seguridad como organización física, donde participan en la elaboración de planes de contingencias para hacer frente adecuadamente cualquier situación.

#### **11.1.2 ACCION 2. ESTABLECER FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL COMITÉ PARA LA PREVENCION**

El comité de seguridad tienen que establecer sus funciones y responsabilidades para la prevención de la delincuencia donde, planificará, dirigirá, coordinará, controlará y pondrá en ejecución acciones que busquen y garanticen la seguridad de los habitantes del BSE, trabajando en forma coordinada con las instituciones competentes y comprometidas con la seguridad, articulando esfuerzos para mantenerla.

Algunas de estas funciones se propone que sean:

1. Creación de propuestas de prevención de la delincuencia en BSE que contengan el desarrollo de actividades preventivas con la participación de la comunidad

Una manera de incentivar la participación ciudadana es la organización de comités, es crear eventos que les permitan evaluar, compartir experiencias y adoptar medidas adecuadas; y como un efecto multiplicador se difunda entre las demás cooperativas que estén en el BSE. Otra forma es Fomentar la participación de la comunidad a través de los comités en la organización de talleres y eventos teatrales que difundan mensajes de no violencia para evitar o reducir los índices de violencia familiar, entre otros problemas que denigren la integridad de las personas.

Incentivar la participación de comités de seguridad a realizar rondas conjuntas con la Policía Nacional siendo esto una medida de prevención contra actos delincuenciales o que dañen la moral de las personas. (Las personas que mantengan estas reuniones locales con los agentes policiales se mantendrán en el anonimato en la cooperativa para no sea objeto de ataques premeditados)

2. Mejorar la seguridad ciudadana dentro de la jurisdicción del BSE a través de la información y apoyo brindado a la PNC

El comité que se organizara en el BSE dentro de la cooperativa en coordinación con la comisarías de la Policía Nacional y la Municipalidad, juegan un papel muy importante en el cumplimiento de la prevención y en aspectos de seguridad integral, considerando básicamente que su trabajo es de información e identificación de casos que generan problemas de inseguridad, de manera que se permita una adecuada intervención de las instituciones involucradas en mantener el orden y control como es el caso de la Policía Nacional, de modo que se pueda reducir la incidencia delictiva que se tiene en el BSE.

Esta función del comité se mantendrá en anonimato en la agenda de la cooperativa para evitar futuros atentados contra las personas que realizan esta función

Las personas que mantengan estas reuniones locales con los agentes policiales se mantendrán en el anonimato también para no sea objeto de ataques premeditados; además de ello en el plan batalla por la paz 2011 están los pasos para la protección de las personas informantes y la hoja requerida para efectuar dicha reunión que se presenta a continuación.

<b>FORMATO DE REUNIONES COMUNITARIAS</b>											
<b>INFORME DE REUNIONES COMUNITARIAS DE RENDICION DE CUENTAS</b>											
UNIDAD. _____ FECHA. _____											
ACTIVIDAD REALIZADA: _____											
LUGAR DE LA ACTIVIDAD _____											
POLICIA RESPONSABLE _____ CARGO. _____											
CONTACTO _____ CARGO. _____											
HORA DE INICIO _____ HORA FIN _____											
PERSONAL POLICIAL PARTICIPANTE _____											
PERSONAL DE LA COMUNIDAD QUE ASISTIO (CANTIDAD) _____											
<b>TEMA PRINCIPAL DE REUNION</b>											
<b>AGENDA A DESARROLLAR</b>											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> </table>											
<b>NECESIDADES/ PROBLEMAS ENCONTRADAS</b>											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> </table>											
<b>COMPROMISOS ADQUIRIDOS</b>											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center; padding: 5px;">POR LA COMUNIDAD</th> <th style="width: 50%; text-align: center; padding: 5px;">POR LA POLICIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="height: 15px;"> </td><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td><td style="height: 15px;"> </td></tr> </tbody> </table>		POR LA COMUNIDAD	POR LA POLICIA								
POR LA COMUNIDAD	POR LA POLICIA										
<b>RESULTADOS OBTENIDOS</b>											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> <tr><td style="height: 15px;"> </td></tr> </table>											
_____ FIRMA ENCARGADO ACTIVIDAD	_____ FIRMA OFICIAL DE SERVICIO O SUPERIOR										

*Tabla 159: Formato de reuniones comunitarias*

3. Quantificar la necesidad de personal de seguridad de la PNC y CAM para las visitas turísticas y seguridad ciudadana.

Parte de la importancia de mejorar la seguridad surge a partir de la necesidad de ser atractivo el BSE, por eso es necesario el acompañamiento de agentes de seguridad en el desarrollo de las actividades turísticas, por eso es necesario determinar la cantidad de oficiales de seguridad que se necesitan para cada visita turística que se realice, se propone como mínimo contar con dos oficiales de la policía nacional civil para cada visita, y en cada patrimonio cultural se necesita un agente metropolitano para cuidar el lugar.

Gestiones para la petición de la presencia policial para los tours

1. Paso 1. Realizar una carta de petición dirigida a la Policía nacional Civil, firmada por todos los miembros de la cooperativa, con las rutas y recorridos de los tours los horarios y el tiempo de duración (detallando cada plan de turismo en el que se necesiten)
2. Paso 2. Dejar la carta en la delegación de la jurisdicción del BSE para su respectiva aprobación. La policía dará su aprobación de acuerdo con el personal que se tiene disponible para ese tipo de proyectos y que planes estratégicos que ellos tienen sean beneficiados.
3. Paso 3. Se realizara una reunión policía nacional civil y solicitante donde se expondrá de manera clara las funciones que se desean sean realizadas por los agentes.
4. Paso 4. Se levanta una acta donde queda expresada la ayuda o colaboración que se prestara a la cooperativa con los servicios turísticos

Gestiones para la petición de la presencia policial municipal en los patrimonios culturales

1. Paso 1. Realizar una carta de petición dirigida a la Policía municipal, firmada por todos los miembros de la cooperativa, esta carta tiene que contener el número de patrimonios culturales existentes en el BSE y el número de personal solicitado para cada uno de ellos, horarios en los cuales se quiere que se preste el servicio de seguridad (detallando cada modalidad de seguridad que se necesite) - aceptada la solicitud.
2. Paso 2. Se procede a una reunión con el departamento de agente metropolitano los cuales dejaran en acta dejaran impresa el compromiso adquirido con la cooperativa (esto será de fácil aprobación aprovechando los planes de protección a los patrimonios culturales aprobados el alcalde norman Quijano).

**11.1.3 ACCION 3. DAR UNA EDUCACION FAMILIAR CON LA FINALIDAD DE RECUPERAR LOS VALORES Y ORIENTAR A UN CAMBIO EN LA ACTITUDES DE LAS PERSONAS.**

Gestionar la participación de personal de la PNC para dar charlas de prevención de la violencia.

Se escoge la PNC y no otras como por ejemplo iglesias, organizaciones civiles ya que dicha institución cuentan con personal capacitado para realizar este tipo de charlas las cuales están

incluidas en los programas de prevención de violencia con que cuenta la policía para cada municipalidad, también nos ahorraría brindar materiales o contratación de este tipo actividad para mejorar el clima de seguridad del BSE,

Por lo cual se propone gestionar con la policía nacional Civil para que brinde charlas de prevención con base en los valores de la familia para tener una educación familiar integra y erradicar la delincuencia de raíz. Esta gestión se realiza por medio de una carta de solicitud de recurso humano para impartir charlas sobre prevención de la violencia, la carta tendrá que estar firmada por todos los integrantes de la cooperativa, y debe contener el lugar, horario, número de personas estimas que asistirán a la ponencia, además de los temas más importantes a impartir y sobre todo la frecuencia de la actividad.

## **4.2. OE 2. DISEÑO DE SISTEMA DE SEGURIDAD PREVENTIVA.**

---

### **11.1.4 ACCION 1. IDENTIFICAR LAS ACTIVIDADES PREVENTIVAS CON LA MUNICIPALIDAD Y EL COMITÉ DE SEGURIDAD**

La Municipalidad de San salvador a la que pertenece el BSE, a través de las Gerencia de Desarrollo Humano y Participación Ciudadana y Servicios, realizaran trabajos que permitan organizar, mejorar las condiciones de seguridad del Municipio, Actualmente las siguientes actividades son realizadas por la municipalidad para incrementar las condiciones de seguridad y la sensación de vigilancia:

- **Capacitando a los habitantes:** Las campañas de capacitación ayudan a tener un permanente contacto con los habitantes de manera que se les haga sentir que cuentan con una ayuda que la tienen cuando lo necesiten, por lo que el personal de la comunidad debe acudir a los llamados por medio del comité y ser eficientes en las capacitaciones dadas.
- **Controlando a los Vigilantes:** El control del servicio de seguridad ciudadana a las unidades del servicio se hacen por medio de un recorrido control (rondas), donde se entrevisten y registren su paso por el lugar además de eso para la zona del BSE se pide un elemento audiovisual (silbato) que permitan que la población sepa que el servicio está presente en su urbanización.

### 11.1.5 ACCION 2. DISENAR LAS ACTIVIDADES PREVENTIVAS CON OTROS SECTORES.

Es importante la participación de otros sectores que permitan reducir los riesgos provocados por la inseguridad que se vive dentro de la población del BSE, de manera que la suma de todos los esfuerzos ayuden a garantizar la seguridad de la ciudadanía y la paz del BSE, por lo que es fundamental la participación de:

1. **La Iglesia.-** Ayudará en la orientación de la feligresía basada en los principios y criterios morales que pueden generar manifestaciones de orden, seguridad y confianza, harán que se generen ambientes de desarrollo armónico que ayude a eliminar o reducir la violencia familiar existente en la población; así mismo, puede ayudar a educar en programas de catequesis a una población estudiantil considerable que lleve a sus hogares valores que contagien la participación de la familia y se genere un cambio real en el comportamiento de la población que se encuentra fuera de los esquemas de seguridad.

Pero como lograr esto, En la iglesia la merced existen grupos religiosos de jóvenes que se reúnen los días domingos donde se habla de la palabra de dios y temas de interés social los cuales serían de mucha ayuda para los jóvenes con problemas de violencia. El programa consistirá en realizar jornadas de acercamiento al grupo de los jóvenes con más riesgos de las colonias o barrios del BSE invitando a asistir a este tipo de actividades que son una base para el impulso de la seguridad del lugar. Los insumos que necesitarían para la realización de esta actividad son: personas con capacidad de convencimiento, dinámicas, sobre todo con ganas de trabajar para mejorar el ambiente donde viven jóvenes con entusiasmo y una buena organización.

2. **Comunidad Organizada.-** La comunidad organizada a través de la comités de seguridad ciudadana llamadas también juntas vecinales tienen como misión contribuir en acciones preventivas para acrecentar la seguridad en la población participando de una manera voluntaria, comunal, permanente, solidaria y apolítica, valores que son fundamentales para que caminen los sistemas de bienestar social y ayuden a mejorar las condiciones que se pretenden mejorar en bien de la seguridad en el BSE (una de las funciones del comité es la réplica de comités de seguridad en el BSE por medio de talleres acción 3.1.2).
3. **Actividades preventivas por medio de la educación** Coordinar con las escuelas que se encuentran en el BSE para que se realicen trabajos de capacitación a toda la población estudiantil de cómo emplear normas de conducta adecuadas e incentivar a los alumnos a que transmitan estas disciplinas en sus hogares para que exista un cambio en el comportamiento desde los padres.
  - Diseñar labores específicas que incentiven a un mejor comportamiento y sean aplicados a los alumnos problemas de las instituciones educativas, convirtiéndolos en líderes positivos dejándoles responsabilidades que deben ser monitoreadas por los

profesores responsables y así se estaría evitando una contaminación mayor en el comportamiento del alumnado.

- Crear programas de asistencia para atender sus necesidades en situaciones difíciles. (fomentando los grupos de las iglesias)
- Elaborar Políticas y programas de Atención Integral al Adolescente educando a los padres sobre su comportamiento y trato que se deben dar a los hijos en esta etapa difícil de la vida que les toca vivir. (escuela para padres)
- Coordinar con la Policía Nacional para poder plantear programas, campañas que se orienten a usar los recursos pedagógicos, con la finalidad de minimizar el los daños causados por el pandillaje.
- Elaborar proyectos de parte de la cooperativa ACOVICHSS, motivando a los jóvenes sobre la importancia que ellos tienen, haciéndolos participar en: Grupos de Teatro, concurso de poesías, concurso de Música y canto, entre otros. (una de las funciones del comité es formar grupos de teatros acción 3.1.2).

#### **11.1.6 ACCION 3. ESTABLECER LAS ACTIVIDADES PREVENTIVAS PNC Y COMITÉ DE SEGURIDAD.**

Aprovechando los convenios destinados a fortalecer la seguridad ciudadana por parte de la PNC se establecen las actividades de prevención al combate al crimen y el establecimiento de vigilancia por parte de los mismos.

- Ejecución de Operativos en zonas de mayor incidencia delictiva que permitan minimizar y eliminar a futuro estos puntos.
- Capacitación en Centros Educativos en temas relacionados a la importancia de crecer dentro de parámetros integrales de dignidad y moral evitando de esta manera violencia y deserción escolar. (una de las actividades en educación acción 3.2.2).
- Organizar eventos y programas con pandillas juveniles identificadas que les permita reinsertarse a la sociedad.
- Organizar eventos deportivos que permitan confraternizar a los diferentes comités de seguridad haciendo que se incremente la participación ciudadana, para hacer frente a la inseguridad que se vive.
- Seguimiento del desempeño de los comités de seguridad ciudadana, en coordinación con la Secretaría Técnica del Comité de la PNC. (una de las funciones del comité es dar información relevante de inseguridades del BSE acción 3.1.2).

- Apoyo metodológico a la elaboración del proceso de recojo de información relevante del Comité. (una de las funciones del comité es dar información de inseguridades del BSE acción 3.1.2).
- Apoyar acciones de capacitación para la comunidad organizada e integrantes del Comité, en materia de seguridad y justicia, con respeto a los derechos fundamentales. En este sentido, se promoverá la realización de talleres conjuntos. (apoyo en capacitación para la comunidad acción 3.1.2, acción 3.2.2).
- Apoyar a través de sus oficinas especializadas y de las oficinas defensorías, las acciones de difusión y sensibilización de la política, planes y programas que desarrolle el Comité.
- Enfatizar la comunicación para motivar la participación proactiva de los habitantes del BSE decidida en apoyo al esfuerzo policial.
- Fortalecimiento de las actividades de asistencia social en la población que permitan lograr su apoyo, a fin de fortalecer el bienestar de los habitantes del BSE.
- Promover la Policía comunitaria en forma diaria por medio de las reuniones del comité de la cooperativa con la PNC.
- Apoyo por parte de la Policía Nacional de Turismo a fin de que amplíe la seguridad en los lugares de afluencia turística. (plan de turismo en BSE) (apoyo en acción 3.1.2).

### **4.3. OE 3. DISEÑO DE SISTEMA DE SEGURIDAD CORRECTIVA.**

---

#### **11.3.1 ACCION 1. DETERMINAR PUNTOS CRITICOS Y VULNERABLES (FACTORES CONDICIONANTES DE INSEGURIDAD)**

##### **Principales problemas y causas**

Como resultado de la investigación realizada en el diagnostico se han determinado los principales problemas delincuenciales que afectan a la seguridad ciudadana del BSE entre las cuales mencionamos:



PROBLEMAS	CAUSAS	PROBLEMAS	CAUSAS
<b>Presencia de actos criminales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pérdida de valores</li> <li>• Limitación laboral</li> </ul>	Presencia de mendicidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abandono familiar</li> <li>• Pobreza</li> <li>• Desempleo</li> </ul>
<b>Delitos contra el patrimonio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desocupación</li> <li>• Carencia de medios Económicos</li> <li>• Pérdida de valores</li> </ul>	Pandillaje juvenil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo autoestima</li> <li>• Desintegración familiar</li> <li>• Pérdida de valores</li> </ul>
<b>Faltas contra la persona y buenas costumbres</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pérdida de valores</li> <li>• Escaso nivel cultural</li> </ul>	Informalidad en el tránsito vehicular y comercio ambulatorio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incumplimiento de la normatividad y control</li> </ul>
<b>El alcoholismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo autoestima</li> <li>• Desocupación</li> <li>• Decepción amorosa</li> <li>• Maltrato psicológico y físico</li> </ul>	Existencia de múltiples factores de inseguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de valores</li> <li>• Corrupción</li> <li>• Pobreza</li> <li>• Desempleo</li> <li>• Desinterés de las autoridades</li> </ul>
<b>Débil organización en materia de seguridad ciudadana</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de políticas de seguridad ciudadana</li> <li>• Débil participación Ciudadana</li> <li>• Ausencia de liderazgo</li> </ul>

Tabla 160: Puntos críticos y vulnerables

### Puntos críticos

En los puntos críticos del BSE hay diferentes tipos de delincuencia y a esta problemática se suman factores de carácter económico, cultural, falta de valores en las bases de la sociedad que es la familia, por lo tanto la aplicación de un Plan de Seguridad Estratégico, debe estar orientada a ese núcleo, con la finalidad de recuperar los valores y orientar a un cambio en las actitudes de las personas, mejorando su educación.

## **Determinando los factores condicionantes de inseguridad**

En el BSE existen una serie de factores situacionales que contribuyen a la inseguridad de la población, los mismos que son identificados para su mejoramiento en cuanto a implementación de la seguridad en beneficio de los habitantes lo que se detalla a continuación:

- Espacios públicos abandonados.
- Limitada iluminación.
- Deficiente conocimiento en aspectos de seguridad (En la comunidad tinetti)
- Limitada implementación del ordenamiento de tránsito vehicular.

### **11.3.2 ACCION 2. GESTIONAR EL APOYO INCONDICIONAL DE LA PNC Y CAM**

El trabajo conjunto de las instituciones con el BSE se realizara con la solicitud a las instituciones encargadas según los convenios y los planes de estas instituciones tengan (Eje. Plan batalla por la paz 2011 para la prevención, represión del delito y la violencia con participación ciudadana por la PNC)

Para la gestión de apoyo de las instituciones hacia el BSE para mejor la seguridad se realiza en los pasos siguientes:

Gestiones para la petición de la presencia policial para los tours

1. Paso 1. Realizar una carta de petición dirigida a cada institución a la Policía nacional Civil y a la Policía municipal, firmada por todos los miembros de la cooperativa, estas cartas deben contener las rutas y recorridos de los tours, los horarios y el tiempo de duración (detallando cada plan de turismo en el que se necesiten), el número de patrimonios culturales existentes en el BSE y el número de personal solicitado para cada uno de ellos, horarios en los cuales se quiere que se preste el servicio de seguridad entre otros datos de importancia.
2. Paso 2. Se procede a una reunión con cada institución las cuales dejaran en acta impresa el compromiso adquirido con la cooperativa (esto será de fácil aprobación aprovechando los planes de protección a los patrimonios culturales aprobados el alcalde norman Quijano, y el plan de batalla por la paz de la PNC).
3. Paso 3. Se realiza la organización de todos los factores ya adquiridos por las solicitudes.

### **11.3.3 ACCION 3. ORGANIZAR ACTIVIDADES CONJUNTAS PNC, CAM Y COMITÉ**

Para dar cobertura de Seguridad para la corrección del accionar delincriminal y auxilio oportuno a la comunidad en los puntos críticos de alta incidencia delictiva o de riesgo para la Ciudadanía, con el propósito de fortalecer la presencia Policial disuasiva y brindar protección a la población en general garantizando la seguridad en el BSE.

Las siguientes actividades se realizarán ya gestionada y aceptada la solicitud de participación de cada institución realizada en la acción 3.1.2 de este plan de seguridad

- Incentivar la participación del personal policial para que en forma coordinada con los miembros del comité seguridad de la cooperativa, articulen y complementen ambas funciones
- Realizar capacitaciones periódicas por parte de la policial al comité de seguridad, para que puedan conocer sus derechos y las facultades que marca la ley. (Guías turísticos)
- Realizar reuniones periódicas PNC y comité para generar un ambiente de comunicación fluida, donde se brinde la información a la Policía Nacional sobre los puntos frecuentes de incidencia delictiva y aspectos que generen condiciones de inseguridad, de tal manera que el personal policial en aplicación de sus funciones puedan actuar sistemáticamente hasta lograr el control de la situación presentada. *(Esto se da en las reuniones de PNC con comité de seguridad, cada dos meses según lo establecido en plan batalla por la paz 2011)*
- Convocar a reuniones cada 60 días para la evaluación e implementación de las estrategias organizando talleres coordinadamente con las diferentes instituciones comprometidas en reducir los índices delictivos y de inseguridad (PNC, CAM).

### **11.3.4 ACCION 4. IDENTIFICAR LAS METAS ALCANZAR POR EL COMITÉ DE SEGURIDAD CON LAS ACCIONES A REALIZAR EN CONJUNTO CON TODAS LAS INSTITUCIONES**

Las metas son muy importantes en el proceso de planeación ya que nos permiten saber si se llega a cumplir el objetivo, las metas para ser medibles deben ser cuantificables en todo plan estratégico.

Metas de las actividades

- Reducir la delincuencia un 10% en todos sus aspectos, generando mayor presencia policial en las calles.
- Reducir el maltrato infantil 5% a través de campañas de prevención y concientización, mejorando la educación y cultura de los padres de familia.

- Lograr evitar la deserción escolar 7% y el pandillaje pernicioso haciendo campañas donde se le haga sentir la importancia positiva que tienen los jóvenes en la sociedad.
- Mejorar el clima de seguridad del BSE para que sus pobladores e inversionistas se animen a invertir en el lugar
- Mejorar la imagen de seguridad del BSE 25% para ser un lugar de atractivo turístico.

## **CAPITULO XII. LE4: FORTALECER LA EDUCACIÓN COMPLEMENTARIA EN DEPORTE, RECREACIÓN Y VALORES**

---



---

### **5.1. OE 1. CREAR ESPACIOS DE PRÁCTICAS DEPORTIVAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EN TIEMPO LIBRE DE LOS HABITANTES.**

---



---

- 12.1.1 ACCIÓN 1. IDENTIFICAR LOS ESPACIOS PARA PRÁCTICA DE DEPORTES EXISTENTES.**
- 12.1.2 ACCION 2. CREAR UN COMITÉ DE GESTIÓN DE RECURSOS Y ORGANIZACIÓN DE DEPORTES.**
- 12.1.3 ACCION 3. GESTIONAR EL INVOLUCRAMIENTO DE LA POLICÍA NACIONAL CIVIL PARA DAR SEGURIDAD A LOS TORNEOS.**
- 12.1.4 ACCION 4. DESARROLLAR TORNEOS DEPORTIVOS QUE PROMUEVA EL USO DEL TIEMPO LIBRE EN SANO ESPARCIMIENTO SOBRE TODO EN LA JUVENTUD.**
- 12.1.5 ACCION 5. CREAR UNA ESCUELA DE FUTBOL PARA LOS NIÑOS Y JÓVENES DEL BSE EN CONJUNTO CON EL CONSEJO DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR Y EN CONJUNTO CON VOLUNTARIADO DE LA FUNDACIÓN EDUCANDO A UN SALVADOREÑO (FESA)**

## **5.2. OE2. FORTALECER ESPACIOS DE RECREACIÓN FAMILIAR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO FAMILIAR A TRAVÉS DEL COMPARTIR.**

---

- 12.2.1 ACCION 1. IDENTIFICAR LOS ESPACIOS PARA RECREACIÓN EXISTENTES.
- 12.2.2 ACCION 2. DESARROLLAR UN PLAN DE RECREACIÓN FAMILIAR EN LOS ESPACIOS EXISTENTES.
- 12.2.3 ACCION 3. PRESENTAR PLAN AL CONSEJO MUNICIPAL PARA LA PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA.
- 12.2.4 ACCION 4. DESARROLLAR DE MANERA CONSTANTE ACTIVIDADES DE RECREACIÓN FAMILIAR PARA PROMOCIONAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS HABITANTES
- 12.2.5 ACCION 5. GESTIONAR EL INVOLUCRAMIENTO DE LAS INSTITUCIONES DE INTERÉS EN PREVENCIÓN DE VIOLENCIA: ONG'S, PNC, MINISTERIO DE GOBERNACIÓN, SECRETARIA DE LA FAMILIA.

## **5.3. OE3. PROMOCIONAR VALORES EN LOS HABITANTES PARA PROPICIAR UNA CULTURA DE PAZ BSE.**

---

- 12.3.1 ACCION 1. FORMAR UN COMITÉ DE PROMOCIÓN DE VALORES DE LA MANO DE IGLESIAS, CENTROS ESCOLARES Y EL CONSEJO DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA.
- 12.3.2 ACCION 2. GESTIONAR VOLUNTARIADO Y PRÁCTICAS DE HORAS SOCIALES DE UNIVERSIDADES PRIVADAS COMO PROMOTORES DE VALORES EN EL BARRIO.
- 12.3.3 ACCION 3. GESTIONAR LA PARTICIPACIÓN DE LA FUNDACIÓN SALVADOR DEL MUNDO EN EL DESARROLLO DE UNA CURRICULA PARA LA PROMOCIÓN DE VALORES.
- 12.3.4 ACCION 4. ELABORAR UN PLAN DE PROMOCIÓN DE LA CURRICULA EN CENTROS ESCOLARES Y EN IGLESIAS DE BARRIO.
- 12.3.5 ACCION 5. DESARROLLAR LA PROMOCIÓN DE VALORES ESTABLECIDO EN EL PLAN Y PROPICIAR LA REPRODUCCIÓN DEL APRENDIZAJE ENTRE LOS HABITANTES.

**12.3.6 ACCION 6. DESARROLLAR DE MANERA CONSTANTE LA REPRODUCCIÓN DEL PLAN MEJORÁNDOLO EN LA ADQUISICIÓN DE EXPERIENCIA.**

**CAPITULO XIII. LE5: DESARROLLAR UN SISTEMA DE OBTENCIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS Y LA ADMINISTRACIÓN DE LOS MISMOS.**

---

---

**6.1. OE1: DETERMINAR EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR DE LAS INSTITUCIONES PARA LA OBTENCION DE RECURSOS.**

---

---

**13.1.1 ACCION 1. INDICAR LAS FORMAS DE OBTENCION DE RECURSOS FINANCIEROS**

El recurso financiero es un factor que afecta el desarrollo de las actividades de cualquier organización, como es el caso de la Cooperativa ACOVICHSS, es por ello que se busca el financiamiento para los proyectos a ejecutarse. En esta acción se establece las diferentes maneras como la Cooperativa ACOVICHSS puede obtener recursos monetarios, con el objetivo de ejecutar los planes de desarrollo comunal y la oferta de los servicios turísticos que ahí se prestaran. Para el desarrollo de la propuesta de financiamiento existen tres maneras diferentes de realizarlo las cuáles son:

1. Gestionando los fondos directamente de la organización internacional AECID
2. Gestionando los fondos por medio de la alcaldía municipal con el FODES.
3. Y el otro es por medio de préstamos en diferentes instituciones bancarias.

**A. Obtención de financiamiento a través de AECID**

Institución internacional que ayuda con fondos monetarios a una diversidad de proyectos.

**B. Obtención de financiamiento a través del Fondo de Desarrollo Social (FODES).**

Este fondo es utilizado por las Municipalidades para invertir en proyectos de desarrollo local. Este fondo es proporcionado por el Gobierno Central.

**C. Obtención de recursos a través de préstamos a instituciones financieras.**

Este financiamiento se da por medio de las municipalidades pueden optar a créditos para la realización de proyectos con inversiones grandes, al realizar el préstamo con instituciones financieras se coloca el FODES como prenda del préstamo; dicho préstamo ha de ser avalado por el Ministerio de Hacienda el cual categoriza a la municipalidad para que la institución financiera le efectúe un determinado porcentaje o totalidad del monto solicitado según se encuentre categorizada la Alcaldía.

### 13.1.2 ACCION 2. DEFINICION DEL PROCESO A SEGUIR PARA LA OBTENCION DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Esta acción nos ayudara a establecer una guía que facilite la obtención de fondos monetarios a través de AECID, FODES, Instituciones Bancarias para la ejecución de planes de desarrollo comunal y oferta de los servicios turísticos en el BSE por la Cooperativa ACOVIHSS.

#### a) Obtención de recursos financieros a través de Organización Internacional AECID

A continuación se muestran el procedimiento a seguir para la contención de recursos financieros por medio de la Organización internacional AECID

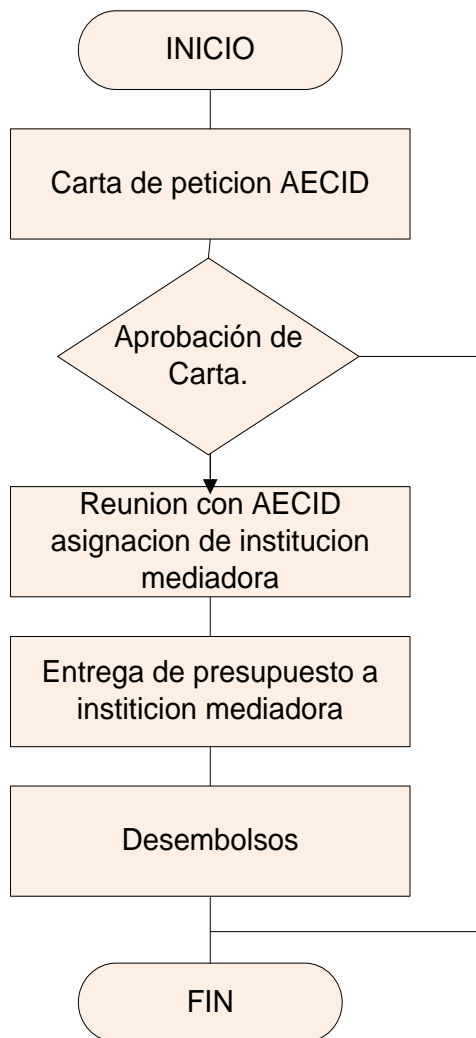


Figura 68: Procedimiento de obtención de recursos financieros

Los pasos a seguir para la obtención de fondos monetarios por parte de AECID son los siguientes:

- i. Enviar una carta con la petición de obtención de recursos a AECID firmada por todos los miembros de la cooperativa. (si la carta es aceptada paso siguiente)
- ii. Se realiza a una reunión de segunda valorización sobre el proyecto en esta se procede a asignarle una institución mediadora para la obtención del recurso financiero. (ejemplos AACID, o alcaldía municipal)
- iii. La segunda reunión se realiza con la institución asignada donde se menciona el monto que se necesita se entrega el respectivo presupuesto de la inversión (en la cual es aceptada el proyecto)
- iv. El desembolso para la realización del proyecto, generalmente se efectúa en fases al inicio del proyecto en un 25% del monto, 35% a medio proyecto y el restante al finalizarlo. (políticas de cada institución)

*b) Obtención de recursos financieros a través de la alcaldía con el FODES.*

El Fondo de Desarrollo Social para la mejora (FODES) es un fondo destinado a la realización de proyectos de beneficio social, por lo que para gestionarlo es necesario sustentar la finalidad de dichos recursos solicitados.

*Los pasos a seguir para la obtención de fondos monetarios son los siguientes*

1. Definir la existencia de una necesidad u oportunidad *para la* ejecución de planes de desarrollo comunal y oferta de los servicios turísticos en el BSE por la Cooperativa ACOVIHSS (proceso ya realizado en el anteproyecto del estudio. El cual dio origen al estudio teniendo como oportunidad el ofrecer servicios turísticos).
2. Formular un plan basado en la necesidad u oportunidad identificada. (estos planes son los realizados en esta etapa de diseño ejemplo de uno de los seis planes es el plan de productos y servicio realizados en este estudio). La alcaldía municipal cuenta con una oficina técnica la cual puede auxiliar para la realización de dichos planes si en algún dado momento del futuro necesitaran realizar otros proyectos para realizar este proceso es necesario una carta solicitando la petición.
3. Elaboración de carpeta técnica. Esta carpeta muestra de manera sintetizada los recursos materiales y monetarios (presupuesto de inversión) necesarios para llevar a cabo el proyecto. Ésta es hecha por el departamento técnico de la municipalidad. (Información a realizar en la etapa financiera)
4. Gestión de los fondos. Dentro del Consejo Municipal se efectúa un acuerdo para la realización del proyecto, lo que significaría que el proyecto será o no aceptado para su realización.
5. Desarrollo de una licitación. Basándose en la carpeta técnica se procede a la realización de la licitación pública, para ello se admiten un máximo de 5 y un mínimo de 3 participantes para la realización del proyecto (si este fuese el caso).
6. Desembolsos de los recursos monetarios. Los desembolsos para la realización del proyecto son parciales, generalmente se efectúa en tres fases al inicio del proyecto en un 25% del monto,



35% a medio proyecto y el restante al finalizarlo; se establece de esta manera como un respaldo para el cumplimiento de este.

Procedimiento a realizar para la obtención de recursos.

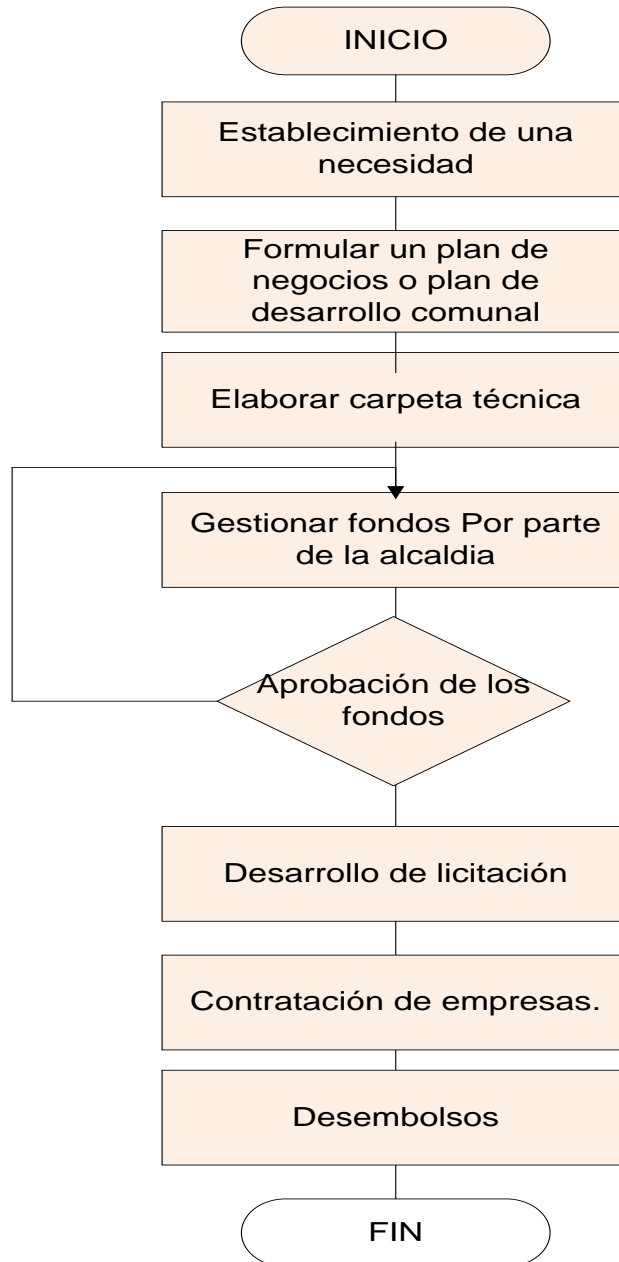


Figura 69: Procedimiento para obtención de recursos

El periodo estimado para la realización de este proceso de obtención de fondos es de 4 a 6 meses, en lo que se recolectan todos los documentos necesarios para tramitar el crédito con la institución financiera y el periodo de aprobación por dicha institución.

c) Obtención de recursos financieros a través de préstamos a instituciones financieras.

En esta acción se describe la secuencia lógica de pasos y establecen los requisitos para conseguir recursos monetarios a través de préstamo a instituciones financieras, para la ejecución de planes de desarrollo comunal y la oferta de los servicios turísticos en el BSE por la Cooperativa ACOVIHSS.

Este tipo de préstamo se realiza para efectuar inversiones grandes, colocan al FODES como garantía prenda y depende en gran manera del estado de deuda que la Alcaldía Municipal posea con el sistema financiero para que sea otorgado, para la ejecución de planes de desarrollo comunal y oferta de los servicios turísticos en el BSE.

*Para la realización de obtención de fondos se realizaran las siguientes actividades*

1. *Definir la existencia de una oportunidad para la ejecución de planes de desarrollo comunal y de los servicios turísticos en el BSE*

En esta etapa del estudio la oportunidad ya ha sido identificada desde el anteproyecto la cual le dio el origen al estudio, la oportunidad identificada es ofertar servicios turísticos culturales basándose en los patrimonios tangibles e intangibles con que cuenta el BSE. (Información detallada en etapa de anteproyecto)

2. *Formular un proyecto basado en la necesidad u oportunidad identificada.*

Identificada la oportunidad en el anteproyecto se procedió a establecer la factibilidad desde diferentes estados como lo es el mercado con esta información se diseñaron los planes para el desarrollo de esta oportunidad. (Información detallada en etapa de Diseño del proyecto plan de productos y servicios)

3. *Formular acuerdo para aceptación de los fondos.*

Para la realización del proyecto se efectúa un acuerdo donde se establecen diferentes opciones con las financieras se les hará el préstamo, se estudia las tasas de interés, el periodo de pago y la forma como se encuentran en la categoría del sistema financiero.

4. *Se llena la solicitud de préstamo de la institución financiera en la que ha requerido el préstamo.*

Dentro de la institución financiera seleccionada de donde se requerirá el préstamo se pide la solicitud y los requisitos que debe de cumplir.

5. *Se solicita la certificación de clasificación de deuda al Ministerio de Hacienda.*

Se pide al Ministerio de Hacienda la certificación de deuda de para la Alcaldía Municipal de San Salvador, según este clasificada así es el monto que la institución financiera le puede prestar. La clasificación es establecida a continuación: A indica que la municipalidad posee liquidez y puede acceder al monto que esta solicita; B indica que posee mediana liquidez y que puede acceder a cierta cantidad del préstamo solicitado (entre 75% al 80%) y C indica que la municipalidad se

encuentra en deuda por lo que existe poca probabilidad que le aprueben el préstamo o efectúan el préstamo pero con condiciones y un monto menor.

6. *Presentación de documentos a la institución financiera.*

Se presenta la certificación de clasificación de deuda, la solicitud de préstamo a la institución financiera y el proyecto de oferta turística que se desarrollara., además de otros documentos que solicita la unidad financiera; luego esperar la aprobación del préstamo.

7. *Elaboración de carpeta técnica.*

Ya teniendo la aprobación del financiamiento se procede a la elaboración de la carpeta técnica; la que muestra de manera sintetizada los recursos materiales y monetarios (presupuesto de inversión) necesarios para llevar a cabo el proyecto, esta es efectuada por el departamento técnico de la municipalidad.

8. *Desarrollo de una licitación.*

Basándose en la carpeta técnica se procede a la realización de la licitación pública, para ello se admiten un máximo de 10 y un mínimo de 5 participantes para la realización del proyecto.

9. *Desembolsos de los recursos monetarios.*

Los desembolsos para la realización del proyecto son parciales, generalmente se efectúa en tres fases al inicio del proyecto en un 25% del monto, 35% a medio proyecto y el restante al finalizarlo; se establece de esta manera como un respaldo para el cumplimiento de este.

El periodo estimado para la realización de procedimiento es de 8 a 12 meses, en lo que se recolectan todos los documentos necesarios para tramitar el crédito con la institución financiera y el periodo de aprobación por dicha institución.

Procedimiento a realizar para la obtención de recursos.

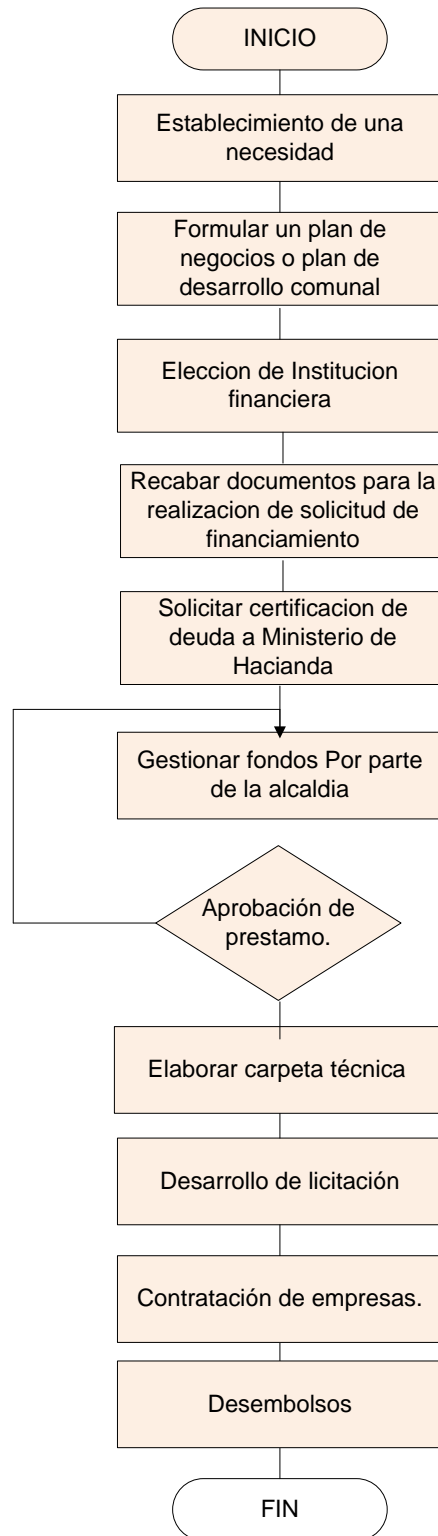


Figura 70: Procedimiento de obtención de recursos

## 6.2. OE2. CAPACITAR A LOS INVOLUCRADOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

### 13.2.1 ACCION 1. DEFINIR LA TEMATICA DE LOS MODULOS A IMPARTIR DENTRO DE LAS SESIONES DE LA CAPACITACION PARA LA FORMACION ADMINISTRATIVA.

La formación administrativa dentro de toda organización es básica, porque es el administrador el encargado de orientar el rumbo que ha de llevar la empresa, por lo que es importante recibir una capacitación sobre esto.

Dentro de esta capacitación se desarrollaran seis módulos orientados a la formación administrativa, en los cuales se establecerán los principios teórico general de la administración, el ciclo administrativo, aspectos generales de cómo administrar una cooperativa y cómo manejar al personal (temas estudiados en el marco conceptual), los cuales se enumeran a continuación.

MODULOS		
M 1. Administración de empresas	M 2. Planeación	M 3. Organizar
M 4. Dirigir	M 5. Controlar	M 6. Presupuesto

Tabla 161: Módulos de capacitación

Con la ejecución de esta capacitación se involucrara al administrador de la cooperativa y los diferentes encargados de cada una de las comisiones en busca de desempeñar una mejor labor dentro de la Cooperativa.

### 13.2.2 ACCION 2. DEFINIR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA ELABORACION DE CAPACITACION.

**PERSONAL:** Se necesita el personal indicado para la elaboración de la temática a seguir para la capacitación de administración de la empresa (Ing. Industriales, Lic. administración)

**LUGAR:** Se necesita tener el lugar adecuado para realizar las capacitaciones y así elaborar la temática de cada módulo de acuerdo al ambiente donde se desarrollara la capacitación (espacio dentro de los multifamiliares de la cooperativa)

**TIEMPO:** Para elaborar la capacitación se necesitara un periodo de tiempo de una semana para realizar la investigación pertinente de cada tema. Y Para llevar a cabo la capacitación sobre teoría básica administración de empresas se considera que se realizara en un periodo de tiempo estimado de diecinueve horas equivalente a siete semanas, proporcionando tres sesiones semanales, con el objetivo que el administrador de la Cooperativa ACOVICHSS y los jefes de los comités posean los conocimientos básicos de aspectos administrativos.

## RESULTADOS ESPERADOS.

- Que los encargados de la Cooperativa ACOVICHSS cuenten con los elementos teóricos básicos de la administración de organización.
- El administrador establezca las herramientas de control a utilizar dentro de la Cooperativa ACOVICHSS.

### 13.2.3 ACCION 3. ELABORAR CADA UNO DE LOS MODULOS QUE SE IMPARTEN DENTRO CAPACITACION.

En esta acción se identifican los principales contenidos a tratar y se definen los objetivos dentro de cada uno de los módulos de la capacitación. Para poder desarrollar la capacitación es necesario establecer cuáles son los temas que posee mayor relevancia y que se encuentren acorde a las necesidades de información de los jefes de la Cooperativa; es por eso que se identifican a continuación cuales son los temas y objetivos que se pretende desarrollar dentro de cada una de los módulos.

Módulo I		¿Qué es la administración de empresas?
<b>CONTENIDO DEL MODULO</b>		<ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Qué es una empresa?</li><li>2. Definición de la administración de empresas.</li><li>3. Historia de la administración de empresas.</li><li>4. Los principios de la administración.</li><li>5. Ciclo administrativo.</li><li>6. Funciones del administrador de empresa.</li></ol>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>Objetivo General.</b>	Promover conocimientos generales sobre la administración de empresas
	<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Comprender la definición de empresa.</li><li>➤ Consolidar conceptos teóricos sobre la administración de empresas.</li><li>➤ Describir el rol y las principales funciones del administrador de empresas.</li><li>➤ Definir el ciclo administrativo de manera general.</li></ul>
<b>DURACION DEL MODULO</b>		El modulo se desarrollara en dos sesiones, cada una de ellas tendrá un tiempo de duración 1 hora
<b>Al finalizar este módulo los participantes estarán en la capacidad de saber que es una empresa, aspectos teóricos sobre administración de empresa, bases del ciclo administrativo y las funciones que debe tener el administrador.</b>		

Tabla 162: Modulo de administración de empresas

Módulo II		Planeación.
<b>CONTENIDO DEL MODULO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Que es la planeación.</li> <li>2. Los tipos de Planeación.</li> <li>3. Que se debe planear.</li> <li>4. Métodos para realizar una plantación.</li> <li>5. Taller sobre planeación de trabajo anual, definir los objetivos y los medios para alcanzarlos.</li> </ol>	
<b>OBJETIVOS</b>	<b>Objetivo General.</b>	Conocer lo básico que es realizar una planeación de trabajo para definir el rumbo a seguir de la empresa en un periodo de tiempo determinado.
	<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comprender lo básico que es la planeación.</li> <li>➤ Identificar los diferentes tipos de planeación.</li> <li>➤ Definir los recursos a utilizar para la realización de los planes.</li> <li>➤ Efectuar una práctica de cómo realizar una plantación a corto plazo para dirigir a la empresa.</li> </ul>
<b>DURACION DEL MODULO</b>	El modulo se desarrollara en tres sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora; el taller se realizara en una sesión.	
<p><b>Al finalizar este módulo el participante estará en la capacidad de poder planear el trabajo y poseer aspectos teóricos sobre la plantación.</b></p>		

Tabla 163: Modulo de planeación

Módulo III		Organizar.
<b>CONTENIDO DEL MODULO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Que es organizar.</li> <li>2. Como organizar las actividades a efectuar dentro de una empresa.</li> <li>3. Que se debe de organizar.</li> <li>4. Diseñar el trabajo a realizar.</li> </ol>	
<b>OBJETIVOS</b>	<b>Objetivo General.</b>	Estructurar de manera eficiente las diferentes tareas que se han de organizar para ejecutar de manera adecuada el trabajo dentro de la empresa
	<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entender la definición de organizar.</li> <li>➤ Identificar las principales tareas que se deben de organizar.</li> <li>➤ Conocer los aspectos básicos de cómo se debe de organizar las actividades dentro de una empresa.</li> <li>➤ Diseñar el trabajo a efectuar y asignar los recursos.</li> </ul>
<b>DURACION DEL MODULO</b>	El modulo se desarrollara en tres sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora	
<p><b>Al finalizar este módulo el participante está en la capacidad de organizar las diferentes tareas que se deben desarrollar para que la empresa trabaje de manera ordenada y eficiente.</b></p>		

Tabla 164: Modulo de organización

Módulo IV		Dirigir.
<b>CONTENIDO DEL MODULO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Que es dirigir.</li> <li>2. Como y a quienes dirigir.</li> <li>3. Dirección de las actividades dentro de la empresa.</li> <li>4. Asignación de las actividades.</li> <li>5. Aspectos de comunicación.</li> </ol>	
<b>OBJETIVOS</b>	<b>Objetivo General.</b>	Que los administradores de la Cooperativa conozcan la manera como han de distribuir las diferentes funciones a los demás empleados para alcanzar los objetivos empresariales.
	<b>Objetivos Específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comprender que es dirigir y como ha de realizarse.</li> <li>➤ Aprender a asignar las actividades a los diferentes miembros de la Cooperativa.</li> <li>➤ Definir la manera de cómo se transmitirá la asignación de las actividades laborales.</li> </ul>
<b>DURACION DEL MODULO</b>	El modulo se desarrollara en tres sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora	
<p><b>Al finalizar este módulo el participante está en la capacidad de dirigir a los empleados y la asignación de recursos humano para alcanzar los objetivos empresariales.</b></p>		

Tabla 165: Modulo de dirección

Módulo V		Control.
<b>CONTENIDO DEL MODULO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer la definición de control.</li> <li>2. Definir qué aspectos se ha de controlar dentro de una empresa.</li> <li>3. Establecer las herramientas necesarias para realizar el control de las actividades.</li> <li>4. Tipos de indicadores a aplicar dentro de una empresa de servicio.</li> <li>5. Taller sobre la formulación de herramienta e indicadores de control.</li> </ol>	
<b>OBJETIVOS</b>	<b>Objetivo General.</b>	Identificar qué aspectos de las actividades son necesarios controlar para el eficiente funcionamiento de la Cooperativa.
	<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comprender que es control y las actividades a controlar.</li> <li>➤ Establecer que mecanismos de control pueden ser utilizados dentro de la Cooperativa.</li> <li>➤ Identificar que indicadores se utilizaran para realizar el control de las actividades.</li> </ul>
<b>DURACION DEL MODULO</b>	El modulo se desarrollara en cuatro sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, asignando una de ellas para la realización del taller.	
<p><b>Al finalizar este módulo el participante esta en la capacidad de establecer los diferentes mecanismos de control dentro de la empresa</b></p>		

Tabla 166: Modulo de control



Módulo VI		Elaboración de un presupuesto.	
<b>CONTENIDO DEL MODULO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer la definición presupuesto.</li> <li>2. Tipos de presupuestos, diferencias y ventajas.</li> <li>3. El responsable del desarrollo del presupuesto.</li> <li>4. El presupuesto como herramienta de control de las actividades.</li> <li>5. Diseño y elaboración de un presupuesto anual.</li> <li>6. Cuentas a considerar dentro del presupuesto.</li> <li>7. Taller sobre la formulación del presupuesto anual para la Cooperativa ACOVICHSS</li> </ol>		
<b>OBJETIVOS</b>	<b>Objetivo General.</b>	Definir los aspectos básicos de un presupuesto, la mejor manera de funcionamiento y aprovechamiento de los recursos financieros que se registran en la Cooperativa ACOVICHSS	
	<b>Objetivos Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comprender la importancia de desarrollar un presupuesto.</li> <li>➤ Establecer quién es el responsable de la elaboración del presupuesto.</li> <li>➤ Identificación de cuentas que son sensibles para el buen funcionamiento de la Cooperativa.</li> <li>➤ Desarrollo de un buen presupuesto anual.</li> <li>➤ Elaboración de un presupuesto de inversión.</li> </ul>	
<b>DURACION DEL MODULO</b>	El modulo se desarrollara en cuatro sesiones y cada sesión tendrá un tiempo de duración 1 hora, para desarrollar el taller se considera una sesión más con un tiempo de duración de 1 con 30 minutos, para identificar las cuentas que afectan a la Cooperativa.		
<b>Al finalizar este módulo el participante esta en la capacidad de elaborar identificar y elaborar un presupuesto anual.</b>			

Tabla 167: Modulo de elaboración de presupuesto

## **CAPITULO XIV. LE6. ORGANIZAR OPTIMAMENTE AL BSE**

---

---

### **7.1. OE 1. DEFINIR LA ORGANIZACIÓN ADECUADA PARA LA EJECUCION DEL PROYECTO**

---

---

#### **14.1.1 ACCION 1. SELECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN QUE EJECUTARA EL PLAN SOCIOECONOMICO DEL BSE.**

##### **1. SELECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN QUE EJECUTARA EL PLAN SOCIOECONOMICO DEL BSE**

En la investigación del diagnóstico del análisis interno se establecieron las organizaciones existentes en el BSE y que participarían para la ejecución del PLAN socioeconómico las cuales son:

- Asociación de Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHSS)
- Consejo Económico Parroquia Nuestra Señora de la Merced

A parte de las 2 mencionadas anteriormente se debe contemplar la posibilidad Crear una nueva cooperativa.

Para la selección de la organización idónea para la ejecución del proyecto se tomarán en cuenta algunos criterios básicos que se definen a continuación:

2. Antecedentes en la ejecución exitosa de proyectos
3. Capacidad Organizativa (capacitación para trabajo en conjunto )
4. Recursos con los que cuenta (recursos infraestructura, recursos humano )
5. Interés en el plan de desarrollo para BSE (interés comunal)

##### **a) Antecedentes en la ejecución exitosa de proyectos**

En base a la investigación de campo realizada se puede elegir la organización que posea más y mejores antecedentes respecto a la realización de proyectos en la comunidad, ya que esta experiencia ayudara para realizar de mejor manera las acciones contenidas en el plan.

A continuación se presenta un resumen de los proyectos realizados por cada una de las organizaciones:

Antecedentes en la ejecución exitosa de proyectos	
ORGANIZACIÓN	PROYECTOS REALIZADOS
Asociación de Cooperativas de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHSS)	<p>Los proyectos de la asociación son los proyectos de desarrollo comunitario de sus agremiados.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. sus más grandes proyectos son los dos multifamiliares construidos con la ayuda de la cooperación del gobierno de España, FUNDASAL y la gestión municipal anterior de la alcaldía de San Salvador.</li> <li>2. Programa de educación básica para que los habitantes del multifamiliar que no saben leer y escribir lo puedan hacer a través de la ayuda de un educador para adultos.</li> </ol>
Consejo Económico Parroquia Nuestra Señora de la Merced	<p>Los proyectos más destacados del consejo económico</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gestión de recursos que permitió el mejoramiento de la infraestructura de la iglesia San Esteba como de la escuela parroquial de la misma.</li> <li>2. Proyectos de beneficio para la comunidad en la búsqueda de la vida digna con la lucha por la eliminación de la pobreza.</li> </ol>
Nueva cooperativa	No existe experiencia en la administración de proyectos

Tabla 168: ejecución exitosa de proyectos

### b) Capacidad Organizativa (capacitación para trabajo en conjunto)

Se deberá tener preferencia por la organización que posea mayor capacidad organizativa o de gestión para la ejecución del plan socioeconómico para el BSE.

En el siguiente cuadro se presentan las características organizativas con las que cuenta cada opción:

Capacidad Organizativa (capacitación para trabajo en conjunto )	
ORGANIZACIÓN	ORGANIZACIÓN
Asociación de Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHSS)	<p>Alto grado de capacitación para trabajo en conjunto. Capacitaciones realizadas sobre cooperativismo y administración impartidas por FUNDASAL.</p>

<b>Consejo Económico Parroquia Nuestra Señora de la Merced</b>	Bajo grado de capacitación para trabajo en conjunto Necesita ser capacitada en cooperativismo y administración
<b>Nueva cooperativa</b>	-

Tabla 169: Capacidad Organizativas

**c) Recursos con los que cuenta (recursos infraestructura, recursos humano )**

Se deberá tener preferencia por la organización que posea los recursos tanto físicos como humanos adecuados para la realización del plan socioeconómico para el BSE. Con el propósito de realizar el proyecto con la mayor disponibilidad de recursos

A continuación se presenta el cuadro de recursos de infraestructuras y humanos por cada una de las organizaciones:

<b>Recursos con los que cuenta (recursos infraestructura, recursos humano )</b>		
<b>ORGANIZACIÓN</b>	<b>Recursos físicos</b>	<b>Recursos humanos (nivel académico)</b>
<b>Asociación de Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHSS)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mesa de reuniones</li> <li>✓ Pizarra acrílica</li> <li>✓ 25 sillas plásticas</li> <li>✓ 1 computadora</li> <li>✓ 1 impresora</li> <li>✓ 1 fax</li> <li>✓ Sala de ventas</li> <li>✓ Dos multifamiliares</li> </ul>	Nivel de tercer ciclo 21 familias
<b>Consejo Económico Parroquia Nuestra Señora de la Merced</b>	No cuentan con recursos propios	Nivel de tercer ciclo y bachillerato
<b>Nueva cooperativa</b>	No tiene recursos físicos propios	Nivel de tercer ciclo mínimo 15 personas

Tabla 170: Recursos con los que cuenta cada organización

**d) Interés en el plan de desarrollo para BSE (interés comunal)**

La organización que deberá ejecutar el plan socioeconómico del BSE deberá de presentar los más altos niveles de interés en su ejecución según nuestra percepción al momento de exponer nuestro plan a ellos.

A continuación se presenta el cuadro de interés de cada una de las organizaciones:

Interés en el plan de desarrollo para BSE (interés comunal)	
ORGANIZACIÓN	INTERES
Asociación de Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHSS)	ALTO
Consejo Económico Parroquia Nuestra Señora de la Merced	ALTO
Nueva cooperativa	ALTO

Tabla 171: Interés en el plan de desarrollo para el BSE

### Selección de la organización

La organización que será seleccionada se obtendrá haciendo uso de la técnica de PARETTO. En esta técnica se considera el rango de 1 – 10 como criterio muy importante, 1 -8 importante, 1 – 6 muy bueno, 1 – 4 bueno y 1 - 2 regular.

El desarrollo del análisis de paretto se presenta a continuación:

Asignación de valores para cada organización de acuerdo a los criterios de selección															
ORGANIZACIÓN	ANALISTA 1					ANALISTA 2					ANALISTA 3				
	C1	C 2	C 3	C 4	TOTAL	C1	C 2	C 3	C 4	TOTAL	C1	C 2	C 3	C 4	TOTAL
ACOVICHSS	10	8	6	4	28	9	7	6	3	25	10	8	6	4	28
Consejo Económico Parroquia Nuestra Señora de la Merced	7	7	4	3	21	5	7	3	2	17	7	7	5	3	22
Nueva cooperativa	6	6	3	3	18	4	5	3	2	14	6	6	3	2	17

Tabla 172: Asignación de valores para cada organización evaluada

Criterios para la selección de una organización idónea dentro del BSE que ejecutara el plan socioeconómico para el BSE		
No.	CRITERIOS	RANGO
1	Antecedentes en la ejecución exitosa de proyectos	1 – 10
2	Interés en el plan de desarrollo para BSE	1 – 8
3	Recursos con los que cuenta (recursos infraestructura, recursos humano )	1 – 6
4	Capacidad Organizativa	1 – 4

Tabla 173: criterios para la selección de organización

En la siguiente tabla se muestran los resultados de las ponderaciones y los porcentajes de las puntuaciones efectuadas por los analistas:

Resultados del análisis de los criterios para la elección						
ORGANIZACIÓN	ANALISTA 1	ANALISTA 2	ANALISTA 3	TOTAL	%	ACUMULADO
ACOVICHSS	28	25	28	81	42.63%	42.63%
Consejo Económico Parroquia Nuestra Señora de la Merced	21	17	22	60	31.58%	74.21%
Nueva cooperativa	18	14	17	49	25.79%	100.00%
<b>Total Acumulado</b>				<b>190</b>	<b>100%</b>	

Tabla 174: Asignación de valores para cada organización evaluada

En el gráfico de barras se muestra la organización que presenta un porcentaje mayor con los criterios antes mencionados por lo cual se escoge la organización que tenga mayor porcentaje es ACOVICHSS.

Calificación obtenida por las diferentes ORGANIZACIONES



Gráfico 168: calificaciones obtenidas por las organizaciones

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA ACTUAL DE LA ORGANIZACIÓN

Actualmente la estructura organizativa de la Cooperativa ACOVICHSS solamente hace una diferenciación entre los miembros que la componen y no existe una estructura definida formalmente. A continuación se presenta el organigrama con el que trabaja actualmente la Cooperativa.

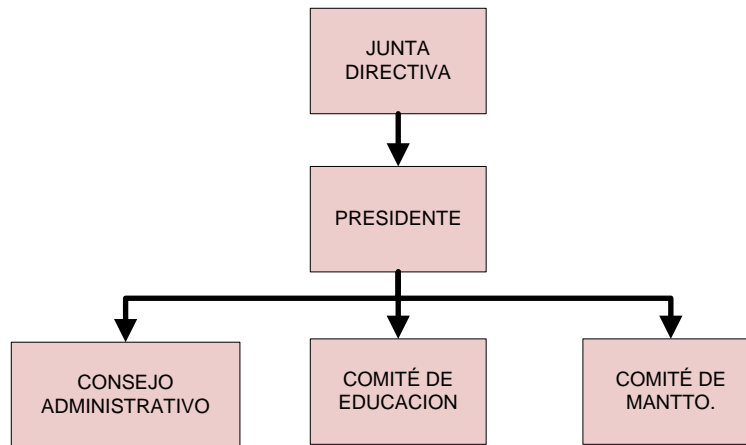


Figura 71: Estructura Organizativa de la Cooperativa ACOVICHSS

La Junta directiva formada por representantes de cada uno de los comités y por el administrador realizan asambleas periódicas, siendo las ordinarias cada mes, cada 30 días la directiva y cada 15 o según lo consideren internamente cada comité.

La Junta Directiva se encuentra formada por:

- **El Presidente:** el administrador en representación de la Cooperativa
- **Un Tesorero:** ocupado por un representante del consejo administrativo
- **Un Secretario:** puesto ocupado por un representante de comité de educación
- **Un Síndico:** compuesto por un representante del comité mantenimiento
- **Vocales:** formado por tres representantes entre todos los comités.

Esta directiva inicialmente ha sido formada para ejercer su desempeño para el desarrollo del proyecto de construcción de dos multifamiliares en el CHSS. Disponen de asesores en diferentes áreas aportados por FUNDASAL, sin embargo estos varían en tiempo y área de asesoramiento.

En cuanto a las relaciones laborales entre miembros de la organización, es importante retomar los siguientes aspectos:

- Las relaciones entre miembros de la Cooperativa, se conoce verbalmente y por experiencia.
- Las relaciones se dan internas a cada comité y entre comités con el presidente.



- En general y representando las necesidades de la cooperativa se encuentra la Junta Directiva, compuesta por todos los representantes de cada uno de los comités.
- Se han planteado normas de comportamiento dentro de la cooperativa a partir de problemas y experiencias vividas.

Según aspectos de tecnología y procesos operativos, la cooperativa ACOVICHSS tiende a una estructura poco compleja desde éste punto de vista. Según los parámetros internos para la definición de la estructura podemos clasificar a la cooperativa dentro de un entorno Dinámico (el turismo) pero simple (sus características), por ello concluimos en la necesidad de una **estructura Orgánica Centralizada**.

	Estable	Dinámico
Complejo	Burocrática Descentralizada (ej. Hospitales)	Orgánica Descentralizada (ej. Alta tecnología)
Simple	Burocrática Centralizada (ej. Producción en masa)	Orgánica Centralizada (ej. Minoristas) Burocrática Descentralizada

Figura 72: Esquema de entorno dinámico como organización

La Cooperativa se puede clasificar como una organización dentro de un entorno Dinámico (el turismo) pero simple (sus características), por ello concluimos en la necesidad de una **estructura Orgánica Centralizada**. Según las consideraciones de estos factores.

#### 14.1.2 ACCION 2. DISENAR LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA ADECUADA.

##### 1. DETERMINAR LAS PARTES FUNDAMENTAS DE LA ORGANIZACIÓN, DIFERENTES ESTRUCTURAS Y MANUALES

###### Partes fundamentales de la organización según MINTZBERG

En la base del logotipo de Mintzberg tenemos el núcleo de *operarios*, dentro del cual, los operarios realizan el trabajo fundamental de la organización, las tareas de inputs, proceso output, y el apoyo directo relacionados con la producción de productos y servicios. Justo encima vemos al componente administrativo dividido en tres partes.

Los *directivos*. Que a su vez se dividen en dos grupos, los que ocupan el estrato superior de la jerarquía, constituyen el ápice estratégico, los que se sitúan por debajo, vinculando, dicho ápice con el núcleo de operaciones mediante la cadena de mando constituyen, la línea media. A su izquierda se sitúa, la *tecno-estructura*, donde los analistas desarrollan su labor de normalización del trabajo, añadimos finalmente el quinto grupo el *staff* de apoyo, que respalda el funcionamiento del núcleo de operaciones por vía indirecta.

#### **a. NUCLEO DE OPERACIONES**

El núcleo de operaciones de la organización abarca a los operarios, que realizan el trabajo básico directamente relacionado con la producción de bienes y servicios. Los operarios realizan cuatro funciones principales.

1. Asegurar los inputs. Ejemplo, el departamento de compras, compra la materia prima y el de recepción lo coloca en el almacén.
2. Transforman los inputs en outputs. Ejemplo, transforman las materias primas y mediante un proceso de producción los convierte en productos terminados, bienes o servicios, a través de un proceso de trabajo.
3. Distribuyen los outputs. Ejemplo, una vez que se tiene los productos terminados, alguien se preocupa de venderlos y luego de distribuirlos.
4. Proporcionan un apoyo directo a las anteriores funciones. Ejemplo, el mantenimiento de las instalaciones.

Dado que este núcleo de operaciones, lo que intentan proteger a las demás partes de la organización, suele ser ahí donde la normalización se aplica en mayor profundidad. Son operarios, tanto los montadores de una fábrica, como los profesores de universidad o los médicos de un hospital. El núcleo de las operaciones constituye el centro de toda organización, la parte que produce los resultados esenciales para su supervivencia, pero excepto en organizaciones más pequeñas, todas necesitan crear componentes “administrativos”, que son el ápice estratégico, la línea media el *Staff* de apoyo y la *tecnoestructura*.

#### **b. EL APICE ESTRATEGICO**

En el otro extremo de la organización encontramos el ápice estratégico que abarca a todas las personas encargadas de una responsabilidad general: El director general, y los demás directivos de nivel superior. El ápice estratégico se ocupa de que la organización cumpla efectivamente con su misión y de que satisfaga los intereses de las personas que controlan o tienen algún poder sobre la organización, por ejemplo, los accionistas y los sindicatos, en algunos casos. Ello implica un conjunto de tres obligaciones.

- 2) **La supervisión directa**, en la medida en que la organización recurre a este mecanismo de coordinación, son los directivos del ápice estratégico quienes la llevan a cabo. Entre los roles o papeles directivos según Mintzberg relacionados con la supervisión directa figuran:
1. Asignado de recursos (materiales y humanos).
  2. Emisión de órdenes de trabajo.
  3. Gestor de anomalías, que incluirá la resolución de conflictos.
  4. Difusor, transmisor de información a los empleados.
  5. Liderazgo.
- **Gestión de las condiciones en los límites de la organización** , esto es , sus relaciones con el entorno, cuyos roles son:
- Portavoz, informando a personas influyentes del entorno respecto a las actividades de su organización.
  - Enlace , desarrollando contactos de alto nivel.
  - Monitor, a fin de recurrir a dichos contactos para recibir información y servir de punto de contacto para los que quieran influir en los objetivos de la organización.
  - Negociador, cuando hay que llegar a importantes acuerdos con entidades externas.}
- **Desarrollo de la estrategia de la organización** , al gestionar las condiciones en los límites de la organización, los directivos del ápice estratégico desarrollan un conocimiento del entorno y al cumplir con sus obligaciones de supervisión directa intenta adoptar la estrategia a sus fuerzas y necesidades procurando mantener un ritmo de cambio que responda al entorno, por ejemplo, en una empresa de fabricación , la dirección puede decidir cual es el sistema técnico más adecuado para el núcleo de operaciones , que vías de distribución llevan con mayor efectividad los productos al mercado y fundamentalmente , que productos hay que producir .

### **c. LA LINEA MEDIA**

El ápice estratégico está unido al núcleo de operaciones mediante el núcleo de operaciones de la línea media, dicha cadena pasa de los directivos superiores situados bajo el ápice estratégico, hasta los supervisores de primera línea(jefes de taller, por ejemplo) que ejercen una autoridad directa sobre los operarios, constituyendo el mecanismo de coordinación que denominamos supervisión.

Si el ápice estratégico proporciona la dirección general y, el núcleo de operaciones produce servicios y productos, para qué se necesita toda una cadena de directivos de línea media , en la medida en que la organización es grande y cuenta con la supervisión directa para su coordinación , necesita directivos de línea media aunque en teoría un único directivo pueda supervisar a todos los operarios , en la práctica vemos que la supervisión directa precisa un estrecho contacto personal entre directivo y operario, existiendo por tanto un límite del número de operarios que pueda supervisar un único individuo, límite que denominaremos ámbito de control.

En general el directivo de línea media, desempeña todos los roles del director general, pero en el contexto de la gestión de su propia unidad, debe servir de cabeza visible de la unidad y dirigirá a sus miembros, desarrollar una red de contactos enlace, controlar el entorno y las actividades de su unidad, transmitiendo parte de la información que recibe a la unidad, a los niveles jerárquicos superiores y a los elementos ajenos a la cadena de mandos, signar recursos dentro de su unidad, negociar con personas de fuera, iniciar cambios estratégicos y hacer frente a anomalías y conflictos.

#### **d. LA TECNOESTRUCTURA**

Encontramos a los analistas, que sirven a la organización afectando el trabajo ajeno, estos analistas pueden eliminarse del flujo de trabajo de operaciones, puede que lo diseñen, que lo planifiquen, que lo cambien o que preparen a las personas que lo realizan, pero no participan en él. La tecnoestructura se compone de los analistas que estudian la adaptación, el cambio de la organización y de los que estudian el control, la estabilización y la normalización de las pautas de la actividad de la organización. Prestamos mayor atención a los analistas de control, los que centran directamente sus esfuerzos en el diseño y el funcionamiento de la estructura. Los analistas de control de la tecnoestructura sirven para afianzar la normalización en la organización, podemos distinguir tres tipos de analistas de control, que corresponden a los tres tipos de normalización:

- *Analistas de estudios de trabajo*, que normalizan los procesos de trabajo, por ejemplo, ingenieros industriales.
- *Analistas de planificación y control*, que normalizan los resultados o outputs.
- *Analistas de personal*, que normalizan las habilidades, por ejemplo, un diplomado en relaciones laborales.

En una organización plenamente desarrollada, la tecnoestructura, puede funcionar en toda la escala jerárquica, en los niveles inferiores de la empresa de fabricación, los analistas normalizan el flujo de trabajo de operaciones programando la producción, llevando a cabo estudios de métodos y tiempos sobre el trabajo de los operarios, e instaurando sistemas de control de calidad. En los niveles intermedios, intentan normalizar el trabajo intelectual de la organización, por ejemplo, preparando a los directivos de la línea media, u actuando de acuerdo con el ápice estratégico, diseñan sistemas de planificación estratégico, diseñan sistemas de planificación estratégica y desarrollan sistemas financieros.

#### **e. EL STAFF DE APOYO**

Si echamos una ojeada al diagrama de casi cualquier organización actual de cierta envergadura, veremos que existe un gran número de unidades especializadas, cuya función consiste en proporcionar un apoyo a la organización, fuera del flujo de trabajo de operaciones, entre ellos figuran el staff de apoyo.

Las unidades de apoyo pueden hallarse en distintos niveles jerárquicos, según quienes reciban sus servicios, en la mayoría de las empresas de fabricación, las relaciones públicas y el asesoramiento jurídico ocupan posiciones elevadas, dado que suelen servir directamente al ápice estratégico. En los niveles intermedios encontramos las unidades que apoyan las decisiones tomadas en dichos niveles, como pueden ser las relaciones industriales, la determinación de precios, la investigación y el desarrollo. En los niveles inferiores encontramos unidades con trabajo más normalizado, relacionado con el núcleo de operaciones, como por ejemplo, el servicio de correos, la recepción, la oficina de control, etc.

### Diferentes estructuras organizativas

Para la coherencia interna y adaptación al entorno, la estructura de una organización puede ser definida por la división de tareas o actividades y las formas de coordinación de dichas tareas. La estructura consiste básicamente en un número de bloques de construcción y mecanismos de coordinación, los cuales forman la configuración detallada de una organización. Para que pueda llevarse a cabo la estrategia de la organización, se debe elegir un tipo de configuración que se ajuste al contexto, las cuales tienen una interrelación con factores de contingencia (tipo de entorno y cuestiones internas) y los parámetros de diseño (elementos claves y mecanismos de coordinación). Las *seis configuraciones* de la organización de Mitzberg, son las siguientes:

1. Organización empresarial o estructura simple:

Pocas actividades están formalizadas y se utiliza la planificación lo mínimo posible, tiene una jerarquía directiva pequeña, dominada por el director general y una división del trabajo flexible. Esta es efectiva en pequeñas organizaciones empresariales, en las que la flexibilidad ante el cambio de las circunstancias es esencial para el éxito.

2. Organización máquina o burocracia mecánica:

Suele encontrarse en organizaciones maduras que actúan en mercados con tasas de cambio muy reducidas, su característica principal es tener un gran departamento de personal (o tecnoestructura) que desarrolla sistemas y rutinas de trabajo para estandarizar las tareas. Adecuada para organizaciones que producen bienes o servicios, en las que el liderazgo en costos resulta esencial para la competitividad.

3. Organización profesional o burocracia profesional:

Es una burocracia, pero sin la centralización de la burocracia mecánica, el trabajo profesional es complejo, pero puede estandarizarse, garantizando que los profesionales que trabajan en el núcleo de operaciones tengan el mismo conocimiento y las mismas competencias nucleares. Se requiere cuando una organización se encuentra en un medio ambiente estable, pero complejo, en tanto que la complejidad requiere una descentralización para individuos altamente capacitados y la estabilidad les permite aplicar habilidades estandarizadas y así trabajar con un amplio grado de autonomía.

4. La organización diversificada, reticular o configuración divisional:

Este tipo de configuración se busca como una respuesta a la diversidad de productos y mercados de la organización. Son unidades diversificadas de línea intermedia, comúnmente llamadas divisiones, ejerciendo un impulso hacia la fragmentación.

5. La organización innovadora o adhocracia:

Se produce en organizaciones cuya estrategia competitiva parte sobre todo de la innovación o el cambio. Esta configuración es muy orgánica y se basa en la interrelación directa entre los trabajadores del núcleo de operaciones, y en un estilo de dirección que fomenta y apoya la adaptación mutua entre sus expertos altamente capacitados y altamente especializados. Si se quiere que se fomente la innovación, la adhocracia tiene que ser considerada como una “comunidad de comunidades”.

6. La organización misionera:

Cuando una organización es dominada por su ideología, sus miembros son estimulados a mantenerse unidos, y por ello tiende a ser una división del trabajo difusa, con poca especialización en los puestos, una reducción de formas de diferenciación localizadas en las otras configuraciones. Lo que ocasiona su coordinación, son las normas.

ASPECTOS IMPORTANTES SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE ORGANIGRAMAS		
<b>Datos que debe contener principalmente el organigrama</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Títulos de descripción condensada de las actividades.</li> <li>2. Nombre del funcionario que formuló las cartas.</li> <li>3. Fecha de formulación.</li> <li>4. Aprobación (del presidente, vicepresidente ejecutivo, etc.)</li> <li>5. Leyenda, (explicación de líneas y símbolos especiales).</li> </ol>	
<b>La información principal a ser recogida para la elaboración de un organigrama</b>	a. <i>Información sobre unidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El número de personas.</li> <li>• El número de niveles.</li> <li>• Puestos que corresponden a cada órgano y las plazas que comprenden cada puesto.</li> </ul>
	b. <i>Información sobre relaciones</i>	Con que otros órganos y qué tipo de relaciones tienen cada uno de los órganos de cada uno de los niveles de la estructura administrativa.
	c. <i>Información sobre funciones o labores</i>	<p>Para organigramas funcionales, se requiere información sobre las funciones o labores en cada una de las unidades.</p> <p>Existen manuales según la necesidad, entre los cuales se encuentran manuales tanto generales como específicos.</p>

Tabla 175: Aspectos importantes sobre la construcción de organigramas

## Manual organizativo

La relación entre los diferentes elementos que componen una organización, son presentados formalmente a través de *Los manuales administrativos*, los cuales son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación, los cuales permiten registrar y transmitir ordenada y sistemática la información de una organización. A través de ellos se facilita la orientación de los empleados en una empresa.

### **Objetivos de los manuales:**

Básicamente el objetivo que tiene el manual es el de ser una guía para encaminar en la dirección adecuada los esfuerzos del personal operativo, sin embargo se puede mencionar aspectos más específicos como los siguientes:

- a) Instruir a cerca de objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, etc.
- b) Precisar funciones y relaciones de cada unidad administrativa.
- c) Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas y propiciar un trabajo uniforme.
- d) Medio de integración y orientación para personal nuevo.
- e) Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.
- f) Permite conocer el funcionamiento interno.
- g) Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal.
- h) Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
- i) Facilita las labores de auditoria, evaluación del control interno y su evaluación.
- j) Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- k) Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.
- l) Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos

**Manuales generales de organización:** Éste tipo de manual es un producto de la planeación organizacional que abarca todo el organismo, indicando la organización formal y definiendo su estructura funcional.

### **Partes básicas en un Manual de organización:**

1. Identificación
2. Índice
3. Introducción
  1. Objetivo del manual
  2. Ámbito de aplicación
  3. Como usar el manual

4. Directorio
5. Antecedentes Históricos
6. Base legal (en caso de organismo público)
7. Organigrama
8. Estructura funcional
9. Objetivos de cada unidad orgánica

## **2. DETERMINAR LOS ASPECTOS BÁSICOS REQUERIDOS POR CUALQUIER ESTRUCTURA**

La Cooperativa ACOVICHSS, en los elementos de su estructura existe una pequeña dificultad en la diferenciación entre el Ápice estratégico y la Línea media, ya que siendo una estructura achatada éstas se entre mezclan, debido a que aun cuando el presidente es quien representa a la cooperativa (quien finalmente toma las decisiones), no es el único que incide acerca de los aspectos estratégicos en esta. Es fundamental que los representantes de los comités y del consejo administrativo se involucren de lleno en ello.

Los elementos más distinguibles en la estructura bajo la cual funciona la cooperativa son la línea media, núcleo de operaciones y el Staff. Se puede concluir esto último puesto que planeamiento estratégico básicamente no existe por el momento, por lo que no hay una clara representación para el ápice estratégico.

<b>ELEMENTO DE LA ESTRUCTURA</b>	<b>ACTUAL</b>
<b>Ápice estratégico</b>	<b>Junta Directiva y presidente</b>
<b>Línea media</b>	<b>Encargado de cada comité</b>
<b>Núcleo de operaciones</b>	<b>Miembros de cada comité</b>
<b>La tecnoestructura</b>	<b>Organizaciones estatales y ONG's</b>
<b>Staff</b>	<b>Asesores legales</b>

*Tabla 176: Análisis de factores de la cooperativa*

Para definir o identificar una estructura organizativa, se debe tener el cuidado que dicha estructura cumpla internamente con los principios básicos de la organización. La principal información necesaria para la construcción de la estructura organizativa de la Cooperativa ACOVICHSS se presenta en la siguiente tabla:



<b>Información necesaria para la construcción de la estructura organizativa.</b>				
<b>TIPO DE INFORMACIÓN</b>	<b>ELEMENTO</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>		
<b>Unidades</b>	<i>Número de personas dentro de la organización</i>	<b>21</b>		
	<i>Número de niveles</i>	<b>3</b>		
	<i>Puestos y las plazas de cada puesto</i>	Administrador	<b>1</b>	
		Mantenimiento	<b>1</b>	
		Comités	<b>total 6: representantes de comités</b>	
		Miembros	<b>Guías turísticos, vendedores, ejecutores de proyectos</b>	
Asesores		<b>1 para área administrativa</b>		
<b>Relaciones</b>	<i>Órganos y tipo de relación tienen cada uno</i>	Junta directiva	<b>Con toda la estructura</b>	
		Comités de servicios principales	<b>6 comités permanentes:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comité guías turísticos</li> <li>- Comité de comida típica</li> <li>- Comité de artesanías</li> <li>- Comité de seguridad alimenticia</li> <li>- Comité de educación y valores</li> <li>- Comité de Seguridad</li> </ul>	
		Comités operativos temporales	<b>Se refiere a los comités temporales que se establecen para el desarrollo de los planes o programas y subprogramas o según necesidades de desarrollo de estrategias. Su relación directa está con las áreas que involucran el plan bajo el cual se establezcan dichos comités</b>	
<b>Funciones o labores</b>	<b>funciones por unidades</b>	<b>Remitirse a Manual de organización</b>		

Tabla 177: Información necesaria para la construcción organizativa

### Aspectos legales de la organización

Para la obtener una personería jurídica de las cooperativas el trámite legales es mucho más fáciles porque atreves de INSAFOCOP se hace la consolidación de las asociaciones cooperativas

respetando la autonomía y la autogestión de la misma<sup>22</sup>. En el país, esto se rige bajo la Ley de Asociaciones Cooperativas

Las características principales de las diferentes formas legales existentes en el país se muestran a continuación.

CARACTERÍSTICAS	ASOCIACIONES	SOCIEDADES	COOPERATIVAS
<b>Inscripciones formales</b>	Ministerio de Gobernación y Seguridad	Registro de Comercio	<b>INSAFOCOP</b>
<b>Instancias en las que se requiere su registro</b>	Alcaldía Municipal	Alcaldía Municipal, Dirección de Estadísticas y Censo, Seguro Social	<b>Alcaldía Municipal</b>
<b>Documento de constitución</b>	Escritura pública, necesita notario	Escritura pública, necesita notario	<b>Acta de constitución, no necesita notario</b>
<b>Leyes que regulan su funcionamiento</b>	Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro	Código de Comercio	<b>Ley de Asociaciones Cooperativas</b>
<b>Capital Social</b>	Relacionada al número de miembros y de la decisión de aportar (mínimo \$114.28)	Mínimo \$11,428.57 (25% como capital pagado) excepto las colectivas y las comanditas simple en donde no existe el mínimo	<b>No existe el mínimo</b>
<b>Número mínimo de miembros</b>	15	2	<b>15</b>
<b>Número máximo de miembros</b>	indefinido	La junta de accionistas lo determina	<b>indefinido</b>
<b>Formas de cuotas</b>	Membresía	Acciones	<b>Aportaciones</b>
<b>Distribución de utilidades</b>	No hay	Sobre la base de capital accionario	<b>Sobre la base de aportaciones y/o trabajo, uso de prestaciones</b>
<b>Obligaciones contables</b>	<b>Libros contables, Informe anal, Auditoria externa</b>	<b>Contabilidad formal, informe semestral y Auditoria externa</b>	<b>Contabilidad formal, Informe anual, Auditoria externa</b>

Tabla 178: Características de las diferentes formas legales de organización

<sup>22</sup> Pasos para conformar una cooperativa en Insafocop. Ver anexo.

### 3. COMPARACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS BÁSICAS

Primeramente investigamos las configuraciones organizativas según mitzberg y jonson ferry para su comparación

TIPO DE ESTRUCTURA	FACTORES DE SITUACIÓN		PARÁMETROS DE DISEÑO	
	Entorno	Interno	Parte clave de la organización	Mecanismo clave de coordinación
<b>ESTRUCTURA SIMPLE</b>	Simple/Dinámico Hostil	Pequeña joven, tareas simples, control por parte del máximo directivo	Ápice estratégico	Supervisión directa
<b>BUROCRACIA MAQUINAL</b>	Simple/estático	Antigua. Grande, tareas normativas, control tecnocrático	Tecnoestructura	Estandarización del trabajo
<b>BUROCRACIA PROFESIONAL</b>	Complejo/estático	Sistema simple control profesional	Núcleo operativo	Estandarización de habilidades
<b>ESTRUCTURA DIVISIONAL</b>	Simple/estático Diversidad	Antiguas, Muy grandes, Tareas divisibles, Control línea media	Línea media	Estandarización de producciones
<b>ADHOCRACIA</b>	Complejo/dinámico	A menudo joven Tareas complejas control experto	Núcleo operativo Personal de apoyo	Reajustes mutuos
<b>ESTRUCTURA MISIONARIA</b>	Simple/estático	Mediana edad A menudo "enclaves" Sistemas simples Control ideológico	ideología	Estandarización de normas
<b>ORGANIZACIÓN RETICULAR</b>	Dinámico	A menudo joven Control Profesional	Ápice estratégico o personal de apoyo	Trabajo reticular y contratos relacionales

Tabla 179: Configuraciones *Organizativas de Mitzberg*

Actualmente, debido a las características del entorno, se observa que el tipo de configuración que más se adecua a las características de la Cooperativa es la de **tipo simple**. Sin embargo puede llegar a ser en un futuro una de tipo **Organización Reticular** o una **Adhocrática**.

Configuración Organizativa según Jonson, Ferry y Scholes Kevan<sup>23</sup>

Desde otro punto de vista, esta clasificación de estructuras es más enfocada a la división del trabajo y tamaño de las operaciones, la cual se muestra a continuación.

TIPO DE ESTRUCTURA	DESCRIPCIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS
<b>Simple</b>	No tiene estructura formal. Común a negocios pequeños.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Una sola persona puede asumir todas las responsabilidades de dirección</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Puede funcionar eficientemente hasta cierta dimensión según naturaleza de la empresa</li> </ul>
<b>Funcional</b>	Basada en tareas primarias. Requieren mayor cooperación entre las diferentes funciones, no pueden confiar en cadenas verticales de toma de decisiones demasiado largas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El ejecutivo principal en contacto con todas las operaciones</li> <li>○ Reduce/ simplifica los mecanismo de control</li> <li>○ Clara definición de responsabilidades</li> <li>○ Especialistas en el nivel directivo medio y alto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Los altos directivos sobrecargados con materias rutinarias</li> <li>○ La alta dirección descuida las cuestiones estratégicas</li> <li>○ Dificultad para afrontar la diversidad</li> <li>○ Coordinación difícil entre funciones</li> <li>○ Fallos de adaptación</li> </ul>
<b>Multidivisional</b>	Se encuentra subdividida en unidades. Se pueden formar en base a productos, servicios, áreas geográficas o procesos de la empresa. Surge la división como un intento de solventar problemas que la funcional tiene frente a la diversidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Concentración en áreas de negocio</li> <li>○ Facilidad de incorporación y abandono de unidades</li> <li>○ Facilita la atención a la estrategia de los altos directivos</li> <li>○ Estimula el desarrollo de la dirección general</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Posible confusión sobre asignación de responsabilidad</li> <li>○ Conflicto entre divisiones</li> <li>○ Bases de inter-comercio</li> <li>○ Costoso</li> <li>○ Las divisiones crecen demasiado</li> <li>○ Complejidad de coordinación si existen demasiadas divisiones</li> </ul>
<b> Holding</b>	Consiste en participaciones en diversos negocios de funcionamiento independiente, sobre los que se ejerce poco o ningún control. Por sí sola gestiona una cartera de unidades de negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bajos gastos generales centrales</li> <li>○ Compensación de pérdidas entre las unidades individuales</li> <li>○ Disponibilidad de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Riesgo de abandono de las unidades de negocio por parte de la compañía "holding"</li> <li>○ No disponibilidad de habilidades a nivel de</li> </ul>

<sup>23</sup> Según Jonson, Ferry y Scholes Kevan en su libro "Dirección estratégica, análisis de la estrategia de las organizaciones".

	<p>virtualmente autónomas. Forman parte de una compañía matriz, pero con las unidades de negocio funcionen independientemente y manteniendo incluso los nombres originales de sus compañías.</p> <p>El personal y los servicios de la sede central del grupo puede que sean muy limitados. La característica esencial diferenciadora es el grado de autonomía de las unidades del negocio, concretamente a las decisiones estratégicas.</p>	<p>financiación más barata para las unidades individuales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Diversificación del riesgo de la compañía "holding"</li> <li>○ Facilidad de abandono de la compañía "holding"</li> <li>○ Facilita la delegación</li> </ul>	<p>grupo para apoyar negocios individuales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Falta de sinergia</li> <li>○ Dificultades de control centralizado</li> </ul>
<p><b>Matricial</b></p>	<p>Es una combinación. Normalmente asume la forma de divisiones por productos y geográficas, o de estructuras funcionales y divisionales. Se adoptan normalmente porque existe más de un factor en torno al cual se puede construir una estructura, con lo que la pura estructura divisional sería inadecuada. En algunas organizaciones la estructura matricial refleja más de dos dimensiones.</p> <p>Se encuentra en organizaciones tanto grandes y complejas como pequeñas y muy frecuentemente en organizaciones de servicios profesionales. Éstas estructuras suponen mejorar la calidad de la toma de decisiones en situaciones donde existe del riesgo de que un interés vital de la empresa domina la estrategia a costa de otros intereses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ La calidad en la toma de decisiones cuando hay conflicto de intereses</li> <li>○ El contacto directo reemplaza a la burocracia</li> <li>○ La motivación de la dirección crece</li> <li>○ Desarrollo de directivos a través de una mayor involucramiento en las decisiones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mayor cantidad de tiempo para la toma de decisiones</li> <li>○ Responsabilidades de puestos y tareas poco claras</li> <li>○ Responsabilidades de costes y beneficios poco claros</li> <li>○ Alto grado de conflicto</li> <li>○ Dilución de prioridades</li> <li>○ "Burocracia progresiva"</li> </ul>

Tabla 180: Configuraciones de estructuras Organizacionales.

#### **4. SELECCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA MÁS ADECUADA**

Con los literales anteriores, actualmente **se adapta la estructura Simple**. Sin embargo las exigencias del sector turístico, tan cambiante, orientado a los clientes y sus demandas, necesitado de rápida adaptación a los cambios y a crear una diferenciación que vuelva competitivo al BSE por medio de la Cooperativa a través de la innovación permanente, obliga a pensar a un futuro de mediano plazo, considerando una combinación de las estructuras **Adhocrática** (caracterizada por la división del trabajo sin estandarización de puestos y un nivel de autoridad descentralizada para una mayor rapidez en la toma de decisiones) o la **Reticular** (Trabaja en forma de red, en la cual sus características principales son la flexibilidad, adaptabilidad y creatividad.). Sin embargo una combinación se apega mejor a las necesidades de la Cooperativa. Esto debido a las características de ambas.

**ESTRUCTURA ACTUAL:** *estructura Orgánica Centralizada de tipo simple*

**ESTRUCTURA PROPUESTA:** *Reticular y Adhocrática*

<b>ELEMENTO DE LA ESTRUCTURA</b>	<b>SUGERIDO</b>
<i>Ápice estratégico</i>	<b>Junta Directiva, Presidente</b>
<i>Línea media</i>	<b>Encargados de comités</b>
<i>Núcleo de operaciones</i>	<b>Miembros de comités</b>
<i>La tecnoestructura</i>	<b>Organizaciones estatales, Alcaldía y ONG's</b>
<i>Staff</i>	<b>Asesores</b>

*Tabla 181: Elementos de la estructura sugeridos*

**Forma Legal de la organización:** Cooperativa (de servicios turísticos, servicios de alimentación y ventas diversas de artesanías)

## 7.2. OE 2. DEFINIR LA FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

### 14.2.1 ACCION 1. DEFINIR LA VISION Y LA MISION PARA EL DESARROLLO ESTRATEGICO.

#### 1. IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MISIÓN Y VISIÓN

**MISION.** Describe la naturaleza y el negocio al cual se dedica la organización para lograr alcanzar la visión y los otros elementos que aparecen en el esquema anterior; la misión para que sea completa ha de responder las siguientes interrogantes que se presentan a continuación:

Elementos básicos que ha de contener la misión.	
Clientes:	¿Quiénes son?
Productos o servicios:	¿Cuáles son los más importantes?
Mercados:	¿Competimos geográficamente?
Tecnología:	¿Tecnología básica para la Organización?
Desempeño:	¿Cuáles son las metas económicas?
Filosofía:	¿Valores, creencias y aspiraciones?
Concepto de sí misma:	¿Fortalezas y ventajas competitivas claves?
Imagen pública:	¿Qué imagen tiene actualmente y a cual aspira?
Efectividad:	¿Recurso humano Vs. Objetivos?
Calidad Inspiradora:	¿Motiva y estimula su lectura?

Tabla 182: Elementos básicos de la misión

**VISION** Es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de la Cooperativa ACOVICHSS quiere alcanzar y espera ser en el futuro, estableciendo el rumbo que este ha de seguir para lograr el desarrollo esperado.

<b>Elementos básicos que ha de contener la visión.</b>	
<b>ELEMENTO</b>	<b>INTERROGANTE</b>
<b>Posición</b>	<b>¿En el futuro, dónde estará posicionada la empresa en el mercado?</b>
<b>Mercado a cubrir</b>	<b>¿Qué mercado geográfico atenderemos?</b>
<b>Productos o Servicios</b>	<b>¿Cuáles productos permitirán el crecimiento?</b>
<b>Compromiso con la sociedad</b>	<b>¿Qué compromisos tiene con la sociedad si se logra el crecimiento?</b>
<b>Filosofía</b>	<b>¿Cuál es la prioridad en valores y principios de la Empresa?</b>
<b>Alcance</b>	<b>¿Cuál es el fin del crecimiento de la Empresa?</b>

*Tabla 183: Elementos básicos de la visión*

## **2. DEFINIR LAS ACTIVIDADES PARA LA CREACIÓN DE LA MISIÓN Y VISIÓN.**

a) Formar Grupo de trabajo para desarrollar la filosofía administrativa de la Cooperativa. El grupo para desarrollar la filosofía dentro de la organización debe de estar conformado por los miembros de la Cooperativa, el asesor administrativo y un moderador; con el objeto de que todos estén conforme a lo que se está desarrollando.

b) Evaluación de la Misión y Visión. La Misión y la Visión identifican el diseño, meta o empuje implícitos que la Cooperativa posee o tendrá en el futuro. La cooperativa actualmente posee no una misión y una visión. Al evaluar o diseñar la misión y la visión se deberá cuidar que estas cumplan con los elementos básicos de estas. En el caso de no cumplir con dichos requisitos se procederá a reescribirlas.

c) Aprobación de la Misión y Visión. La misión y visión serán aprobadas por todos los miembros integradores del grupo de trabajo.

## **3. ELABORACION DE LA MISION Y VISION DE LA ORGANIZACIÓN.**

### **Definición de la misión**

Para definir la Misión de la Cooperativa ACOVICHSS, se procede a contestar las siguientes interrogantes que se muestran en la tabla siguiente:



<b>ELEMENTO</b>	<b>INTERROGANTE</b>	<b>ESPECÍFICAMENTE</b>
Clientes	¿Quiénes son los clientes de la empresa?	Personas con preferencias hacia el turismo cultural, especialmente y los habitantes del BSE
Mercados	¿Compite la firma geográficamente?	Mercado turístico a nivel nacional.
Productos o Servicios	¿Cuáles son los productos o servicios más importantes de la institución?	Servicio de guías turísticos, venta de artesanías.
Filosofía	¿Cuáles son los valores, creencias y aspiraciones fundamentales de la firma y sus prioridades filosóficas?	Equitativo, solidario, Calidad, Enfoque al cliente.
Preocupación por imagen pública	¿Cuál es la imagen pública que aspira la institución?	Patrimonio cultural, y tradiciones religiosas.
Tecnología		No es un factor de peso actualmente.

Tabla 184: Elementos básicos de la misión específicos a la organización

### **MISIÓN.**

ACOVICHSS es una cooperativa que conserva y preserva los recursos culturales del BSE, promueve el desarrollo del turismo cultural y procura la mejora en la calidad de vida de sus Asociados, sus familias, y la Comunidad, a través de creación de empleos mediante de la producción y comercialización sostenible de productos y servicios culturales, siendo equitativos, solidarios en armonía con la sociedad y con el medioambiente

#### **Definición de la visión**

Para definir la Visión se contestan las interrogantes que se muestran en la tabla siguiente, ya que estos aspectos son básicos para cualquier Visión. A partir de dichas respuestas se procede a la elaboración de un borrador el cuál es mejorado posteriormente en consenso del grupo encargado.

### Definición de la visión actual de la Cooperativa

<b>ELEMENTO</b>	<b>INTERROGANTE</b>	<b>OBSERVACION</b>
Posición	¿En el futuro, dónde estará posicionada la empresa en el mercado?	Convertirse en el eje central del turismo en el municipio
Mercado a cubrir en el largo plazo	¿Qué mercado geográfico atenderemos?	En el mercado Internacional y Nacional
Productos o Servicios	¿Cuáles productos permitirán el crecimiento?	Por medio de la diversificación de servicios culturales
Compromiso con la sociedad	¿Qué compromisos tiene con la sociedad si se logra el crecimiento?	Ser el ente de desarrollo económico para el municipio
Filosofía	¿Cuál es la prioridad en valores y principios de la Empresa?	Basados en el trabajo en equipo que satisfagan las necesidades de los clientes.
Alcance	¿Cuál es el fin del crecimiento de la Empresa?	El desarrollo socioeconómico de BSE mejorando la calidad de vida.

Tabla 185: Elementos básicos de la visión específicos a la organización

#### VISION

“Convertirse en el eje central del turismo cultural de San salvador por medio de la comercialización de los servicios turísticos culturales, basados en el trabajo en equipo para satisfacer las necesidades de los clientes y así convertirse en un ente de desarrollo socioeconómico de la comunidad mejorando la calidad de vida en el BSE.”

## 14.2.2 ACCION 2. CREAR Y EVALUAR LOS OBJETIVOS, VALORES, POLITICAS Y NOEMAS EMPRESARIALES CON LOS QUE FUNCIONARA LA ORGANIZACION.

### 1. IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS BÁSICOS PARA LA ELABORACIÓN DE LOS OBJETIVOS, VALORES, POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS

**OBJETIVOS EMPRESARIALES** Se refiere a un resultado que la Cooperativa ACOVICHSS desea o necesita lograr dentro de un periodo de tiempo específico. Estos deben ser una guía que estimule cumplir con lo planeado, por lo que los objetivos deben ser realistas y reflejar la filosofía de la organización; además de permitirse ser evaluados y mantener un control los resultados obtenidos; Los objetivos deben estar fijados en función de las necesidades reales de la organización, deben ser alcanzables pero ambiciosos y deben ser expuestos en forma clara.

**VALORES** Son aquellos ideales o principios colectivos que guían las decisiones y actuaciones de los individuos dentro de la asociación y que Reflejan el camino a través del cual la VISION y MISION corporativa se pone en marcha.

**POLITICAS** Las políticas son una serie de pautas generales para la toma de decisiones y establecer los límites de estas decisiones, especificando aquellas que pueden tomarse y excluyendo las que no se permiten. Con el desarrollo de las políticas se espera:

- Mejorar la eficacia en de la Cooperativa.
- Reflejar los valores personales de los empleados de la cooperativa. (trato al cliente)
- Resolver algún conflicto o confusión, que se ha presentado en un nivel bajo.

### 2. DEFINIR LAS ACTIVIDADES PARA LA CREACIÓN DE LOS OBJETIVOS, VALORES, POLÍTICAS Y NORMAS.

Ya diseñada la misión y visión que son el punto de partida, se procederá al diseño los Objetivos empresariales, las Metas, Valores, Políticas y las estrategias que se han de ejecutar. El encargado de realizar este trabajo será el grupo conformado para la filosofía administrativa creado para la misión y visión

#### a) Diseño de los objetivos administrativo.

Para el diseño de los objetivos administrativos se ha de tomar como base la Misión y Visión.

#### b) Determinar los valores que se posee dentro de la Organización.

Para el establecimiento de los valores se han de tomar de punto de partida la búsqueda de la Misión y Visión; destacando cada uno de los valores que poseen e Integren a los miembros de la Cooperativa ACOVICHSS.

c) Establecer las Políticas.

Para realizar esta actividad se ha de tomar en cuenta cuales son las principales decisiones que se toman dentro de la Cooperativa y las políticas representarán los límites o pautas para la toma de dichas decisiones.

a) Aprobación de los objetivos, valores, políticas.

Los objetivos, valores, políticas de la organización serán aprobadas por todos los miembros integradores del grupo de trabajo.

### **3. DISEÑO DE LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES.**

#### **OBJETIVO GENERAL.**

Convertir al BSE en el eje central del turismo en San salvador, fomentando principalmente el turismo cultural y explotando de manera sostenible los patrimonios culturales con los que se cuenta como fuente de desarrollo socioeconómico.

#### **OBJETIVO ESPECIFICOS.**

1. Fomentar el trabajo en conjunto por medio de eventos en el cual se involucre e integre a los habitantes que conforman el BSE.
2. Generar alternativas de servicios turísticos para satisfacer las necesidades de los visitantes al BSE y crear en ellos una experiencia que los motive a regresar.
3. Proporcionar una oferta de servicios turísticos de calidad que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.
4. Capacitar a personas para que sirvan como guías turísticos en la prestación de los servicios.
5. Promover las capacitaciones y calificación de los recursos humanos implicados en el turismo y potenciar la intervención de las familias del BSE en el plan de desarrollo a través socioeconómico.
6. Realizar campañas publicitarias e informativas sobre los servicios turísticos que se ofrecen dentro del BSE, a nivel municipal como nacional e Internacional.
7. Desarrollar actividades para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del BSE.
8. Involucrar a los sectores de la comunidad interesados en ofrecer servicios turísticos, que no ofrece la cooperativa como: hospedaje, alimentación, venta de artesanías, etc. Generando empleos indirectos como una alternativa económica.
9. Desarrollar e impulsar un turismo cultural en la zona y poderlo tomar como modelo para la réplica en otros lugares del país.
10. Buscar la integración de la población en las actividades turísticas con la finalidad de mejorar su calidad de vida y no ser desplazados al momento de tener la zona su despegue económico.
11. Educar al turismo que nos visita mediante la interpretación cultural en los tours que se desarrollen hacer énfasis de que se encuentran visitando un área histórica cultural la cual le dio origen a la ciudad de San Salvador.

#### **4. DISEÑO DE LOS VALORES EMPRESARIALES.**

- **Participación.** Orientado a promover prácticas de vinculación entre la población del BSE y la prestación de servicios turísticos en el BSE.
- **Trabajo en equipo.** Siendo este nuestro principal valor para satisfacer las necesidades de los clientes en la prestación de los nuestros servicios.
- **Servicio con Calidad.** Lo importante es que los clientes nos identifiquen como un lugar turístico en donde los servicios que prestamos sean de calidad.
- **Amabilidad.** Siendo esta una virtud más que un valor, haciendo sentir al visitante en un ambiente acogedor.
- **Equidad.** Que todos los miembros son considerados y tratados de la misma manera.
- **Solidaridad.** Es la capacidad de actuación unitaria de sus miembros. Término que denota un alto grado de integración y estabilidad interna, es la adhesión ilimitada y total a una causa, situación o circunstancia, que implica asumir y compartir por ella beneficios y riesgos. La única finalidad de la solidaridad puede ser el ser humano necesitado
- **Honestidad.** es una cualidad de calidad humana que consiste en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, de acuerdo con los valores de verdad y justicia, la honestidad puede entenderse como el simple respeto a la verdad en relación con el mundo, los hechos y las personas
- **Democracia:** La máxima autoridad dentro de un grupo cooperativo es la reunión en Asamblea de todos sus integrantes. Las decisiones se toman entre todos.
- **Igualdad:** Todos los miembros de un grupo cooperativo tienen los mismos derechos y deberes. La asignación de cargos directivos tiene un fin operativo pero no existen privilegios especiales.

#### **5. DISEÑO DE LAS POLÍTICAS Y NORMAS.**

##### **Políticas.**

Al definir las políticas las consideraremos en diferentes ámbitos de aplicación, como lo son políticas de los tipos estratégicas y operacionales. Como políticas estratégicas entenderemos que son las que proporcionarán la diferencia con los otros lugares turísticos culturales del país y como políticas operacionales comprenderemos que son las que guiarán el desarrollo de la Cooperativa.

##### **Políticas Estratégicas.**

1. **Evaluaciones constantes de la organización,** principalmente realizar evaluaciones a la estructura organizativa y planes estratégicos periódicamente para restablecer la dirección de la organización.

2. **Realización de los planes:** los planes que se realicen en los ejes de seguridad alimenticia, seguridad y educación deben de tener un fin de desarrollo socioeconómico que ayuden al BSE.
3. **Búsqueda de financiamiento:** Para la búsqueda de financiamiento se realizara en instituciones encargas de cada eje específico del plan. Por ejemplo se buscara financiamiento en la PNC par apoyo a la seguridad En la alcaldía, y AECID para el desarrollo turístico.
4. **Capacitaciones constantes,** se adiestrará constantemente al personal de la Cooperativa encargado del trato con los clientes (guías turísticos, personas encargadas de negocios, etc.) con el objetivo de prestarle un mejor servicio a los turistas. Las capacitaciones se estarán orientadas a mejorar la calidad en la prestación de los servicios y a buscar la satisfacción del cliente.
5. **Valorar el cliente interno,** se establece que el personal de la Cooperativa se trate como cliente entre ellos en lo que respecta a la relación de trabajo, buscando que se efectué de manera armoniosa. Con lo que se Creara un clima organizacional óptimo para garantizar la excelencia empresarial de la Cooperativa.
6. **Programación de actividades,** se programará el desarrollo de eventos turísticos y desarrollo socioeconómico del BSE, de forma mensual para promover las actividades turísticas en el lugar de manera que se vean involucrados todos los habitantes del mismo.

#### **Políticas Operativas.**

1. Cada actividad será evaluada para determinar su impacto en el desarrollo económico y social del BSE, sobre la base de tal evaluación, la Cooperativa seleccionará las mejores actividades en base a los resultados esperados.
2. Las actividades deben ser coherente con los planes de desarrollo de la Cooperativa, además de contar con buenas perspectivas de éxito.
3. Se llevara un control de las asistencias a las asambleas de la Cooperativa
4. Control de faltas, se llevara un registro de faltas internas cometidas por los miembros de la cooperativa con el objetivo de proporcionarle un reconocimiento a los miembros que menos faltas comete, además se deben de tomar medidas correctoras para quienes tengas muchas faltas graves.

#### **NORMAS**

##### **Normas de comportamiento**

- No se permite agresiones físicas entre los miembros de la Cooperativa.
- No puede usarse el celular una vez entrado el empleado al trabajo.

##### **Normas para brindar servicio turístico**

- El uso de uniforme de trabajo para los guías turísticos como calidad de servicio.
- Con la venta de artesanías o venta de comidas los precios sean homogéneos para todas las personas que aportaran su mano de obra laborar.

- Cada vez que se presta el servicio de guía por los patrimonios culturales serán realizadas con una respectiva seguridad (policía nacional civil).
- Se tiene un orden de salida para prestar el servicio de guía.
- La limpieza dentro de cada una de las áreas de trabajo es responsabilidad de todos los miembros de la Cooperativa.
- Los planes de desarrollo se realizarán con los lineamientos establecidos para cada plan además de realizarlos en los ejes de alimentación, seguridad y educación.

### **14.2.3 ACCION 3. DISEÑO DE LAS ESTRATEGIAS.**

#### **1. DEFINIR LAS ACTIVIDADES PARA LA CREACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS**

Las estrategias son un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define políticas para lograr estas metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados. También es un proceso para decidir de antemano qué tipo de esfuerzos de planeación debe hacerse, cuándo y cómo debe realizarse, quién lo llevará a cabo, y qué se hará con los resultados.

Ya diseñada la misión y visión, los Objetivos empresariales, Valores, Políticas se procede a la creación de las estrategias que se han de ejecutar. El encargado de realizar este trabajo será el grupo conformado para la filosofía administrativa

- a) Diseño de las estrategias. Para el diseño de las estrategias se ha de tomar como base la Misión y Visión análisis externo e interno.
- b) Aprobación de los estrategias. Las estrategias serán aprobadas por todos los miembros integradores del grupo de trabajo.

#### **2. ELABORACION DE LAS ESTRATEGIAS QUE SE HAN DE EJECUTAR**

En base al análisis FODA desarrollado en el diagnóstico se establecen las siguientes estrategias necesarias para que la Cooperativa genere desarrollo en el BSE y que este llegue a convertirse en uno de los principales lugares turísticos culturales del país.

**E1.** Fortalecer la organización dentro del BSE.

**E2.** Plan de gestión de recursos económicos con organizaciones nacionales e internacionales.

**E3.** Fortalecer la participación ciudadana en la seguridad del BSE, para que sea la base y motor de todo esfuerzo enfocado a esta materia.

- a. Plan de promoción de valores de solidaridad, cortesía y cultura de paz.
- b. Gestión a través del Plan de convivencia, mediación y seguridad, la atención de la estación de policía central al BSE.

- i. Gestión de las organizaciones para el cierre de negocios en los que se ejerce la prostitución y venta de drogas ilícitas.
- ii. Mantener una vigilancia permanente por parte del personal de seguridad, para evitar que el comercio informal crezcan en la ubicación turística del BSE.
- iii. Realización de acciones de prevención del combate al crimen y el establecimiento de retenes de supervisión y vigilancia, por parte de la PNC aprovechando los convenios destinados a fortalecer la seguridad pública.

**E4. Fomentar la participación a los eventos culturales educacionales**

- a. Identificar, difundir y publicitar el carácter de los espacios públicos y fomentar entre los vecinos, valores y principios encaminados a realizar una permanente defensa de esas áreas comunes para preservarlas en buenas condiciones
- b. Plan de gestión de becas con organizaciones nacionales e internacionales.
- c. Impulsar la participación de los jóvenes en actividades políticas, culturales, deportivas y productivas
  - i. Fomentar y Organizar eventos culturales y artísticos como la realización de recitales de música, obras de teatro; así como exposiciones pictóricas y fotográficas de la historia del BSE en la plaza del mismo
- d. Promocionar la cultura de equidad desde el inicio de la formación escolar, en la que se considere la igualdad de género
  - i. Promover una cultura de respeto hacia los adultos mayores y acciones tendientes al fortalecimiento del núcleo familiar.

**E5. Creación de despensa familiar de granos básicos que mejore el acceso de los habitantes a la canasta básica alimentaria.**

- a. Promover en las instituciones educativas y padres de familias una adecuada cultura alimenticia, con el fin de prevenir enfermedades tales como la obesidad infantil, diabetes juvenil, hipertensión y cardiovasculares.
- b. Llevar un estricto control de los beneficiarios de los programas asistenciales, de tal forma que exista la plena seguridad que los recursos lleguen a manos de las personas que más lo necesitan

**E6. Plan de negocios con base turística cultural tangible e intangible**

**E7. Plan de promoción para patrimonio tangible e intangible**

- a. Plan de comercialización de productos de temporada religiosa en el BSE.
  - i. Elaborar cartera de proveedores y elaboración de plan de compras.
- b. Gestión para el acceso a patrimonio tangible con la Municipalidad.
  - i. Establecimiento de rutas turísticas dentro del BSE en conjunto con patrimonios tangibles dentro del CHSS.
- c. Gestionar financiamientos con el gobierno o entes relacionados para brindar apoyo en futuros mantenimientos de los patrimonios.
  - i. Reactivar la vida económica del BSE, con planes de embellecimiento urbano y mejora de los servicios públicos.
- d. Plan de capacitación y promoción para la mano de obra disponible a trabajar en el proyecto.



- i. Capacitación a los habitantes del BSE sobre derechos laborales.
- e. Establecer un plan de mantenimiento para las zonas remodeladas y zona de potenciación turística.
  - i. Gestión de reparaciones de calles y aceras por parte de las organizaciones del BSE.

**E8. Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo para promocionar el turismo cultural del BSE.**

- a. Establecer alianzas con instituciones promotoras de turismo para Promocionar a BSE no solo como un lugar histórico sino también para la práctica de educación cultural.
- b. Promocionar en todos los foros que realice CORSATUR y a través de los medios de comunicación, las ventajas comparativas y competitivas del BSE en base al turismo cultural.
- c. Establecer estrategias conjuntas de promoción del BSE con CORSATUR.
  - i. Promoción y difusión de los patrimonios culturales con que cuenta el BSE.
- d. Diseñar campañas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación masivos o disponibles aprovechando las características turísticas y la accesibilidad del municipio.
  - i. Colocar rótulos o vallas publicitarias con el nombre y servicios que presta la cooperativa y señales de ubicación del BSE en lugares estratégicos. Gestionar con el MITUR la colocación de dicha señalización de ser necesario. Además de un rotulo informativo del BSE que indique los atractivos que posee.
- e. Promover la capacitación de los habitantes del BSE sobre cómo administrar los planes de negocios.( Gestionar becas de capacitación a microempresarios.), Capacitación para el manejo y aprovechamiento de los recursos tangibles históricos.
- f. Diversificar los servicios y atractivos turísticos según la preferencia de los clientes y las iniciativas o ideas de los miembros de la cooperativa.

**3. APORTE DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN SALVADOR AL PLAN DE DESARROLLO LOCAL DEL BSE**

Desde el inicio del proyecto se realizó el contacto con la Unidad de Desarrollo del Centro Histórico de San Salvador, unidad que tiene bajo su cargo el desarrollo y conservación del patrimonio histórico existente en el mismo.

La principal estrategia aplicada en el proyecto para impulsar el apoyo de la municipalidad al mismo, fue hacer de su conocimiento la iniciativa existente, así como tomar en consideración las recomendaciones hechas por el encargado de la Unidad.

En la entrevista realizada se nos dio a conocer el campo de acción de dicha unidad el cual se acopla perfectamente al perfil del proyecto, dentro de lo más representativo se conoció del convenio existente entre la Alcaldía Municipal, FUNDASAL y MITUR, en el cual se estableció que

FUNDASAL apoyaría a través del Desarrollo Habitacional, MITUR a través del impulso al turismo como eje económico y la Alcaldía a través de la conservación del patrimonio Histórico.

Dentro de los proyectos existentes en el CHSS el 90% son con aporte a la infraestructura del CHSS por lo cual el Plan de Desarrollo Local para el BSE es un excelente completo al desarrollo del mismo. Conociendo el interés de la alcaldía Municipal en impulsar el desarrollo en el centro histórico, se tienen altas probabilidades de que lo apoyen, ya que los resultados obtenidos serán distribuidos entre los habitantes en general.

Otras estrategias aplicables son las siguientes:

- Gestión para el acceso a patrimonio tangible con la Municipalidad.
- Establecimiento de rutas turísticas dentro del BSE en conjunto con patrimonios tangibles dentro del CHSS.
- Gestión de reparaciones de calles y aceras por parte de las organizaciones del BSE.
- Gestión de permisos para la colocación de locales en el BSE.

### **7.3. OE 3. DESARROLLO DE LOS ASPECTOS BÁSICOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA.**

---

#### **14.3.1 ACCION 1. IDENTIFICAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA.**

El manual Organizativo o de organización es una herramienta que permite presentar la relación entre los recursos de la organización formalmente. Es a partir de ellos que se muestra las relaciones de autoridad, recurso humano involucrado en los diferentes procesos y sus funciones dentro de la organización, la base legal sobre la cual se fundamenta las relaciones y los objetivos de las unidades existentes. Finalmente toda esta información se presenta formalmente por escrito. (en acción 6.3.3)

#### **14.3.2 ACCION 2. DEFINIR LOS PASOS NECESARIOS PARA LA IMPLANTACION.**

Especificación de los pasos necesarios para la implantación de la estructura propuesta y recomendaciones de mantenimiento

Dentro del apartado D en la propuesta de Estructura organizativa. (realizada en acción 6.3.3), se desarrolla un manual administrativo general, el cual considerando la naturaleza y características de la organización resulta de mayor conveniencia el desarrollo de un Manual de Organización.

Para ello se debe establecer primero el organigrama, definir aspectos legales necesarios, la información relacionada a las relaciones entre miembros de la Cooperativa y aspectos generales de la organización.

Es necesario tener claro:

- Cantidad de personal
- Funciones
- Actividades
- Relaciones
- Procedimientos
- Formas de comunicación interna

### **14.3.3 ACCION 3. SISTEMA DE MONITOREO GERENCIAL.**

La información es esencial para las decisiones que hacemos y las acciones que tomamos. La información oportuna y precisa nos permite:

- Aprender de las experiencias
- Identificar y capitalizar las oportunidades
- Evitar situaciones de peligro o de riesgo.

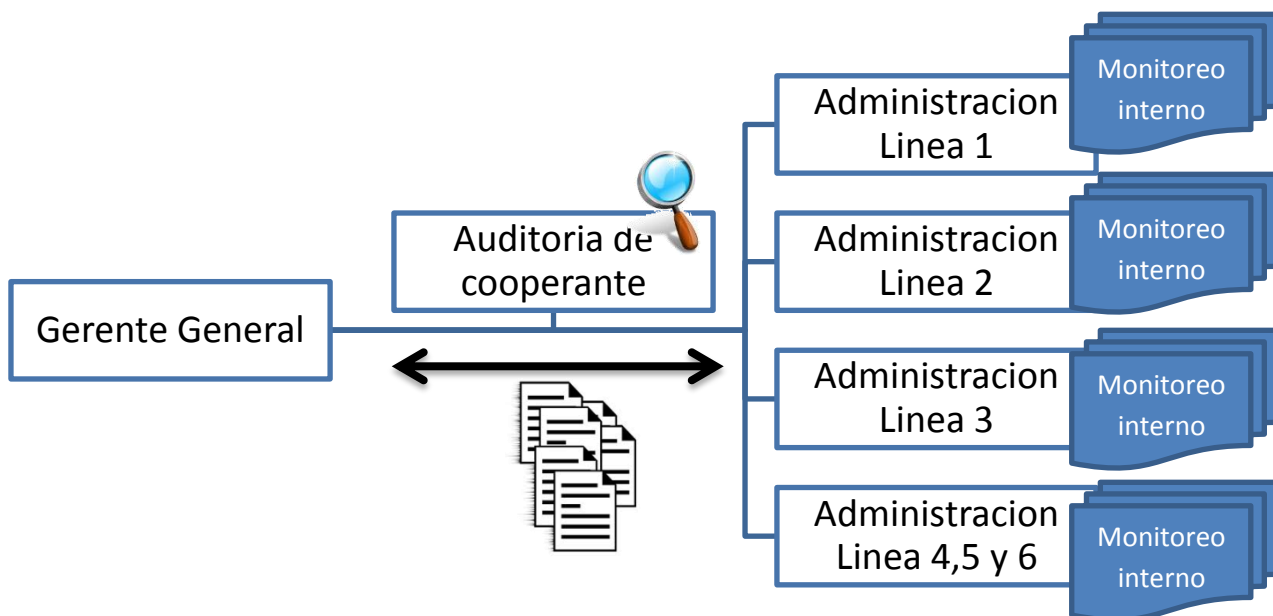
El monitoreo es el proceso de recoger la información rutinariamente sobre todo los aspectos de una campaña de defensa y promoción y usarla en la administración y toma de decisiones.

#### **Flujo de la información:**

Para poder establecer el procedimiento bajo el cual el sistema de monitoreo de índices y control se establecen los elementos del sistema:

- Gerencia general
- Administradores de cada línea
- Procedimientos de control y monitoreo de cada línea (Declarados en el diseño del proyecto)
- Índices y cronogramas de gastos.
- Documentación en general.

Los elementos están interrelacionados de la siguiente forma:



**Procedimiento de monitoreo gerencial:**

Nombre	Monitoreo mensual de líneas estratégicas		
<b>Procedimiento</b>	<b>Paso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>
	1	Elaborar un informe mensual del proyecto según la línea estratégica administrada	Administrador de línea
	2	Enviar Informe digital a dirección especificada al Gerente General	Administrador de línea
	3	Gerente general realiza la evaluación del informe	Gerente General
	4	Realizar anotaciones pertinentes	Gerente General
	5	Enviar correo o redactar memorando de recibimiento y aprobación del informe	Gerente General
<b>Contenido del informe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Actividades realizadas</li> <li>✓ Productos de las actividades realizadas</li> <li>✓ Evaluación de índices de línea</li> <li>✓ Bitácora del flujo de efectivo de la línea</li> <li>✓ Aciertos y desaciertos a la fecha</li> <li>✓ Fotografías por actividad</li> </ul>		

### 14.3.4 ACCION 3. CREACION DE LOS MANUALES ORGANIZATIVOS.

#### MANUAL DE ORGANIZACIÓN COOPERATIVA ACOVICHSS

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>		
	<b>Directorio de la Cooperativa</b>		
<b><u>Índice</u></b>			
A. Introducción	.	.	.
1. Objetivo del manual	.	.	.
2. Ámbito de aplicación	.	.	.
3. Uso del manual	.	.	.
B. Directorio de la Cooperativa 2010	.	.	.
C. Antecedentes Históricos	.	.	.
D. Base legal (en caso de organismo público)	.	.	.
E. Objetivos organizacionales	.	.	.
F. Organigrama	.	.	.
G. Estructura funcional	.	.	.
H. Objetivos de cada unidad orgánica	.	.	.

Tabla 186: Índice de manual organizativo

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>INTRODUCCION</b>	
<p style="text-align: center;"><b>A. <u>Introducción</u></b></p> <p>El presente manual es un instrumento administrativo que describe con detalle la estructura de la Cooperativa ACOVICHSS, así como también la relación que existe entre las unidades para el logro de los objetivos. También será una guía práctica para desarrollar las actividades que les compete; ya que el Manual de Organización explica la jerarquía, los grados de autoridad y responsabilidad, funciones y actividades de cada uno de las unidades de la organización.</p> <p>Un aspecto fundamental que se obtiene con la implementación de este manual, es facilitar la toma de decisiones dentro de la organización.</p>		
<p style="text-align: center;"><b>1. Objetivo del manual</b></p> <p>El Manual Organizativo pretende servir de guía hacia una dirección adecuada de los esfuerzos de los miembros de la misma que labora en el BSE. El cual permita:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Permite conocer el funcionamiento interno.</li> <li>➤ Precisar funciones y relaciones de cada unidad administrativa.</li> <li>➤ Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal.</li> <li>➤ Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.</li> <li>➤ Definir formalmente la estructura organizativa de la Cooperativa.</li> <li>➤ Facilitar la interpretación de los objetivos definidos por la dirección.</li> <li>➤ Servir como guía e instrumento de consulta permanente para el personal.</li> <li>➤ Proporcionar una herramienta técnica a fin de efectuar las actividades en base a la previsión y planificación.</li> </ul>		
<p style="text-align: center;"><b>2. Ámbito de aplicación</b></p> <p>El manual de organización presentado es aplicado a todos los miembros que conforman la cooperativa y al espacio geográfico del BSE</p>		
<p style="text-align: center;"><b>3. Uso del manual</b></p> <p>El manual debe ser utilizado como presentación de la organización en forma general y parte de la introducción a nuevos miembros de la Cooperativa. Así mismo sus partes deben ser de uso y conocimiento de todos sus miembros pudiendo disponer de este toda la cooperativa.</p>		

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>Directorio de la Cooperativa</b>	

**B. Directorio de la Cooperativa ACOVICHSS 2010**

<b>Presidente Junta Directiva:</b>	Jose Marcos Moreno
<b>Tesorero:</b>	Jesús Menjivar
<b>Secretario:</b>	Juan Francisco Osorio
<b>Síndico:</b>	Mario Marroquín
<b>Vocales:</b>	Zulma Yannette Rivera
	Enoc Álvarez Hernández
	Beatriz Esmeralda Lopez
<b>Representantes Comité guias turisticos:</b>	Marvin Cruz
<b>Representantes Comité Comidas típicas:</b>	Luis Castillo
<b>Representantes Comité Artesanías:</b>	Julio Amaya
<b>Representantes Comité educacion y valores:</b>	Raúl Antonio Sánchez
<b>Representantes Comité alimentación:</b>	Juan Carrillo
<b>Representantes Comité seguridad:</b>	Marco Arévalo

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>ANTECEDENTES ACOVICHSS</b>	

### **C. Antecedentes Históricos**

Desde el año 2003 los habitantes del barrio San Esteban comenzaron una iniciativa de organización que termino en la formación del primer grupo denominado Asociación de Cooperativa de Vivienda del Centro Histórico de San Salvador (ACOVICHSS) para velar por el interés de mejorar la calidad de vida a través de una vivienda más digna. Para esto hubo necesidad de gestionar ante el Instituto Salvadoreño de Fomento al Cooperativismo (INSAFOCOOP), para que esta institución incluyera las cooperativas de vivienda de usuarios en la legislación vigente y aprobara estatutos presentados por ACOVICHSS.

FUNDASAL apporto al proceso de organización y se centró en ofrecer capacitación sobre cooperativismo de vivienda de usuarios, trabajo organizado, funcionamiento de cooperativa, etc. También apoyo jurídico institucional fue requerido por ACOVICHSS.

Ahora que se presenta una nueva oportunidad de mejora de la calidad de vida de sus miembros la cooperativa ACOVICHSS tomo como iniciativa, mejorar la calidad de vida atreves de la prestación de servicios turístico. A partir del año 2008 se empieza a desarrollar la idea por parte del consejo de la parroquia de la merced de hacer tours turísticos en esta zona, en el cual se pudieran aprovechar precisamente los recursos patrimoniales tangibles e intangibles que el BSE tiene y suplir la necesidad mejora del nivel de vida de los habitantes del BSE. Para ello se consideró incluir a los mismos pobladores del BSE ofreciéndoles la oportunidad de tener negocio propio dentro del BSE (ventas de artesanías y comidas típicas).

Es de aprovechar el hincapié que se está dando por parte del ministerio de turismo a la zona del centro histórico de san salvador y a su rescate para convertirlo en lugar turístico cultural, ya se comenzó con el reordenamiento de ventas informales en los monumentos históricos además de eso la reconstrucción de algunos lugares culturales dentro CHSS. Es así como nace la necesidad de reestructurar la cooperativa ACOVICHSS.



	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>BASE LEGAL</b>	
<p><b>D. <u>Base legal</u></b></p> <p>Cada comité tiene su propio reglamento o normativa para el caso de Restauranteros, Guías y Vendedores de artesanías. Por parte de FUNDASAL (organismo que ha ayudado a la conformación de la cooperativa) los miembros que conforman los comités han recibido varias capacitaciones de temas relacionados a trabajo en equipo, administración y temas relacionados.</p>		

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>OBJETIVOS ORGANIZACIONALES</b>	
<p><b>E. <u>Objetivos Organizacionales</u></b></p> <p style="text-align: center;"><b><u>Misión</u></b></p> <p><i>ACOVICHSS es una cooperativa que conserva y preserva los recursos culturales del BSE, promueve el desarrollo del turismo cultural y procura la mejora en la calidad de vida de sus Asociados, sus familias, y la Comunidad, a través de creación de empleos mediante de la producción y comercialización sostenible de productos y servicios culturales, siendo equitativos, solidarios en armonía con la sociedad y con el medioambiente</i></p> <p style="text-align: center;"><b><u>Visión</u></b></p> <p><i>“Convertirse en el eje central del turismo cultural de San salvador por medio de la comercialización de los servicios turísticos culturales, basados en el trabajo en equipo para satisfacer las necesidades de los clientes y así convertirse en un ente de desarrollo socioeconómico de la comunidad mejorando la calidad de vida.”</i></p>		

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>OBJETIVOS ORGANIZACIONALES</b>	

**OBJETIVO GENERAL.**

Convertir al BSE en el eje central del turismo en San salvador por medio de la integración de los diversos tipos de turismo que se prestan en el municipio, fomentando principalmente el turismo cultural y explotando de manera sostenible los patrimonios culturales con los que se cuenta como fuente de desarrollo socioeconómico.

**OBJETIVO ESPEFICOS.**

1. Fomentar el trabajo en conjunto por medio de eventos en el cual se involucre e integre a los habitantes que conforman el BSE.
2. Generar alternativas de servicios turísticos para satisfacer las necesidades de los visitantes al BSE y crear en ellos una experiencia que los motive a regresar.
3. Proporcionar una oferta de servicios turísticos de calidad que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.
4. Capacitar a personas para que sirvan como guías turísticos en la prestación de los servicios.
5. Promover las capacitaciones y calificación de los recursos humanos implicados en el turismo y potenciar la intervención de las familias del BSE en el plan de desarrollo a través socioeconómico.
6. Realizar campañas publicitarias e informativas sobre los servicios turísticos que se ofrecen dentro del BSE, a nivel municipal como nacional e Internacional.
7. Involucrar a los sectores de la comunidad interesados en ofrecer servicios turísticos, que no ofrece la cooperativa como: hospedaje, alimentación, venta de artesanías, etc. Generando empleos indirectos como una alternativa económica.
8. Desarrollar e impulsar un turismo cultural en la zona y poderlo tomar como modelo para la réplica en otros lugares del país.
9. Buscar la integración de la población en las actividades turísticas con la finalidad de mejorar su calidad de vida y no ser desplazados al momento de tener la zona su despegue económico.
10. Educar al turismo que nos visita mediante la interpretación cultural en los tours que se desarrollen hacer énfasis de que se encuentran visitando un área histórica cultural la cual le dio origen a la ciudad de San Salvador.

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>OBJETIVOS ORGANIZACIONALES</b>	

**Políticas Estratégicas.**

- a) **Evaluaciones constantes de la organización**, principalmente realizar evaluaciones a la estructura organizativa y planes estratégicos periódicamente para restablecer la dirección de la organización.
- b) **Realización de los planes**: los planes que se realicen en los ejes de seguridad alimenticia, seguridad y educación deben de tener un fin de desarrollo socioeconómico que ayuden al BSE.
- c) **Búsqueda de financiamiento**: Para la búsqueda de financiamiento se realizara en instituciones encargas de cada eje específico del plan.
- d) **Capacitaciones constantes**, se adiestrará constantemente al personal de la Cooperativa encargado del trato con los clientes (guías turísticos, personas encargadas de negocios, etc.) con el objetivo de prestarle un mejor servicio a los turistas. Las capacitaciones se estarán orientadas a mejorar la calidad en la prestación de los servicios y a buscar la satisfacción del cliente.
- e) **Valorar el cliente interno**, se establece que el personal de la Cooperativa se trate como cliente entre ellos en lo que respecta a la relación de trabajo, buscando que se efectuó de manera armoniosa. Con lo que se Creara un clima organizacional óptimo para garantizar la excelencia empresarial de la Cooperativa.
- f) **Programación de actividades**, se programará el desarrollo de eventos turísticos y desarrollo socioeconómico del BSE, de forma mensual para promover las actividades turísticas en el lugar de manera que se vean involucrados todos los habitantes del mismo.

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>OBJETIVOS ORGANIZACIONALES</b>	
<p><b>Políticas Operativas.</b></p> <p>a) Cada actividad será evaluada para determinar su impacto en el desarrollo económico y social del BSE, sobre la base de tal evaluación, la Cooperativa seleccionará las mejores actividades en base a los resultados esperados.</p> <p>b) Las actividades deben ser coherente con los planes de desarrollo de la Cooperativa, además de contar con buenas perspectivas de éxito.</p> <p>c) Se llevara un control de las asistencias a las asambleas de la Cooperativa</p> <p>d) Control de faltas, se llevara un registro de faltas internas cometidas por los miembros de la cooperativa con el objetivo de proporcionarle un reconocimiento a los miembros que menos faltas comete, además se deben de tomar medidas correctoras para quienes tengas muchas faltas graves.</p>		

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>OBJETIVOS ORGANIZACIONALES</b>	
<p><b>NORMAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ No se permite agresiones físicas entre los miembros de la Cooperativa.</li> <li>➤ El uso de uniforme de trabajo para los guías turísticos como calidad de servicio.</li> <li>➤ Con la venta de artesanías o venta de comidas los precios sean homogéneos para todas las personas que aportaran su mano de obra laborar.</li> <li>➤ Cada vez que se presta el servicio de guía por los patrimonios culturales serán realizadas con una respectiva seguridad (policía nacional civil).</li> <li>➤ Se tiene un orden de salida para prestar el servicio de guía.</li> <li>➤ La limpieza dentro de cada una de las áreas de trabajo es responsabilidad de todos los miembros de la Cooperativa.</li> <li>➤ Los planes de desarrollo se realizaran con los lineamientos establecidos para cada plan además de realizarlos en los ejes de alimentación, seguridad y educación.</li> </ul>		

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

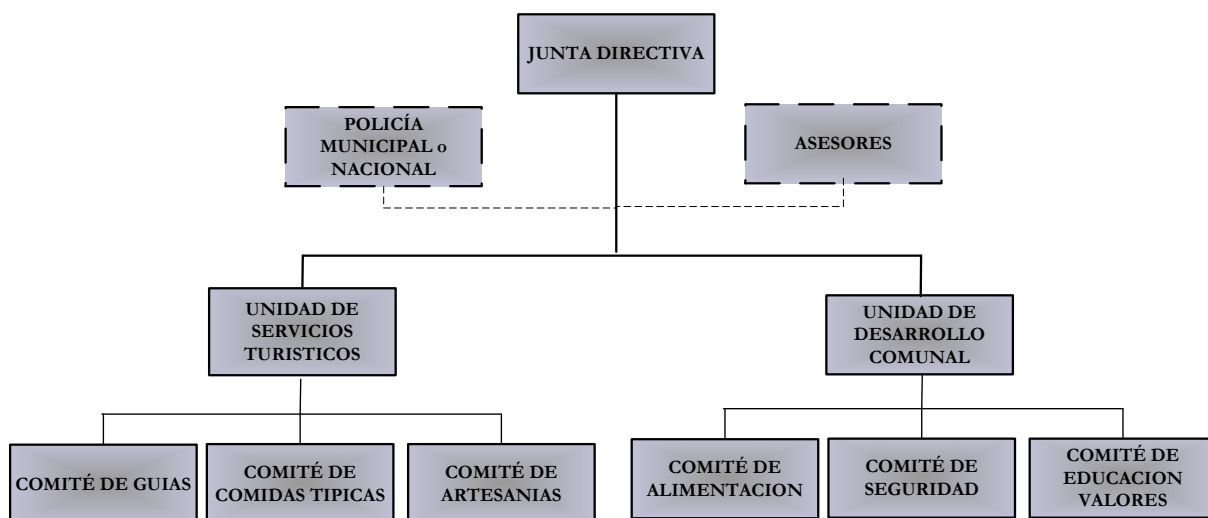
ORGANIGRAMA

**F. Organigrama**

**ORGANIGRAMA DE LA ASOCIACION COOPERATIVA ACOVICHSS**

**FECHA DE ELABORACIÓN:** Diciembre 2009 - Enero 2010

**ELABORADO POR:** Grupo consultor para la elaboración del plan de desarrollo local socioeconómico para el BSE del CHSS.



	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>ORGANIGRAMA</b>	

**G. Estructura funcional**

**ADMINISTRACIÓN GENERAL**

**1. JUNTA DIRECTIVA**

**2. PRESIDENTE**

**UNIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS**

**3. COMITÉS DE SERVICIO TURISTICOS**

**3.1. COMITÉ DE GUIAS**

**3.2. COMITÉ DE COMIDAS TIPICAS**

**3.3. COMITÉ DE ARTESANÍAS**

**3.4. COMITÉS TEMPORALES O POR PROYECTOS**

**UNIDAD DE DESARROLLO COMUNAL**

**4. COMITES DE DESARROLLO COMUNAL**

**4.1. COMITÉ DE SEGURIDAD ALIMENTICIA**

**4.2. COMITÉ DE SEGURIDAD CIUDADANA**

**4.3. COMITÉ DE EDUCACION Y VALORES**

**UNIDADES DE APOYO**

**5. ASESORES**

**6. POLICÍA MUNICIPAL, NACIONAL**

#### H. *Objetivos de cada unidad orgánica*

### UNIDADES DE ADMINISTRACION GENERAL

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN	
	UNIDAD DE ADMINISTRACION GENERAL	
<p><b>1. <u>JUNTA DIRECTIVA</u></b></p> <p>La Junta Directiva se encuentra formada por integrantes de las diferentes comisiones de la Cooperativa. Cada comité tiene una representación de una personas, las cuales son elegidas por los mismos integrantes de cada comisión. La Junta es elegida cada tres años y debe reunirse una vez cada mes de forma ordinaria y según lo estimen conveniente de forma extraordinaria.</p>		
<p>a) <b>Objetivo:</b> Velar por el cumplimiento de las normativas que rigen la cooperativa, así como el seguimiento de proyectos a largo y mediano plazo de cualquier índole que le atañen a la Cooperativa. Además de discutir problemas percibidos y posibles amenazas, tomando la acción que consideren necesario y comunicándolo a los demás miembros de la Cooperativa.</p> <p>b) <b>Relaciones:</b> Se relaciona directamente con los miembros de los comités</p> <p>c) <b>Funciones generales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Colaborar con el Administrador general en la construcción de estrategias, aprobarla y realizar control y seguimiento de éstas.</li><li>➤ Velar por los resultados de la organización conforme a las exigencias y expectativas de los clientes.</li><li>➤ Discusión de problemas graves internos y toma de decisiones relacionadas a éstos.</li><li>➤ Garantizar la efectividad de los sistemas de información.</li><li>➤ Dedicar tiempo suficiente al ejercicio de sus funciones como miembros de la junta directiva.</li><li>➤ Garantizar la aplicación de políticas, normas y reglas internas.</li></ul> <p>d) <b>Estructura organizacional:</b> Su decisión es las más importantes de ellos depende la realización de los proyectos aprobados para la cooperativa.</p> <p>e) <b>Cantidad y tipo de Puestos:</b> Presidente (1), Secretario (1), Tesorero (1) y vocales (5).</p>		

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>UNIDADE DE ADMIINISTRACION GENERAL</b>	

## **2. PRESIDENTE**

Es el representante legal de la cooperativa, encargado del funcionamiento adecuado de la Cooperativa.

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo realizar la función de representante, coordinando las actividades internas la cooperativa bajo las normativas que se establecen.
- b) **Relaciones:** este puesto está relacionado con la totalidad de la estructura organizativa, personal de apoyo, junta Directiva y comités.
- c) **Funciones generales:**
- Representación de la Cooperativa.
  - Coordinar las relaciones entre habitantes del BSE y Cooperativa y relaciones internas la Cooperativa.
  - Control y evaluación de cumplimiento de normativas generales
  - Verificar Cumplimiento de acuerdos de Junta Directiva
  - Coordinar actividades de promoción y desarrollo y de los comités.
  - Identificación de necesidades de la cooperativa y gestionar recursos necesarios para su satisfacción
  - Fijar objetivos; derivar metas; organizar tareas, actividades y personas.
  - Dirección del personal. Motivador comunicador. Desarrollar a la gente.
  - Administrador de conflictos y negociador.
  - Planificador. Debe tener una visión integradora con capacidad de coordinación en el tiempo de los recursos disponibles (actuales y futuros; tangibles e intangibles) en función de las necesidades operativas en directa relación a de los objetivos deseados
  - Elaboración de reportes administrativos
- d) **Estructura organizacional:**  
Depende de éste puesto el desarrollo de los proyectos internos de la cooperativa. Punto central en la comunicación formal interna.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos :** Presidente (1)



## UNIDADES DE SERVICIOS TURISTICOS

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN	
	UNIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS	
<p><b>3 <u>COMITÉS DE SERVICIO TURISTICOS</u></b></p> <p>Los comités fijos que forman parte de la cooperativa son tres , cuyos servicios son clasificados como paseos turísticos o guías , servicios de comidas típicas y venta de artesanías. Cada comité trabaja dentro de un área determinada y asignada.</p>		
<p>a) <b>Objetivo:</b> tiene por objetivo brindar los servicios que tiene a disposición y que forman parte de la Cooperativa como son tours, comidas típicas y artesanías.</p> <p>b) <b>Relaciones:</b> Esta bajo la dirección del Presidente.</p> <p>c) <b>Funciones generales:</b> Brindar los servicios propios de cada comisión, cumpliendo las normativas establecidas dentro del mismo.</p> <p>d) <b>Estructura organizacional:</b> Todos los comités se encuentran al mismo nivel, formando toda la parte de la parte operativa de la misma. Se relaciona con toda la estructura organizativa en general y cada comité tiene su propia estructura interna.</p> <p>A continuación se describen cada uno de los comités permanentes a los servicios generales de turismo en la estructura organizativa de la cooperativa.</p>		

<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
<b>UNIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS</b>	
<b>COMITÉ DE SERVICIOS TURISTICOS</b>	

### **3.1 COMITÉ DE GUIAS TURISTICOS**

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo de satisfacer parte de las necesidades del visitante al BSE brindando el servicio de guía turístico a los diferentes patrimonios culturales dentro del BSE.
- b) **Relaciones:** Los guías turísticos está bajo la dirección del encarga del comité y la relación se da dentro de los miembros de este comité y con los miembros de los demás comités (comida típica y artesanías).
- c) **Funciones generales:**
- Brindar un tours según recorridos establecidos a las diferentes patrimonios culturales o destinos dentro del BSE.
  - Brindar información general que requiera el visitante.
  - Promotor de los demás servicios que se ofrecen.
  - Elección de representantes de comité ante la Junta Directiva
  - Monitorear los gustos y preferencias del cliente en cuanto a viajes y destinos.
  - Recolectar información relacionada a expectativas de los clientes o calidad percibida.
  - Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
  - Soluciona problemas y quejas de clientes.
  - Realizar relaciones públicas con sus clientes.
  - Desarrollar promociones.
- d) **Estructura organizacional:** Cada guía responde al encargado del comité del mismo, el cual es en general el gerente de dicho unidad. Cada gerente de unidad es representante del mismo ante diversas actividades. En reuniones de comité se reunirán todos los guías y ante la Junta directiva los representantes del comité (gerentes de unidad).
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** Guía turístico (3)

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN**

**UNIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS**

**COMITÉ DE SERVICIOS TURISTICOS**

**3.2 COMITÉ DE COMIDAS TÍPICAS**

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo realizar de satisfacer parte de las necesidades del visitante del BSE brindando el servicio de ventas de comidas típicas.
- b) **Relaciones:** Los empleados de cada puesto está bajo la dirección del propietario o al que éste designe, y la relación se da dentro de los miembros de un mismo comité y con los miembros de los demás comités.
- c) **Funciones generales:**
  - Venta de servicios de comidas típicas
  - Brindar información general que requiera el visitante
  - Promotor de los demás servicios que se ofrecen
  - Elección de representantes de comité ante la Junta Directiva
  - Monitorear los gustos y preferencias del cliente en cuanto a productos alimenticios.
  - Recolectar información relacionada a expectativas de los clientes o calidad percibida.

**Funciones según puestos**

	Es el responsable de la planeación y coordinación del servicio y la venta de alimentos de calidad, por medio de la supervisión
	Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
	Realizar relaciones públicas con sus clientes, Desarrollar promociones y Soluciona problemas.
	Supervisar que su negocio cuente con el equipo necesario en óptimas condiciones de limpieza.
	Atender directamente al cliente, tomar orden, darle información de interés general cuando se requiera, Recepción de quejas y búsqueda de soluciones, conocimiento a detalle de los productos ofertados.
	Mantener en perfecto estado de higiene su lugar de trabajo.
	Manipulación de todo tipo de alimentos, procurando su perfecto grado de conservación.
	En general, cualesquiera otras tareas afines a la categoría del puesto.

- e) **Estructura organizacional:** Cada puesto responde al arrendatario del mismo, el cual es en general el gerente de dicho puesto. A éste responden los empleados del puesto. Cada gerente de puesto es representante del mismo ante diversas actividades. En reuniones de comité se reunirán los representantes de cada puesto y ante la Junta directiva los representantes del comité.
- f) **Cantidad y tipo de Puestos:** Arrendatarios, cocinero/a, vendedores/as.

<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
<b>UNIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS</b>	
<b>COMITÉ DE SERVICIOS TURISTICOS</b>	

### **3.3 COMITÉ DE ARTESANÍAS**

Formado por puestos dispuestos en áreas diferentes del BSE una frente al playa San Esteban y la segunda en la iglesia la merced.

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo de satisfacer parte de las necesidades del visitante del BSE brindando el servicio de ventas de artesanías y recuerdos.
- b) **Relaciones:** Los empleados de cada puesto de artesanías está bajo la dirección del propietario, y la relación se da dentro de los miembros de un mismo puesto y con los miembros de los demás puestos de artesanías.
- c) **Funciones generales:**
  - Venta de artesanías y recuerdos
  - Brindar información general que requiera el visitante
  - Promotor de los demás servicios que se ofrecen
  - Elección de representantes de comité ante la Junta Directiva
  - Monitorear los gustos y preferencias del cliente en cuanto a artesanías y recuerdos
  - Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
  - Soluciona problemas y quejas de clientes.
  - Realizar relaciones públicas con sus clientes.
  - Desarrollar promociones.
- d) **Estructura organizacional:** Cada puesto responde al arrendatario del mismo, el cual es en general el gerente de dicho puesto. A éste responden los empleados del puesto. Cada gerente de puesto es representante del mismo ante diversas actividades. En reuniones de comité se reunirán los representantes de cada puesto y ante la Junta directiva los representantes del comité.
- e) **Cantidad y tipo de puesto** Arrendatarios, vendedores/as.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

UNIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS

COMITÉ DE SERVICIOS TURISTICOS

### **3.4 COMITÉS TEMPORALES O POR PROYECTOS**

Son comités formados por los mismos miembros de la Cooperativa y los cuales pueden incluir algún asesor o técnico con determinada especialización según necesidades. Éstos establecerán su propia estructura y funciones según el proyecto que requiera de su formación. Cada comité temporal al ser formado debe especificar su estructura interna, sus relaciones y funciones. Difundiendo la información del nombre del comité, del proyecto al cual pertenece y los nombres de los integrantes que lo componen.

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo llevar a la práctica, ejecución y realización de proyectos que surgen de diversas necesidades o estrategias a desarrollar dentro de la cooperativa para el BSE y que ameriten su formación.

**Relaciones:** está directamente relacionado con el Presidente y con otras unidades o instituciones según requisitos del proyecto.

- b) **Funciones generales:**

- Desarrollo de actividades programadas dentro del proyecto
- Elaboración reportes de avance
- Mantener comunicación constante con los entes involucrados en el desarrollo del proyecto.

- c) **Estructura organizacional:** Se encuentran al mismo nivel que el resto de comités, pero como parte del área administrativa y no operativa.

- d) **Cantidad y tipo de Puestos:** Según necesidades, pero es indispensable un coordinador, director o representante.

## UNIDADES DE DESARROLLO COMUNAL

### MANUAL DE ORGANIZACIÓN

#### UNIDAD DE DESARROLLO COMUNAL

#### **4 COMITÉS DE DESARROLLO COMUNAL**

Los comités fijos que forman parte de esta unidad son tres, los cuales buscan el desarrollo socioeconómico del BSE estos comités son seguridad alimenticia, seguridad y educación valores. Cada comité trabaja dentro de un área determinada y asignada según su nombre.

##### **4.1 COMITÉS DE SEGURIDAD ALIMENTICIA**

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo de mejorar la calidad de vida de los habitantes del BSE y las familias de la cooperativa por medio de la elaborar un plan que mejore el acceso de los habitantes del BSE a la canasta básica alimentaria
- b) **Relaciones:** Los miembros de este comité están a cargo del encargo o responsable del comité y la relación se da dentro de los miembros de este comité y los habitantes del BSE.
- c) **Funciones generales:**
  - Brindar información general que requiera los habitantes del BSE sobre el tema.
  - Promotor el acceso a la canasta básica por medio de una despensa de granos básicos.
  - Recolectar información relacionada a expectativas de los habitantes del BSE con respecto a precios.
  - Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
  - Soluciona problemas y quejas de los habitantes.
  - Desarrollar promociones.
- d) **Estructura organizacional:** los miembros en este comité responde al encargado del comité del mismo. Cada gerente de unidad es representante del mismo ante diversas actividades. En reuniones de comité se reunirán todos los miembros y ante la Junta directiva los representantes del comité (gerentes de unidad).
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** personal(3)

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN**

**UNIDAD DE DESARROLLO COMUNAL**

**COMITÉ DE DESARROLLO COMUNAL**

**4.2 COMITÉS DE SEGURIDAD CUIDADANA**

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo de mejorar la seguridad de los habitantes del BSE y las familias de la cooperativa por medio de la Elaborar un plan que permita mejorar la seguridad y que permita a los habitantes sentir más confianza.
- b) **Relaciones:** Los miembros de este comité están a cargo del responsable del comité y la relación se da dentro de los miembros de este comité y los habitantes del BSE.
- c) **Funciones generales:**
- Brindar información general que requiera los habitantes del BSE sobre el tema.
  - Promotor de La seguridad por medio de la prevención.
  - Recolectar información relacionada a expectativas de los habitantes del BSE.
  - Atender las reuniones en las que se requiera de su presencia.
  - Soluciona problemas y quejas de los habitantes.
  - Mantener una vigilancia permanente por parte del personal de seguridad, para evitar que el comercio informal crezcan en la ubicación turística del BSE.
  - Fortalecer la participación ciudadana en la seguridad del BSE, para que sea la base y motor de todo esfuerzo enfocado a esta materia.
  - Realización de acciones de prevención del combate al crimen y el establecimiento de retenes de supervisión y vigilancia, por parte de la PNC aprovechando los convenios destinados a fortalecer la seguridad pública.
- d) **Estructura organizacional:** los miembros en este comité responde al encargado del comité del mismo.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** personal(4)

<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
<b>UNIDAD DE DESARROLLO COMUNAL</b>	
<b>COMITÉ DE DESARROLLO COMUNAL</b>	

#### **4.3 COMITÉS DE EDUCACION Y VALORES**

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo que los habitantes del BSE puedan mejorar su nivel de estudio y su práctica de valores morales que sean de beneficio para la comunidad.
- b) **Relaciones:** Los miembros de este comité están a cargo del responsable del comité y la relación se da dentro de los miembros de este comité y los habitantes del BSE.
- c) **Funciones generales:**
- Promotor de La educación y valores por medio de la prevención a la violencia.
  - Gestionar becas con organizaciones nacionales e internacionales
  - promoción de valores de solidaridad, cortesía y cultura de paz.
  - Fomentar entre los vecinos, valores y principios encaminados a realizar una permanente defensa de esas áreas comunes para preservarlas en buenas condiciones
  - Promover en las instituciones educativas y padres de familias una adecuada cultura alimenticia, con el fin de prevenir enfermedades tales como la obesidad infantil, diabetes juvenil, hipertensión y cardiovasculares así como también promocionar la cultura de equidad.
  - Promover una cultura de respeto hacia los adultos mayores y acciones tendientes al fortalecimiento del núcleo familiar.
  - Fomentar y Organizar eventos culturales y artísticos como la realización de recitales de música, obras de teatro; así como exposiciones pictóricas y fotográficas de la historia del BSE en la plaza del mismo.
- d) **Estructura organizacional:** los miembros en este comité responde al encargado del comité del mismo.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** personal(4)



## UNIDADES DE APOYO

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN	
	UNIDAD DE APOYO	
<b>7</b>	<b><u>ASESORES</u></b>	
	a) <b>Objetivo:</b> Brindar apoyo en las áreas requeridas por los miembros de la Cooperativa y según sea su especialidad	
	b) <b>Relaciones:</b> está directamente relacionada con el área en el cual brinde el asesoramiento y con el Presidente.	
	c) <b>Funciones generales:</b> Apoyar las áreas requeridas por los miembros de la Cooperativa y según sea su especialidad	
	d) <b>Estructura organizacional:</b> Se relaciona con el área en el que brinda sus servicios.	
	e) <b>Cantidad y tipo de Puestos:</b> Según necesidades. Técnico o asesor.	

	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</b>	
	<b>UNIDAD DE APOYO</b>	

**8 POLICÍA MUNICIPAL O NACIONAL**

- a) **Objetivo:** tiene por objetivo brindar seguridad a los visitantes, habitantes del BSE y miembros de la cooperativa.
- b) **Relaciones:** está directamente subordinada de la Alcaldía Municipal
- c) **Funciones generales:**
  - a) Auxilio diverso a los visitantes.
  - b) Vigilante de normas de comportamiento dentro de los patrimonios culturales por parte de los miembros y visitantes
  - c) Velar por el cumplimiento de prohibiciones
  - d) Garantizar la apertura y cierre de los patrimonios y dependencias donde presta servicio.
  - e) Vigilar el BSE , comunicando cualquier anomalía al responsable administrativo de la cooperativa.
  - f) Garantizar el encendido y apagado de luces y otras instalaciones que no dispongan de mecanismos automáticos que las regulen.
  - g) Vigilancia las 24 horas de bienes de los patrimonios culturales
- d) **Estructura organizacional:** Policías destacados por la Alcaldía.
- e) **Cantidad y tipo de Puestos:** policía municipal o nacional.

## CAPITULO XV. INDICADORES DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS.

### 8.1. INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 1

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.1: DISEÑAR UN SISTEMA DE ELABORACION DE PRODUCTOS Y PRESTACION DE SERVICIOS.		
META	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACION
Generar un ingreso por negocio que permita un ingreso mensual de al menos \$400 por trabajador.	<u>Nivel de ventas</u>	Reporte de Ventas de cada uno de los negocios.
	<u>Tiempo: 6 meses</u>	Reporte de ventas de cada negocio
Al menos el 50% de los trabajadores de los negocios deben ser habitantes del BSE.	<u>Cantidad de trabajadores del BSE por negocio.</u>	Datos del personal de los negocios(sistema de información)

Tabla 187: Indicadores de línea Estratégica 1, objetivo1.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.2: SISTEMA DE MONITOREO DE CALIDAD Y SATISFACCION DEL CLIENTE.		
META	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACION
Por lo menos el 50% de habitantes del BSE involucrados en los negocios deben formar parte de la capacitación.	<u>Cantidad de habitantes del BSE que participan en capacitaciones</u>	Sistema de información (Reporte de capacitaciones)
La capacitación en servicio al cliente debe ser constante.	<u>Numero de capacitaciones trimestrales</u>	Historial de capacitaciones.
La percepción de los clientes respecto de los negocios del BSE debe ser satisfactoria	<u>Nivel de satisfacción de los clientes.</u>	Resultado del monitoreo de la satisfacción del cliente.

Tabla 188: Indicadores de línea Estratégica 1, objetivo 2.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.3: DISEÑAR SISTEMAS ADMINISTRATIVOS		
META	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACION
Desarrollar publicidad en al menos 7 medios de comunicación en los primeros 2 meses del proyecto.	<u>Tiempo</u> : Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Cronograma de actividades
	<u>Cantidad</u> : Cantidad de medios visitados	
Establecer al menos 4 convenios comerciales con agencias publicitarias y de viajes. En los primeros 2 meses del proyecto	<u>Tiempo</u> : Tiempo en el que la meta se va cumpliendo.	Cronograma de actividades
	<u>Cantidad</u> : Cantidad de convenios.	

Tabla 189: Indicadores de línea Estratégica 1, objetivo 3.

## 8.2. INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 2

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2.1: DISEÑAR UNA DESPENSA PARA EL MEJORAMIENTO DEL ACCESO A LA CANASTA BÁSICA ALIMENTARIA QUE PROMUEVA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LOS HABITANTES DEL BSE.		
META	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACION
Abrir operaciones de la despensa en 3 meses después de obtenido el financiamiento.	<u>Tiempo</u> : Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Cronograma de actividades
Mejorar el acceso a la canasta básica de al menos el 50% de la población del BSE que no tiene acceso a ella en un año después de iniciado el proyecto.	<u>Personas con acceso a granos básicos</u> : Población que adquiere granos básicos a través de la despensa.	Base de datos de comercialización de asociados a la despensa.
	<u>Tiempo</u> : Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Base de datos de personas que adquieren granos básicos al mes.
Aumentar la atención a la demanda en al menos el 5% cada semestre.	<u>Personas con acceso a granos básicos</u> : Población que adquiere granos básicos a través de la despensa.	Base de datos de comercialización de asociados a la despensa.
	<u>Tiempo</u> : Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Base de datos de personas que adquieren granos

Tabla 190: Indicadores de línea Estratégica 2, objetivo1.

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 2.2: PROMOVER LA EDUCACIÓN, INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN PARA MEJORAR EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN LA POBLACIÓN DEL BSE.</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
Facilitar la formación alimentaria en 500 niños y jóvenes de los cuatro centros escolares pertenecientes al BSE en un año después de establecido el proyecto.	<u>Personas formadas</u> : Población estudiantil que ha recibido la formación.	Lista de asistencia a formaciones por centro escolar.
	<u>Tiempo</u> : Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Personas formadas por mes según listados.

Tabla 191: Indicadores de línea Estratégica 2, objetivo 2.

### 8.3. INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 3

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.1: FORTALECER LA PARTICIPACION CIUDADANA EN LA SEGURIDAD DEL BSE</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
<b>El 50% de la población participe en la seguridad del BSE.</b>	<u>Personas participantes</u> : es el porcentaje de habitantes que participan de las diferentes actividades de seguridad	Lista de asistencia a reuniones de comité de seguridad
<b>Mejorar la imagen de seguridad del BSE 25% para ser un lugar de atractivo turístico.</b>	<u>Turistas en el BSE</u> : es el número de turistas que tendrá el BSE	Demanda en el mercado del lugar turístico
	<u>Ventas realizadas</u> : porcentaje de ventas realizadas de artesanías y comida típica en el BSE	Incremento en las ventas

Tabla 192: Indicadores de línea Estratégica 3, objetivo1.

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.2: DISEÑO DE SISTEMA DE SEGURIDAD PREVENTIVA.</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
<b>Disminuir la deserción escolar 7% haciendo campañas donde se le haga sentir la importancia positiva que tienen los jóvenes en la sociedad.</b>	<u>Número de personas:</u> población estudiantil y padres de familia que ha recibido la capacitación.	Lista de asistencia a capacitación por centro escolar.
	<u>Tiempo:</u> Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Informes de Escuelas del BSE con porcentaje de deserción.
<b>Reducir los niveles delincuencia del BSE en 5% a través de campañas de prevención y concientización.</b>	<u>Número de Personas:</u> Población que asiste a las campañas de prevención de la delincuencia.	Lista de asistencia a campañas de prevención
	<u>Tiempo:</u> Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Informes policiales del BSE
	<u>Número de actos delincuenciales en las zona:</u> Porcentaje de asaltos , agresiones realizadas a los habitantes en el BSE	Informes policiales del BSE

Tabla 193: Indicadores de línea Estratégica 3, objetivo 2.

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.3: DISEÑO DE SISTEMA DE SEGURIDAD CORRECTIVA</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
<b>Incrementar 7% la presencia policial en las calles del BSE.</b>	<u>Número de actos delincuenciales en las zona:</u> Porcentaje de asaltos , agresiones realizadas a los habitantes en el BSE	Informes policiales del BSE

Tabla 194: Indicadores de línea Estratégica 3, objetivo 3.

## 8.4. INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 5

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 5.1: DETERMINAR EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR DE LAS INSTITUCIONES PARA LA OBTENCION DE RECURSOS.</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
Establecer el procedimiento para la obtención del financiamiento del proyecto.	<u>Instituciones con financiamiento:</u> son las instituciones que poseen la disposición de otorgar el financiamiento.	Monto del Presupuesto para la ejecución del proyecto
	<u>Tiempo:</u> Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Cronograma de actividades

*Tabla 195: Indicadores de línea Estratégica 5, objetivo 1.*

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 5.2 CAPACITAR A LOS INVOLUCRADOS EN LA ADMINSTRACION DE LOS RECURSOS</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
Optimizar los recursos financieros con mejor manejo administrativo	<u>Reducción de costos:</u> Disminución en los costos anuales de la organización.	Estado de resultado, flujo de efectivo.
Miembros de la cooperativa aptos para realizar funciones administrativas con eficacia.	<u>Número de Personas formadas:</u> miembros de ACOVICHSS y habitantes que ha recibido la formación.	Personas formadas por capacitación según listados.

*Tabla 196: Indicadores de línea Estratégica 5, objetivo 2.*

## 8.5. INDICADORES LÍNEA ESTRATÉGICA 6

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 6.1 DEFINIR LA ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCION DEL PROYECTO</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
Establecer la organización óptima para la ejecución del proyecto	<u>Eficiencia administrativa:</u> desarrollo de las actividades del proyecto en el tiempo definido.	Ejecución del proyecto (realización de actividades)
	<u>Tiempo:</u> Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Cronograma de actividades

*Tabla 197: Indicadores de línea Estratégica 6, objetivo 1.*

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 6.2 DEFINIR LA FILOSOFIA ORGANIZACIONAL</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
Alcanzar el posicionamiento estratégico	<u>Cumplimiento de misión y visión:</u> realización de las actividades para alcanzar la visión	<b>Misión y visión</b>
	<u>Cumplimiento de objetivos:</u> realización de los objetivos estratégicos	Objetivo
	<u>Cumplimiento de valores:</u> realización de los valores estratégicos	Valores
	<u>Tiempo:</u> Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Cronograma de actividades
Desarrollo de las estrategias	<u>Cumplimiento de estrategias:</u> realización de los estrategias	Estrategias
	<u>Tiempo:</u> Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Cronograma de actividades

*Tabla 198: Indicadores de línea Estratégica 6, objetivo 2.*



<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 6.3 ESTABLECER LOS ASPECTOS BASICOS PARA LA IMPLEMENTACION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
<b>Definición de las funciones correspondientes a cada uno de los puestos que integran la estructura organizativa.</b>	<u>Cumplimiento de las Funciones:</u> cada función es asignada a cada miembro de comité.	Manual de organización
	<u>Medición del Desempeño:</u> medir las horas trabajadas con respecto a los productos o actividades productivas realizadas.	Indicadores de desempeño
	<u>Tiempo:</u> Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Cronograma de actividades

*Tabla 199: Indicadores de línea Estratégica 6, objetivo 2.*

# ETAPA DE EVALUACIONES

## OBJETIVOS DE LA ETAPA DE EVALUACIONES

---

---

### OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio económico financiero para lograr determinar la factibilidad del proyecto desde el punto de vista económico, financiero, social; y al mismo crear un diseño administrativo de la ejecución del mismo.

### OBJETIVO ESPECIFICO

- Estimar la inversión total del proyecto a partir de los resultados de los estudios previos y así lograr determinar el monto total del mismo y definir el porcentaje a ser solicitado a préstamo para llevar a cabo el proyecto.
- Determinar el sistema de costos a utilizar para el tratamiento de todos los ingresos y egresos que generara el proyecto.
- Determinar los costos fijos y variables de los servicios prestados, y productos ofrecidos y posteriormente establecer el costo unitario total de cada uno.
- Elaborar los cuadros financieros pro formas los cuales son útiles en el proceso de planificación financiera de la organización ya la toma de decisiones.
- Analizar el proyecto a partir de los diferentes criterios de evaluación como son económico financiero, social y ambiental.
- Detallar un sistema de administración de la implementación del proyecto a través de un desglose de objetivos para establecer de manera óptima toda la planificación y organización en función de un desarrollo y control de los recursos (tiempo, dinero y recurso humano)

## CAPITULO XVI. MARCO TEORICO

Las evaluaciones de un proyecto son la base para la toma de decisión sobre el mismo, su puesta en marcha y desarrollo, y representa el final de la investigación de un proyecto y el inicio a su desarrollo o el aborto del mismo. En general entre las principales evaluaciones que se realizan a un proyecto se encuentra la evaluación económica, la cual se hace mediante un análisis de los flujos de fondos, los cuales representan transacciones monetarias entre el proyecto y la empresa a lo largo del tiempo.

En el caso del Plan de Desarrollo Local para el BSE del CHSS, la inversión se encuentra reflejada a través de planes y éstos contienen una descripción de cada una de las acciones que deben realizarse para el cumplimiento de las líneas estratégicas. Todos los cuales requieren de la asignación de determinado capital para su desarrollo y con lo cual se espera se produzca un servicio de calidad para los visitantes del BSE. A continuación se presenta las evaluaciones necesarias para identificar y valorar cualitativa y cuantitativamente los elementos que son de especial interés para la puesta en marcha del Plan de Desarrollo Local para el BSE del CHSS.

TIPO DE EVALUACIÓN	FINALIDAD
<b>ECONÓMICA</b>	La finalidad de la evaluación económica es informar las decisiones acerca del mejor uso de los recursos limitados. La mayoría de los tipos de evaluación se centran principalmente en los beneficios. La evaluación económica tiene en cuenta tanto los costos como los beneficios de las políticas, con miras a identificar la manera más eficaz en función de los costos, de lograr objetivos de política <sup>24</sup>
<b>FINANCIERA</b>	Determinar la rentabilidad del proyecto para los inversionistas.
<b>SOCIAL</b>	Determinar si un país o región le conviene ejecutar un proyecto o no, y cuál es el impacto de éste en la sociedad.
<b>DE GÉNERO</b>	Es comparar y apreciar en función de criterios con respecto al género, la situación y la tendencia actual con la evolución que habría de esperarse como resultado de la introducción o desarrollo de un proyecto propuesto.
<b>IMPACTO AMBIENTAL</b>	El objetivo básico es prevenir y evitar posibles deterioros ambientales, costosos de corregir con posterioridad a la puesta en marcha del proyecto analizado. Es útil conocer el entorno que se verá afectado por el proyecto de todas las acciones que implican su ejecución y funcionamiento.

*Tabla 200: Tipos de evaluaciones*

<sup>24</sup> Centro de Análisis de la Exclusión Social. Escuela Economía, Londres. 2000

Sistema de costeo	Características	Desventajas
Método Absorción o tradicional	<p>Los elementos directos del costo están identificados con el producto. Los indirectos se distribuyen entre los lotes de producción.</p> <p>Hace una distinción entre costo de producción y de no producción.</p> <p><i>Costo</i> será la parte del precio de un artículo que todavía no se ha aplicado contra los ingresos (diferido)</p> <p><i>Gasto</i> será un costo ya aplicado contra un período determinado.</p> <p>Resulta funcional para comercialización y permite controlar los costos totales, y entrega elementos de juicio para medir el desempeño de funciones.</p>	<p>1) La clasificación no toma la masa total de gastos, sino sólo los de producción</p> <p>2) Sobre esta subdivisión se establece la relación costo-producto, lo cual resulta insuficiente como fundamento del costo.</p> <p>3) Los costos indirectos comprenden sólo los de producción, sin considerar otras funciones.</p> <p>4) Identificar los costos de administración resulta complicado, pues se encuentra presente en toda la actividad de la empresa.</p>
Método Variable o Directo	<p>Se fundamenta en separar los costos totales de la empresa en dos categorías: <i>costos constantes</i> y <i>variables</i>.</p> <p>1) clasifica los gastos en fijos y variables</p> <p>2) incorpora al costo , sólo los gastos variables</p> <p>3) considera los gastos fijos como resultado administrativo y no como constituyentes del costo, debiendo mostrarlos en el balance como pérdidas.</p> <p>1.- Desaparece el problema de aplicar los gastos (prorratearlos) mediante cuotas, ya que los considera como resultado. Por ello se simplifican algunos registros.</p> <p>2.- Los costos unitarios no se ven afectados por situaciones circunstanciales.</p> <p>3.- El activo realizable muestra el costo variable de las existencias, lo que implica no “suponer” una utilidad antes de la venta.</p>	<p>1. La fijación del precio de venta se dificulta en industrias de producción variada.</p> <p>2. Cuando la influencia de los gastos fijos es muy considerable, puede distorsionar el precio.</p> <p>3. Los gastos semi variables originan cálculos muy complejos para determinar el porcentaje que corresponde a costo y el que debe imputarse a resultados.</p>

<p>Por actividades o ABC</p>	<p>Mide el costo y desempeño de las actividades basado en el uso de recursos y organizando las relaciones de los responsables de los Centros de Costos de las diferentes actividades y su actuación se extiende desde la concepción y diseño de cada producto hasta su explotación definitiva.</p> <p>Se basa en la agrupación en centros de costos de una secuencia de valor de los productos y servicios de la actividad productiva de la empresa. Las actividades se relacionan en conjuntos que forman el total de los procesos productivos, ordenados secuencial y simultáneamente, para obtener los diferentes estados de costo que se acumulan en la producción y el valor que agregan a cada proceso. Facilita el costeo por línea de producción, particularmente donde son significativos los costos generales no relacionados con el volumen. E indica los costos variables a largo plazo del producto. Produce medidas financieras y no financieras, que sirven para la gestión de costos y para la evaluación del rendimiento operacional.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existe poca evidencia que su implementación mejore la rentabilidad corporativa.</li> <li>2. La selección de cost-drivers y costos comunes a varias actividades no se encuentran satisfactoriamente resueltos.</li> <li>3. El ABC no es un sistema de finalidad genérica cuyos outputs son adecuados sin juicios cualitativos.</li> </ol>
------------------------------	--	--

*Tabla 201: Sistemas de Costeos*

## 10.1. GUIA EVALUACION ECONOMICA

El objetivo fundamental de la evaluación económica financiera es cuantificar y analizar una inversión para demostrar si llevar a cabo un proyecto resultará rentable a lo largo del tiempo. Para realizarlo es necesario tomar en cuenta los valores monetarios en los que se incurrirá y una proyección de los ingresos que generará el desarrollo de las inversiones, ordenando y sistematizando la información para su posterior análisis.

Se presenta a continuación una guía teórica para llevar a cabo la evaluación económica financiera de los diferentes planes y programas que componen la presente Propuesta del Plan de Desarrollo Local para el BSE. Para llevar a cabo las diferentes evaluaciones es necesario seguir una serie de pasos, los cuales se presentan a continuación:

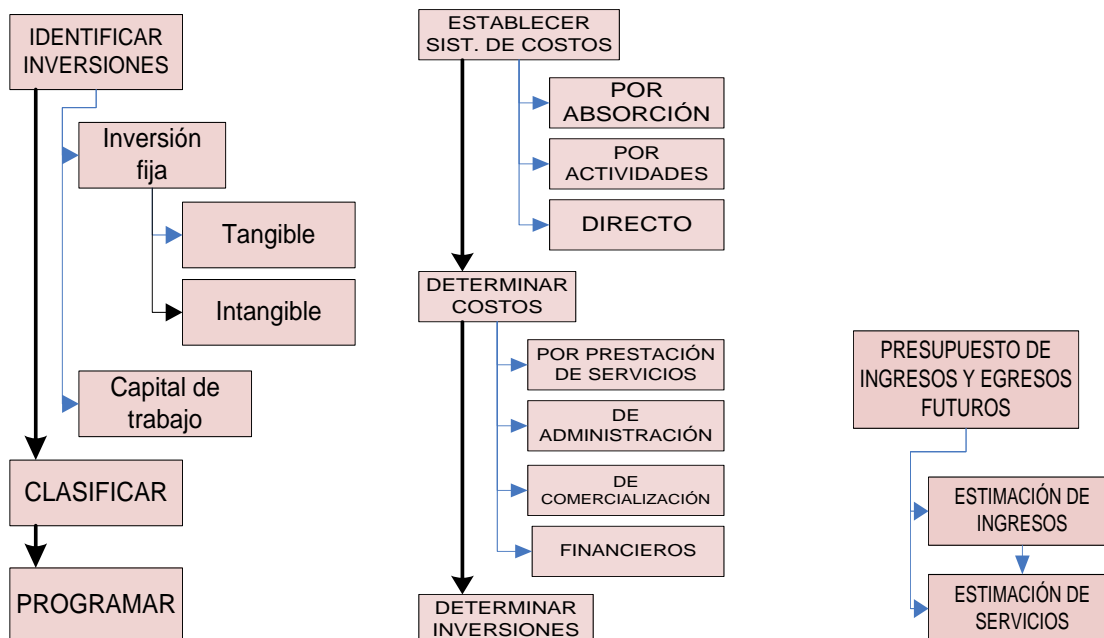


Figura 73: Esquemas de pasos a seguir en evaluación

### 16.1.1 IDENTIFICACIÓN, CLASIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LAS INVERSIONES

Para llevar a cabo un proyecto es necesario asignar una cantidad de variados recursos, los cuales se pueden agrupar en 2 tipos: los que requiere la instalación del proyecto (capital o inversión fija) y los requeridos para la etapa de funcionamiento (capital de trabajo).

**La inversión fija** estará constituida por los recursos requeridos para construir y equipar a una inversión. Esta se divide en inversión fija tangible e intangible y se incluyen dentro de cada uno de estos los rubros presentados en el cuadro siguiente.

<b>INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>	<b>INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terrenos</li> <li>- Construcción y montaje (obra civil)</li> <li>- Equipos y maquinarias</li> <li>- Mobiliario y decoración</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudios e investigaciones previas</li> <li>- Gastos de organización legal</li> <li>- Administración del proyecto</li> <li>- Puesta en marcha</li> <li>- Imprevistos</li> </ul>

*Tabla 202: Tipos de Inversiones tangibles e intangibles*

**El capital de trabajo** está constituido por todos los recursos económicos que se deben tener para garantizar el buen funcionamiento de las propuestas implantadas en el inicio de sus operaciones hasta que se puedan solventar los gastos con los ingresos percibidos. Se incluyen dentro de este rubro: Caja (o efectivo), cuentas por cobrar, cuentas por pagar.

Una vez definidas todas las inversiones requeridas, es necesario conocer cuál es el total en el que se incurrirá, para lo cual se pueden utilizar los siguientes cuadros resúmenes:

<b>INVERSION FIJA</b>	
<i>RUBRO</i>	<i>MONTO (\$)</i>
Obra civil	
Maquinaria y equipo	
Mobiliario y equipo de oficina	
<b>Subtotal</b>	
<b>INVERSIÓN DIFERIDA</b>	
<i>RUBRO</i>	<i>MONTO (\$)</i>
Investigaciones y estudios previos	
Gastos de organización legal	
Puesta en marcha	



<b>SUBTOTAL</b>	
<b>TOTAL DE INVERSION FIJA Y DIFERIDA</b>	
<b>Imprevistos (5%)</b>	
<b>TOTAL</b>	

Tabla 203: Tipos de inversiones fijas

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Efectivo</b>	
<b>Cuentas por pagar</b>	
<b>Cuentas por cobrar</b>	
<b>TOTAL</b>	

Tabla 204: Rubros de Capital de trabajo

### 16.1.2 ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE COSTOS

El siguiente paso consiste en establecer el sistema de costos a utilizar para poder llevar un control de los costos incluidos y que además permita visualizar todos los componentes y los montos totales de estos. De acuerdo a los elementos o rubros que se incluyen en la estructuras de costos, se tiene que los costos pueden ser **DIRECTOS** (incluye el costo de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación variables) o **ABSORBENTES** (en los cuales se incluyen todos los elementos anteriores más los costos indirectos de fabricación fijos). El más utilizado es el costeo por absorción.

Los costos a incluir en el costeo por absorción son los siguientes:

**COSTOS DE PRODUCCIÓN O DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS:** Son aquellos desembolsos de dinero en que se incurre para la prestación de servicios o en la elaboración de un producto. Dentro de estos se incluyen:

- **Mano de Obra Directa:** como sueldos del personal que trabaja directamente en el proceso de fabricación de un producto o prestación de un servicio, considerando aguinaldos, prestaciones legales, seguro social, entre otros.

- **Mano de obra indirecta:** Como Supervisores, encargados de control de calidad, encargados de bodegas, entre otros.
- **Materiales indirectos** (materiales que influyen de forma indirecta en la prestación de servicios o elaboración de un producto).
- **Servicios:** Consumo de agua y energía eléctrica.
- **Mantenimiento:** accesorio de aseo y limpieza y de mantenimiento en general.
- **Depreciación de maquinaria y equipo** (pérdida de valor que tienen los bienes e instalaciones a través del tiempo que se calcula dividiendo la inversión inicial entre el número de años de vida útil estimada del activo).

**COSTOS DE ADMINISTRACIÓN:** Son los costos incurridos al realizar la función de administración de la empresa. Se incluyen: Personal de áreas administrativas, Consumo de agua y energía eléctrica (sin incluir el área de producción o de prestación de servicio), Depreciación de obra civil, equipo y mobiliario de oficina.

**COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN:** Se consideran los costos relacionados con las actividades de marketing. Estos incluyen: Salarios del personal de comercialización, estudios de marketing, pagos de publicidad, etc.

**COSTOS FINANCIEROS:** Se refiere a los costos que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos (intereses y no la parte de abono a capital).

Habiendo agrupado todos los costos en los anteriores rubros es necesario totalizar cada uno de estos y presentar un resumen de costos, para lo cual se puede utilizar la siguiente tabla:

RESUMEN DE COSTOS	
RUBRO	TOTAL (\$)
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	
COSTOS FINANCIEROS	
	<i>TOTAL (\$)</i>

Tabla 205: Tipos de costos

### 16.1.3 PRESUPUESTACIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS FUTUROS

Una vez que han sido totalizadas todas las inversiones es necesario realizar proyecciones de ingresos y egresos para la cantidad de años que se requiere evaluar. Se sugiere no proyectar más de 3 a 5 años ya que mientras más años se proyecten, menor es la certeza de los datos.

**Estimación de ingresos por ventas futuras:** Para estos se pretende la proyección del pronóstico de ventas del servicio. Para realizar dichas proyecciones se pueden utilizar datos de los años anteriores de ingresos de la empresa y trazar una tendencia del comportamiento de éstos a través de los siguientes años, o bien, si las personas encargadas poseen una gran experiencia y conocen el comportamiento de las actividades de la empresa a tal grado de poder predecirlas, se pueden plantear escenarios de lo que se espera sean los ingresos tratando en la medida de lo posible de evitar el planteamiento de escenarios demasiado optimistas ya que los datos podrían reflejar resultados demasiado favorables en el papel que muy difícilmente se cumplirán fuera de éste. Los ingresos por ventas se determinarán multiplicando el precio de venta del servicio por el número de unidades que serán vendidas en cada uno de los años de proyección.

**Estimación de los egresos:** Para la estimación de los costos futuros se proyectan cada uno de los costos, cambiando únicamente las variables de acuerdo a los niveles de prestación de servicios en cada uno de los años.

Una vez habiendo proyectado los ingresos y egresos para cada uno de los años se proyectan los beneficios o utilidades netos por cada uno de los años proyectados, los cuales serán de utilidad para propósitos de evaluación.

### 16.1.4 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA (FUTUROS)

Estos son los estados que presentan las utilidades de la operación y los cambios financieros ocurridos en un período de tiempo determinado. Los informes que integran los estados financieros proforma son:

1. Estado de Resultados Proforma.
2. Balances proforma.

**1. Estado de resultados proforma.** También llamado de Pérdidas y Ganancias, tiene como objetivo calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, lo cuales se calculan restando de los ingresos los costos en que se incurren y los impuestos que sobre éste deben pagarse. El ingreso por ventas se obtiene de multiplicar el precio de venta del servicio por el número de unidades vendidas en los períodos.

El estado de resultados con el flujo neto de efectivo se presenta de la siguiente manera:

<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
<b>Ventas</b>	
<b>MENOS</b>	
<b>Costos de producción</b>	
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	
<b>MENOS</b>	
<b>Costos de Administración</b>	
<b>Costos de Comercialización</b>	
<b>= UTILIDAD DE OPERACIONES</b>	
<b>MENOS</b>	
<b>Costos Financieros</b>	
<b>IGUAL A:</b>	
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	
<b>MENOS</b>	
<b>Impuestos</b>	
<b>= UTILIDAD NETA DEL PERÍODO (UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS)</b>	
<b>MAS</b>	
<b>Depreciaciones y amortizaciones</b>	
<b>IGUAL A:</b>	
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO (UTILIZADO EN VAN ECONÓMICO)</b>	

Figura 74: Flujo neto de efectivo

**2. Balance general proforma para el primer año de operaciones.** Es el documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento específico del tiempo. Su estructura la presentada en el cuadro de la siguiente página

<b>BALANCE GENERAL INICIAL</b>	
<b>al 31 de diciembre de 2008</b>	
<b>( DOLARES)</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
CAJA	
OBRA CIVIL	
MAQUINARIA Y EQUIPO	
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	
ACTIVOS INTANGIBLES	
DEPRECIACION	
IMPREVISTOS (10%)	
<b>TOTAL</b>	
<b>PASIVOS</b>	
CUENTAS POR PAGAR	
<b>CAPITAL</b>	
CAPITAL SOCIAL	
<b>TOTAL</b>	

*Figura 75: Balance General*

Es a partir de estos estados financieros que se extraerá la información que será utilizada como insumo para elaborar las evaluaciones económicas y financieras.

### 16.1.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Con los flujos o estados financieros anteriores se tiene que calcular la VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno), tomando en cuenta el rendimiento esperado por el inversionista, o la asociación ejecutora del proyecto ACOVICHSS.

#### DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL

##### (TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO, TMAR):

Para poder invertir en un proyecto es necesario dar a conocer las posibilidades de éxito o fracaso de éste, lo cual se verifica mediante la Tasa Mínima Atractiva del proyecto, la cual está dada por la suma de un porcentaje de inflación actual, así como a su posible comportamiento futuro más otro porcentaje como premio al riesgo. La TMAR se calcula mediante el uso de la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR} = \text{TASA DE INFLACIÓN} + \text{PREMIO AL RIESGO} \text{ ó}$$

$$\text{TMAR} = I + R + (I \times R)$$

La tasa de inflación y el premio al riesgo pueden ser obtenidos en la bolsa de valores y en el Banco Central de Reserva. Esta tasa se tomará en cuenta para las evaluaciones siguientes y representa lo mínimo que se puede ganar para cubrir las expectativas de los inversionistas y demás fuentes de financiamiento.

#### VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Éste se define como el valor obtenido en el presente del proyecto y no es más que la comparación de la inversión inicial contra las entradas y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del proyecto. Para determinar el VAN se utiliza el ESTADO FINANCIERO PROFORMA de flujo de efectivo, el cual se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -P + \frac{\text{FNE}_1}{(I+1)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(I+1)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(I+1)^3} + \dots + \frac{\text{FNE}_n}{(I+1)^n}$$

Donde:	
<b>-P</b>	Inversión total inicial en el año 0.
<b>FNE</b>	Flujo neto de efectivo para el año correspondiente, sacado de los estados de resultados.
<b>I</b>	Tasa de interés igual a la TMAR previamente calculada

Si el VAN es positivo, la utilidad de la inversión está sobre la tasa de rechazo y el proyecto se acepta. Si el VAN es negativo, el proyecto se rechaza.

VAN	
VAN > 0	Aumentará el capital del centro turístico por lo tanto el plan de negocios es aceptable
VAN < 0	Disminuirá el capital del centro turístico, por lo tanto es inaceptable
VAN = 0	No aumentará ni disminuirá el capital del proyecto, por lo

La ventaja	La desventaja
Considera todos los flujos netos de caja, así como sus vencimientos, al corresponder a distintas épocas se los debe homogeneizar, trayéndolos a un mismo momento de tiempo (el presente).	Es la dificultad para determinar la tasa del costo de capital. El VAN depende del horizonte económico de la inversión; por lo tanto si se deben comparar proyectos de distinta duración se debe relativizar el VAN a fin de obtenerlo para cada año.

Tabla 206: Ventajas y Desventajas del VAN

### **TASA MÍNIMA DE RETORNO (TIR)**

La tasa mínima de retorno es aquella que iguala el VAN a cero, es decir, es la tasa de interés a la cual quedan reinvertidos los fondos generados en el proyecto o el rendimiento de una unidad de capital invertido en una unidad de tiempo. Para su cálculo se utiliza la siguiente ecuación:

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(I+1)^1} + \frac{FNE_2}{(I+1)^2} + \frac{FNE_3}{(I+1)^3} + \dots + \frac{FNE_n}{(I+1)^n}$$

En este caso, si el **TIR** es mayor o igual a la **TMAR** ( $TIR > TMAR$ ), el proyecto se acepta, caso contrario, se rechaza.

### **TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (TRI)**

Mediante este método de evaluación se determina el plazo necesario (tiempo) para recuperar la inversión que se realizó con una tasa de interés de cero. Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{TRI} = \text{Inversión inicial} / \text{Utilidad promedio}$$

### **RELACIÓN BENEFICIO-COSTO**

Teniendo en cuenta los valores presentes calculados para el establecimiento del VAN y la inversión inicial, el cálculo de la Relación Beneficio-Costo se hace de la siguiente manera:

$$\text{B/C} = \text{VAN} / \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

La interpretación es que por cada unidad monetaria invertida (dólar), se recibe el exceso de \$1 (si el resultado es mayor que la unidad) o si se percibe la fracción del dólar si el resultado es menor que uno. B/C mayor que 1 ( $B/C > 1$ ), se acepta, caso contrario, se rechaza.

## **16.1.6 EVALUACIÓN FINANCIERA**

### **RAZONES FINANCIERAS**

El pilar fundamental del análisis financiero está contemplado en la información que proporcionan los estados financieros (balance general y Estado de Resultados). Uno de los instrumentos más usados para realizar análisis financiero de entidades es el uso de las Razones Financieras ya que presentan una perspectiva amplia de la situación financiera de la empresa y a través de éstas se puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad.

Antes de comenzar el cálculo de las razones financieras es necesario conocer la clasificación de las cuentas de Activo y Pasivo:



<b>ACTIVO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ACTIVO CIRCULANTE: Caja, Banco, Clientes, Cuentas por cobrar.</li> <li>• ACTIVO FIJO: Terrenos, Maquinaria, Vehículos, Equipos y Herramientas.</li> <li>• OTROS ACTIVOS: Gastos de Organización.</li> </ul>
<b>ACTIVO TOTAL = ACTIVO CIRCULANTE + ACTIVO FIJO + OTROS ACTIVOS.</b>	
<b>PASIVO:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PASIVO CIRCULANTE: Cuentas por pagar, Impuestos por pagar, Préstamos Bancarios (1 año máx.), Débito Fiscal (IVA).</li> <li>• PASIVO A LARGO PLAZO: Préstamos Bancarios, Documentos por Pagar, Hipotecas por Pagar.</li> </ul>
<b>PASIVO TOTAL = PASIVO CIRCULANTE + PASIVO FIJO</b>	
<b>CAPITAL Y RESERVAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital, Utilidades acumuladas.</li> </ul>

Tabla 207: Clasificación de Cuentas de activo y pasivos.

Las principales razones financieras aplicadas a las líneas de acción estratégica a desarrollarse en el BSE se presentan a continuación:

NOMBRE	RAZÓN	DESCRIPCIÓN
RAZÓN DE RENTABILIDAD SOBRE VENTAS o MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	Utilidades netas / Ventas Netas	Indica la contribución en que el porcentaje de ventas hace a las utilidades de la empresa. Ambos son flujos de efectivo de un año, suponiendo que se realizan al mismo tiempo. Mide la proporción de las ventas que se convierten en utilidades o pérdidas.
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	ROI = Utilidad neta / Inversión	Es la eficacia de la empresa para generar utilidades con las inversiones que posee y mide la proporción de la inversión que se convierte en utilidades o pérdidas.
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	RE = Pasivo Total / Activo Total	Proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa
COBERTURA DE INTERÉS	Utilidad de Operación / Gastos por interés	Mide la capacidad de la empresa para cubrir los pagos de intereses por deudas contraídas y cuya aplicación es para evaluar la capacidad de cumplir con los compromisos financieros adquiridos.
ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS TOTALES	Ventas anuales / activos totales	Indica las veces que se han obtenido ingresos equivalentes a la inversión en activos, o el número de veces en que la inversión en activos totales ha generado ventas. Es una medida de productividad q mide la eficiencia en la

		administración de los activos de la empresa.
<b>RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN (REI)</b>	REI = Utilidades netas después de impuestos / Activos Totales	Razón de Rentabilidad, que indica la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos disponibles.

Tabla 208: Razones financieras a utilizar

### 16.1.7 ANÁLISIS VERTICAL

Debido a limitaciones especialmente relacionadas al tiempo, solamente se realizarán las evaluaciones para los programas ya mencionadas y se presentará una guía teórica y práctica para la realización de las evaluaciones económica-financiera del resto de programas. Como guía práctica se presentan las evaluaciones mismas aplicadas a los programas seleccionados.

El Análisis Vertical de los estados financieros permite analizar la participación o peso que cada cuenta de los estados financieros dentro del total (e.g.: cuanto del Activo representa el Efectivo o cuanto representan los Gastos Financieros con respecto a las Ventas). Este análisis se realiza utilizando dato de un mismo año y determina la composición de las cuentas de los estados financieros. Para su implementación se necesita tan sólo de un estado financiero a una fecha de corte dada.

En el caso del Estado de Resultados se deberá construir un cuadro. En la primera columna aparecerán los rubros o nombres de las cuentas, en la segunda columna se relacionan los saldos de las cuentas a la fecha de corte y en la tercera columna se toma como base las ventas brutas y cada cuenta se divide entre el total de las ventas brutas para así determinar la participación porcentual de la cuenta en referencia respecto de las ventas brutas.

Su resultado le permite a la administración tener información respecto V.G. cuanto representa los costos de ventas, los gastos administrativos, los gastos de venta, los intereses, los impuestos y la misma utilidad neta respecto de las ventas brutas para así comparar su resultado con las perspectivas trazadas.

En relación con el Balance General, en la primera columna se relacionan los nombres de las cuentas, en la segunda columna los saldos de las cuentas garantizando que la ecuación patrimonial esté en equilibrio.- En la tercera columna de comparar presupuestalmente cada cuenta respecto al total del grupo al que pertenece (V.G: la caja respecto al total del activo corriente) y en la cuarta columna se relacionan, para el caso de los activos, cada cuenta respecto el total de los activos y, para el caso de los pasivos y patrimonio, cada cuenta respecto al total del pasivo más el patrimonio.

Con base en lo anterior la administración podrá saber V.G. cuanto representan los activos corrientes, fijo y otros activos respecto el total de los activos; cuanto representa el pasivo

corriente, pasivo no corrientes, total pasivo y patrimonio respecto el total de la estructura financiera de la empresa.

Para el análisis vertical de los resultados presentados en los flujos de efectivo se hace uso de los siguientes márgenes:

$$\begin{array}{l} \text{Margen de Utilidad} \\ \text{Antes de Impuestos} \end{array} = \frac{\text{Utilidad Antes de Impuestos}}{\text{Flujo neto de efectivo}} \%$$

Este margen representa los dólares de utilidad antes de impuestos ganados por cada 100 dólares de ingresos obtenidos durante el ejercicio económico.

$$\begin{array}{l} \text{Margen de Utilidad} \\ \text{Neta} \end{array} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Flujo neto de efectivo}} \%$$

Indica los dólares de utilidad neta ganados por cada 100 dólares de ingresos obtenidos durante el ejercicio económico.

#### 16.1.8 ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS

Conocido también como Flujo de Fondos, Estado de origen y aplicación de fondos, Estado de cambios en la aplicación financiera, Estado de origen y aplicación de recursos, Flujo de caja libre.

Este es un estado financiero auxiliar y dinámico que presenta los movimientos de recursos durante un período contable y que resulta de la comparación del balance general en dos fechas con base en el mismo se deduce de donde obtuvo una empresa recursos financieros y que destino le dio a dichos recursos.

Para la empresa en marcha las fuentes y usos de fondos son:

FUENTES	
RUBRO	DESCRIPCIÓN
La utilidad	Antes o después de impuestos. El sistema más común es cuando se toma antes de impuesto, en el cual se hace necesario incluir dentro de los usos, los pagos de impuestos de renta, incluyendo la provisión cargada contra pérdidas y ganancias. Si se toma la utilidad neta después de impuesto, sólo se tendrá como uso por pago de impuesto de renta, la diferencia que este rubro presente en el pasivo de los dos balances examinados.
La depreciación y otros cargos hechos al estado de pérdidas y ganancias que no implican salida de efectivo.	<p>En cualquier punto en que se tome la utilidad antes o después de impuestos, ya le han sido aplicado algunos que no implican salida de efectivo y por lo tanto dichas partidas permanecen dentro de la empresa y deben ser consideradas como fuentes. Tales cargos son, entre otros los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Depreciación</li> <li>• La amortización de diferidos</li> <li>• Los cargos por provisiones</li> </ul> <p>No es que los rubros anteriores sean en sí fuentes de fondos, sino más bien se trata de recursos "no utilizados", así el estado de pérdidas y ganancias lo presente como utilidades de fondos.</p>
Aumento del capital ( y prima en colocación de acciones )	Por naturaleza es una fuente de fondos, porque supone una aportación efectiva de los socios o accionistas.
Aumento de los pasivos	Constituye por lo general la principal fuente de fondos de una empresa. Esto indica que se puede disponer de crédito adicional suministrado por los acreedores.
Disminución en los activos	Toda disminución de activos constituye una fuente de fondos. Si se trata de un activo fijo, la disminución quiere decir que el activo se vendió.

Tabla 209: Descripción de los rubros de fuentes

USOS	
RUBRO	DESCRIPCIÓN
Aumento de activos	<p>Constituye una utilización de recursos por parte de una empresa, los cuales deben interpretarse de diferente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un aumento en el activo fijo significa que se utilizaron recursos en su adquisición.</li> <li>• Un incremento en las cuentas por cobrar, significa que se han entregado a los clientes recursos (productos) y que la contrapartida en efectivo no se ha recibido todavía.</li> <li>• El aumento en el rubro de efectivo significa que se están usando recursos para acumular en caja y bancos, lo cual generalmente constituye un uso transitorio de fondos.</li> </ul>
Disminución de pasivos	Implican que se están utilizando fondos para amortizar o cancelar cuentas de los acreedores.
Pérdidas netas	Si una empresa sufre una pérdida, esto significa que los ingresos generados, en el estado de pérdidas y ganancias fueron menores que los egresos (costos y gastos) y que se tuvo que acudir a otra fuente de recursos para cubrir el faltante cuantificado en la pérdida.
Pago de dividendos o reparte de utilidades	Las utilidades por distribuir, aunque aparecen en el patrimonio, en esencia constituyen una obligación con los socios o accionistas.
Readquisición de acciones	Algunas empresas (sociedades anónimas) acostumbran readquirir ocasionalmente sus propias acciones, básicamente como estrategia de mercado para elevar artificialmente el precio, cuando este se encuentra deprimido.

Tabla 210: Descripción de los rubros de usos

### Preparación del estado de fuentes y usos

Para su preparación se requiere los siguientes elementos.

- El estado de pérdidas y ganancias correspondiente al período que se quiere analizar.
- El Balance General cortado el último día del mismo período.
- El Balance General cortado el último día del período inmediatamente anterior.

### 16.1.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este es el procedimiento mediante el cual se puede determinar cuánto afecta a la utilidad o rentabilidad del proyecto el cambio en determinadas variables, como pueden ser una reducción de las ventas en cierto porcentaje, la reducción del precio de un producto o servicio, o bien cualquier otra posibilidad que efectivamente se pueda presentar en el futuro y afectar los resultados económicos financieros.

Para llevar éste análisis a cabo se realizarán las proyecciones de ingresos y egresos tomando en cuenta estos cambios en las variables y se realizarán las evaluaciones económica y financiera con los nuevos datos, analizando el impacto que se podría dar en caso que se presentaran los escenarios planteados.

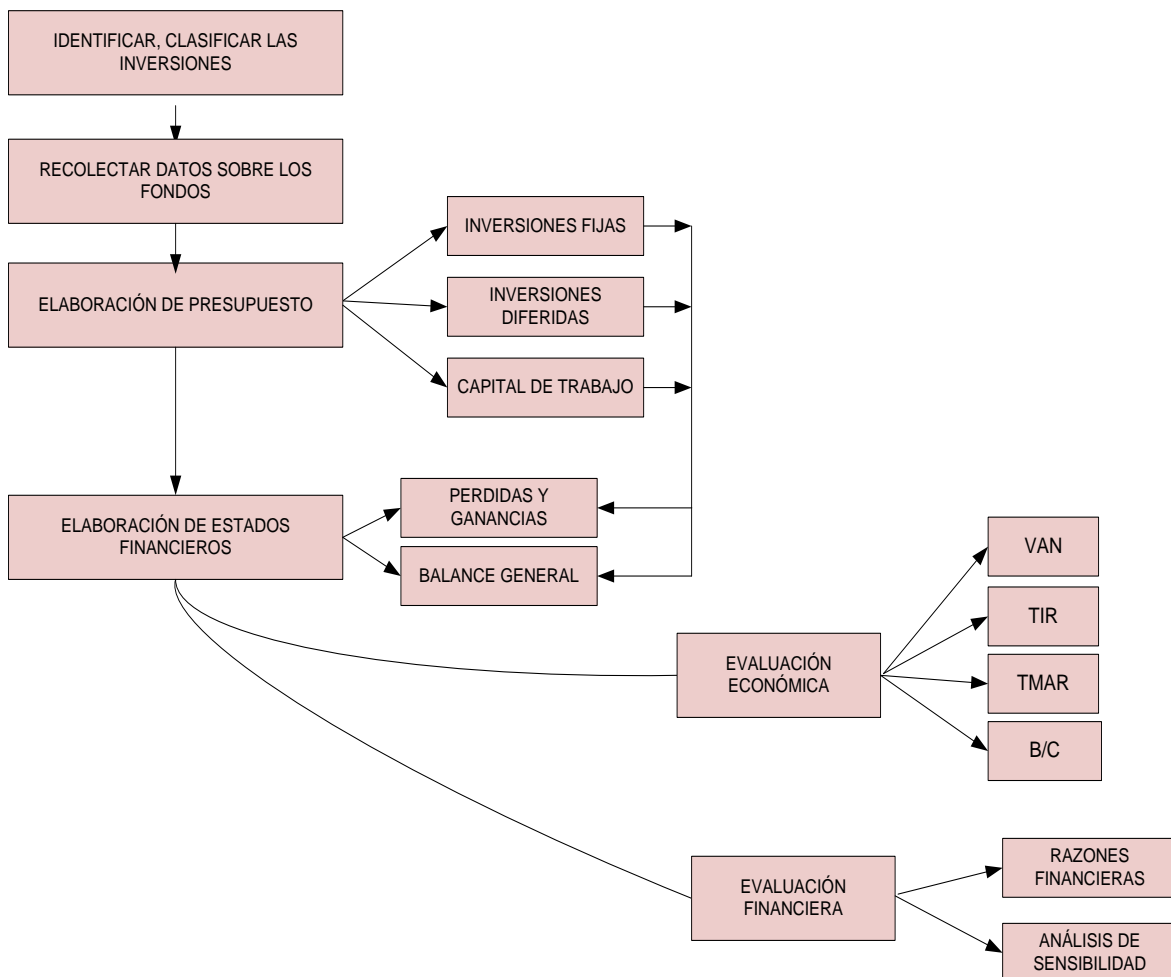


Figura 76: Esquema Desarrollo de evaluación Económica-Financiera

### 16.1.10 ESTABLECIMIENTO DE SISTEMA DE COSTOS

Dado que el método de costeo es el que permite asignar y clasificar los costos totales en que incurre una empresa en el desarrollo de sus funciones, es necesario identificar los métodos existentes, para la posterior evaluación. Entre algunos de los principales sistemas de costos se encuentran el sistema de costeo directo, de absorción y de actividades.

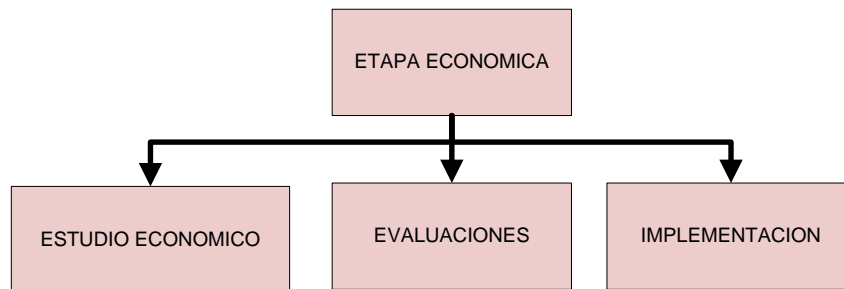
Para la identificación y selección del sistema más adecuado para el desarrollo de las evaluaciones para las líneas estratégicas propuestos y descritos en el diseño , se presenta un cuadro resumen con las características más importantes de los sistemas más conocidos (ver cuadro).

Según los elementos que se incluyen en la estructura de costos y las características de los servicios de los programas a desarrollar se establece el sistema a utilizar, el cuál según las necesidades del presente proyecto y la identificación de los sistemas de costos que más se adecuan se establece el siguiente método de costeo: **por Absorción o tradicional.**

## CAPITULO XVII. METODOLOGIA

---

---



*Figura 77: Metodología del estudio económico*

ESTUDIO ECONOMICO

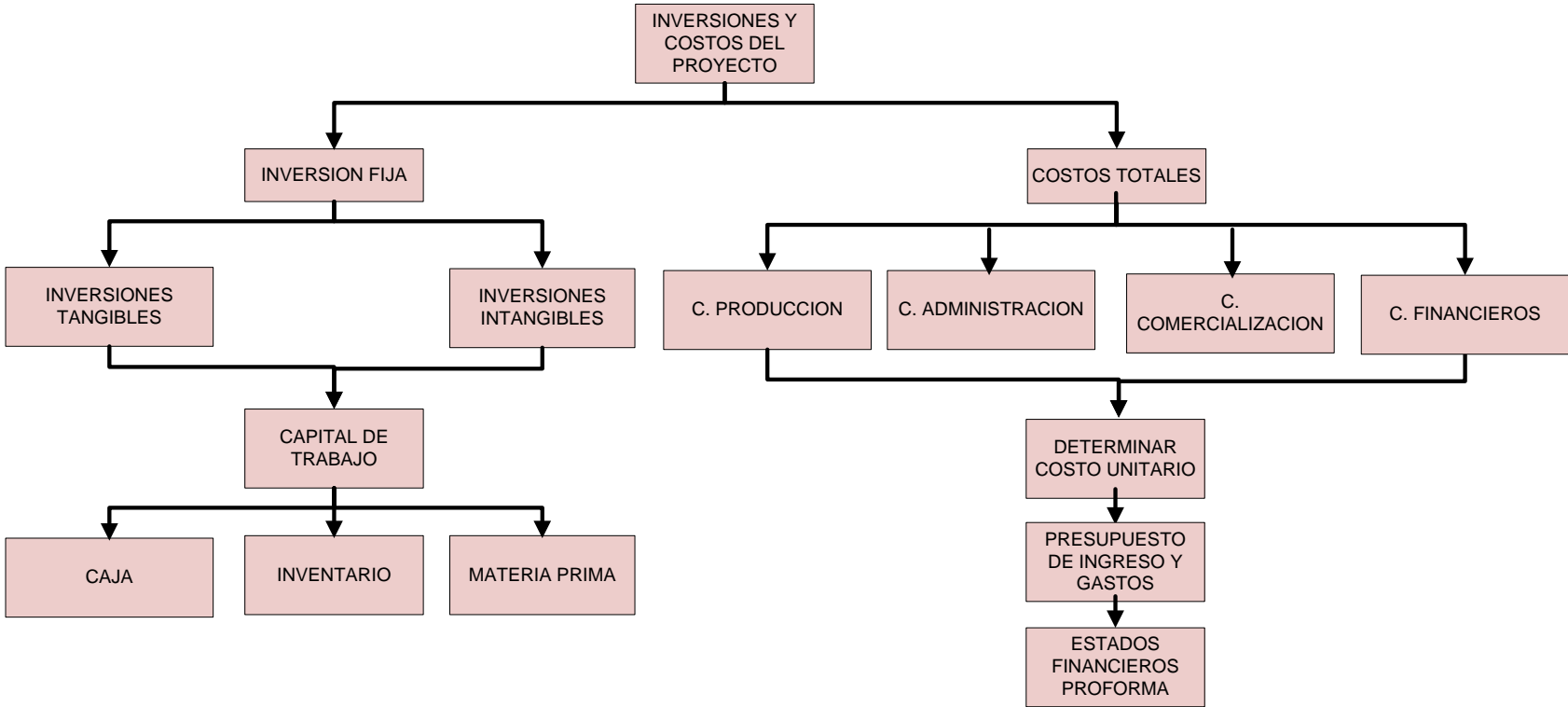
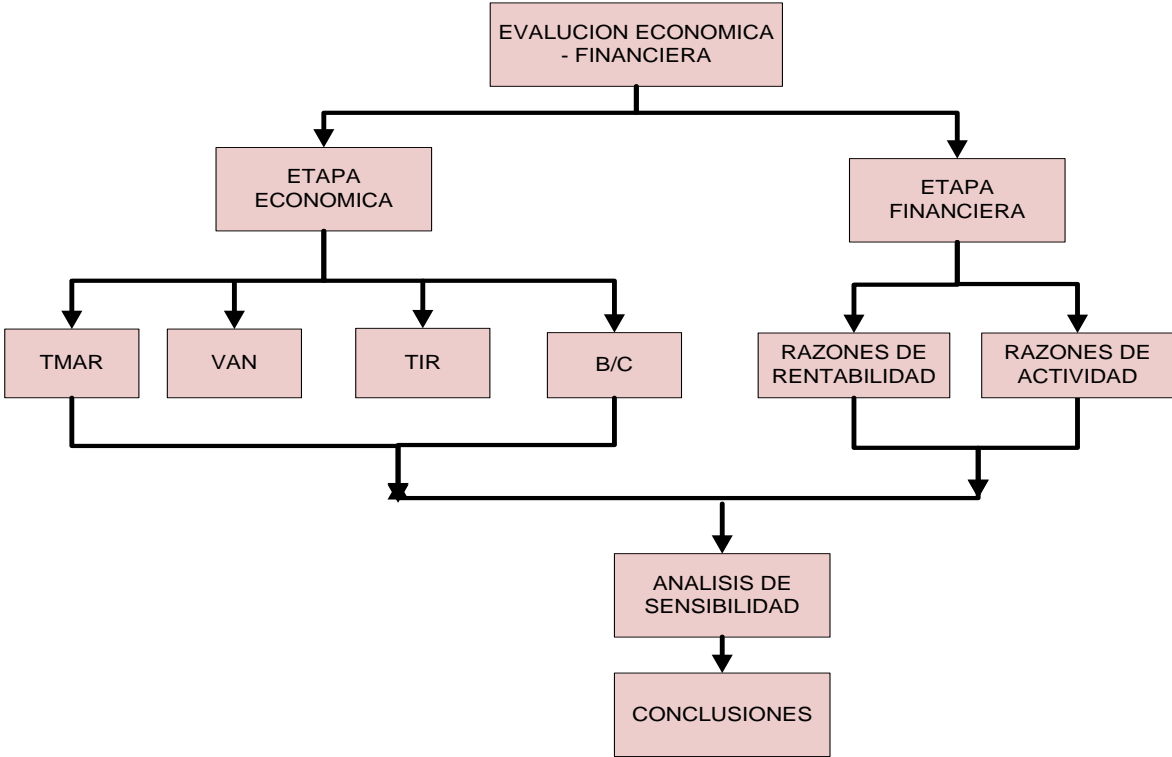


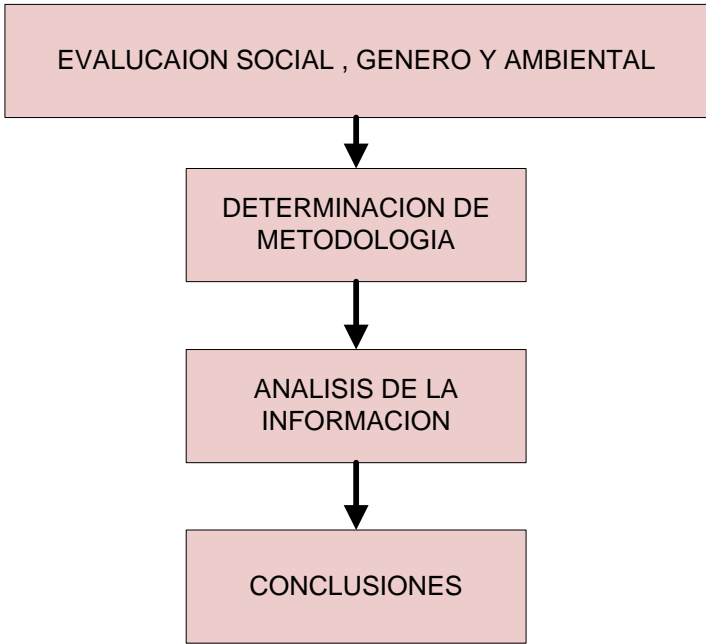
Figura 78: Esquema de Inversiones y costos



**EVALUACION ECONOMICA FINANCIERA**



*Figura 79: Esquema de evaluación económica-financiera*



*Figura 80: Esquema de evaluación social*

## IMPLEMENTACION

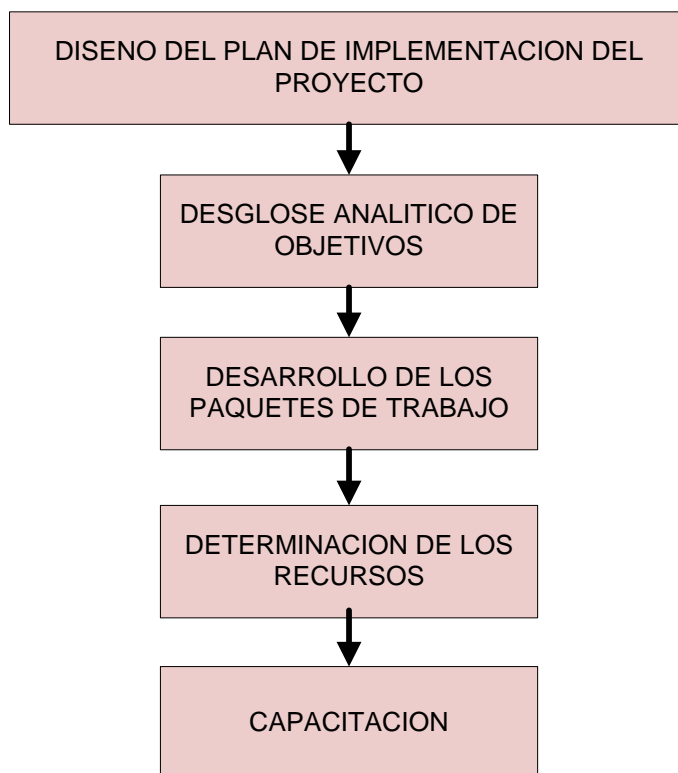


Figura 81: Esquema del plan de implementación

---

## CAPITULO XVIII. COSTEO DE LAS LINEAS ESTRATEGICAS

---

Al establecer un monto real de lo que costara la implantación del plan de desarrollo se hace necesario costear los diferentes planes o líneas estratégicas que conforman El plan de desarrollo socioeconómico para el BSE del CHSS, por lo que hay que tomar en cuenta que para cada línea estratégica se utilizara un sistema de costeo diferente ya que la estructura de cada línea varia y es posible costearlos de una mejor manera. Para llevar el coste de estos se consideran a cada línea estratégica de forma individual, debido a que estos se pueden implantar de esta forma.

### 12.1. COSTEO DE LE1. CONVERTIR AL BSE EN PRINCIPAL EJE DE DESARROLLO TURISTICO DEL CHSS

---

La forma en que se detallan los costos e inversiones del proyecto es realizando la cuantificación de los recursos línea por línea, para luego sumar uno a uno los requerimientos de las diferentes líneas y obtener un costeo e inversión total.

### 18.1.1 REQUERIMIENTOS DEL OE1. DISEÑO DE UN SISTEMA DE ELABORACION DE PRODUCTOS Y PRESTACION DE SERVICIOS

Para la elaboración de productos y prestación de servicios, en el plan de Desarrollo Local para el Barrio San Esteban, se consideró que se diseñarían los elementos necesarios o las condiciones básicas que requeriría una persona (habitante del barrio) para poder iniciar un negocio; En el caso de la elaboración de productos y venta de artesanías, se planteó el diseño de locales en los cuales habrían condiciones básicas para instalar cualquiera de ellos.

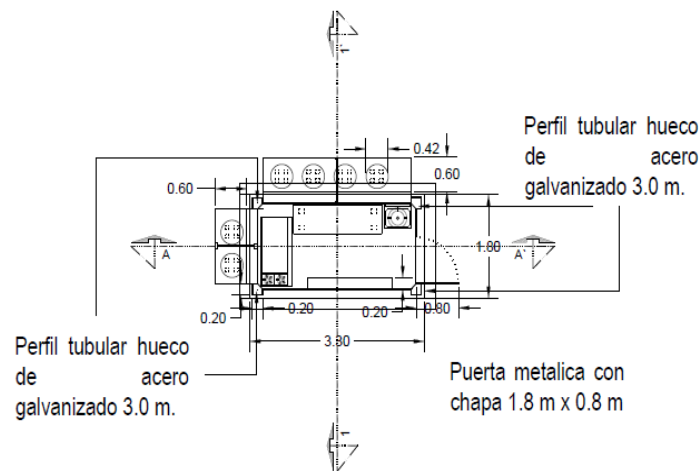
Estos locales representarían parte de un ingreso en concepto de alquiler para la cooperativa ACOVICHSS, el cual estará destinado a cubrir los gastos administrativos en los que se incurrirá para desarrollar las diferentes líneas que contempla el plan de desarrollo local. En ese sentido la inversión necesaria para crear las condiciones descritas se detalla a continuación:

1. Kioscos para venta de productos:

Nº	DESCRIPCION	Unidad	Volumen de Obra	Costo Directo (US \$)	Costo Directo Unitario (US \$)
1	Trazo y nivelación para construcción por unidad de área.	m <sup>2</sup>	8.15	0.20	1.63
2	Losa de fundación espesor 0.10 m, refuerzo longitudinal y transversal No 3 @ 0.20 m. Concreto f'c 210 kg/cm <sup>2</sup> , concreto 1:2:2.	m <sup>2</sup>	5.95	38.16	227.05
3	Repello y afinado en fondo de losa.	m <sup>2</sup>	5.95	5.00	29.75
4	Hechura y montaje de lámina galvanizada y recubierta con zinc	m <sup>2</sup>	16.28	43.59	709.65
5	Hechura montaje de perfil tubular hueco de acero galvanizado	metro	14.00	21.35	298.90
6	Hechura e instalación de compuerta metálica de lámina galvanizada	unidad	2.00	175.36	350.72
7	Hechura e instalación de puerta metálica con chapa	unidad	1.00	205.75	205.75
8	Hechura e instalación de repisas metálicas	unidad	2.00	75.00	150.00

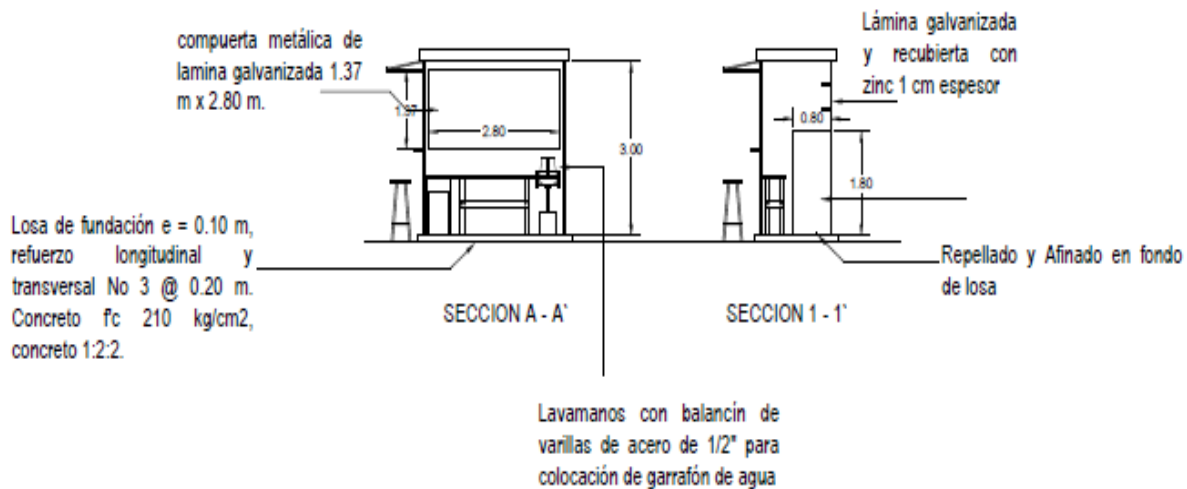
9	Lavamanos con balancín de varillas de acero de 1/2" para colocación de garrafón de agua	unidad	1.00	123.00	123.00
10	Instalacione electrica un toma corriente un foco 100 watts	S.G.	1.00	400.00	400.00
11	Accesorios PVC.	S.G.	1.00	30.00	30.00
<b>COSTO DIRECTO UNITARIO \$:</b>				<b>2,526.45</b>	

Tabla 211: Descripción de actividades para instalación de kiosco.



VISTA DE PLANTA DE KIOSKO DE COMIDA

Figura 82: Vista de planta del kioscos de comida



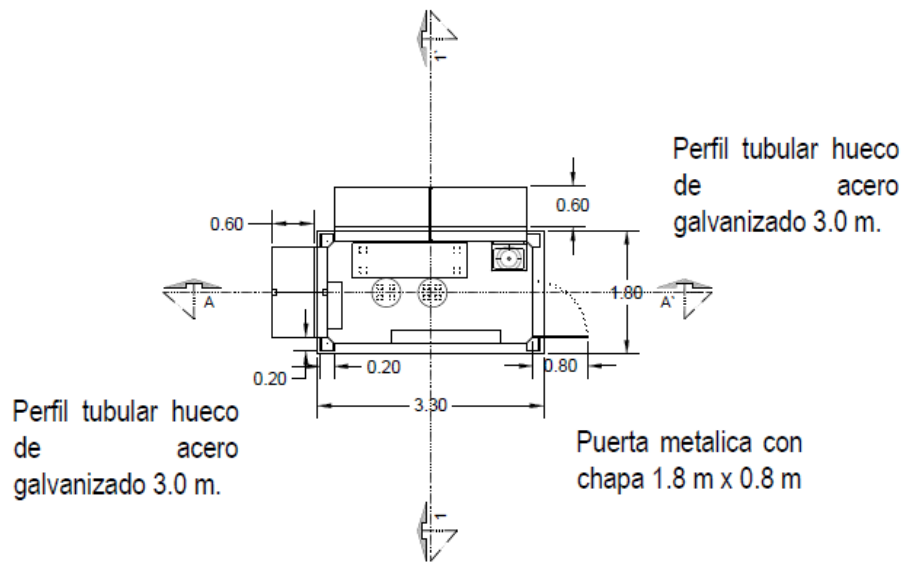
Lavamanos con balancín de varillas de acero de 1/2" para colocación de garrafón de agua

Figura 83: vista frontal de kiosco de comida

## 2. Kioscos para venta de artesanías

Nº	DESCRIPCION	Unidad	Volumen de Obra	Costo Directo (US \$)	Costo Directo Unitario (US \$)
1	Trazo y nivelación para construcción por unidad de área.	m <sup>2</sup>	8.15	0.20	1.63
2	Losa de fundación espesor 0.10 m, refuerzo longitudinal y transversal No 3 @ 0.20 m. Concreto f'c 210 kg/cm <sup>2</sup> , concreto 1:2:2.	m <sup>2</sup>	5.95	38.16	227.05
3	Repello y afinado en fondo de losa.	m <sup>2</sup>	5.95	5.00	29.75
4	Hechura y montaje de lámina galvanizada y recubierta con zinc	m <sup>2</sup>	16.28	43.59	709.65
5	Hechura montaje de perfil tubular hueco de acero galvanizado	metro	14.00	21.35	298.90
6	Hechura e instalación de compuerta metálica de lámina galvanizada	unidad	2.00	175.36	350.72
7	Hechura e instalación de puerta metálica con chapa	unidad	1.00	205.75	205.75
8	Hechura e instalación de repisas metálicas	unidad	4.00	75.00	300.00
9	Lavamanos con balancín de varillas de acero de 1/2" para colocación de garrafón de agua	unidad	1.00	123.00	123.00
10	Instalación eléctrica un toma corriente un foco 100 watts	S.G.	1.00	400.00	400.00
11	Accesorios PVC.	S.G.	1.00	30.00	30.00
<b>COSTO DIRECTO UNITARIO \$:</b>					<b>2,676.45</b>

Tabla 212: Descripción de actividades para instalación de kiosco.



VISTA DE PLANTA DE KIOSKO DE ARTESANIAS

Figura 84: Vista de planta del kioscos artesanías

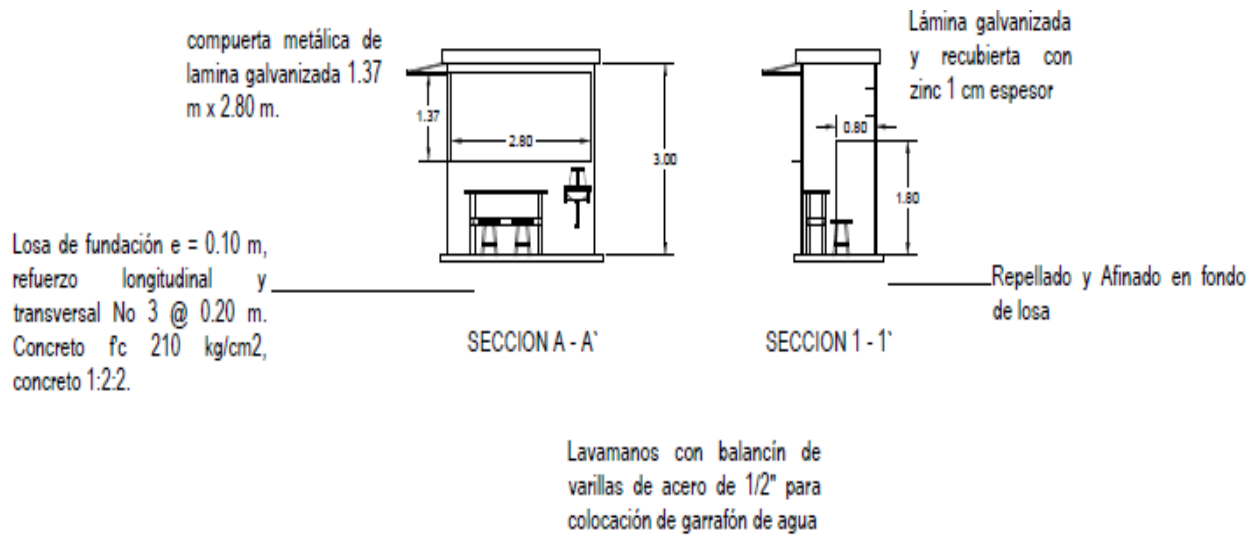


Figura 85: vista frontal de kiosco de artificial

Nº	DESCRIPCION PARTIDA:	Unidad	Volumen de Obra	Costo Directo Unitario (US \$)	Costo de Partida (US \$)
1	Kiosco de Comida Rápida	Unidad	7.00	2,526.45	17,685.13
2	Kiosco de Artesanías	Unidad	7.00	2,676.45	13,382.24
<b>TOTAL COSTO DIRECTO \$:</b>					31,067.37
<b>COSTO INDIRECTO 35% \$:</b>					10,873.58
<b>IVA + PAGO A CUENTA \$:</b>					6,081.44
<b>MONTO TOTAL DE LA OFERTA \$:</b>					<b>48,022.39</b>

Tabla 213: costos de Kioscos de comida y artesanías

1. Parqueo Plaza San Esteban

No	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
1	Descapote	P.C.*			\$187.75
2	Destroncamiento	P.C.*			\$200.00
3	Excavación para terrazas	m <sup>3</sup>	16	\$5.28	\$84.48
4	Relleno y Compactado	m <sup>3</sup>	250	\$6.47	\$1,617.50
6	Excavación para cordón-cuneta	m <sup>3</sup>	161	\$5.60	\$901.60
6.1	Conformación de base suelo cemento p/cordón	ml**	161	\$5.06	\$814.66
6.2	Hechura de cordón de piedra	ml	161	\$4.36	\$701.96
8	Taludes	P.C.*			\$0.00
9	Tapial de Colindancia	ml	45	\$29.00	\$1,305.00
11	Limpieza y Desalojo	P.C.*	1	300	\$300.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$6,112.95</b>

Tabla 214: Actividades para el parqueo san esteban.

2. Luminaria Plaza San Esteban:

SERVICIO	Área	Cant luminarias	watts-hora consumido	total consumo watt-hora
	parqueo	4	200	800
	Área de Locales	4	200	800
			<b>Total por hora</b>	<b>1600</b>
			<b>Total al mes</b>	<b>576,000</b>
			<b>Kw/mes</b>	<b>576</b>

Tabla 215: cantidad de luminaria en plaza san esteban

3. Servicios profesionales para inscripción de negocios:

El proceso para la inscripción de los negocios se deberá facilitar en la cooperativa ACOVICHSS por ello se consideran los costos de tener personas capacitadas legalmente para ayudar en el proceso de inscripción a los habitantes del BSE.

GASTOS DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA INSCRIPCION DE NEGOCIOS	
ACTIVIDAD	TOTAL
Trámites en la Alcaldía.	\$100.00
Contacto de Abogado para elaboración de contratos	\$300.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$400.00</b>

Tabla 216: Costos de servicios profesionales para la inscripción de negocios

4. Requerimientos para implantación de Casa Cultural.

El capital de trabajo para la casa de la cultura es considerado para un periodo de 12 meses, dando tiempo suficiente para que a través de los talleres, exposiciones u otras actividades que ahí se organicen se puedan empezar a cubrir los costos de alquiler y pago de servicios, así como el pago de salarios del administrador y de las personas que presten sus servicios para el desarrollo de la casa de la cultura.



- Alquiler de local y Servicios

No.	RUBRO	COSTO MENSUAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
1	Alquiler de local	\$200.00	12	\$2,400.00
2	Agua	\$20.00	12	\$240.00
3	Energía Eléctrica	\$25.00	12	\$300.00
4	Teléfono	\$20.00	12	\$240.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$3,180.00</b>

Tabla 217: Costos de alquiler y servicios.

- Salarios de personal Administrativo Casa Cultural:

Plazas	Cant.	Mensual					Salario	Total Mensual	Total Anual	
		Salario	ISSS	AFP	Vacaciones	Aguinaldo				
Administrador	1	\$400.00	\$26.00	\$30.00	\$28.00	\$25.00	\$509.00	\$509.00	\$6,108.00	
Personal de Limpieza	1	\$250.00	\$16.25	\$18.75	\$6.00	\$15.00	\$306.00	\$306.00	\$3,672.00	
Docentes	3	\$350.00	\$22.75	\$26.25	\$12.00	\$20.00	\$431.00	\$1,293.00	\$15,516.00	
Total										\$25,296.00

Tabla 218: costos por salarios de personal Administrativo Casa de la Cultura

- Mobiliario y Equipo para el funcionamiento de la casa Cultural

MOBILIARIO			
NOMBRE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Mueble recibidor	1	\$175.00	\$175.00
Escritorio	2	\$100.00	\$200.00
Silla Ergonómica	4	\$49.90	\$199.60

<b>Silla de espera</b>	10	\$19.90	\$199.00
<b>Archivero</b>	2	\$75.00	\$150.00
<b>Oasis</b>	1	\$130.00	\$130.00
<b>Mesas</b>	5	\$20.00	\$100.00
<b>Total</b>			<b>\$1,153.60</b>

Tabla 219: costo de Mobiliario y Equipo para el funcionamiento de la casa de la cultura

<b>EQUIPO</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Juego de Pinturas</b>	20	\$25.00	\$500.00
<b>Pinceles</b>	30	\$2.50	\$75.00
<b>Cuadros</b>	20	\$5.00	\$100.00
<b>Pizarras</b>	1	\$80.00	\$80.00
<b>Otros</b>		\$500.00	\$0.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$755.00</b>

Tabla 220: Costos de Equipo de trabajo para Casa de la Cultura

1. Instalación de oficina de turismo:

Dentro de la oficina de turismo se encontrara el personal que organizará y desarrollara las actividades necesarias para poder realizar las rutas turísticas, se incluye dentro de la inversión el costo de los microbuses que se utilizaran para realizar los viajes, siendo la metodología, el alquiler de estos a personal capacitado del BSE sean estos Motoristas y Guías turísticos para que sean ellos quienes protagonicen el impulso de este servicio, la cooperativa recuperara a través del alquiler, el costo de depreciación de las unidades de transporte y obtendrá una cuota que se utilizara para cubrir gastos administrativos de las actividades a desarrollar en las diferentes líneas que contiene el presente plan.

- Personal para el funcionamiento de la casa de la Oficina de Turismo

Plazas	Cant.	Mensual					Salario	Total Mensual	Total Anual
		Salario	ISSS	AFP	Vacaciones	Aguinaldo			
Guías Turísticos	4	\$300.00	\$19.50	\$22.50	\$3.00	\$6.80	\$351.80	\$1,407.20	\$16,886.40
Motoristas	4	\$250.00	\$16.25	\$18.75	\$3.00	\$6.80	\$294.80	\$1,179.20	\$14,150.40
<b>Total</b>								<b>\$31,036.80</b>	

Tabla 221: Costo del Personal para el funcionamiento de la casa de la Oficina de Turismo

- Alquiler de local y pago de servicios

No.	RUBRO	COSTO MENSUAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
1	Alquiler de local	\$200.00	12	\$2,400.00
2	Agua	\$10.00	12	\$120.00
3	Energía Eléctrica	\$15.00	12	\$180.00
4	Teléfono	\$20.00	12	\$240.00
5	Combustible	\$1,600.00	\$12.00	\$19,200.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$22,140.00</b>

- Mobiliario Oficina de Turismo

MOBILIARIO			
NOMBRE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Mueble recibidor	1	\$175.00	\$175.00
Escritorio	2	\$100.00	\$200.00
Silla Ergonómica	4	\$49.90	\$199.60
Silla de espera	20	\$19.90	\$398.00

<b>Archivero</b>	2	\$75.00	\$150.00
<b>Oasis</b>	1	\$130.00	\$130.00
<b>Mesas</b>	5	\$20.00	\$100.00
<b>Total</b>			\$1,352.60

Tabla 222: costo de Mobiliario y Equipo para oficina de turismo

- Equipo

<b>EQUIPO</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Microbuses</b>	2	\$8,000.00	\$16,000.00
<b>Megáfonos</b>	4	\$50.00	\$200.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$16,200.00</b>

Tabla 223: Costo de Equipo para el funcionamiento de la casa de oficina de turismo

- Suministros considerados para 3 meses.

<b>Suministros</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Combustible</b>	600	\$4.50	2700
<b>Total</b>			<b>\$2,700.00</b>

- Mural Icnográfico:

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO (\$)[1]</b>	<b>TOTAL (\$)</b>
<b>Fotografías</b>	15	0.4	6
<b>Ampliación de fotografías</b>	15	0.7	10.5
<b>Base de madera</b>	1	25	25

Rota folio/periqueras	1	85	85
Regleta de madera	1	1.6	1.6
Pintura varios colores (galones)	5	5	25
Dispensador de volantes	1	30	30
Tornillos, clavos, cordel y anclas	*	15	15
Brouchoures**	150	0.75	112.5
Artículos promocionales***	1000	0.2	200
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>510.6</b>

Tabla 224: Costo Mural Icnográfico:

### 18.1.2 REQUERIMIENTOS DEL OE2. IMPLANTACION DE SISTEMA DE MONITOREO DE LA CALIDAD Y SATISFACCION DEL CLIENTE

#### 1. Requerimientos para el involucramiento de los habitantes del BSE a la capacitación:

- Promoción de las capacitaciones:

Tipo	Descripción de costos	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total(\$)
<b>Promoción y publicidad</b>	Pancartas informativas sobre la capacitación	10	50	500
	Hojas Volantes	200	0.2	40
			Total	540

Tabla 225: Costo de capacitaciones de satisfacción al cliente

## 2. Capacitación de los habitantes en las diferentes áreas:

- Servicios profesionales:

No	Nombre de capacitación	Costo por persona	Cantidad de módulos	Cantidad de personas	Duración capacitación (Semanas)	Total
1	Elaboración de capacitaciones	\$150.00	4	3	3	\$450.00
2	Guías Turísticos	\$300.00	4	15	6	\$4,500.00
4	Servicio al cliente	\$125.00	4	10	3	\$1,250.00
					<b>TOTAL</b>	<b>\$6,200.00</b>

Tabla 226: Costo de servicios profesionales para capacitaciones:

- Materiales para la capacitación:

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
	anual	( \$ )	( \$ )
Formatos de encuesta de satisfacción	5,000	0.03	150
Boletas de sugerencia	1000	0.02	20
Papel Bond (resmas)	10	4.5	45
Lapiceros	25	0.25	6.25
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>221.25</b>

Tabla 227: Costos de materiales de capacitaciones

## 3. Forma de Monitoreo de la satisfacción del cliente:

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Mesa de madera 1.50 m x 0.5m	2	\$30.00	\$60.00
Buzones fabricados en maderas de	2	\$15.00	\$30.00

Candados Phillips Mod 17 GL fabricados en latón macizo con cilindro y mecanismo de pernos de latón	2	\$5.00	\$10.00
Escritorio para encargado de mural informativo	1	\$49.00	\$49.00
Computadora de escritorio BIO EASY 1620 con procesador Intel celaron 2.0 GHZ, 1GB RAM DDR, disco duro 250 GB. Monitor 17"	1	\$515.00	\$515.00
Impresora CANON IP1800	1	\$39.90	\$39.90
Papelería y accesorios de oficina	**	**	\$10.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$713.90</b>

Tabla 228: Costos de monitoreo de satisfacción del cliente

### 18.1.3 REQUERIMIENTOS DEL OE3. DISEÑO DE SISTEMA ADMINISTRATIVOS

#### 1. Sistema de comercialización:

- Servicios profesionales:

No.	RUBRO	SALARIO MENSUAL	RENTA (10%)	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
1	Empresa Publimedia	\$1,500.00	\$150.00	\$1,350.00	\$1,500.00	12	\$18,000.00

Tabla 229: Costos servicios profesionales de comercialización

- Mobiliario y Equipo:

CANTIDAD	RUBRO	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Computadora	\$550.00	\$550.00
1	Impresor	\$75.00	\$75.00
1	Mobiliario (escritorio y silla secretarial)	\$125.00	\$125.00
1	Papelería / insumo	\$1,650.00	\$1,650.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$2,400.00</b>

Tabla 230: Costo de mobiliario y equipo de comercialización

- Medios Publicitarios:

CANTIDAD	RUBRO	COSTO UNITARIO	TOTAL
2	Rótulos	\$350.00	\$700.00
4	Carteles	\$150.00	\$600.00
3	Pancartas	\$50.00	\$150.00
1	Instalación de medios	\$1,000.00	\$1,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$2,450.00</b>

Tabla 231: Costos de los medios publicitarios

**Resumen Plan de Promoción y publicidad:**

Nº	RUBRO	MONTO
1	Servicios Profesionales	\$18,000.00
2	Mobiliario y Equipo	\$2,400.00
3	Medios Publicitarios	\$2,450.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$22,850.00</b>

Tabla 232: Resumen de costos de promoción y publicidad

Para el cálculo de las amortizaciones y depreciaciones de los activos descritos anteriormente se tienen las siguientes consideraciones:

- Depreciación de obra civil: 20 años
- Depreciación de mobiliario y equipo: 5 años
- Depreciación de vehículos

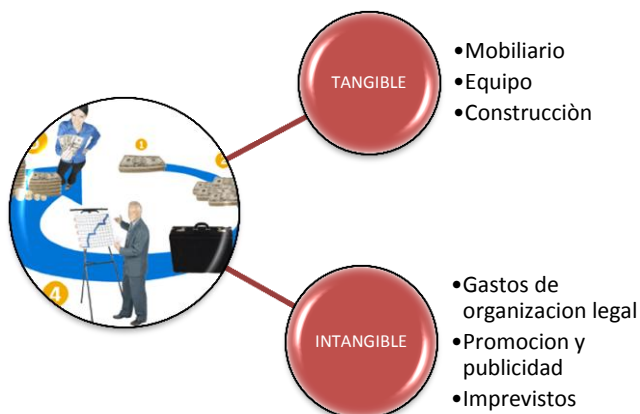
AMORTIZACIONES						
	Objetivo	Rubro	Valor	Vida Util	Recuperacion	Depreciacion
LINEA 1	1	Trámites en la Alcaldía.	100.00	4	0	25
		Contacto de Abogado pa	300.00	4	0	75
	2	Capacitacion previa (sati	\$6,740.00	4	0	1685
	3	Promocion y publicidad	22850	4	0	5712.5

Tabla 233: Costos de amortizaciones.



DEPRECIACIONES							
LINEA ESTRATEGICA 1	Objetivo	Rubro	Valor	Vida Util	Recuperacion	Depreciacion	
	1	Kiosco Comida (7) y Kios		48,022.39	20	0	2,401.12
		Nuevos kioscos (7)		27,411.95	20	0	1,370.60
		Parqueo Plaza Esteban		\$6,112.95	20	0	305.6475
		Mueble recibidor		\$175.00	5	\$10.00	33
		Escritorio		\$200.00	5	\$50.00	30
		Silla Ergonómica		\$199.60	5	\$20.00	35.92
		Silla de espera		\$199.00	5	\$100.00	19.8
		Archivero		\$150.00	5	\$20.00	26
		Oasis		\$130.00	5	\$25.00	21
		Mesas		\$100.00	5	\$5.00	19
		Mueble recibidor		\$175.00	5	\$10.00	33
		Escritorio		\$200.00	5	\$50.00	30
		Silla Ergonómica		\$199.60	5	\$20.00	35.92
		Silla de espera		\$199.00	5	\$100.00	19.8
		Archivero		\$150.00	5	\$20.00	26
		Oasis		\$130.00	5	\$25.00	21
		Mesas		\$100.00	5	\$5.00	19
		Materiales		\$755.00	1	\$0.00	755
		Microbuses		\$16,000.00	5	\$4,000.00	2400
		Megáfonos		\$200.00	5	\$50.00	30
	Mural fotografico		510.6	3	0	170.2	
	2	Mesa de madera 1.50 m		\$60.00	5	10	10
		Buzones fabricados en m		\$30.00	5	0	6
		Candados Phillips Mod 1		\$10.00	3	0	3.33
		Escritorio para encargad		\$49.00	5	5	8.8
		Computadora de escrito		\$515.00	3	50	155
Impresora CANON IP180			\$39.90	3	0	13.3	
accesorios de oficina			\$10.00	3	0	3.33	
<b>Total</b>						<b>\$6,336.97</b>	

## 18.1.4 RESUMEN DE COSTOS



### ✓ INVERSION FIJA TANGIBLE

- CONSTRUCCION:

CONSTRUCCION	
Descripción	Costo(\$)
Parqueo Plaza San Esteban	\$6,112.95
Kioscos para venta de Alimentos y Artesanías	\$48,022.39
<b>Total</b>	<b>\$54,135.34</b>

Tabla 234: Costos de construcción de parqueo y kioscos para ventas

- MOBILIARIO Y EQUIPO

MOBILIARIO	
NOMBRE	TOTAL
Casa de La Cultura	\$1,153.60
Oficina de Turismo	\$1,352.60
Monitoreo Satisfacción del Cliente	\$713.90
Promoción y Publicidad	\$2,400.00
<b>Total</b>	<b>\$5,620.10</b>

Tabla 235: Resumen de Costos de mobiliarios y equipo

EQUIPO	
NOMBRE	TOTAL
Equipo Oficina de Turismo	\$16,710.60
Equipo Casa de la Cultura	\$755.00
Capacitación	221.25
<b>TOTAL</b>	<b>\$17,686.85</b>

✓ INVERSION FIJA INTANGIBLE

<b>GASTOS DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA INSCRIPCION DE NEGOCIOS</b>	
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos de Inscripción de Locales	\$400.00
Servicios profesionales (Capacitación)	\$6,200.00
Servicios profesionales Publicidad	\$20,450.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$27,050.00</b>

Tabla 236: Costos de inversión fija intangible.

<b>INVERSION</b>	
<b>INVERSION FIJA TANGIBLE</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
<b>CONSTRUCCION Y MONTAJE</b>	\$ 81, 547.29
<b>MOBILIARIO Y EQUIPO</b>	\$ 20, 486.70
<b>SUB TOTAL 1.</b>	<b>\$102,033.99</b>
<b>INVERSION FIJA INTANGIBLE</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
<b>GASTOS DE ORG. LEGAL</b>	\$ 400.00
<b>GASTOS PREVIOS</b>	\$29,590.00
<b>SUB TOTAL 2.</b>	<b>\$ 29,590.00</b>
<b>SUB TOTAL 1. + SUB TOTAL 2.</b>	<b>\$132,023.99</b>
<b>IMPREVISTOS (5%)</b>	\$6601.20
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 138625.19</b>

Tabla 237: Resumen de costos de inversión de línea estratégica 1.

## 18.1.5 CAPITAL DE TRABAJO

### EFFECTIVO

Con este apartado se garantiza que la empresa cuenta con el suficiente capital en efectivo o liquidez para afrontar gastos no programados y para cubrir los gastos de salarios correspondientes al primer año de operaciones

1. Salarios
  2. Pago de servicios
  3. 5% del capital de trabajo
- Salario para personal administrativo de Productos y Servicios.

Plazas	Cant	Mensual					Salario	Total Mensual	Total Anual
		Salario	ISSS	AFP	Vacaciones	Aguinaldo			
Administrador Locales	1	\$400.00	\$26.00	\$30.00	\$3.00	\$6.80	\$465.80	\$465.80	\$5,589.60
Administrador Oficina de Turismo	1	\$400.00	\$26.00	\$30.00	\$3.00	\$6.80	\$465.80	\$465.80	\$5,589.60
<b>Total</b>									<b>\$11,179.20</b>

Tabla 238: capital de trabajo para personal administrativo.

- Salario considerado para personal de la Casa de la Cultura.

Plazas	Cantidad	Mensual					Salario	Total Mensual	Total Anual
		Salario	ISSS	AFP	Vacaciones	Aguinaldo			
Administrador	1	\$400.00	\$26.00	\$30.00	\$28.00	\$25.00	\$509.00	\$509.00	\$6,108.00
Personal de Limpieza	1	\$250.00	\$16.25	\$18.75	\$6.00	\$15.00	\$306.00	\$306.00	\$3,672.00
<b>Total</b>									<b>\$9,780.00</b>

Tabla 239: Capital de trabajo de salarios

- Personal Oficina de Turismo

Plazas	Cant.	Mensual					Salario	Total Mensual	Total Anual
		Salario	ISSS	AFP	Vacaciones	Aguinaldo			
Administrador	1	\$400.00	\$26.00	\$30.00	\$3.00	\$6.80	\$465.80	\$465.80	\$5,589.60
<b>Total</b>									<b>\$5,589.60</b>

- Costo de Suministros del Área Administrativa

No.	SUMINISTRO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Caja de lapiceros (12 unidades)	0.08	1	\$1.35	\$ 1.35
2	Papel higiénico	6	72	\$0.12	\$ 8.64
3	Resma de papel bond carta	5	60	\$4.31	\$258.60
4	Caja de grapas	0.25	3	\$1.00	\$ 4.00
5	Agua embotellada	8	96	\$2.15	\$206.40
<b>TOTAL</b>					<b>\$478.99</b>

Tabla 240: Capital de trabajo costos de suministros administrativos

- Consumo de Servicios  
**ENERGIA ELECTRICA**

EQUIPO	CANTIDAD	HORAS UTILIZADAS (MES)	CONSUMO MENSUAL KWH	CONSUMO ANUAL KWH	COSTO KWH	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Foco Ahorrador	6	720	9.36	112.32	\$ 0.20	\$1.87	\$ 22.46
Computadora	2	300	105	1260	\$ 0.20	\$21.00	\$ 252.00
Impresora	1	15	1.50	18	\$ 0.20	\$ 0.30	\$ 3.60
Oasis	1	240	33.60	403.20	\$ 0.20	\$ 6.72	\$ 80.64

CARGO POR COMERCIALIZACION	\$ 0.87
CARGO POR DISTRIBUCION (KWH x \$0.08)	\$143.48
<b>TOTAL</b>	<b>\$503.05</b>

Tabla 241: Consumo de energía eléctrica

#### AGUA POTABLE

AREA	CONSUMO MENSUAL M <sup>3</sup>	CONSUMO ANUAL M <sup>3</sup>	COSTO M <sup>3</sup>	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
limpieza general	6.46	77.52	\$ 0.25	\$1.62	\$ 19.38
<b>TOTAL</b>					<b>\$19.38</b>

Tabla 242: Consumo de agua potable

#### TELEFONO

AREA	CANTIDAD	COSTO BASE	GASTO MENSUAL ESTIMADO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Administración	1	\$13.00	\$5.00	\$18.00	\$ 216.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$216.00</b>

Tabla 243: Consumo de teléfono

#### COSTOS TOTALES

RUBRO	DESCRIPCION	TOTAL
<b>COSTO DE PRESTACION DE SERVICIOS</b>	Depreciación de mobiliario y equipo	\$ 159.00
<b>COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>	Suministros	\$ 478.99
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$ 327.72
	Energía Eléctrica	\$ 503.05
	Agua Potable	\$ 19.38
	Teléfono	\$ 216.00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$1,704.14</b>

Tabla 244: costos totales de prestación de servicios y costos administrativos

- Resumen Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
INVENTARIO	
RUBRO	MONTO
<b>SUB TOTAL 1.</b>	
EFECTIVO	
RUBRO	MONTO
<b>SALARIO</b>	\$1746.60
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	\$510
<b>MATERIA Y SUMINISTRO</b>	\$81.35
<b>SUB TOTAL 2.</b>	\$ 2, 256.60
<b>SUB TOTAL 1. + SUB TOTAL 2.</b>	\$ 2, 256.60
<b>IMPREVISTOS (5%)</b>	\$112.83
<b>TOTAL</b>	\$2,369.43

Tabla 245: Resumen de capital de trabajo

## **12.2. COSTEO DE LE2. AUMENTAR EL INDICE DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL DE LOS HABITANTES DEL BSE QUE ACTUALMENTE NO TIENEN ACCESO ESTA**

---

### 18.1.6 INVERSIONES DEL PROYECTO OBJETIVO ESTRATÉGICO1.

#### **INVERSIONES DEL PROYECTO**

**INVERSION TANGIBLE**

<b>MOBILIARIO</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Mueble recibidor	1	\$175.00	\$175.00
Escritorio	1	\$100.00	\$100.00
Silla Ergonómica	2	\$ 49.90	\$ 99.80
Silla de espera	3	\$ 19.90	\$ 59.70
Archivero	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Oasis	1	\$ 130.00	\$130.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$639.50</b>

*Tabla 246: Costos de mobiliario línea estratégica 2.*

<b>EQUIPO</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Carretilla	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Estante Dexion	10	\$ 35.00	\$350.00
Cinturón pesas	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Bascula digital	1	\$190.00	\$190.00
Computadora	2	\$549.00	\$ 1,098.00
Impresor	1	\$ 34.50	\$ 34.50
Teléfono	1	\$ 23.00	\$ 23.00
Calculadora	1	\$ 7.90	\$ 7.90
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,813.40</b>

*Tabla 247: Costos de equipo línea estratégica 2.*



**INVERSION INTANGIBLE**

<b>GASTOS DE ORGANIZACIÓN LEGAL</b>	
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Trámites en la Alcaldía.	\$10.00
Contactar al abogado para la realización de la escritura.	\$60.00
Presentar escritura en el Centro Nacional de Registros.	\$30.00
Tramitar en el Ministerio de Hacienda inscripción de NIT y de Número de Registro de Contribuyente de IVA.	\$15.00
Contratar y pactar honorarios con un contador	\$60.00
Elaboración de los libros contables, la descripción del sistema contable, prepare el catálogo de cuentas y su manual de aplicaciones.	\$50.00
Contratar y pactar honorarios con un auditor	\$40.00
Legalizar los libros contables, la descripción del sistema contable, el catálogo de cuentas y el manual de aplicaciones.	\$20.00
Legalización de balance inicial para ser presentado al CNR.	\$15.00
Presentar balance inicial de la sociedad en el CNR.	\$50.00
Comprar los libros legales que se manejarán y mandar a elaborar las facturas, comprobantes de crédito fiscal, notas de crédito y notas de débito.	\$20.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$370.00</b>

*Tabla 248: Gastos de organización legal línea estratégica 2.*

IMPREVISTOS: Se han destinado para efectos de gastos que surjan de imprevisto o que no han sido considerado en los rubros anteriores y que pueden ser necesarios para el desarrollo del proyecto el 5% de las inversiones fijas totales

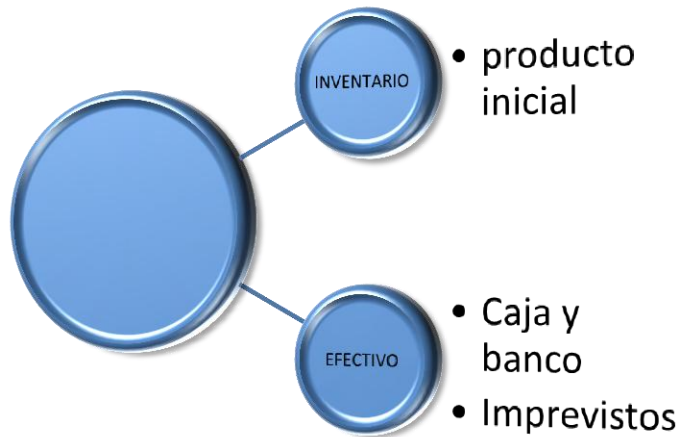
**RESUMEN DE INVERSION FIJA TOTAL**

<b>INVERSION FIJA TANGBLE</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Mobiliario	\$ 639.50
Equipo	\$1,813.40
<b>Sub Total 1</b>	<b>\$2,452.90</b>
<b>INVERSION FIJA INTANGBLE</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Gastos de Organización legal	\$ 370.00

<b>Sub Total 2</b>	<b>\$ 370.00</b>
<b>Sub Total 1 + Sub Total 2</b>	<b>\$2,822.90</b>
Imprevistos (5%)	\$ 141.15
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,964.05</b>

Tabla 249: Resumen de inversión fija total.

**CAPITAL DE TRABAJO**



**1. INVENTARIO**

<b>PRODUCTO INICIAL</b>			
<b>INSUMOS</b>	<b>REQUERIMIENTO PARA PRIMER MES (QQ)</b>	<b>PRECIO COTIZADO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Frijol	24.0	\$81.00	\$1,944.00
Maíz	35.4	\$19.00	\$672.60
Azúcar	11.0	\$28.00	\$308.00
Arroz	6.75	\$32.00	\$216.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3,140.60</b>

Tabla 250: Costos de inventario de la despensa

<b>MATERIAL INDIRECTO</b>			
<b>INSUMOS</b>	<b>REQUERIMIENTO PARA PRIMER MES (QQ)</b>	<b>PRECIO COTIZADO (100 BOLSAS)</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Bolsas de 2 libras	1285	\$ 1.00	\$ 12.85
Bolsas de 5 libras	514	\$ 1.25	\$ 6.43
Bolsas de 10 libras	257	\$ 1.50	\$ 3.86
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 23.14</b>

Tabla 251: Costos de materiales indirectos LE2.

## 2. EFECTIVO

Con este apartado se garantiza que la empresa cuenta con el suficiente capital en efectivo o liquidez para afrontar gastos no programados y para cubrir los gastos de salarios correspondientes al primer mes de operaciones

<b>SALARIOS</b>							
<b>No.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>ISSS</b>	<b>AFP</b>	<b>AGUINALDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
1	Despachador	\$400.00	\$30.00	\$27.00	\$15.87	\$21.67	\$494.54
3	Administrador	\$700.00	\$52.50	\$47.25	\$33.33	\$46.67	\$879.75
<b>TOTAL</b>							<b>\$1,373.66</b>

Tabla 252: Salarios de línea estratégica 2.

<b>SERVICIOS BASICOS</b>	
<b>SERVICIO</b>	<b>MONTO</b>
Energía Eléctrica	\$33.13
Agua Potable	\$ 1.62

Teléfono	\$18.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$52.75</b>

Tabla 253: Costos de servicios básicos línea estratégica 2.

IMPREVISTOS: Se han destinado para efectos de gastos que surjan de improviso o que no han sido considerado en los rubros anteriores y que pueden ser necesarios para el desarrollo del proyecto el 5% del monto total del capital de trabajo

**RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO**

<b>INVENTARIO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Producto Inicial	\$3,149.59
Material Indirecto	\$ 23.14
<b>Sub Total 1</b>	<b>\$3,172.72</b>
<b>EFFECTIVO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Salarios	\$1,669.63
Servicios Básicos	\$161.58
Mat. Y suministros	\$39.92
<b>Sub Total 2</b>	<b>\$1,831.21</b>
<b>Sub Total 1 + Sub Total 2</b>	<b>\$5,003.93</b>
Imprevistos (5%)	\$250.20
<b>TOTAL</b>	<b>\$4,753.74</b>

Tabla 254: resumen de capital de trabajo de línea estratégica 2.

## 18.1.7 COSTOS DEL PROYECTO DE LA DESPENSA FAMILIAR

### 1. COSTOS DE PRESTACION DE SERVICIOS:

#### COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Para poder prestar el servicio en la despensa de granos básicos se necesitará una persona para el despacho y control de los granos básicos. Entre sus funciones están:

Desarrollar el proceso de comercialización: entrega de solicitud, verificación en sistema de información, solicitar despacho, entregar granos básicos, y controlar. Control del inventario de granos básicos.

No.	RUBRO	SALARIO MENSUAL	ISSS	AFP	AGUINALDO	VACACIONES	COSTO MENSUAL	TOTAL
1	Despachador	\$400.00	\$30.00	\$27.00	\$15.87	\$21.67	\$494.54	\$5,934.48
<b>TOTAL</b>								<b>\$5,934.48</b>

Tabla 255: Costos de mano de obra línea estratégica 2.

#### COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS

No.	MATERIAL	DESCRIPCION	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD POR AÑO (Proyecto 12 Meses)	TOTAL
1	Bolsas plásticas	Bolsas de 2 libras	1285	15,420	\$154.20
2	Bolsas plásticas	Bolsas de 5 libras	514	6,168	\$77.10
3	Bolsas plásticas	Bolsas de 10 libras	257	3,084	\$46.26
<b>TOTAL</b>					<b>\$277.56</b>

Tabla 256: Costos de materiales indirectos línea estratégica 2.

#### COSTO DE DEPRECIACION MOBILIARIO Y EQUIPO

No.	MAQUINARIA /EQUIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION
-----	--------------------	----------	----------------	-----------	-----------------------	--------------

1	Carretilla	1	\$30.00	5	\$ 0.00	\$ 6.00
2	Estante Dexion	10	\$35.00	5	\$150.00	\$40.00
3	Cinturón Pesas	1	\$80.00	3	\$ 0.00	\$26.67
4	Bascula digital	1	\$190.00	3	\$30.00	\$53.33
5	Mueble Recibidor	1	\$175.00	5	\$20.00	\$33.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$159.00</b>

Tabla 257: Costos depreciación de mobiliario línea estratégica 2.

### INVERSION INICIAL DE GRANOS BASICOS<sup>25</sup>

No.	GRANO	DEMANDA MENSUAL (QQ)	DEMANDA ANUAL(QQ)	COSTO UNITARIO(QQ.)	MONTO TOTAL
1	Frijol	24.0	289	\$81.00	\$23,409.00
2	Maíz	35.4	425	\$19.00	\$ 8,075.00
3	Azúcar	11.0	132	\$28.00	\$ 3,696.00
4	Arroz	6.75	81	\$32.00	\$ 2,592.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$37,772.00</b>

Tabla 258: Costos de Inversión inicial de granos básicos

## **2. COSTOS DE ADMINISTRACION:**

### COSTO DE MANO DE OBRA

Para el proceso administrativo se necesitará una persona a cargo. Entre sus funciones están:

Desarrollar el proceso de acreditación como beneficiario de la despensa: Recepción de solicitudes, verificación de documentos, proceso de aprobación y manejo del sistema de información.  
Administración de la despensa: Planificación, organización, control y evaluación de indicadores.

<sup>25</sup> Fuente precios: Sondeo de Precios, Defensoría del consumidor 17/04/2011

No.	RUBRO	SALARIO MENSUAL	ISSS	AFP	AGUINALDO	VACACIONES	COSTO MENSUAL	TOTAL
1	Administrador	\$700.00	\$52.50	\$47.25	\$33.33	\$46.67	\$879.75	\$10,557.00
<b>TOTAL</b>								<b>\$10,557.00</b>

#### COSTO DE SUMINISTRO DE AREA ADMINISTRATIVA

No.	SUMINISTRO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Caja de lapiceros (12 unidades)	0.08	1	\$1.35	\$ 1.35
2	Papel higiénico	6	72	\$0.12	\$ 8.64
3	Resma de papel bond carta	5	60	\$4.31	\$258.60
4	Caja de grapas	0.25	3	\$1.00	\$ 4.00
5	Agua embotellada	8	96	\$2.15	\$206.40
<b>TOTAL</b>					<b>\$478.99</b>

Tabla 259: Costos de suministros de área administrativa

#### COSTO DE DEPRECIACION MOBILIARIO Y EQUIPO

No.	MAQUINARIA /EQUIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION
1	Escritorio	1	\$100.00	5	\$ 0.00	\$ 20.00
2	Silla ergonómica	2	\$49.90	5	\$ 0.00	\$20.00
3	Silla de espera	3	\$19.90	5	\$ 0.00	\$ 12.00
4	Archivero	1	\$75.00	5	\$10.00	\$13.00
5	Computadora	2	\$549.00	5	\$0.00	\$219.60

6	Impresor	1	\$34.50	3	\$0.00	\$11.50
7	Teléfono	1	\$23.00	3	\$0.00	\$ 7.67
8	Calculadora	1	\$ 7.90	2	\$0.00	\$ 3.95
9	Oasis	1	\$130.00	5	\$30.00	\$20.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$327.72</b>

Tabla 260: Costos de depreciación de mobiliario y equipo

### 3. CONSUMO DE SERVICIOS

#### ENERGIA ELECTRICA

EQUIPO	CANTIDAD	HORAS UTILIZADAS (MES)	CONSUMO MENSUAL KWH	CONSUMO ANUALKWH	COSTO KWH	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Foco Ahorrador	6	720	9.36	112.32	\$ 0.20	\$1.87	\$ 22.46
Computadora	2	300	105	1260	\$ 0.20	\$21.00	\$ 252.00
Impresora	1	15	1.50	18	\$ 0.20	\$ 0.30	\$ 3.60
Oasis	1	240	33.60	403.20	\$ 0.20	\$ 6.72	\$ 80.64
CARGO POR COMERCIALIZACION							<b>\$ 0.87</b>
CARGO POR DISTRIBUCION (KWH x \$0.08)							<b>\$143.48</b>
<b>TOTAL</b>							<b>\$503.05</b>

Tabla 261: consumo de energía eléctrica Línea estratégica 2.



## AGUA POTABLE

AREA	CONSUMO MENSUAL M <sup>3</sup>	CONSUMO ANUAL M <sup>3</sup>	COSTO M <sup>3</sup>	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
limpieza general	6.46	77.52	\$ 0.25	\$1.62	\$ 19.38
<b>TOTAL</b>					<b>\$19.38</b>

Tabla 262: Consumo de agua potable línea estratégica 2.

## TELEFONO

AREA	CANTIDAD	COSTO BASE	GASTO MENSUAL ESTIMADO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Administración	1	\$13.00	\$5.00	\$18.00	\$ 216.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$216.00</b>

Tabla 263: Consumo de servicio telefónico

### 4. COSTOS TOTALES

RUBRO	DESCRIPCION	TOTAL
COSTO DE PRESTACION DE SERVICIOS	Mano de obra directa e indirecta (Pagado por alquileres de kioscos)	\$ 0.00
	Materiales Indirectos	\$ 277.56
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$ 159.00
	Inventario Granos básicos	\$37,772.00
COSTOS ADMINISTRATIVOS	Mano de obra (Pagado por alquileres de kioscos)	\$ 0.00
	Suministros	\$ 478.99
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$ 327.72
	Energía Eléctrica	\$ 503.05

	Agua Potable	\$ 19.38
	Teléfono	\$ 216.00
COSTOS DE COMERCIALIZACION	Ninguno	\$ 0.00
COSTOS FINANCIEROS	Ninguno	\$ 0.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$39,753.70</b>

Tabla 264: Costos totales

### 18.1.8 DETERMINACION DE COSTOS UNITARIOS

#### PRORRATEO DE COSTOS EN LOS PRODUCTOS

Se procede determinar la participación que cada uno de los productos:

No.	GRANO	DEMANDA MENSUAL(QQ)	DEMANDA ANUAL(QQ)	PARTICIPACION %
1	Frijol	24.0	289	31.18%
2	Maíz	35.4	425	45.85%
3	Azúcar	11.0	132	14.24%
4	Arroz	6.75	81	8.74%
TOTAL			927	100%

Tabla 265: Costos de Inversión inicial de granos básicos

RUBRO	DESCRIPCION	TOTAL	FRIJOL	MAIZ	AZUCAR	ARROZ
COSTO DE PRESTACION DE SERVICIOS	Mano de obra directa e indirecta (Pagado por alquileres de kios)	\$ 0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
	Materiales Indirectos	\$ 277.56	\$86.54	\$127.26	\$39.52	\$24.26
	Depreciación de	\$ 159.00	\$49.58	\$72.90	\$22.64	\$13.90

	mobiliario y equipo					
	Inventario Granos básicos	\$37,772.00	\$23,409.00	\$8,075.00	\$3,696.00	\$2,592.00
COSTOS ADMINISTRATIVOS	Mano de obra (Pagado por alquileres de kios)	\$ 0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
	Suministros	\$ 478.99	\$149.35	\$219.62	\$68.21	\$41.86
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$ 327.72	\$102.18	\$150.26	\$46.67	\$28.64
	Energía Eléctrica	\$ 503.05	\$156.85	\$230.65	\$71.63	\$43.97
	Agua Potable	\$ 19.38	\$6.04	\$8.89	\$2.76	\$1.69
	Teléfono	\$ 216.00	\$67.35	\$99.04	\$30.76	\$18.88
COSTOS DE COMERCIALIZACION	Ninguno	\$ 0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
COSTOS FINANCIEROS	Ninguno	\$ 0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$39,753.70</b>	<b>\$24,026.89</b>	<b>\$8,983.61</b>	<b>\$3,978.19</b>	<b>\$2,765.20</b>

### **COSTOS UNITARIOS**

Para definir los costos unitarios de cada producto se utilizaran las siguientes formulas:

Costo Fijo Unitario = Costo fijo total / Demanda anual

Costo Variable Unitario = Costo variable total / Demanda anual

Costo Unitario del Producto = Costo Fijo Unitario + Costo Variable Unitario

FRIJOL			
RUBRO	DESCRIPCION	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DE PRESTACION DE SERVICIOS	Mano de obra directa e indirecta (Pagado por alquileres de kioscos)	\$0.00	
	Materiales Indirectos		\$86.54
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$49.58	
	Inventario Granos básicos		\$23,409.00
COSTOS ADMINISTRATIVOS	Mano de obra (Pagado por alquileres de kioscos)	\$0.00	
	Suministros		\$149.35
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$102.18	
	Energía Eléctrica	\$156.85	
	Agua Potable	\$6.04	
	Teléfono	\$67.35	
COSTOS DE COMERCIALIZACION	Ninguno	\$0.00	
COSTOS FINANCIEROS	Ninguno	\$0.00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$382.00</b>	<b>\$23,644.89</b>

Tabla 266: Costos unitario

Costo Fijo Unitario =  $\$382.00 / 289 = \$1.32$

Costo Variable Unitario =  $\$23,644.89 / 289 = \$81.82$

Costo Unitario del Producto =  $\$1.32 + \$81.82 = \$83.14$  QQ.

1QQ.= 100 Lb.

**COSTO UNITARIO= \$0.84 /Lb.**

MAIZ			
RUBRO	DESCRIPCION	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DE PRESTACION DE SERVICIOS	Mano de obra directa e indirecta (Pagado por alquileres de kioscos)	\$0.00	
	Materiales Indirectos		\$127.26
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$72.90	
	Inventario Granos básicos		\$8,075.00
COSTOS ADMINISTRATIVOS	Mano de obra (Pagado por alquileres de kioscos)	\$0.00	
	Suministros		\$219.62
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$150.26	
	Energía Eléctrica	\$230.65	
	Agua Potable	\$8.89	
	Teléfono	\$99.04	
COSTOS DE COMERCIALIZACION	Ninguno	\$0.00	
COSTOS FINANCIEROS	Ninguno	\$0.00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$561.74</b>	<b>\$8,421.88</b>

Tabla 267: Costos unitario

Costo Fijo Unitario =  $\$561.74 / 525 = \$1.07$

Costo Variable Unitario =  $\$8,421.88 / 525 = \$16.05$

Costo Unitario del Producto =  $\$1.07 + \$16.05 = \$17.12$  QQ.

1QQ.= 100 Lb.

**COSTO UNITARIO= \$0.18 /Lb.**

AZUCAR			
RUBRO	DESCRIPCION	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DE PRESTACION DE SERVICIOS	Mano de obra directa e indirecta (Pagado por alquileres de kioscos)	\$0.00	
	Materiales Indirectos		\$39.52
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$22.64	
	Inventario Granos básicos		\$3,696.00
COSTOS ADMINISTRATIVOS	Mano de obra (Pagado por alquileres de kioscos)	\$0.00	
	Suministros		\$68.21
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$46.67	
	Energía Eléctrica	\$71.63	
	Agua Potable	\$2.76	
	Teléfono	\$30.76	
COSTOS DE COMERCIALIZACION	Ninguno	\$0.00	
COSTOS FINANCIEROS	Ninguno	\$0.00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$174.46</b>	<b>\$3,803.73</b>

Tabla 268: Costos unitario

Costo Fijo Unitario =  $\$174.46 / 132 = \$1.32$

Costo Variable Unitario =  $\$3,803.73 / 132 = \$28.82$

Costo Unitario del Producto =  $\$1.32 + \$28.82 = \$30.13$  QQ.

1QQ.= 100 Lb.

**COSTO UNITARIO= \$0.30 /Lb.**

ARROZ			
RUBRO	DESCRIPCION	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DE PRESTACION DE SERVICIOS	Mano de obra directa e indirecta (Pagado por alquileres de kioscos)	\$0.00	
	Materiales Indirectos		\$24.26
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$13.90	
	Inventario Granos básicos		\$2,592.00
COSTOS ADMINISTRATIVOS	Mano de obra (Pagado por alquileres de kioscos)	\$0.00	
	Suministros		\$41.86
	Depreciación de mobiliario y equipo	\$28.64	
	Energía Eléctrica	\$43.97	
	Agua Potable	\$1.69	
	Teléfono	\$18.88	
COSTOS DE COMERCIALIZACION	Ninguno	\$0.00	
COSTOS FINANCIEROS	Ninguno	\$0.00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$107.08</b>	<b>\$2,658.12</b>

Tabla 269: Costos unitario

Costo Fijo Unitario =  $\$107.08 / 81 = \$1.32$

Costo Variable Unitario =  $\$2,658.12 / 81 = \$32.82$

Costo Unitario del Producto =  $\$1.32 + \$32.82 = \$34.14$  QQ.

1QQ.= 100 Lb.

**COSTO UNITARIO= \$0.35 /Lb.**

## 12.3. COSTEO DE LE3. CREAR UN CLIMA DE SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD EN EL BSE

---

En esta línea estratégica tiene como objetivos fortalecer la participación ciudadana y Diseñar un sistema de prevención y corrección de delincuencia. Estos Objetivos se desarrollaran con el sistema de costeo por absorción, a continuación se detallan los costos de manera general

### 18.3.1 INVERSIONES DEL PROYECTO

#### INVERSIONES FIJAS



Figura 86: Inversiones fijas



**INVERSION TANGIBLE**

<b>MOBILIARIO</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Escritorio</b>	1	\$100.00	\$100.00
<b>Silla Ergonómica</b>	1	\$ 49.90	\$ 49.90
<b>Silla de espera</b>	2	\$ 19.90	\$ 39.80
<b>Sillas para reuniones</b>	20	\$5.00	\$100.00
<b>Archivero</b>	1	\$ 75.00	\$ 75.00
<b>Oasis</b>	1	\$ 130.00	\$130.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$338.70</b>

*Tabla 270: Costos de mobiliario de línea estratégica 3.*

<b>EQUIPO</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Computadora</b>	1	\$520.00	\$ 520.00
<b>Impresor</b>	1	\$ 40.00	\$ 40.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$560.00</b>

*Tabla 271: Costos de equipo línea estratégica 3.*

**INVERSION INTANGIBLE**

Gastos de organización legal: Estos no se han tomado en cuenta porque la cooperativa ya está formada además de ello los tramites que se harán con la policía nacional civil para legalizar el acuerdo con sin costo. Pero se pondrá un \$30 por gasto de papeleo

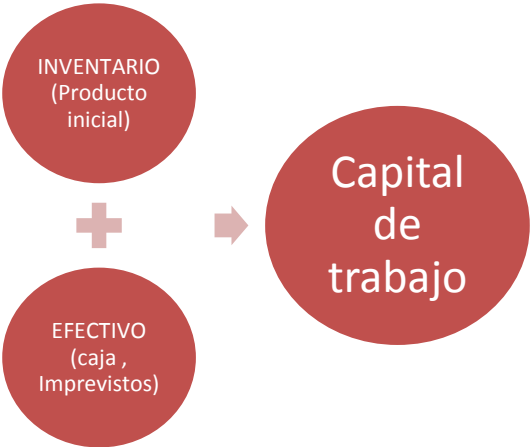
IMPREVISTOS: Se han destinado para efectos de gastos que surjan de improviso o que no han sido considerado en los rubros anteriores y que pueden ser necesarios para el desarrollo del proyecto el 5% de las inversiones fijas totales

**RESUMEN DE INVERSION FIJA TOTAL**

INVERSION FIJA TANGBLE	
RUBRO	MONTO
Mobiliario	\$ 338.70
Equipo	\$560.00
Sub Total 1	<b>\$898.70</b>
INVERSION FIJA INTANGBLE	
RUBRO	MONTO
Gastos de Organización legal	\$ 0.00
Sub Total 2	<b>\$ 30.00</b>
Sub Total 1 + Sub Total 2	<b>\$928.70</b>
Imprevistos (5%)	\$ 46.43
<b>TOTAL</b>	<b>\$975.13</b>

Tabla 272: Resumen de costos de inversión

**18.3.2 CAPITAL DE TRABAJO**



## **INVENTARIO**

No se tiene inventario inicial del proyecto.

## **EFFECTIVO**

Con este apartado se garantiza que la empresa cuenta con el suficiente capital en efectivo o liquidez para afrontar gastos no programados y para cubrir los gastos de salarios correspondientes al proyecto.

<b>SERVICIOS PROFESIONALES (SALARIOS )</b>				
<b>No.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>IMPUESTO SOBRE LA RENTA (10%)</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
1	Administrador	\$350.00	\$35.00	\$350.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$350.00</b>

*Tabla 273: costo de servicios profesionales en capital de trabajo línea estratégica 3.*

<b>SERVICIOS</b>		
<b>No.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
1	Alquiler de local	\$120.00
2	Agua	\$3.00
3	Energía Eléctrica	\$15.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$138.00</b>

*Tabla 274: costo de servicios profesionales en capital de trabajo línea estratégica 3.*

**IMPREVISTOS:** Se han destinado para efectos de gastos que surjan de improviso o que no han sido considerado en los rubros anteriores y que pueden ser necesarios para el desarrollo del proyecto el 5% del monto total del capital de trabajo

**RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO**

<b>INVENTARIO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Inventario	\$ 0.00
<b>Sub Total 1</b>	<b>\$0.00</b>
<b>EFFECTIVO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Salarios	\$ 350.00
Servicios Básicos	\$ 138.00
<b>Sub Total 1</b>	<b>\$488.00</b>
<b>Sub Total 1 + Sub Total 2</b>	<b>\$488.00</b>
Imprevistos (5%)	\$ 24.4
<b>TOTAL</b>	<b>\$512.4</b>

Tabla 275: Resumen de capital de trabajo línea estratégica 3.

**18.3.3 DETERMINACION DE COSTOS TOTALES**

1. **COSTOS DE PRESTACION DE SERVICIOS**

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

No posee mano de obra directa

COSTO DE DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO

<b>No.</b>	<b>MAQUINARIA /EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>VALOR RECUPERACION</b>	<b>DE DEPRECIACION</b>
1	Sillas de reuniones	20	\$5.00	3	\$25.00	\$1.50
<b>TOTAL</b>						<b>\$1.50</b>

Tabla 276: costo de depreciación línea estratégica 3.

### INVERSION INICIAL DEL PROYECTO

No se realiza inversión inicial

## **2. COSTOS DE ADMINISTRACION:**

### COSTO DE MANO DE OBRA

Para el proceso administrativo se necesitará una persona a cargo. Entre sus funciones están: Administración del proyecto: Planificación, organización, control y evaluación el plan.

<b>SERVICIOS PROFESIONALES (SALARIOS )</b>						
<b>No.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>IMPUESTO SOBRE LA RENTA (10%)</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>	<b>TOTAL</b>
1	Administrador	\$350.00	\$35.00	\$350.00	\$4,200.00	\$4,200.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$4,200.00</b>

Tabla 277: costo de mano de obra línea estratégica 3.

### COSTO DE SUMINISTRO DE AREA ADMINISTRATIVA

<b>No.</b>	<b>SUMINISTRO</b>	<b>CONSUMO MENSUAL</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1	Caja de lapiceros (12 unid)	0.50	6	\$1.35	\$ 8.10
2	Papel higiénico	4	48	\$0.60	\$ 28.80
3	Resma de papel bond	1.5	18	\$4.50	\$81.00
4	Caja de grapas	0.50	6	\$1.00	\$ 6.00
5	Agua embotellada	4	48	\$2.10	\$100.80
<b>TOTAL</b>					<b>\$224.70</b>

Tabla 278: costo de suministros de área administrativa

## COSTO DE DEPRECIACION MOBILIARIO Y EQUIPO

No.	MAQUINARIA /EQUIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VIDA UTIL	VALOR RECUPERACION	DE DEPRECIACION
1	Escritorio	1	\$100.00	5	\$ 0.00	\$ 20.00
2	Silla ergonómica	1	\$49.90	5	\$ 0.00	\$10.00
3	Silla de espera	2	\$19.90	5	\$ 0.00	\$ 8.00
4	Archivero	1	\$75.00	5	\$10.00	\$15.00
5	Computadora	1	\$520.00	5	\$0.00	\$104.00
6	Impresor	1	\$40.00	3	\$0.00	\$13.30
7	Oasis	1	\$130.00	5	\$30.00	\$26.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$176.30</b>

Tabla 279: costo de depreciación de mobiliario y equipo.

## CONSUMO DE SERVICIOS

### ENERGIA ELECTRICA

EQUIPO	CANTIDAD	HORAS UTILIZADAS (MES)	CONSUMO MENSUAL KWH	CONSUMO ANUAL KWH	COSTO KWH	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Foco Ahorrador	4	500	6.5	78	\$ 0.20	\$1.30	\$ 15.6
Computadora	1	140	49	588	\$ 0.20	\$9.80	\$ 117.6
Impresora	1	10	1	12	\$ 0.20	\$ 0.20	\$ 2.4
Oasis	1	140	19.6	235.2	\$ 0.20	\$ 3.92	\$ 47.00
CARGO POR COMERCIALIZACION							<b>\$ 0.87</b>
CARGO POR DISTRIBUCION (KWH x \$0.08)							<b>\$73.06</b>
<b>TOTAL</b>							<b>\$256.53</b>

Tabla 280: Consumo de energía eléctrica línea estratégica 3.

## AGUA POTABLE

AREA	CONSUMO MENSUAL M <sup>3</sup>	CONSUMO ANUAL M <sup>3</sup>	COSTO M <sup>3</sup>	TARIFA DE ALCANTARILLADO* MES	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sanitarios y limpieza general	14	168	\$ 0.21	0.10	\$3.04	\$ 36.48
<b>TOTAL</b>						\$ 36.48

Tabla 281: Consumo de agua potable línea estratégica 3.

RESUMEN DE COSTOS	
RUBRO	TOTAL (\$)
COSTOS DE PRODUCCIÓN DE SERVICIOS	\$0.00
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$4894.01
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$0.00
COSTOS FINANCIEROS	\$0.00
<b>TOTAL (\$)</b>	<b>\$4894.01</b>

Tabla 282: Resumen de costos línea estratégica 3.

## 12.4. COSTEO DE LE4. FORTALECER LA EDUCACION COMPLEMENTARIA EN DEPORTE Y VALORES

Esta línea estratégica como se dijo en el diseño no se llevara a cabo por la priorización establecida por lo cual el costeo no se realizara.

## **12.5. COSTEO DE LE5. DISEÑAR UNA PROPUESTA DE OBTENCION DE RECURSOS Y ADMINISTRACION DE LOS MISMOS**

---

OBJETIVO ESTRATÉGICO: Determinar el procedimiento a seguir de las instituciones para la obtención de recursos, y Capacitar a los involucrados en la administración de los recursos financieros

### **18.5.1 INVERSIONES DEL PROYECTO**

#### INVERSIONES FIJAS



#### INVERSION TANGIBLE

MOBILIARIO			
NOMBRE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Escritorio	1	\$100.00	\$100.00
Silla Ergonómica	2	\$ 49.90	\$ 99.80
Silla de espera	2	\$ 19.90	\$ 39.80
Oasis	1	\$ 100.00	\$100.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$339.60</b>

*Tabla 283: costo de mobiliario línea estratégica 5.*



EQUIPO			
NOMBRE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadora	1	\$520.00	\$ 520.00
Impresor	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Teléfono	1	\$ 20.00	\$ 20.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$580.00</b>

Tabla 284: costo de equipo línea estratégica 5.

### INVERSION INTANGIBLE

Gastos de organización legal: Estos no se han tomado en cuenta porque la cooperativa ya está formada y los cambios a realizar son pocas además de ello esos trámites serán tomados en cuenta por cada línea de acción. IMPREVISTOS: Se han destinado para efectos de gastos que surjan de imprevisto o que no han sido considerado en los rubros anteriores y que pueden ser necesarios para el desarrollo del proyecto el 5% de las inversiones fijas totales

### RESUMEN DE INVERSION FIJA TOTAL

INVERSION FIJA TANGBLE	
RUBRO	MONTO
Mobiliario	\$ 339.60
Equipo	\$580.00
Sub Total 1	\$919.60
INVERSION FIJA INTANGBLE	
RUBRO	MONTO
Gastos de Organización legal	\$ 0.00
Sub Total 2	\$ 0.00
Sub Total 1 + Sub Total 2	\$919.60
Imprevistos (5%)	\$ 45.98
<b>TOTAL</b>	<b>\$965.58</b>

## 18.5.2 DETERMINACION DE LOS COSTOS TOTALES

### 1. COSTOS DE PRESTACION DE SERVICIOS:

#### COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Para poder realizar la organización se necesitará personas profesionales en este rubro. Entre sus funciones están:

- Gestionar la obtención de fondos económicos para el proyecto.
- Capacitar a los miembros

SERVICIOS PROFESIONALES (SALARIOS )						
No.	RUBRO	SALARIO MENSUAL	IMPUESTO SOBRE LA RENTA (10%)	COSTO MENSUAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
1	Técnico	\$500.00	\$50.00	\$450.00	3	\$1,500.00
1	Auxiliar	\$250.00	\$25.00	\$225.00	3	\$750.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$2,250.00</b>

Tabla 285: costo de mano de obra directa línea estratégica 5.

#### INSUMOS

No.	SUMINISTRO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO DEL PLAN	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Caja de lapiceros (12 unidades)	0.25	0.75	\$1.50	\$ 1.50
2	Folders	4	12	\$0.15	\$1.80
3	Resma de papel bond carta	3	9	\$5.00	\$45.00
4	Caja de grapas	0.25	0.75	\$1.00	\$ 1.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$49.30</b>

Tabla 286: costo de insumos línea estratégica 5.

#### COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

No tiene costos indirectos

### COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS

No tiene materiales indirectos

### COSTO DE DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO

No.	MAQUINARIA /EQUIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VIDA UTIL	VALOR RECUPERACION	DE DEPRECIACION
1	Escritorio	1	\$100.00	5	\$ 0.00	\$ 20.00
2	Silla ergonómica	2	\$49.90	5	\$ 0.00	\$20.00
3	Computadora	1	\$520.00	5	\$0.00	\$104.00
4	Impresor	1	\$40.00	3	\$0.00	\$13.30
5	Teléfono	1	\$20.00	3	\$0.00	\$ 6.67
6	Oasis	1	\$130.00	5	\$30.00	\$26.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$189.97</b>

Tabla 287: costo de depreciación línea estratégica 5.

### **2. COSTOS DE ADMINISTRACION:**

No	Nombre de capacitación	Costo por persona	Cantidad de módulos	Cantidad de personas	Duración capacitación (Semanas)	Total
1	Administración de Empresas	\$175.00	6	3	7	\$525.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$525.00</b>

Tabla 288: costos administrativos línea estratégica 5.

### COSTO DE SUMINISTRO DE AREA ADMINISTRATIVA

No.	SUMINISTRO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO DURACION DEL PLAN	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Caja de lapiceros (12 unidades)	0.25	1	\$1.35	\$ 1.35

2	Papel higiénico	3	12	\$0.60	\$ 7.20
3	Resma de papel bond carta	1	1	\$5.00	\$5.00
4	Caja de grapas	0.25	0.75	\$1.00	\$ 1.00
5	Agua embotellada	4	12	\$2.10	\$25.20
6	Folletos	6	12	\$1.50	\$18
<b>TOTAL</b>					<b>\$57.75</b>

Tabla 289: costo de suministro de área administrativa

### 3. CONSUMO DE SERVICIOS

#### ENERGIA ELECTRICA

EQUIPO	CANTIDAD	HORAS UTILIZADAS (MES)	CONSUMO MENSUAL KWH	CONSUMO DEL PROYECTO KWH	COSTO KWH	COSTO MENSUAL	COSTO DEL PROYECTO
Foco Ahorrador	4	500	6.5	19.5	\$ 0.20	\$1.30	\$ 5.20
Computadora	1	140	49	147	\$ 0.20	\$9.80	\$ 29.40
Impresora	1	10	1	3	\$ 0.20	\$ 0.20	\$ 0.60
Oasis	1	140	19.6	58.8	\$ 0.20	\$ 3.92	\$ 11.76
CARGO POR COMERCIALIZACION							<b>\$ 0.87</b>
CARGO POR DISTRIBUCION (KWH x \$0.08)							<b>\$18.26</b>
<b>TOTAL</b>							<b>\$66.09</b>

Tabla 290: Consumo de energía eléctrica línea estratégica 5.

## AGUA POTABLE

AREA	CONSUMO MENSUAL M <sup>3</sup>	CONSUMO DURACION DEL PLAN M <sup>3</sup>	COSTO M <sup>3</sup>	TARIFA DE ALCANTARILLADO* MES	COSTO MENSUAL	COSTO DURACION DEL PLAN
limpieza general	13	39	\$ 0.21	0.10	\$2.83	\$ 8.59
<b>TOTAL</b>						\$ 8.59

Tabla 291: Consumo de agua potable línea estratégica 5.

## TELEFONO

AREA	CANTIDAD	COSTO BASE	GASTO MENSUAL ESTIMADO	COSTO MENSUAL	COSTO DURACION DEL PROYECTO
Administración	1	\$12.00	\$3.00	\$15.00	\$ 45.00
<b>TOTAL</b>					\$45.00

Tabla 292: Consumo de teléfono línea estratégica 5.

RESUMEN DE COSTOS	
RUBRO	TOTAL (\$)
COSTOS DE PRODUCCIÓN DE SERVICIOS	\$2,489.27
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$692.43
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$0.00
COSTOS FINANCIEROS	\$0.00
<b>TOTAL (\$)</b>	<b>\$ 3,181.70</b>

Tabla 293: Costos totales línea estratégica 5.

## 12.6. COSTEO DE LE6. DISEÑAR EL SISTEMA DE ORGANIZACIÓN DEL BSE

OBJETIVO ESTRATÉGICO: Definir la organización adecuada para la ejecución del proyecto , Y Definir la filosofía organizacional

### 18.6.1 INVERSIONES DEL PROYECTO

#### INVERSION TANGIBLE

MOBILIARIO			
NOMBRE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Escritorio	2	\$100.00	\$200.00
Silla Ergonómica	2	\$ 49.90	\$ 99.80
Silla de espera	2	\$ 19.90	\$ 39.80
Sillas para reuniones	20	\$5.00	\$100.00
Archivero	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Oasis	1	\$ 130.00	\$130.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$488.60</b>

*Tabla 294: costo de mobiliario línea estratégica 6.*

EQUIPO			
NOMBRE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadora	2	\$500.00	\$ 1,000.00
Impresor	1	\$ 40.00	\$ 40.00
Teléfono	1	\$ 15.00	\$ 15.00
Rotafolio	1	\$ 70.00	\$ 70.00
Pizarra	1	\$ 35.00	\$ 35.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,160.00</b>

*Tabla 295: costo de equipo línea estratégica 6.*

## **INVERSION INTANGIBLE**

Gastos de organización legal: Estos no se han tomado en cuenta porque la cooperativa ya está formada y los cambios a realizar son pocas además de ello esos trámites serán tomados en cuenta por cada línea de acción

IMPREVISTOS: Se han destinado para efectos de gastos que surjan de improviso o que no han sido considerado en los rubros anteriores y que pueden ser necesarios para el desarrollo del proyecto el 5% de las inversiones fijas totales

## **RESUMEN DE INVERSION FIJA TOTAL**

<b>INVERSION FIJA TANGBLE</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Mobiliario	\$488.60
Equipo	\$1,160.00
Sub Total 1	<b>\$1,648.60</b>
<b>INVERSION FIJA INTANGBLE</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Gastos de Organización legal	\$ 0.00
Sub Total 2	<b>\$ 0.00</b>
Sub Total 1 + Sub Total 2	<b>\$1,648.60</b>
Imprevistos (5%)	\$ 82.43
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,731.03</b>

Tabla 296: resumen de inversión fija línea estratégica 6.

## **18.6.2 DETERMINACION DE LOS COSTOS TOTALES**

### **1. COSTOS DE PRESTACION DE SERVICIOS:**

#### **COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA**

Para poder realizar la organización se necesitará personas profesionales en este rubro. Entre sus funciones están:

Creación de estructura organizativa más adecuada.

Desarrollar el proceso de organización: creación de misión, visión , valores, objetivos , políticas y estrategias.

<b>SERVICIOS PROFESIONALES (SALARIOS )</b>						
<b>No.</b>	<b>RUBRO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>IMPUESTO SOBRE LA RENTA (10%)</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>DURACIÓN DEL PLAN (Meses)</b>	<b>TOTAL</b>
2	Auxiliares de consultor	\$300.00	\$30.00	\$270.00	3	\$1,800.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$1,800.00</b>

Tabla 297: Salarios línea estratégica 6.

### INSUMOS

<b>No.</b>	<b>SUMINISTRO</b>	<b>CONSUMO MENSUAL</b>	<b>CONSUMO DEL PLAN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1	Caja de lapiceros (12 unid)	3	9	\$1.50	\$ 13.50
2	Folders	20	60	\$0.15	\$9.00
3	Resma de papel bond carta	3	9	\$4.00	\$36.00
4	Caja de grapas	0.50	1.5	\$1.00	\$ 1.5
5	Papel bond	20	60	\$0.17	\$10.20
6	Folletos	25	75	\$0.90	\$67.50
<b>TOTAL</b>					<b>\$137.70</b>

Tabla 298: costo de suministros línea estratégica 6.

### COSTO DE DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO

<b>No.</b>	<b>MAQUINARIA /EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>VALOR DE RECUPERACION</b>	<b>DEPRECIACION</b>
1	Pizarra	1	\$35.00	5	\$ 0.00	\$ 7.00
2	Rotafolio	1	\$80.00	3	\$ 0.00	\$26.67



3	Sillas de reuniones	20	\$5.00	3	\$25.00	\$1.50
4	Escritorio	1	\$100.00	5	\$ 0.00	\$ 20.00
5	Silla ergonómica	2	\$49.90	5	\$ 0.00	\$20.00
6	Computadora	1	\$520.00	5	\$0.00	\$104.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$179.17</b>

Tabla 299: costo de depreciación línea estratégica 6.

## 2. COSTOS DE ADMINISTRACION

### COSTO DE MANO DE OBRA

Para el proceso administrativo se necesitará una persona a cargo. Entre sus funciones están:  
Administración del proyecto: Planificación, organización, control y evaluación el plan.

<b>SERVICIOS PROFESIONALES (SALARIOS )</b>						
No.	RUBRO	SALARIO MENSUAL	IMPUESTO SOBRE LA RENTA (10%)	COSTO MENSUAL	DURACIÓN DEL PLAN (Meses)	TOTAL
1	Consultores	\$500.00	\$50.00	\$450.00	3	\$1,500.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$1,500.00</b>

Tabla 300: costos administrativos línea estratégica 6.

### COSTO DE SUMINISTRO DE AREA ADMINISTRATIVA

No.	SUMINISTRO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO DURACION DEL PLAN	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Caja de lapiceros (12 uni)	0.25	0.75	\$1.35	\$ 1.35
2	Papel higiénico	4	12	\$0.60	\$ 7.20
3	Resma de papel bond.	0.25	0.75	\$4.50	\$ 4.50
4	Caja de grapas	0.25	1	\$1.00	\$ 1.00
5	Agua embotellada	3	9	\$2.10	\$18.9
<b>TOTAL</b>					<b>\$32.95</b>

Tabla 301: costo de suministro línea estratégica 6.

COSTO DE DEPRECIACION MOBILIARIO Y EQUIPO

No.	MAQUINARIA /EQUIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VIDA UTIL	VALOR RECUPERACION	DE DEPRECIACION
1	Escritorio	1	\$100.00	5	\$ 0.00	\$ 20.00
2	Silla ergonómica	1	\$49.90	5	\$ 0.00	\$10.00
3	Silla de espera	2	\$19.90	5	\$ 0.00	\$ 8.00
4	Archivero	1	\$75.00	5	\$10.00	\$15.00
5	Computadora	1	\$520.00	5	\$0.00	\$104.00
6	Impresor	1	\$40.00	3	\$0.00	\$13.30
7	Teléfono	1	\$20.00	3	\$0.00	\$ 6.67
8	Oasis	1	\$130.00	5	\$30.00	\$26.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$202.97</b>

Tabla 302: costo de depreciación de área administrativa

CONSUMO DE SERVICIOS

**ENERGIA ELECTRICA**

EQUIPO	CANTIDAD	HORAS UTILIZADAS (MES)	CONSUMO MENSUAL KWH	CONSUMO DEL PROYECTO KWH	COSTO KWH	COSTO MENSUAL	COSTO DEL PROYECTO
Foco Ahorrador	5	600	7.8	23.4	\$ 0.20	\$1.56	\$4.68
Computadora	2	185	64.75	194.25	\$ 0.20	\$12.95	\$38.85
Impresora	1	15	1.50	4.5	\$ 0.20	\$ 0.30	\$0.90
Oasis	1	160	22.4	67.2	\$ 0.20	\$ 4.48	\$13.44
<b>CARGO POR COMERCIALIZACION</b>							<b>\$ 0.87</b>
<b>CARGO POR DISTRIBUCION (KWH x \$0.08)</b>							<b>\$53.33</b>
<b>TOTAL</b>							<b>\$130.49</b>

Tabla 303: Consumo de energía eléctrica línea estratégica 6.

## AGUA POTABLE

AREA	CONSUMO MENSUAL M <sup>3</sup>	CONSUMO DURACION DEL PLAN M <sup>3</sup>	COSTO M <sup>3</sup>	TARIFA DE ALCANTARILLADO* MES	COSTO MENSUAL	COSTO DURACION DEL PLAN
limpieza general	18	72	\$ 0.21	0.10	\$3.88	\$ 11.64
<b>TOTAL</b>						\$ 11.64

Tabla 304: Consumo de agua potable línea estratégica 6.

## TELEFONO

AREA	CANTIDAD	COSTO BASE	GASTO MENSUAL ESTIMADO	COSTO MENSUAL	COSTO DURACION DEL PROYECTO
Administración	1	\$12.00	\$3.00	\$15.00	\$ 45.00
<b>TOTAL</b>					\$45.00

Tabla 305: Consumo de servicio telefónico línea estratégica 6.

RESUMEN DE COSTOS	
RUBRO	TOTAL (\$)
COSTOS DE PRODUCCIÓN DE SERVICIOS	\$2,116.87
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$1,923.05
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$0.00
COSTOS FINANCIEROS	\$0.00
<b>TOTAL (\$)</b>	<b>\$ 4,039.90</b>

Tabla 306: Resumen de costo totales línea estratégica 6.

## 12.7. RESUMEN DEL TOTAL DE COSTOS DEL PROYECTO

---

### 18.7.1 INVERSION TOTAL

INVERSION	
INVERSION FIJA TANGIBLE	
RUBRO	MONTO
Construcción y montaje	\$81,547.29
Mobiliario y Equipo	\$23,838.30
Sub Total 1	<b>\$ 105,385.59</b>
INVERSION FIJA INTANGIBLE	
RUBRO	MONTO
Gastos de org. Legal	\$ 770.00
Gastos de Organización	\$ 5,770.93
Gastos Previos	\$ 29,590.00
Gastos de financiamiento	\$ 4,147.28
Sub Total 2	<b>\$ 40,278.21</b>
Sub Total 1 + Sub Total 2	<b>\$ 145,663.80</b>
Imprevistos (5%)intg	<b>\$ 2,013.91</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 147,677.71</b>

Tabla 307: Inversión total del proyecto

## 18.7.2 CAPITAL DE TRABAJO

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>INVENTARIO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Inventario Granos	\$ 3,149.59
Material Indirecto	\$ 23.13
<b>Sub Total 1</b>	<b>\$ 3,172.72</b>
<b>EFFECTIVO</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
Salarios	\$ 3,766.23
Servicios Básicos	\$ 809.58
Mat. Y Suministros	\$ 121.27
<b>Sub Total 2</b>	<b>\$ 4,697.08</b>
<b>Sub Total 1 + Sub Total 2</b>	<b>\$ 7,869.80</b>
Imprevistos (5%)	\$ 393.49
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8,263.29</b>

Tabla 308: Capital de trabajo del proyecto

**Total proyecto \$155,941.01**

## 12.8. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

---

Para preparar en debida forma el estado de ingresos y el balance pro-forma, deben desarrollarse los presupuestos de ingresos y egresos de forma preliminar utilizando el pronóstico de ventas como insumo básico.

Los estados pro-forma son útiles en el proceso de planificación financiera de la empresa y en la consecución de préstamos futuros. Los estados de ingresos pro-forma de la empresa muestran los ingresos y costos esperados para el año siguiente, en tanto que el Balance pro-forma muestra la posición financiera esperada, es decir, activo, pasivo y capital contable al finalizar el periodo pronosticado

### **PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS**

Un Presupuesto proporciona un plan global para un ejercicio económico próximo. Generalmente se fija a un año, debiendo incluir el objetivo de utilidad y el programa coordinado para lograrlo. Consiste además en pronosticar sobre un futuro incierto porque cuando más exacto sea el presupuesto o pronóstico, mejor se presentara el proceso de planeación.

Beneficios:

- Define objetivos básicos de la empresa.
- Determina la autoridad y responsabilidad para cada una de las generaciones.
- Es oportuno para la coordinación de las actividades de cada unidad de la empresa.
- Facilita el control de las actividades.
- Permite realizar un auto análisis de cada periodo.
- Los recursos de la empresa deben manejarse con efectividad y eficiencia.

Limitaciones:

- El Presupuesto solo es un estimado no pudiendo establecer con exactitud lo que sucederá en el futuro.
- El presupuesto no debe sustituir a la administración sino todo lo contrario es una herramienta dinámica que debe adaptarse a los cambios de la empresa.

Su éxito depende del esfuerzo que se aplique a cada hecho o actividad

Los ingresos directos que servirán para la evaluación del proyecto están delimitados por el alquiler de locales y la prestación del servicio de transporte y guía turístico, así mismo de los ingresos por la venta de granos básicos y el ingreso del financiamiento de salarios por parte de cooperante:

Así mismo para la proyección a partir del año 3 se deben tomar algunas consideraciones que se presentan a continuación:

**Aumento de Ingresos:** Se estima que año con año se incrementaran los ingresos bajo la referencia del incremento del PIB dentro del Barrio debido a que no existe índice comparable que pueda determinar el crecimiento de los servicios turísticos ofrecidos en el proyecto turístico.

**Ingreso Fijo:** El ingreso de guía turístico peatonal es una propuesta para el visiteo de centros escolares y grupos de estudiantes de manera primordial por lo cual a lo largo de los 5 años de análisis estos ingresos no presentaran cambios.

**Aumento en la demanda de la despensa:** el ingreso de efectivo por la venta de granos básicos aumentando su demanda en un 25% anual

A partir del año 3 con la creación de 7 nuevos locales se tendrá un ingreso por el alquiler de ellos.

### 18.8.1 INGRESOS ANUALES

RUBRO	TIPO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>SERVICIOS TURISTICOS</b>	Turista Nacional e interna	\$56,840.04	\$57,863.16	\$58,904.70	\$59,964.98	\$61,044.35
	Guía Peatonal	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00
<b>ALQUILERES</b>	Local Alimentos	\$12,600.00	\$12,826.80	\$13,057.68	\$13,292.72	\$13,531.99
	Local Artesanías	\$8,400.00	\$8,551.20	\$8,705.12	\$8,861.81	\$9,021.33
	Nuevos Locales	\$ 0.00	\$ 0.00	\$17,534.60	\$17,850.22	\$18,171.53
	Salones Casa de cultura	\$16,920.00	\$17,224.56	\$12,600.00	\$12,600.00	\$12,600.00
<b>DESPENSA</b>	Ventas de granos	\$38,084.88	\$47,606.10	\$59,507.63	\$74,384.53	\$92,980.66
<b>TOTAL</b>		<b>\$137,344.92</b>	<b>\$148,571.82</b>	<b>\$174,809.73</b>	<b>\$191,454.27</b>	<b>\$211,849.86</b>

Tabla 309: Ingresos anuales del proyecto



## 18.8.2 EGRESOS ANUALES

RUBRO	TIPO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>GASTOS</b>	Depreciación	\$5,627.29	\$5,627.29	\$6,997.92	\$6,997.92	\$6,997.92
	Amortización	\$10,573.03	\$10,573.03	\$10,573.03	\$10,573.03	\$ 0.00
<b>DESPENSA</b>	Compra de granos	\$37,795.08	\$47,243.85	\$59,054.81	\$73,818.52	\$92,273.14
	Insumos	\$277.56	\$346.95	\$433.69	\$542.11	\$677.64
<b>ADMINISTRACION</b>	Salarios	\$45,194.76	\$45,194.76	\$45,194.76	\$45,194.76	\$45,194.76
	Servicios Básicos	\$9,714.96	\$9,714.96	\$9,714.96	\$9,714.96	\$9,714.96
	Materiales y Suministros	\$1,455.24	\$1,455.24	\$1,455.24	\$1,455.24	\$1,455.24
	Imprevistos (5%)	\$5,531.90	\$6,007.80	\$6,671.22	\$7,414.83	\$7,815.68
<b>TOTAL</b>		<b>\$116,169.82</b>	<b>\$126,163.88</b>	<b>\$140,095.63</b>	<b>\$155,711.36</b>	<b>\$164,129.34</b>

Tabla 310: Egresos totales del proyecto

### 18.8.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas (+)	\$ 137,344.92	\$ 148,571.82	\$ <b>174,809.73</b>	\$ <b>191,454.27</b>	\$ <b>211,849.86</b>
Efectivo (=)	\$ 137,344.92	\$ 148,571.82	\$ 174,809.73	\$ 191,454.27	\$ 211,849.86
Costos de prestación de servicios (-)	\$ 116,169.82	\$ 126,163.88	\$ 140,095.63	\$ 155,711.36	\$ 164,129.34
Utilidad antes de reserva (=)	\$ 21,175.10	\$ 22,407.94	\$ 34,714.10	\$ 35,742.91	\$ 47,720.52
Reserva Legal (10%) (-)	\$ 2,117.51	\$ 2,240.79	\$ 3,471.41	\$ 3,574.29	\$ 4,772.05
Utilidad antes de ISR (=)	\$ 19,057.59	\$ 20,167.14	\$ 31,242.69	\$ 32,168.62	\$ 42,948.46
Impuestos (25%) (-)	\$ 4,764.40	\$ 5,041.79	\$ 7,810.67	\$ 8,042.15	\$ 10,737.12
Utilidades después de Imp. (=)	\$ 14,293.19	\$ 15,125.36	\$ 23,432.02	\$ 24,126.46	\$ 32,211.35
Depreciación (+)	\$ 5,627.29	\$ 5,627.29	\$ 6,997.92	\$ 6,997.92	\$ 6,997.92
Amortización (+)	\$ 10,573.03	\$ 10,573.03	\$ 10,573.03	\$ 10,573.03	\$ -
Flujo de efectivo del periodo (=)	\$ 30,493.52	\$ 31,325.68	\$ 41,002.97	\$ 41,697.42	\$ 39,209.27
Saldo Inicial	\$ 8,263.29	\$ 38,756.81	\$ 70,082.49	\$ 111,085.45	\$ 152,782.87
Saldo de Efectivo (=)	\$ 38,756.81	\$ 70,082.49	\$ 111,085.45	\$ 152,782.87	\$ 191,992.14

Tabla 311: Presupuesto de ingreso y egresos

#### 18.8.4 ESTADO DE RESULTADOS PRO FORMA

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por servicios (+)	\$ 137,344.92	\$148,571.82	\$ 174,809.73	\$ 191,454.27	\$ 211,849.86
Costos de prestación de servicios (-)	\$ 116,169.82	\$ 126,163.88	\$ 140,095.63	\$ 155,711.36	\$ 164,129.34
Utilidad bruta (=)	\$ 21,175.10	\$ 22,407.94	\$ 34,714.10	\$ 35,742.91	\$ 47,720.52
Reserva Legal (10%) (-)	\$ 2,117.51	\$ 2,240.79	\$ 3,471.41	\$ 3,574.29	\$ 4,772.05
Utilidad antes de ISR (=)	\$ 19,057.59	\$ 20,167.14	\$ 31,242.69	\$ 32,168.62	\$ 42,948.46
Impuestos (25%) (-)	\$ 4,764.40	\$ 5,041.79	\$ 7,810.67	\$ 8,042.15	\$ 10,737.12
Utilidad Neta	\$ 14,293.19	\$ 15,125.36	\$ 23,432.02	\$ 24,126.46	\$ 32,211.35

Tabla 312: Estado de resultados proforma

### 18.8.5 BALANCE PRO FORMA

#### Balance general Inicial

ASOCIACION COOPERATIVA DE MEJORAMIENTO DE VIVIENDA DEL CHSS				
BALANCE INICIAL PROYECTADO AL 1 DE ENERO DE 2012				
Expresado en Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica				
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
ACTIVO CIRCULANTE		\$8,263.29	PASIVO CIRCULANTE	\$0.00
Efectivo	\$8,263.29			
Banco	\$0.00			
ACTIVO FIJO		\$105,385.59	PASIVO FIJO	\$0.00
Mobiliario y Equipo	\$ 23,838.30			
Obra civil y montaje	\$ 81,547.29			
			<b>CAPITAL</b>	<b>\$155,941.01</b>
			Capital Social	\$155,941.01
ACTIVO INTANGIBLE		\$42,292.12		
Gastos de <del>ggg</del> Legal	\$770.00			
Gastos de Organización	\$5,770.93			
Gastos Previos	\$29,590.00			
Gastos de financiamiento	\$4,147.28			
Imprevistos	\$ 2,013.91			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$155,941.01</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$155,941.01</b>

Tabla 313: Balance General Inicial

**BALANCE GENERAL FINAL**

ASOCIACION COOPERATIVA DE MEJORAMIENTO DE VIVIENDA DEL CHSS			
BALANCE INICIAL PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012			
Expresado en Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica			
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>
ACTIVO CIRCULANTE		\$40,874.32	PASIVO CIRCULANTE
Efectivo	\$38,756.81		\$0.00
Banco	\$2,117.51		
ACTIVO FIJO		\$99,758.30	PASIVO FIJO
Mobiliario y Equipo	\$23,838.30		\$0.00
Obra civil y montaje	\$81,547.29		
Depreciaciones	(\$5,627.29)		
			<b>CAPITAL</b>
			\$172,351.71
			Capital Social
			\$155,941.01
			Utilidades del Periodo
			\$14,293.19
			Reserva Legal
			\$2,117.51
ACTIVO INTANGIBLE		\$31,719.09	
Gastos de org. Legal	\$770.00		
Gastos de Organización	\$5,770.93		
Gastos Previos	\$29,590.00		
Gastos de financiamiento	\$4,147.28		
Imprevistos	\$ 2,013.91		
Amortizaciones	-\$10,573.03		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$172,351.71</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>
			<b>\$172,351.71</b>

Tabla 314: Balance general final

# CAPITULO XIX. EVALUACION ECONOMICA –FINANCIERA DEL PROYECTO

---

---

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos- Financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.

Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general. El valor presente neto y la tasa interna de rendimiento se mencionan juntos porque en realidad es el mismo método, sólo que sus resultados se expresan de manera distinta. Recuérdese que la tasa interna de rendimiento es el interés que hace el valor presente igual a cero, lo cual confirma la idea anterior. A continuación se muestra el cálculo de cada uno de los indicadores:

## 13.1. INDICADORES ECONOMICOS FINANCIEROS

---

---

### 19.1.1 TASA MINIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO (TMAR)

Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico; la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable; inicialmente se calcula la TMAR individual que corresponde al inversionista, utilizando los siguientes valores:

$$\text{TMAR} = \text{TASA DE INFLACIÓN} + \text{PREMIO AL RIESGO}$$

$$\text{TMAR} = i + r + (i * r)$$

i : Tasa de inflación

r: Premio al riesgo (Para el proyecto en evaluación la tasa es 0% debido a que no hay endeudamiento)

entonces;

$$\text{TMAR} = i$$

i : Tasa de inflación:

Tasa de inflación del país al cierre del 2011 (proyectada): 4.9 %

Tasa de inflación del país al cierre del 2012 (proyectada): 2 %

Tasa Promedio: i : 3.85%

**TMAR = 3.85 %**

### 19.1.2 VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto es muy utilizado por dos razones, la primera porque es de muy fácil aplicación y la segunda porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a pesos de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos. Cuando el VAN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés o por el contrario si el VAN es mayor que cero se presenta una ganancia. Cuando el VAN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente.

Se calcula el VAN para todo el proyecto, el cual se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = - P + \frac{FNE1}{(I+1)^1} + \frac{FNE2}{(I+1)^2} + \frac{FNE3}{(I+1)^3} + \frac{FNE4}{(I+1)^4} + \frac{FNE5}{(I+1)^5}$$

dónde:

VAN: Valor Actual Neto

FNE: Flujo Neto de Efectivo

P: Inversión Inicial

VAN=	-155941.006	<u>30,493+</u>	<u>31,325+</u>	<u>41,002+</u>	<u>41,697+</u>	<u>39,209</u>
		1.04	1.08	1.12	1.16	1.21

**VAN DEL PROYECTO = \$67,966.71**

### 19.1.3 TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR consiste en encontrar una tasa de interés en la cual se cumplen las condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar un proyecto de inversión. La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto.

Los criterios de decisión son los siguientes:

Si  $TIR \geq TMAR$  , entonces el proyecto se acepta

Si  $TIR < TMAR$  , entonces el proyecto se rechaza

Para el cálculo de la tasa interna de retorno, se utilizará la siguiente ecuación:

$$0 = - P + \frac{FNE1}{(I+1)^1} + \frac{FNE2}{(I+1)^2} + \frac{FNE3}{(I+1)^3} + \frac{FNE4}{(I+1)^4} + \frac{FNE5}{(I+1)^5}$$

dónde:

TIR: i: Tasa Interna de Retorno

FNE: Flujo Neto de Efectivo

P: Inversión Inicial

$$0 = - 155,941.01 + \frac{30,493+}{1.40} + \frac{31,325+}{1.97} + \frac{41,002+}{2.77} + \frac{41,697+}{3.88} + \frac{39,209}{5.45}$$

Igual que en el caso del indicador anterior el objetivo principal es el de obtener la TIR del proyecto, porque de esta forma se conoce cuál es la rentabilidad que genera la realización del proyecto, siendo para nuestro caso el siguiente valor:

$$\underline{\underline{TIR DEL PROYECTO = 9.13\%}}$$

Considerando que el valor establecido de la TMAR es de 3.85 %, y los valores de TIR calculados del proyecto son mayores que la TMAR, se puede concluir que se acepta el proyecto.



### 19.1.4 RELACION BENEFICIO /COSTO

Esta relación indica la rentabilidad del proyecto en términos de cobertura existente entre los ingresos y los egresos. El cálculo de la relación beneficio / costo es otra forma de determinar si la TMAR es alcanzada, esta relación se obtiene dividiendo los ingresos actualizados entre los egresos, luego:

Si la Relación B/C > 1 Se Acepta el Proyecto

Si la Relación B/C < 1 Se Rechaza el Proyecto

Primero se obtienen los ingresos actualizados mediante la fórmula:

$$\text{Ingresos Actualizados} = \frac{\text{Ingresos 1}}{(\text{TMAR}+1)^1} + \frac{\text{Ingresos 2}}{(\text{TMAR}+1)^2} + \dots + \frac{\text{Ingresos n}}{(\text{TMAR}+1)^n}$$

Calculo de los ingresos:

$$\text{IA} = \frac{\$ 137,344.92}{1.0385} + \frac{\$ 148,571.82}{1.08} + \frac{\$ 174,809.73}{1.12} + \frac{\$ 191,454.27}{1.16} + \frac{\$ 211,849.86}{1.21}$$

$$\text{INGRESOS ACTUALIZADOS} = \underline{\underline{\$ 766,082.66}}$$

Luego, se determinan los costos o egresos actualizados, mediante la fórmula:

$$\text{Egresos Actualizados} = \frac{\text{Egresos 1}}{(\text{TMAR}+1)^1} + \frac{\text{Egresos 2}}{(\text{TMAR}+1)^2} + \dots + \frac{\text{Egresos n}}{(\text{TMAR}+1)^n}$$

Calculo de los egresos:

$$\text{EA} = \frac{\$ 116,169.82}{1.04} + \frac{\$ 126,163.88}{1.08} + \frac{\$ 140,095.63}{1.12} + \frac{\$ 155,711.36}{1.16} + \frac{\$ 164,129.34}{1.21}$$

$$\text{EGRESOS ACTUALIZADOS} = \underline{\underline{\$ 623,683.69}}$$

Finalmente se operan los dos resultados anteriores, obteniendo:

B/C = Ingresos actualizados / Egresos actualizados

Calculo:

$$\mathbf{B/C = \$766,082.66 / \$623,683.69 = 1.23}$$

Para nuestro Proyecto la Relación Beneficio / Costo es de 1.23 por lo que el proyecto debe aceptarse, ya que por cada dólar invertido se gana \$ 0.23 de dólar.

### 19.1.5 TIEMPO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Para obtener el tiempo de recuperación de la inversión (TRI) se pasan los beneficios netos a valor presente, utilizando para ello una tasa de descuento igual a la TMAR, luego se divide el monto total obtenido entre el número de años de proyección, para el proyecto se tienen los beneficios para los próximos cinco años, de acuerdo a ello, el tiempo de recuperación de la inversión se determina de la siguiente manera:

Primero se determina el beneficio neto anual (BNA):

$$BNA = \frac{BNA_1}{(TMAR+1)^1} + \frac{BNA_2}{(TMAR+1)^2} + \dots + \frac{BNA_n}{(TMAR+1)^n}$$

BAN=	<u>30,493+</u>	<u>31,325+</u>	<u>41,002+</u>	<u>41,697+</u>	<u>39,209</u>
	1.04	1.08	1.12	1.16	1.21

$$\mathbf{BAN = \$163,228.86}$$

Luego, se usa la fórmula del TRI:

$$TRI = P / (BNA/n)$$

En donde:

P : Inversión total

BNA: Beneficio Actual Neto

n: Número de años

TRI: Tiempo de recuperación de la inversión

Calculo:

$$\text{TRI} = \$155,941.01 / (\$163,228.83 / 5)$$

**TRI = 4.77 AÑOS**

## **13.2. ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

---

Con el objeto de facilitar la toma de decisiones para la aprobación de un proyecto, puede efectuarse un análisis de sensibilidad, el cual indicará las variables que más afectan el resultado económico de un proyecto.

El análisis de sensibilidad es una técnica de análisis de riesgos en la cual las variables fundamentales de cada etapa (de mercado, técnica y económica) son cambiadas y posteriormente se observan los resultados de la VAN y la TIR. Intuitivamente, se sabe que muchas de las variables que determinan los flujos de efectivo en un proyecto están sujetas a una distribución de probabilidad en lugar de conocerse con certeza.

Para el proyecto en estudio se han tomado en cuenta las variables que más pesan y que están fuera del alcance o que la empresa no las puede manejar, a continuación se describen los 3 escenarios, los cuales son:

El primer escenario contempla el hecho que los permisos para la construcción de los 7 nuevos locales en el año 3 fueran denegados reduciendo los ingresos del proyecto.

Los salones de casa de la cultura no fueran alquilados generando reducción de ingresos desde el primer año en el proyecto.

### **Escenario 1: negación de construcción de locales en año 3**

Este escenario puede llegar a realizarse debido a que con los cambios de gobierno municipal el proyecto al año 3 se le nieguen los permisos para la construcción de locales de comercio dentro del barrio por lo tanto los ingresos a partir del año 3 se reducirían.

INDICADOR	VALOR	OBSERVACION
VAN	\$56,998.33	Se acepta por ser > 0
TIR	6.22 %	Se acepta por ser > que la TMAR
B/C	1.11	Se acepta por ser > 1(se obtiene \$0.18 por cada dólar invertido)
TRI	5.01 años	

Tabla 315: Indicadores de financiamiento para escenario 1.

### Escenario 2: Alquiler de salones de casa de cultura

Este escenario puede llegar a tener repercusiones en el caso de que se instalaran ofertas culturales a través de la llegada del festejo del bicentenario, por lo cual los locales podría dejarse de alquilar disminuyendo los ingresos desde el primer año de trabajo del proyecto turístico del barrio San Esteban.

INDICADOR	VALOR	OBSERVACION
VAN	\$61,665.20	Se acepta por ser > 0
TIR	7.54 %	Se acepta por ser > que la TMAR
B/C	1.07	Se acepta por ser > 1(se obtiene \$0.12 por cada dólar invertido)
TRI	5.8 años	

Tabla 316: Indicadores de financiamiento para escenario 2.

### Escenario 3: Flujo de turistas 50% menor al proyecto en año 1

En este escenario se plantea la posibilidad de un escenario que tenga como afluencia únicamente la mitad del proyectado a la demanda tomada para el proyecto, lo cual equivale al 1% de la demanda establecida dentro del diagnóstico.

INDICADOR	VALOR	OBSERVACION
VAN	- \$12,068.01	Se rechaza por no ser > 0
TIR	--	
B/C	--	
TRI	--	

Tabla 317: Indicadores de financiamiento para escenario 3.

### 13.3. RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son esenciales en el análisis financiero. Éstas resultan de establecer una relación numérica entre dos cantidades: las cantidades relacionadas corresponden a diferentes cuentas de los estados financieros de una empresa.

El análisis por razones o indicadores permite observar puntos fuertes o débiles de una empresa, indicando también probabilidades y tendencias, pudiendo así determinar qué cuentas de los estados financieros requiere de mayor atención en el análisis. El adecuado análisis de estos indicadores permite encontrar información que no se encuentra en las cifras de los estados financieros.

NOMBRE	RAZON	DESCRIPCION
ROTACION DE CAJA Y BANCO	<u>Caja y Banco x 360</u> Ventas	Dan una idea sobre la magnitud de la caja y bancos para cubrir días de venta. Lo obtenemos multiplicando el total de Caja y Bancos por 360 (días del año) y dividiendo el producto entre las ventas anuales.
ROTACION ACTIVOS FIJOS	<u>Ventas</u> Activo Fijo	Esta razón mide la capacidad de la empresa de utilizar el capital en activos fijos. Mide la actividad de ventas de la empresa. Dice, cuántas veces podemos colocar entre los clientes un valor igual a la inversión realizada en activo fijo.

<b>RENDIMIENTO S/PATRIMONIO</b>		<u>Utilidad Neta</u> Capital o patrimonio	Esta razón lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.
<b>UTILIDAD ACTIVO</b>	<b>POR</b>	<u>Utilidad antes de Imp.</u> Activos	Este ratio indica la eficiencia en el uso de los activos de una empresa, lo calculamos dividiendo las utilidades antes de intereses e impuestos por el monto de activos.
<b>MARGEN NETO DE UTILIDAD</b>		<u>Utilidad Neta</u> Ventas	Rentabilidad más específico que el anterior. Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada UM de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos.  Cuanto más grande sea el margen neto de la empresa tanto mejor.

Tabla 318: Razones financieras

<b>NOMBRE</b>	<b>RAZON</b>	<b>DESCRIPCION</b>
<b>ROTACION DE CAJA Y BANCO</b>	<u>Caja y Banco x 360</u> Ventas  <b>= 107 días</b>	La magnitud de la caja y bancos es lo suficientemente grande como para cubrir 107 días de venta, por lo cual se concluye que se tendrá la liquidez suficiente para poder operar con normalidad en periodos que puedan generar crisis de ingresos.
<b>ROTACION ACTIVOS FIJOS</b>	<u>Ventas</u> Activo Fijo  <b>= 1.38</b>	La capacidad de la empresa de utilizar el capital en activos fijos es de 1.38 veces que podemos colocar entre los clientes un valor igual a la inversión realizada en activo fijo, razón que es positiva para el proyecto.
<b>RENDIMIENTO S/PATRIMONIO</b>	<u>Utilidad Neta</u> Capital o patrimonio	Por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un rendimiento del 8.29 % lo que es un índice muy alto y beneficia al proyecto por

<b>UTILIDAD POR ACTIVO</b>	<b>= 8.29%</b>	su gran capacidad de generar utilidad a favor de la cooperativa como destinatario de las utilidades provenientes de la inversión
	<u>Utilidad antes de Imp.</u> Activos <b>= 12.29%</b>	Por cada dólar invertido en activos se generará una utilidad del 12.29%. lo que es un índice muy alto y beneficia al proyecto por su gran capacidad de generar utilidad a favor de la cooperativa como destinatario de las utilidades provenientes de la inversión
<b>MARGEN NETO DE UTILIDAD</b>	<u>Utilidad Neta</u> Ventas <b>= 15.42%</b>	Cada dólar generado en ventas dentro del proyecto de desarrollo tendrá un margen de utilidad de 15.42% que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos.

Tabla 319: Razones financieras

## 13.4. BENEFICIOS DE LOS INDICADORES

### Indicadores Línea Estratégica 1

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.1: DISEÑAR UN SISTEMA DE ELABORACION DE PRODUCTOS Y PRESTACION DE SERVICIOS.</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
Generar un ingreso por negocio que permita un ingreso mensual de al menos \$400 por trabajador.	<u>Nivel de ventas</u>	Reporte de Ventas de cada uno de los negocios.
	<u>Tiempo: 6 meses</u>	Reporte de ventas de cada negocio
Al menos el 50% de los trabajadores de los negocios deben ser habitantes del BSE.	<u>Cantidad de trabajadores del BSE por negocio.</u>	Datos del personal de los negocios(sistema de información)

Tabla 320: Indicadores de línea estratégica 1.

Para garantizar el cumplimiento del indicador “**Nivel de Ventas**” se diseñó una herramienta en Excel que permita evaluar bajo las diferentes condiciones de cada uno de los negocios los ingresos obtenidos tanto para las personas que trabajen directamente en los negocios como para la cooperativa bajo el concepto de alquiler.

Se establecieron escenarios para que los habitantes del BSE tengan idea de los beneficios que obtendrían al participar directamente a través de uno de los negocios propuestos por el estudio, se tienen distintas consideraciones que se muestran a continuación:

- 1- Consideraciones para locales de venta de alimentos típicos:
  - a. Los días laborales al mes considerados son 25 días, 8 días de fin de semana y 17 días de semana.
  - b. Para gastos de Materia Prima se considera de 50% de los ingresos totales de cada negocio.
  - c. Para Gastos de Mantenimiento del local se considera el 3% de los ingresos del mismo.
  - d. Para pago de alquiler se considera el 8% de los ingresos del local.
  - e. El porcentaje considerado para salarios directos es del 39% del total de los ingresos del local.

Para mostrar a las personas interesadas en participar en uno de estos tipos de locales se diseñó una herramienta en Excel en la cual se pueden modificar las consideraciones anteriores y tener una idea la viabilidad de los proyectos:

Escenario Locales COMIDA						
Dias Laborales	25 dias/mes	50%	39%	3%	8%	100%
Venta Diaria	Venta mensual	MP	Salarios	Mantenimiento	Alquiler	Ingreso Anual
\$ 75.00	\$ 1,875.00	\$ 937.50	\$ 731.25	\$ 56.25	\$ 150.00	\$ 22,500.00
Precio del Producto	\$ 0.50	Cantidad a vender		150		

Tabla 321: Escenario de locales de comida

Considerando ventas diarias de \$75 se obtendría un ingreso mensual de \$1,875 de los cuales se obtendrían \$937.50 para compra de materia prima, \$56.25 para mantenimiento del local, \$150 se entregarían a la cooperativa en concepto de alquiler y se tendrían \$731.25 que podrían cubrir el salario de hasta 2 personas; Representando un aumento de la producción anual del BSE de \$22,500.

- 2- Locales para venta de artesanías:
  - a. Los días laborales al mes considerados son 25 días, 8 días de fin de semana y 17 días de semana.



- b. Para gastos de Materia Prima se considera de 35% de los ingresos totales de cada negocio.
- c. Para Gastos de Mantenimiento del local se considera el 3% de los ingresos del mismo.
- d. Para pago de alquiler se considera el 8% de los ingresos del local.
- e. El porcentaje considerado para salarios directos es del 54% del total de los ingresos del local.

Considerando ventas diarias de \$50 implica la venta de 100 artículos a un precio promedio de \$0.50

Escenario Locales ARTESANIAS						
Dias Laborales	25 dias/mes	35%	54%	3%	8%	100%
Ventas Diarias	Venta mensual	MP	Salarios	Mantenimiento	Alquiler	Ingreso Anual
\$ 50.00	\$ 1,250.00	\$ 437.50	\$ 675.00	\$ 37.50	\$ 100.00	\$ 15,000.00
Precio del Producto	\$ 0.50	Cantidad a vender		100		

Tabla 322: escenario de locales de artesanías

Según los porcentajes considerados con una venta diaria de \$50, se tendría un ingreso mensual de \$1,250 de los cuales se obtendrían \$437.50 para compra de materia prima, \$37.50 para mantenimiento del local, \$100 se entregarían a la cooperativa en concepto de alquiler y se tendrían \$675 que podrían cubrir el salario de hasta 2 personas; Representando un aumento de la producción anual del BSE de \$15,000.

1- Escenario Considerado para las rutas turísticas:

- a. Los días laborales al mes considerados son 25 días, 8 días de fin de semana y 17 días de semana.
- b. El costo mensual por depreciación es de \$166.67.
- c. Se consideran un mínimo de 5 viajes diarios por persona y 5 personas por viaje para los fines de semana.
- d. Se consideran un mínimo de 3 viajes diarios y 5 personas por viaje para los días durante la semana.
- e. Gastos considerados en combustible semanal de \$50 en viajes solo dentro del CHSS.
- f. Pago en concepto de alquiler de microbuses para la cooperativa del 40% de los ingresos.
- g. 30% del ingreso total se considera en concepto de salario para el Motorista.
- h. 30% del ingreso total se considera en concepto de Salario para el Guía turístico.

Escenario negocio de Rutas Turísticas									
Días Laborales	25 días /mes		Gastos		Ingresos		40%	30%	30%
viajes * día	personas * viaje	Costo * persona	Depreciación	combustible	Ingresos	Ingreso mensual	Ingreso Cooperativa	Motorista	Guía
3	5	\$5	\$ 7	\$ 8	\$ 60	\$ 1,020	\$ 408	\$ 306	\$ 306
5	5	\$5	\$ 7	\$ 8	\$ 110	\$ 880	\$ 352	\$ 264	\$ 264
Ingresos totales Mensuales							\$ 760	\$ 570	\$ 570

Tabla 323: Escenario de negocio de ruta turística

Bajo estas circunstancias la cooperativa obtendría un ingreso mensual de \$760, la persona que preste sus servicios como motorista tendría un ingreso mensual de al menos \$570 al igual que el guía turístico; este negocio representaría un aumento en la producción anual del BSE de \$22,800.

Según los escenarios planteados se estaría cumpliendo el indicador de generar ingresos de \$400, siendo este proporcional al tiempo invertido en el negocio, ya que se puede dar el caso en que para un negocio e contraten ayudantes de medio tiempo o por horas y podrían recibir menos ingresos que el especificado en el indicador, la herramienta creada ayudaría a crear el escenario optimo bajo el cual se alcanzaría el salario mínimo de \$400.

Al momento de gestionar el alquiler de un local se tomaran los datos de las personas que trabajarían en el local, de manera que la persona encargada de asignarlos, garantice que al menos el 50% de las personas que en ellos trabajen, sean habitantes del BSE.

## Indicadores Línea Estratégica 2

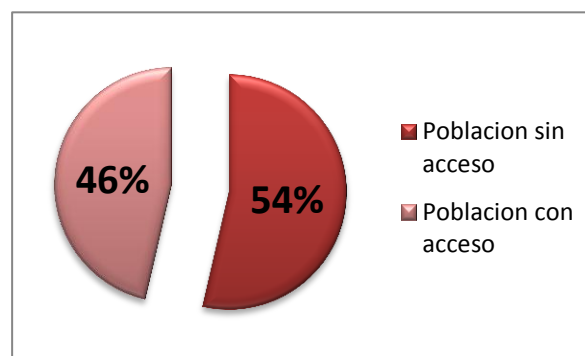
OBJETIVO ESTRATÉGICO 2.1: DISEÑAR UNA DESPENSA PARA EL MEJORAMIENTO DEL ACCESO A LA CANASTA BÁSICA ALIMENTARIA QUE PROMUEVA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LOS HABITANTES DEL BSE.		
META	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACION
Abrir operaciones de la despensa en 3 meses después de obtenido el financiamiento.	<u>Tiempo</u> : Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Cronograma de actividades
Mejorar el acceso a la canasta básica de al menos el 50% de la población del BSE que no tiene acceso a ella en un año después de iniciado el proyecto.	<u>Personas con acceso a granos básicos</u> : Población que adquiere granos básicos a través de la despensa.	Base de datos de comercialización de asociados a la despensa.
	<u>Tiempo</u> : Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Base de datos de personas que adquieren granos básicos al mes.
Aumentar la atención a la demanda en al menos el 5% cada semestre.	<u>Personas con acceso a granos básicos</u> : Población que adquiere granos básicos a través de la despensa.	Base de datos de comercialización de asociados a la despensa.
	<u>Tiempo</u> : Tiempo en el que la meta se va cumpliendo	Base de datos de personas que adquieren granos

Tabla 324: Indicadores de línea estratégica 2.

- **Mejora en el acceso a canasta básica alimentaria**

Con la despensa de granos básicos que se ha establecido dentro de la línea estrategia se podrá de manera directa afectar la cantidad de habitantes sin acceso a canasta básica alimentaria y de esta manera entregar granos básicos al costo que serán reflejo directo en el índice de seguridad alimentaria.

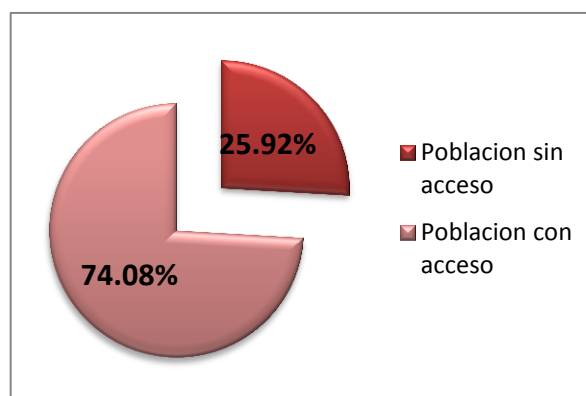
Según los datos obtenidos en la etapa de diagnóstico aproximadamente el 48% de la población del Barrio San Esteban no poseen acceso a la canasta básica alimentaria medida desde los ingresos por familia que están poseen y según el costo establecido por las organizaciones gubernamentales.



Los beneficios de la despensa de granos básicos se presentan a continuación a través de gráficos:

Con la puesta en marcha del proyecto el acceso a la canasta básica de los pobladores del Barrio San Esteban que no tienen acceso a esta se mejorará en un 46% para el primer año. Esto equivale a mejorar el acceso a esta en un aproximado de 493 personas y en 110 familias de Barrio para el primer año.

Teniendo en cuenta que las familias del barrio que compran granos básicos que esta despensa proveerá el índice de seguridad alimentaria podría mejorar se en aproximadamente veinte puntos porcentuales en un escenario optima debido a que el acceso a canasta básica no solo depende de los precios estipulados a consumidor final sino que dependen de diversos factores como el nivel de



desempleo e incluso la necesidad de medicinas a las que poco acceso tienen los sectores más desprotegidos de nuestro país. Con la afectación directa al índice de seguridad alimentaria el porcentaje de personas sin acceso a granos básicos seria del 25.92% para el primer año y así sucesivamente hasta alcanzar un nivel del 20% para los primeros 5 años.

Para cumplir que el 50% de los habitantes tengan acceso a la canasta básica se toman en cuenta dos aspectos:

- 1- La cantidad de habitantes que tendrán empleo, generando un ingreso de por lo menos \$400.
- 2- Los habitantes que al momento del diagnóstico ya tenían empleo e ingresos fijos, pero que no tenían acceso a la canasta básica por los altos costos que los productos tienen en el

mercado; La manera de garantizar el acceso a la canasta básica de las familias que se encuentran en la situación descrita es a través de la despensa familiar en donde los granos básicos se darán al costo, considerando un aumento de por lo menos el 10% anual en la cantidad de familias que tendrán ese beneficio.

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.1: FORTALECER LA PARTICIPACION CIUDADANA EN LA SEGURIDAD DEL BSE</b>		
<b>META</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE DE VERIFICACION</b>
<b>El 50% de la población participe en la seguridad del BSE.</b>	<u>Personas participantes</u> : es el porcentaje de habitantes que participan de las diferentes actividades de seguridad	Lista de asistencia a reuniones de comité de seguridad
<b>Mejorar la imagen de seguridad del BSE 25% para ser un lugar de atractivo turístico.</b>	<u>Turistas en el BSE</u> : es el número de turistas que tendrá el BSE	Demanda en el mercado del lugar turístico
	<u>Ventas realizadas</u> : porcentaje de ventas realizadas de artesanías y comida típica en el BSE	Incremento en las ventas

Tabla 325: Indicadores de línea estratégica 3.

Según la investigación de campo el 100% de los turistas internacionales que mencionaron no visitar el CHSS, también respondieron que si se garantizaba mejor seguridad en el BSE si estarían dispuestos a visitarlo, lo cuales representarían un ingreso de:

- 2% no incluía la capital en sus lugares de destino dentro del país (25,523 turistas)
- El 98% de los turistas descritos en el ítem anterior estarían dispuestos a visitar el CHSS si este tuviera mejor seguridad(25,012 turistas)
- Según el promedio de cuanto estarían dispuestos a gastar los turistas en su visita (\$20), a través de la seguridad en el BSE se podría obtener un ingreso de: \$500,00.

Con los datos obtenidos en la investigación se respaldan las acciones descritas dentro del plan en torno a la seguridad del BSE.

## CAPITULO XX. EVALUACION SOCIAL

---

---

La evaluación social se puede definir como el enfoque del bien común y se refiere a un análisis socioeconómico en el que el flujo de recursos reales de los bienes y servicios utilizados y producidos por el proyecto puedan determinarse en costos y beneficios sociales. Esta evaluación persigue medir la verdadera contribución del proyecto al crecimiento económico del Barrio.

Los beneficios y costos sociales intangibles, aun cuando no se pueden cuantificar monetariamente, deben considerarse cualitativamente en una evaluación, en cuanto a los efectos que la implementación del proyecto puede tener sobre el bienestar de la comunidad. De esta forma la determinación de los costos y beneficios deben traducirse en el bien comunitario consumado, en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes o en la solución práctica a una problemática.

Entre los efectos resultados de la implantación de la Gestión y el proyecto que se evalúa están:

- **Creación de fuentes de Empleo Directa e indirecta**

Con la puesta en marcha de los programas propuestos como parte de éste proyecto, se generan tanto fuentes directas como indirectas de empleo, permitiéndole a la población del Barrio obtengan ingresos estables y un trabajo cercano a su hogar.

Según se amplía la diversificación de servicios dentro centro histórico, se vuelve inevitable la generación de nuevos empleos, puesto que la razón de ser del mismo es principalmente un servicio y por lo tanto su principal componente para su funcionamiento es el humano.

El proyecto busca principalmente desarrollar la principal actividad económica como turismo cultural, abriendo camino a un nuevo tipo de turismo. Turismo que tiene mucha aceptación a nivel internacional y que tiene una demanda que empieza a crecer favorablemente. Con esto se presenta un antecedente del turismo cultural y se suma a las iniciativas que van surgiendo a nivel nacional, para volver más competitivo al país en ésta materia.

Todo sumado, permite tener una proyección a mediano y largo plazo, en el cual se prevé se continúe invirtiendo y generando nuevos proyectos en éste tipo de rubro, aumentando en general con ello la cantidad de oportunidades de trabajo.

Al habilitar el plan de desarrollo en el barrio San Esteban se crearan empleos directos e indirectos que se detallan a continuación a través de los siguientes gráficos:

Según los resultados de la investigación de campo, el 51% de los habitantes del barrio está desempleado, de ese 51% únicamente el 38% se encuentra buscando trabajo; Con la puesta en marcha del Plan de Desarrollo Socio-Económico se tendrían al menos los siguientes empleos directos:

Descripción	Cantidad
<b>Despensa Familiar</b>	3
<b>Organización</b>	2
<b>Locales de Alimentos</b>	14
<b>Locales de Artesanías</b>	14
<b>Rutas Turísticas</b>	4
<b>Casa Cultural</b>	5
<b>Oficina de Turismo</b>	1
<b>Total de Empleos Directos</b>	43

*Tabla 326: Empleos generados.*

Lo que implica que de los 844 habitantes que buscan empleo, al menos 42 de ellos podrían obtenerlo a través del proyecto reduciendo el % de desempleo al 49%.

Para analizar el impacto de la creación de estos 42 empleos en las familias del BSE hay que tomar en cuenta que el 48% de las familias tiene ingresos menores a \$200. Considerando que según los escenarios planteados para los diferentes empleos a crear, los salarios para los empleados están arriba de los \$350 con lo cual se cubre el costo de la canasta de sobrevivencia. Esto significa que inicialmente 235 de los 491 hogares tienen ingresos menores a \$200 y con la puesta en marcha del proyecto se reducirían a 193 familias que representan el 39% del total de familias del BSE.

- **Mejora del Índice de Desarrollo Humano**

En la medida que las fuentes de empleo sean abiertas a través del desarrollo del plan, el producto interno bruto (PIB) del BSE se mejorará dando lugar a una influencia directa sobre el índice de desarrollo humano.

Para analizar la mejora del IDH se tuvieron las siguientes consideraciones:

- 1- Tasa de crecimiento poblacional promedio de los últimos 5 años en El Salvador 1.5%
- 2- Tasa de crecimiento promedio del PIB en los últimos años 1.8%
- 3- La cantidad de habitantes en el 2011 en el BSE es de 2222.
- 4- La producción interna del BSE en el 2011 asciende a \$ 2,533,080
- 5- La producción extra anual del BSE al implantar el proyecto será de: \$317,100
- 6- Al tercer año de la implantación del proyecto se proyecta la apertura de 14 locales entre venta de alimentos y artesanías.

En base a la información anterior se tiene la siguiente proyección:

DESCRIPCION	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>PIB</b>	\$ 2533,080	\$ 2850,180	\$ 2901,483	\$3216,210	\$ 3274,102	\$ 3333,036	\$3393,030
<b>HABITANTES</b>	2,222	2,255	2,289	2,323	2,358	2,394	2,430
<b>PIB PER CAPITA</b>	\$ 1,140.4	\$ 1,263.8	\$ 1,267.5	\$ 1,384.2	\$ 1,388.3	\$ 1,392.4	\$ 1,396.5
<b>Indicador PIB</b>	0.406	0.423	0.424	0.439	0.439	0.440	0.440
<b>IDH</b>	0.5354	0.5411	0.5413	0.5462	0.5464	0.5465	0.5467
<b>% AUMENTO</b>		1.07%	0.03%	0.91%	0.03%	0.03%	0.03%

Tabla 327: Proyección del IDH

- **Mejora de la seguridad del Barrio San Esteban**

Con la puesta en marcha del Plan de Desarrollo Socio-Económico del BSE se espera que cambie tanto la percepción de la seguridad como la seguridad en sí del BSE, ya que los habitantes de este, consideran (Según la investigación de campo) que el BSE no cuenta con la seguridad adecuada, percepción que tienen debido a la frecuencia con que confirman la presencia policial, así como la eficiencia de la misma, esta percepción de inseguridad que tienen los habitantes también es debida al % de personas que han sido víctimas de violencia, en forma de asalto, siendo al menos 1 persona del 35% de los hogares los que han vivido esta situación.

Se investigó también bajo qué condiciones los habitantes del BSE estarían dispuestos a participar en el proyecto, ya sea a través de la inversión en cualquier tipo de negocio propuesto, o a través de su fuerza laboral; Los resultados obtenidos fueron que el 65% de los representantes de hogares



encuestados invertirían en algún tipo de negocio Si la seguridad fuera la adecuada, en similares condiciones el 84% estaría dispuesto a aportar su fuerza laboral.

Con los datos anteriores podemos asegurar que los habitantes del BSE están dispuestos a participar en el proyecto en la medida en que la seguridad mejore, así también en la investigación a través de turistas nacionales e internacionales, se obtuvo que a medida aumente la seguridad en el CHSS, en los turistas aumenta el interés de visitarlo.

- **Creación de espacios de recreación familiar**

Con el Desarrollo del BSE como un lugar de cultura e historia, el ambiente lo conformarán tanto los turistas como habitantes que conocen y valoran el patrimonio del BSE, las familias del BSE serán las que podrán disfrutar de primera mano los diversos espacios creados como: casa de la cultura en donde habrán exposiciones y talleres, oficina de turismo y museos, donde se encontrara el contenido histórico del BSE, Plaza San Esteban, donde no solo existirá una infraestructura adecuada sino que esta será utilizada para la creación de un espacio en donde se puedan encontrar alimentos y artesanías y donde se pueden realizar diferentes eventos que permiten la recreación familiar.

Si mejora la seguridad del BSE, y esta se replica a los barrios cercanos, indudablemente las familias del CHSS tendrán un lugar cercano y que este económicamente al alcance de sus ingresos para poder compartir en familia y dar lugar al fortalecimiento de los valores que están ausentes actualmente.

- **Fortalecimiento de la organización de la población civil del BSE**

El BSE ya ha iniciado un proceso de organización en el cual han obtenido sus primeros logros, como lo son dos mesones que se han convertido en condominios habitacionales que contienen condiciones para que las 21 familias que habitan en ellos, tengan una mejor calidad de vida, esta experiencia ha servido para que los habitantes del BSE tengan la certeza de que al estar organizados tienen mayores posibilidades de desarrollarse.

La cooperativa que dirigirá el proyecto ha creado credibilidad en el BSE debido a los logros obtenidos, por ello existe una mayor posibilidad de que los habitantes se organicen y alcancen logros en diferentes áreas como en seguridad y educación.

- **Desarrollo de la comunidad**

A través de iniciativas de proyectos turísticos y demás líneas del plan, permite el desarrollo económico y social del Barrio San Esteban, ya que aumenta la generación de empleo en la zona y

se aprovecha también los recursos culturales que pueden ser responsablemente explotados, a partir de la perspectiva del turismo cultural. En general permite una mayor atención sobre la zona y sus habitantes, al valorar los recursos aprovechables que existen, y obliga a que se consideren las necesidades y facilidades que se requieren para que exista una armonía entre la vida existente y los proyectos turísticos.

- **Conservación de patrimonios culturales y naturales**

Uno de los objetivos del proyecto es convertir al BSE en principal eje de desarrollo económico para el BSE, al ir alcanzando este objetivo, tanto los habitantes como los turistas le irán dando el valor histórico y cultural que realmente tiene el patrimonio existente, por lo cual habrá un mayor interés en habitantes, turistas y posiblemente interés hasta de parte de las autoridades por conservar el patrimonio. Los principales conservadores del patrimonio deben ser los habitantes, estos deben ir creciendo el conocimiento de la historia y cultura que representa, cada iglesia, plaza o casa colonial aun existente.

**Quantificación de Beneficios:**

Para la evaluación económica del proyecto es necesario cuantificar los beneficios que no representaran un ingreso económico para el ente organizador del proyecto (ACOVICHSS) ya que estos beneficios no se ven reflejado en los balances generales de la cooperativa a través de utilidades del proyecto pero si aportan al desarrollo local del BSE, entre estos beneficios se pueden mencionar:

- El ahorro que tendrán el 50% de las familias del BSE al obtener la canasta básica al costo:

<b>Consumo anual (Quintales)</b>	<b>Productos</b>	<b>costo (Libra)</b>	<b>Precio de mercado (Libra)</b>	<b>Ahorro</b>	<b>Ahorro x quintales consumidos</b>
<b>289.12</b>	Frijol	0.84	1.3	0.46	13299.52
<b>424.305</b>	Maíz	0.18	0.23	0.05	2121.525
<b>80.09</b>	Arroz	0.35	0.5	0.15	1201.35
<b>131.285</b>	Azúcar	0.3	0.36	0.06	787.71
<b>Ahorro Total Anual del 50% familias del BSE</b>					<b>\$ 17,410.11</b>

*Tabla 328: Ahorro por canasta básica*

En la tabla anterior se resume la información de la cantidad de quintales consumidos anualmente por el 50% de las familias del BSE de cada grano básico que se ofrecerá en la despensa, se tiene el costo al que se dará la libra de cada producto y se conoce el precio de la libra de cada grano en el mercado; Obteniendo que el ahorro anual que tendrían en conjunto el 50% de las familias del BSE (245 Familias) es de \$17,410.

- Otro beneficio que no implica ingreso de efectivo directamente al ente organizador del proyecto son los salarios que obtendrán las personas que trabajen en los diferentes negocios propuestos, la cantidad de empleos generados son: 32 empleos; El ingreso mínimo esperado para estos empleos es de \$400 mensuales.

El beneficio global que se obtendrá en concepto de salarios durante un año para los empleos generados es de: \$153,600.

## **CAPITULO XXI. EVALUACION DE GÉNERO**

---

---

Las diferencias existentes entre los hombres y las mujeres son de carácter biológico y de carácter social. **Género** es un concepto que hace referencia a las diferencias sociales entre mujeres y hombres que han sido aprendidas, cambian con el tiempo y presentan grandes variaciones tanto entre diversas culturas como dentro de una misma cultura.

En algunos países se tiene políticas de género, en las cuales se tiene la prioridad de promover la igualdad de oportunidades entre géneros en ingresos, seguridad y promoción dentro del trabajo, resaltando la capacidad y conocimientos, buscando garantizar un ambiente de trabajo armonioso y que posibilite el mejor desempeño, desarrollo personal y profesional.

Un análisis desde una perspectiva de género ayuda a ver si las necesidades de mujeres y hombres se toman en cuenta equitativamente y si así están reflejadas en la propuesta.

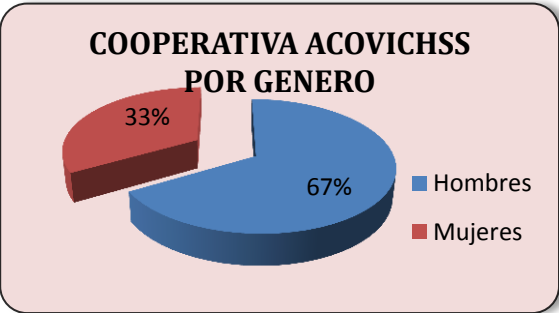
Entre los criterios para la evaluación del impacto en función del género para el proyecto del plan de desarrollo socioeconómico para el BSE del CHSS se encuentran:

- *Participación*
- *Recursos*
- *Normas y valores*
- *Derechos*
- Evaluación de pertinencia en el género

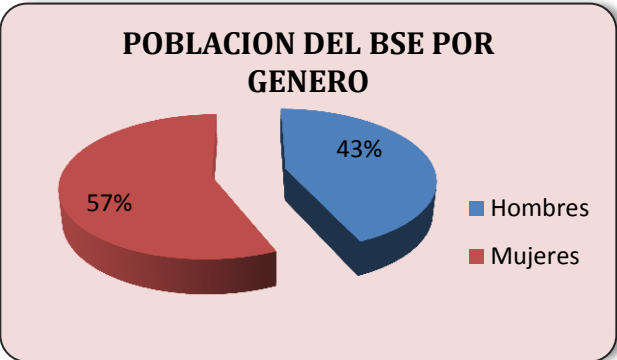
En la propuesta no existe alguna limitante o especificación sobre la ocupación de los empleos directos que se generen sean exclusivos para hombres o para mujeres. En todos los casos pueden ser empleados por cualquiera de ellos, con la única condición que cumpla con los aspectos básicos de educación o técnicos que requiera dicho puesto.

Descripción de la situación actual de las relaciones de género en el ámbito de dicha propuesta.

La cooperativa ACOVICHSS está compuesto por 21 miembros aproximadamente, de los cuales en el área junta directiva se encuentran 4 hombres y 2 mujeres. Y en otras área se encuentran 10 hombres (66%) y 5 mujeres (33%), lo que muestra una cantidad casi igualitaria en cantidad de miembros por género. A continuación se muestra lo anterior de forma gráfica de la siguiente página.



Comparación de porcentajes de hombres y mujeres que integran la cooperativa.



Comparación de porcentajes de hombres y mujeres que Habitan el BSE.

Área	Mujeres	Hombres	Total
<b>Población</b>	56.60%	43.40%	<b>100%</b>
<b>Jefes de hogar</b>	60%	40%	<b>110%</b>

\*Bajo el marco de las leyes del país, no deberán ser mujeres si se trata de turnos nocturnos, sin embargo es a favor de su seguridad y otras consideraciones que realizan las leyes en cuanto a menores de edad y personas en riesgo.

La propuesta consta de la generación de empleo directo para 41 puestos, los cuales tienen los siguientes requisitos en cuanto a requerimientos por género:

	Cantidad	Puesto	Requisito del puesto	
			Mujer	Hombre
<b>Kioscos de turismo</b>	14	Locales de Alimentos	X	X
	14	Locales de Artesanías	X	X
<b>Servicio turístico</b>	1	Oficina de turismo	X	X
	4	Ruta turística	X	X
	5	Casa de la cultura	X	X
<b>Despensa</b>	1	Administrador	X	X
	1	Despachador	X	X
<b>Seguridad</b>	<b>1</b>	<b>Encargado</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

Tabla 329: Cantidad de puesto de trabajo y perfiles.

**Análisis de la propuesta.**

En general la propuesta está destinada al beneficio de la mejora del BSE y con ello, favoreciendo el desarrollo de todos sus habitantes o miembros y sus empleados, así como los miembros de la cooperativa ACOVICHSS. No existe una distinción entre géneros, sino se espera un beneficio por igual.

En cuanto a la población de BSE hay que considerar que las mujeres en general tienen un nivel de escolaridad (74%)<sup>26</sup> mayor que los hombres (76%), sin embargo son muy cercanos los porcentajes de escolaridad. Por lo que ambos se encuentran con capacidades similares en el desempeño de labores requeridas por la propuesta.

Efectos de la propuesta con la situación actual y las tendencias previstas

*Según las necesidades que requiere suplir en cuanto a trabajadores en la propuesta se prevé que se mantenga la igualdad de género que se ha mantenido hasta el momento. Por lo que cumple con las expectativas en cuanto a la perspectiva de género. Ambos tienen los mismos derechos, se rigen por las mismas normas y políticas internas sin distinción y tienen acceso de igual forma a todos los recursos que les compete según su puesto.*

<sup>26</sup> Según datos de estudio de diagnóstico en el BSE

## CAPITULO XXII. EVALUACION AMBIENTAL

Según las mismas leyes nacionales del Medio Ambiente, “el deterioro acelerado del ambiente está ocasionando graves problemas económicos y sociales, amenazando con daños irreversibles para el bienestar de las presentes y futuras generaciones, lo que hace necesario compatibilizar las necesidades de desarrollo económico y social con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y proteger al medio ambiente”<sup>27</sup>. Entre la política nacional se encuentran los principios en los cuales se menciona que todos los habitantes tienen derecho a un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado. El desarrollo económico y social debe ser compatible y equilibrado con el medio ambiente; tomando en consideración el interés social señalado en el Art. 117 de la Constitución.

Los Estudios o Evaluaciones de Impacto Ambiental son uno de los métodos más efectivos para determinar cuándo un proyecto será sostenible, y para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible si ya lo es. Se considera que el EIA “es un conjunto de acciones y procedimientos que aseguran que las actividades, obras o proyectos que tengan un impacto ambiental negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de preinversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del medio ambiente”<sup>28</sup>



Figura 87: Proceso de transformación del Medio Ambiente<sup>29</sup>

Entre algunos de las evaluaciones se encuentran: evaluación del impacto biológico, sobre la comunidad local, sobre los recursos naturales y el paisaje, sobre los recursos económicos.

<sup>27</sup> Ley del Medio ambiente, Ministerios del Medio Ambiente, El Salvador, 1998.

<sup>28</sup> Según la ley del Medio Ambiente de El Salvador, art. 18.

<sup>29</sup> Tomado del documento “Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental” del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Centro de Estudios para el Desarrollo de Chile (CED), 2001.

Como parte del proyecto a realizarse con fines turístico, en un lugar en el cual ya existe una infraestructura en un sitio histórico y por lo tanto protegido según leyes, es responsabilidad del BSE velar por el que sus futuros proyectos, cambios y ampliaciones sean acordes a los reglamentos y leyes relacionadas al medio ambiente. Es por esto que se realiza una evaluación ambiental del proyecto parcial que en este estudio se presenta.

### **22.1.1 METODOLOGIA GENERAL**

Haciendo uso de la Metodología de las siete etapas, Metodología general para estudios de impacto ambiental, la cual es basada en el cálculo del Valor Índice Ambiental se tiene las siguientes etapas:

### **22.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y SUS ALTERNATIVAS**

En este apartado se identifican las actividades principales a ser desarrolladas en el proyecto propuesto, las cuales podrían tener algún impacto ambiental. El proyecto consta de la puesta en marcha en especial de 6 líneas estratégicas que pertenecen al Plan de desarrollo socioeconómico del BSE propuesta en el presente trabajo. De estos subprogramas, los que se consideran con algún tipo de impacto significativo:

- Construcción de kioscos turísticos, el cual implica los siguientes actividades
- Construcción de kioscos
- Construcción del Parqueo y mejora de acceso.
- Instalación de casa de la cultura y oficina de turismo
- Instalación de despensa familiar
- Detalles de su diseño se encuentra contenido dentro del trabajo, así como sus materiales y forma de operar.

### **22.1.3 DESCRIPCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE NATURAL**

El Barrio San Esteban ha sido descrito, al igual que su entorno dentro de la etapa de Diagnóstico, en el cual se describe el Centro Histórico San salvador , sus recursos y la localización exacta del Barrio San Esteban. Además de algunas características de sus patrimonios culturales y su historia y desarrollo.

#### 22.1.4 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

Ésta consiste en la identificación del mayor número posible de impactos ambientales, reales o potenciales, positivos y negativos, asociados a la actividad de la empresa, dando énfasis a los impactos negativos.

<b>TIPO DE IMPACTO</b>	<b>APLICABLE</b>	<b>RAZÓN</b>
<b>Biológicos</b>	NO	<b>Debido a que ninguna actividad dañaría a la comunidad.</b>
<b>Sobre la comunidad local</b>	NO	<b>Debido a la naturaleza del proyecto, no se verá afectada la comunidad en cuanto a impacto ambiental se refiere. No se verán afectadas las fuentes de abastecimiento de servicios.</b>
<b>Sobre los recursos naturales y el paisaje</b>	SI	<b>Particularmente se verá afectado el paisaje con la construcción de kioscos y mejora del parque y debe verificarse que no pasen a formar el objetivo visual primario o que su presencia no constituya una agresión al paisaje.</b>

*Tabla 330: Tipos de impactos ambientales relacionados*

*Dentro de los impactos sobre los recursos naturales y paisaje relacionados al proyecto:*

Cambios Sobre Medio perceptual o paisaje, debido al cambio de calles por los kioscos turísticos del plan en evaluación. Impacto sobre suelos, debido a la necesidad de construcción de parqueo.

#### 22.1.5 PREDICCIÓN E INTERPRETACIÓN DE IMPACTOS

En ésta etapa consiste en predecir el comportamiento de cada impacto con el tiempo, anticiparse a los cambios que experimentaría cada componente ambiental si se lleva a cabo el proyecto. A partir de ésta se determina si el impacto por la puesta en marcha del proyecto será benéfico o adverso.



ACTIVIDAD	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO	CONSECUENCIAS
<b>Construcción de kioscos y parqueo</b>	Suelos	Desperdicio de suelo	Se dejará de utilizar una buena parte de suelo para distracción y se utilizara para negocios turísticos ( N )
	Agua	Uso mayor	Aumenta cantidad de agua consumida en total por Proyecto( - )
	Paisaje	Cambios bruscos	Aun cuando cambia el paisaje actual del área en que se construirá, su diseño no permite que sea el foco principal de atención, logrando involucrarse con el paisaje (+)
	Agotamiento de los recursos	Contaminación	Se considera que el uso del espacio y el uso de los servicios turísticos en el BSE no tienen mayor grado de contaminación para el lugar. (N)
<b>Instalación de casa cultural</b>	<b>Paisaje</b>	<b>Cambios bruscos</b>	No se considera que afecte al paisaje actual, debido a que es una ampliación. (+)

Tabla 331: Predicciones para impactos posibles

### **EVALUACIÓN GLOBAL DEL IMPACTO AMBIENTAL**

Se trata de la determinación de la importancia relativa del impacto ambiental. Consiste en evaluar o valorar los impactos ambientales cuantitativa (a través del Valor del índice ambiental o VIA) y cualitativamente. Entre los criterios de evaluación se encuentran:

Variación de la calidad ambiental	(V)
Escala del impacto o Magnitud	(E)
Gravedad del impacto	(G)
Duración del impacto	(D)
Dificultad para cambiar el impacto o Reversibilidad	(C)
Momento de manifiesto o tiempo en hacerse notar	(M)

A continuación se presenta un cuadro resumen de los criterios, sus valores y descripciones:

CRITERIO	DESCRIPCIÓN DE CRITERIO	ALTERNATIVA	VALOR	DESCRIPCIÓN DE VALOR
<b>CALIDAD AMBIENTAL</b> (V)	Indica la variación o cambios experimentados debido al impacto	<i>Positivo</i>	0	se refieren a modificaciones que resultan en ganancias o beneficios para el medio ambiente
		<i>Negativo</i>	3	modificaciones que resultan en pérdidas o costos para el medio ambiente
<b>ESCALA</b> (E)	Se considera las cercanías a lugares protegidos, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o en el caso a poblaciones humanas	<i>Bajo</i>	0	impacto es puntual dentro de los límites de la acción que lo genera
		<i>Medio y/o alto</i>	1	impacto está dentro de la zona de la empresa
		<i>Notable o muy alto</i>	2	trasciende de la zona de la empresa y es de interés municipal
		<i>Total</i>	3	trasciende a los límites normales y se convierte en peligro nacional
<b>GRAVEDAD</b> (G)	Indica la utilización de recursos, cantidad, calidad de efluentes, emisiones y residuos que genera la empresa y la probabilidad de riesgo para la salud de la población humana	<i>Intrascendente</i>	0	no produce cambios sobre el medio ambiente
		<i>moderado</i>	1	produce cambios indirectos o indirectos sobre el medio ambiente, pero no trascendentes
		<i>severo</i>	2	produce cambios directos e indirectos sobre el medio ambiente que urgen solución, pero están bajo límites permisibles
		<i>Crítico</i>	3	magnitud es superior al umbral y de urgencia extrema de solución, requiere atención inmediata
<b>DURACIÓN</b> (D)	Tiempo de duración del impacto si no se aplican medidas correctivas	<i>Fugaz</i>	0	< 1 año
		<i>Temporal</i>	1	1-3 años
		<i>Prolongado</i>	2	4-10 años
		<i>Permanente</i>	3	Alteración indefinida

<b>REVERSIBILIDAD</b> <b>(C)</b>	Dificultad para cambiar el impacto. Es el grado de cambio y tiempo requerido para su mitigación, a través de medidas naturales o inducidas por el hombre	<i>Recuperable</i>	0	Si se elimina la acción que causa el impacto y automáticamente desaparece
		<i>Mitigable</i>	1	Si al eliminar la causa del impacto hay que esperar un tiempo corto (1 a 6 meses) para que desaparezca
		<i>Reversible</i>	2	Si elimina la acción causante del impacto, debe transcurrir un período largo de tiempo( 6 meses en adelante) para que el impacto desaparezca
		<i>Irreversible</i>	3	Nunca desaparece aunque se apliquen medidas correctivas
<b>MANIFIESTO</b> <b>(M)</b>	Momento en que se hace notar o se manifiesta el impacto	<i>Inmediato</i>	0	Los efectos son inmediatos
		<i>Corto Plazo</i>	1	Los efectos se prevén en corto plazo (de 1 a 4 años)
		<i>Mediano Plazo</i>	2	Para que se observen los efectos debe transcurrir un tiempo considerable (de 5 a 10 años)
		<i>Largo Plazo</i>	3	El tiempo para observar los efectos es de largo plazo (mayor de 10 años)

Tabla 332: Criterios y valores para la evaluación Ambiental

En base a los criterios anteriores se procede a la calificación de los impactos ambientales. Para ello se utiliza la siguiente matriz de calificación para la evaluación específica de la situación futura.

#### MATRIZ DE CALIFICACIÓN PARA SITUACIÓN PROPUESTA

IMPACTO AMBIENTAL	V	E	G	D	C	M	VIA
Cambios bruscos en el paisaje	0	0	0	1	0	0	0.16
Contaminación	3	1	1	1	1	1	1.33
Suelo	0	1	1	1	1	0	0.66
Consumo mayor de agua	0	1	1	1	0	1	0.66
<b>Promedio</b>							<b>0.70</b>

Tabla 333: Matriz de calificación para evaluación ambiental

El cálculo del Valor del Índice Ambiental (VIA) anterior para cada impacto se realiza utilizando la fórmula:

$$VIA = (V + E + G + D + C + M)/6$$

Para la evaluación de los impactos se compara el VIA obtenido con las categorías mostradas en el siguiente cuadro:

CATEGORÍA	VALORES LÍMITES	CALIFICACIÓN
	VAL. MÍN – VAL. MÁX	
1	0.00 – 0.60	<b>Impacto Insignificante</b>
2	<b>0.61 – 1.20</b>	<b>Impacto Mínimo</b>
3	1.21 – 1.80	<b>Mediano Impacto</b>
4	1.81 – 2.40	<b>Impacto Considerable</b>
5	<b>2.41 – 3.00</b>	<b>Gran Impacto</b>

Tabla 334: Calificaciones para la Evaluación de los Impactos Ambientales

*El índice de la situación propuesta (0.70) se califica dentro de la categoría 1, considerado como un **impacto Mínimo** para el ambiente. Aunque hay que hacer la aclaración que uno de los aspectos que más afecta es la contaminación, la cual no tiene relación directa con el proyecto, y se encuentra fuera de su control. Aun cuando la situación propuesta supone un impacto en el medio ambiente, éste es tratable, temporal y recuperable.*

### 22.1.6 MEDIDAS DE MITIGACIÓN

Plantean medidas específicas para el control y monitoreo de los impactos, las cuales permiten prevenir, corregir, o reducir los impactos negativos y optimizar o potencializar los positivos.

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>IMPACTO</b>	<b>MEDIDA DE MITIGACIÓN</b>
<b>Construcción de kioscos y parqueo</b>	Cambios bruscos en el paisaje	<b>Agregar elementos decorativos naturales acordes al contexto, como históricos y culturales. Uso de colores neutros</b>
	Consumo mayor de agua	<b>Plan de cómo cuidar el agua en los comercios.</b>
	Desperdicio de suelo.	<b>Utilización al máximo por metro cuadrado, controlando que no se elimine la vistosidad al lugar BSE</b>
<b>Instalación de casa de la cultura</b>	Cambios bruscos en el paisaje	<b>Utilización de colores y materiales de acuerdo a las características de la zona. Se utilizarán elementos de recicle y con diseño artesanal.</b>

*Tabla 335: Medidas de Mitigación de impactos*

### **22.1.7 MONITOREO AMBIENTAL**

Se establece un sistema de observación que permita evaluar la ejecución del proyecto, con el objetivo de verificar la aplicación y eficiencia de las medidas previstas para evitar los efectos ambientales, detectar efectos ambientales no previstos y corregirlos.

***Al terminar la fase de construcción se verificará:***

*Verificación de la existencia de elementos decorativos ambientales que den aspecto natural a las obras, tal como:*

En Parqueo: arbustos y área para depósito de desechos de los kioscos.

kioscos: plantas decorativas diversas. Utilización de colores neutros o claros en las obras y de existir la posibilidad la construcción a futuro de un mirador del pasado museo.

*Utilización al máximo de recursos:*

Casa de la cultura: observación que la instalación sea realizada con los mismos elementos de la estructura original.

Parqueo: Debe utilizarse todas las áreas posibles para parqueo y un mínimo de distancia para tránsito interno, de forma que no se provoquen congestionamientos o espacios inutilizados.

Ubicación de los kioscos: Se debe considerar un espacio para ampliaciones futuras sin afectar el diseño original del parque.

**Periódicamente:** Debe darse un mantenimiento de a todos los patrimonios y limpieza en general.

## CAPITULO XXIII. PLAN DE IMPLEMENTACION

---

---

En ésta etapa se determina los recursos a utilizar, la integración de cada elemento que lo compone para la puesta en marcha de la propuesta y su funcionamiento en un tiempo determinado. Se trata de la programación de la implantación de la propuesta.

La etapa de implantación comprende cuatro fases que se presentan a continuación:

<b>Fase</b>	<b>Descripción</b>
<b>Programación</b>	En esta fase se identifican las actividades a ejecutarse durante la implantación, determina el tiempo que requerirá cada una de ellas y se establece la interrelación de las tareas preparatorias.
<b>Preparación</b>	Fase que implica el cumplimiento de las tareas preparatorias necesarias, asignadas generalmente a personas que tienen responsabilidades de línea.
<b>Puesta en práctica</b>	Momento en el cual se inicia efectivamente la implantación
<b>Evaluación de resultados</b>	Retroalimentación de la aplicación de los cambios para confirmar lo diseñado o realizar los ajustes de ser necesarios.

*Tabla 336: Fases de implementación.*

A continuación se desarrolla la Programación de la Implantación que facilite su puesta en marcha y los datos que permitirán una evaluación adecuada de resultados una vez implementado la propuesta.

## 17.1. DESGLOSE ANALITICO

Desglose Analítico: Este desglose de objetivos permite guiar las actividades a realizarse por área que forma la implantación, con el fin de tener una visión completa y clara de la propuesta y su dirección. Consta de las siguientes partes:

**Objetivo General:** Objetivo por el que regirá el desarrollo de la propuesta.

**Sub-sistemas o paquetes de trabajo:** Representan la áreas necesarias para la que la implementación sea efectiva.

### DESGLOSE ANALÍTICO

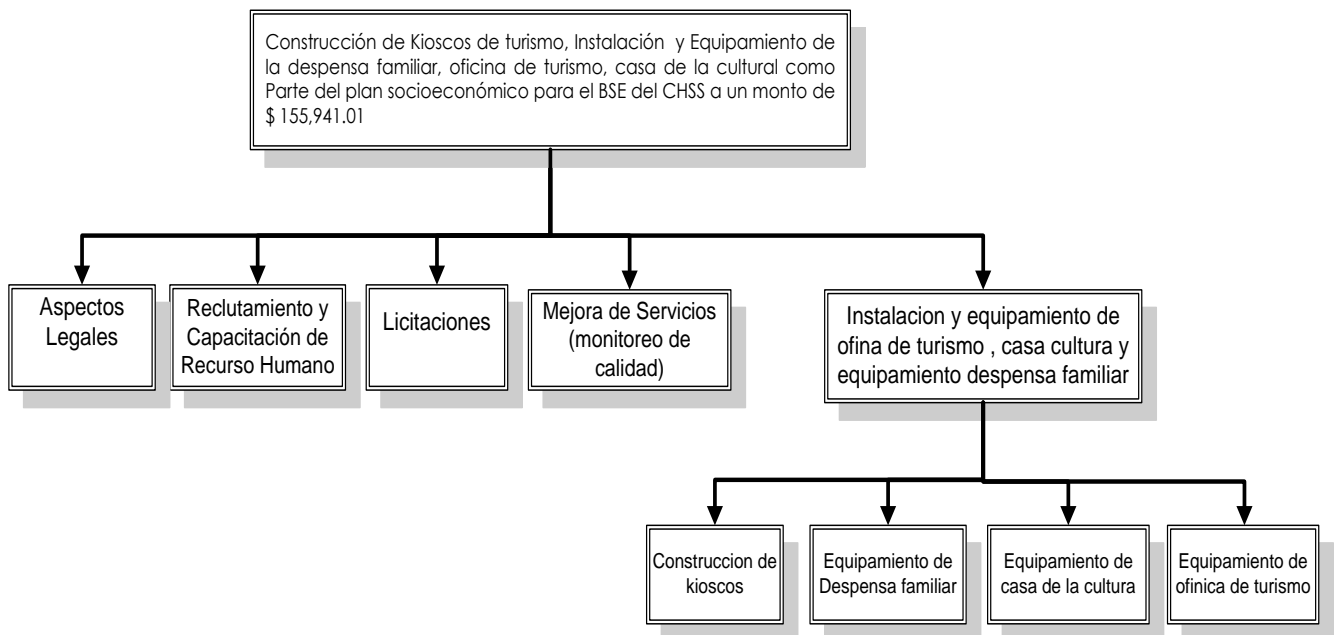


Figura 88: Desglose Analítico Implantación

### 23.1.1 OBJETIVO GENERAL

Construcción de Kioscos de turismo, Instalación y Equipamiento de la despensa familiar, oficina de turismo, casa de la cultura como Parte del plan socioeconómico para el BSE del CHSS a un monto de \$155,941.01

## 23.1.2 SUBSISTEMAS

### 1. Aspectos Legales

Objetivo: *Elaboración de todos los pasos necesarios para constituir legalmente los servicios de la cooperativa.*

Este subsistema es el encargado de tramitar todos los requisitos que la ley exige para legalizar la cooperativa. Consiste en la realización de todos los aspectos necesarios y requeridos para poner a funcionar una empresa dentro de las normativas y leyes establecidas en el país, vigentes y en la gestión de obtención de fondos con diversas entidades en general.

Entre las principales actividades en las que se desglosa se tiene:

- Realización de la escritura de constitución de la sociedad
- Obtención de la Matrícula individual (persona responsable de la empresa)
- Investigación de la no existencia actual del nombre de la empresa en el Registro de Comercio
- Obtención de NIT de la empresa
- Obtención de solvencia de Estadísticas y censos
- Obtención de solvencia de la alcaldía de San salvador
- Certificación y entrega de Balance inicial certificado
- Matrícula de la empresa
- Inscripción de empresa en Ministerio de Trabajo

### 2. Reclutamiento y Capacitación de Recurso Humano

Objetivo: *Obtención del Personal adecuado para los puestos que se requieran durante el desarrollo de la propuesta, así como también la capacitación de los mismos.*

Trata tres áreas específicas para la adquisición y el desarrollo de los recursos humanos. Las actividades específicas que la componen, son las siguientes:

- Determinación y elaboración del perfil
- Elaboración y publicación de solicitud de personal
- Recepción y análisis de currículos
- Contacto con personal seleccionado
- Elaboración de contratos
- Capacitación de personal



### **3. Licitación de Empresas (publicidad y equipamiento)**

Objetivo: *Identificación y contratación de las empresas adecuada para los planes de la despensa y oficina de turismo que requieran dichos servicios.*

Actividades:

- Elaboración de licitación
- Presentación de licitación
- Recepción y evaluación de propuestas
- Selección de empresas

### **4. Mejora de Servicios (atención al cliente)**

Objetivo: *Desarrollar los servicios turísticos que componen la parte del plan de desarrollo turístico en el BSE.*

*Implantación de Sistema de Monitoreo de la Calidad y Satisfacción al Cliente.* Actividades:

- Compra de insumos
- Elaboración de formato e impresión
- Ubicación de buzones
- Capacitación para la recolección y manejo de la información

### **5. INSTALACION Y EQUIPAMIENTO DE OFICINA DE TURISMO , DESPENSA FAMILIAR**

Objetivo: *Desarrollar los planes que componen la propuesta del plan de desarrollo socioeconómico para el BSE en cuanto a desarrollo turismo y despensa familiar.*

#### **A. Equipamiento de Despensa familiar**

Actividades:

- Compra de los productos iniciales (insumos)
- Cotización del equipo de la despensa
- Equipamiento e instalación
- Procedimiento de beneficiarios para la despensa.

## **B. Equipamiento instalación de casa de la cultura**

### Actividades

- Capacitación por parte de la Oficina de Turismo al encargado de la oficina
- Instalación y equipamiento de la oficina de turismo
- Compra de insumos (juegos de pinceles pizarras, pinturas)

## **C. Equipamiento instalación de Oficina de turismo**

### Actividades:

- Elaboración de procesos de servicios con la Oficina Municipal de Turismo
- Capacitación por parte de la Oficina de Turismo al encargado de la oficina
- Instalación y equipamiento de la oficina de turismo
- Recolección de brochures informativos y otros materiales para el mural

## **D. Construcción de Kioscos de turismos para el BSE**

### Actividades:

- Inscripción de los negocios
- Distribución de los puestos de ventas
- Construcción de los puestos de venta
- Cotización del equipo a utilizar
- Equipamiento e instalación
- Procedimiento de obtención de puestos de turismos para los miembros

## **E. Publicidad**

### Actividades:

- Contratar a empresa
- Establecer estrategias conjuntas de penetración al mercado
- Desarrollo de la publicidad

## 17.2. ESTRATEGIAS DE IMPLANTACION

---

Éstas buscan se cumpla los objetivos trazados por áreas de trabajo y con ellos el objetivo General. A continuación se exponen algunas estrategias que se consideran importantes de considerar:

- Exponer El plan desarrollo socioeconómico para el BSE a AECID, enfatizando en la implantación de éstos planes una primera fase de inversión e implantación.
- Obtener como segundo paso, luego de la aprobación de AECID, la constitución legal de la empresa para la gestión de fondos.
- Fortalecer la relación con el ministerio de turismo consatur, debido a su involucramiento convenientemente en las capacitaciones y el diseño de los tours.
- Comenzar con la construcción de los puestos que requieren más tiempo y recursos durante las épocas de menor afluencia, para evitar inconvenientes para los turistas, preferentemente entre julio septiembre.
- Terminar la ubicación, construcción y equipamiento de los puestos culturales antes de las fechas de mayor afluencia como Semana Santa (Marzo-abril) para realizar su inauguración durante dichas fechas.
- Involucrar a los miembros de los comités en charlas para el cuidado de los nuevos equipos.
- Verificar quincenalmente los avances que se tienen en las actividades para el inicio de las operaciones.
- Realizar todas las actividades que puedan realizarse de forma paralelamente para disminuir los tiempos de construcción o implementación de ésta primera etapa.

### 17.3. ACTIVIDADES DE IMPLANTACION

El total de las macroactividades y su tiempo de ejecución se presenta a continuación:

No	ACTIVIDAD	TIEMPO (semanas)
1	Presentación de propuesta	2
2	Selección del encargado del desarrollo de actividades de implantación gerente de proyecto.	1
3	Elaboración de los aspectos legales necesarios para la constitución de la cooperativa	11
4	Obtención de fondos en la AECID	8
5	Licitación y Contratación de empresas	4
6	Construcción de kioscos de turismo	10
7	Equipamiento de la Despensa Familiar	4
8	Proveeduría de inventario inicial para despensa Familiar	1
9	Instalación de la casa de la Cultura	6
10	Instalación y Equipamiento Oficina de turismo	4
11	Contratación de personal	1
12	Capacitaciones e inducción	4
13	Desarrollo de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente	3
14	Publicidad	4
15	Inauguración	1
<b>Total</b>		<b>64</b>

Tabla 337: Actividades de implementación.



## 17.4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

---

Determinación de la estructura organizativa encargada o responsable de velar que se cumplan los objetivos trazados al inicio del proyecto. La cual es transitoria mientras se ejecute el proyecto.

### 23.4.1 ORGANIGRAMA GENERAL

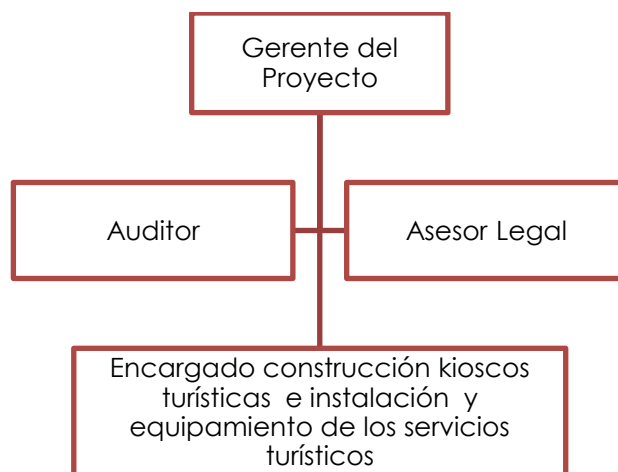


Figura 90: Organigrama general de implantación

### 23.4.2 ENCARGADOS DE IMPLANTACION

#### **Gerente del Proyecto**

Encargado de velar por el cumplimiento de los objetivos y el adecuado desarrollo de las actividades en general. Además de dirigir las actividades relacionadas con el Reclutamiento, Capacitación de Recurso Humanos para el desarrollo de la propuesta y la elaboración de Licitaciones para la obtención de las empresas comerciantes y constructoras idóneas. Además debe coordinar esfuerzos con las diversas partes relacionadas a la implantación. Deberá ser el Administrador del plan de desarrollo socioeconómico BSE.

#### **Auditor**

Persona enviada por la AECID a verificar el desarrollo de las actividades y uso de recursos brindados por esta.

#### **Asesor Legal**

Persona contratada temporalmente para la realización de los trámites legales de constitución de la cooperativa.

### **Encargado construcción kioscos turísticas e instalación y equipamiento de los servicios turísticos**

Persona encargada de verificar el desarrollo de las actividades propias de la Instalación del Sistema de Monitoreo de la Satisfacción al cliente, instalación y equipamiento de la despensa familiar, oficina de turismo en el BSE. Además de verificar el desarrollo de las actividades propias para la construcción de los locales de turismo.

Encargados de la Implantación perfiles

<b>GERENTE DEL PROYECTO</b>	
<b>SUBORDINACIÓN:</b>	<i>Encargado construcción kioscos turísticas e instalación y equipamiento de los servicios turísticos (casa de la cultura, oficina de turismo, despensa familiar )</i>  Administrador del proyecto.
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>	Ingeniero Industrial o Administrador de empresas, con conocimientos avanzados de programas de computación y administración de proyectos.
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	5 años.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Conocimiento de los programas a implantar .
<b>PERFIL GENERAL:</b>	Organizado, responsable, comprometido, con habilidades de liderazgo, manejo de personal y control en el cumplimiento de actividades.
<b>APTITUDES Y CUALIDADES:</b>	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Controlar las actividades relacionadas a la implantación del proyecto.</li><li>• Encargado de la comunicación con las empresas licitadoras y AECID.</li><li>• Responsable de la comparación y actualización de índices de cumplimiento o control de metas del proyecto.</li><li>• Verificación del cumplimiento de lo planeado, programado y realizado y corrección de desviaciones.</li><li>• Elaboración de informes de avance y finales.</li><li>• Control de los insumos y recursos necesarios para la implantación.</li><li>• Supervisar a encargado construcción kioscos turísticas e instalación y equipamiento de los servicios turísticos</li><li>• Dirigir las actividades relacionadas con el Reclutamiento, Capacitación de Recurso Humanos para el desarrollo de la propuesta.</li><li>• Elaboración de Licitaciones para la obtención de las empresas idóneas.</li><li>• Coordinar esfuerzos con las diversas partes relacionadas a la implantación.</li></ul>	

Tabla 338: Perfil del gerente del proyecto.

<b>AUDITOR</b>	
<b>SUBORDINACIÓN:</b>	Ninguna
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>	Personal Staff
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	Licenciado en administración de empresas, con conocimientos de computación, mayor de 35 años
<b>EXPERIENCIA:</b>	3 años en auditorías a proyectos para instituciones públicas.
<b>PERFIL GENERAL:</b>	Ingeniero Industrial, Administrador de empresa, o rama afín relacionado a la administración de proyectos legalmente acreditado como auditor
<b>APTITUDES Y CUALIDADES:</b>	Proactivo, responsable, comprometido y organizado.
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de la evaluación del cumplimiento de lo establecido para el desarrollo del proyecto.</li> <li>• Responsable de la comparación y actualización de índices de cumplimiento.</li> <li>• Encargado de evaluar la actuación de las diferentes áreas que componen la organización del proyecto y su desempeño durante la implantación.</li> <li>• Encargado de la verificación del cumplimiento de lo planeado, programado y realizado</li> <li>• Elaborar recomendaciones durante el desarrollo de la implantación del proyecto.</li> <li>• Elaboración de reportes sobre utilización de recursos para la AECID.</li> </ul>	

*Tabla 339: Perfil del auditor*



## ASESOR LEGAL

SUBORDINACIÓN:	Ninguna
DEPENDENCIA JERÁRQUICA:	Personal Staff de Apoyo al Gerente de Proyecto
REQUISITOS MÍNIMOS:	Licenciado en ciencias jurídicas, con conocimiento en formación y legalización de empresas y trámites relacionados.
EXPERIENCIA:	3 años como mínimo en el ejercicio.
PERFIL GENERAL:	Abogada/o y Notario
APTITUDES Y CUALIDADES:	Responsable, organizado, comprometido. Conocimiento amplio en Leyes ambientales y constitución de empresa

## FUNCIONES

- Tramitar de la legalización de los diferentes comités que conforman la cooperativa.
- Encargado de la elaboración de todos los contratos y documentos legales, durante el desarrollo de la implantación del proyecto.
- Velar por la solvencia legal del proyecto.
- Encargado de la verificación de la no violación de normativas y reglamentos durante la puesta en marcha del proyecto.
- Asesorar al gerente de proyectos en aspectos legales referentes al proyecto en ejecución.

*Tabla 340: Perfil del asesor legal*

## ENCARGADO CONSTRUCCION KIOSCOS TURISTICOS E INSTALACION Y EQUIPAMIENTO DE SERVICIOS TURISTICOS

<b>SUBORDINACIÓN:</b>	Ninguna  Gerente del Proyecto
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>	Conocimiento en servicios turísticos, control de insumos y conocimientos de computación.
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	En puestos similares de supervisión
<b>EXPERIENCIA:</b>	Egresado de Ingeniería industrial, civil o carrera afín.
<b>PERFIL GENERAL:</b>	Habilidad de comunicación, coordinación y control de cumplimiento de actividades, Dinámico y acostumbrado a trabajar bajo presión.
<b>APTITUDES Y CUALIDADES:</b>	

### FUNCIONES

- Responsable de contacto con los proveedores de materiales, equipos, maquinaria, y suministros requeridos para la construcción de puestos turísticos (kioscos turísticos).
- Solicitud de cotizaciones adicionales.
- Elaboración de contratos junto con asesor legal.
- Encargado de instalación del equipo requerido.
- Levantamiento de indicadores de control semanales.
- Comunicación entre gerente de proyecto, empresa constructora.
- Persona encargada de verificar el desarrollo de las actividades propias de la Instalación del Sistema de Monitoreo de la Satisfacción al cliente.
- Encargada/o de verificar el desarrollo de las actividades propias para la instalación de casa de la cultura, oficina de turismo.
- Equipamiento de la despensa familiar

Tabla 341: Perfil del encargo de construcción

## 17.5. MATRIZ RESPONSABILIDAD

---

En la siguiente matriz, se muestra gráficamente la forma en que se asignan a los puestos encargados de la implantación las actividades más relevantes a ser monitoreadas a lo largo de la inversión del proyecto.

DONDE	
P	Planeación
O	Organización
E	Ejecución
D	Dirección
C	Control

Tabla 342: Símbolos Matriz de responsabilidades

*Matriz de responsabilidad*

RESPONSABILIDADES	ACOVICHSS	Ministerio de Turismo	Gerente	Asesor legal	Auditor	Encargado de construcción e instalación de servicios
Selección de los miembros del equipo para la implantación	P		DOCE			
Elaboración de los aspectos legales necesarios para la constitución de la empresa				E		
Obtención de fondos en AECID	C		DO			
Licitación y Contratación de empresas			DO		C	C
Construcción de kioscos de turismo			D			C
Equipamiento de la Despensa Familiar			D			C
Compra de insumos para despensa Familiar			D			P,C, E
Instalación de la casa de la Cultura	P	D				C,E
Instalación y Equipamiento Oficina de turismo	P	D				C,E
Contratación de personal			DOE			
Capacitaciones		DE	O			P
Desarrollo de sistema de monitoreo de la calidad y satisfacción al cliente			DO			CE
Publicidad			DC			
Inauguración	O					

Tabla 343: Matriz de responsabilidades

## 17.6. CONTROL DE IMPLANTACION

---

El sistema de control permite conocer en un determinado momento cómo se encuentra la ejecución comparando el desempeño de las actividades reales contra las programadas. Este seguimiento se hace más efectivo para aquellas actividades que son más difíciles de llevar a cabo por la limitación de recursos, muchas veces estas limitaciones son especialmente de tiempo.

El control se realizará a través de la verificación del cumplimiento de actividades según lo programado principalmente, en donde hay factores que deben dárseles seguimiento tales como los costos, calidad, plazos y metas. Como parte del proceso de control se encuentran las siguientes actividades:

- Supervisión
- Control de cambios: Se deberá evaluar y documentar ajustes y sus impactos sobre la programación previa.
- Control del cronograma
- Control de costos
- Control de calidad: verificar cumplimiento de acuerdos con empresas constructoras en cuanto a diseño de los puestos de turismo.
- Seguimiento de desempeño del equipo
- Informes de resultados
- Comunicación con interesados

Como parte del proceso de control se encuentran las siguientes actividades:

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REPORTE
<b><i>Supervisión</i></b>	<i>Encargado construcción kioscos turísticas e instalación y equipamiento de los servicios turísticos</i>	<b>Gerente del Proyecto o Administrador de la cooperativa.</b>
<b><i>Control de cambios: Se deberá evaluar y documentar ajustes y sus impactos sobre la programación previa.</i></b>	<i>Encargado construcción kioscos turísticas e instalación y equipamiento de los servicios turísticos</i>	<b>Gerente del Proyecto o Administrador de la cooperativa.</b>

<b>Control del cronograma</b>	Gerente del Proyecto o Administrador de la cooperativa.	<b>AECID</b>
<b>Control de costos</b>	Gerente del Proyecto o Administrador de la cooperativa.	<b>AECID</b>
	Auditor	
<b>Control de calidad según lo acordado: verificar cumplimiento de acuerdos con empresas constructoras en cuanto a diseño</b>	Gerente del Proyecto o Administrador de la cooperativa	<b>AECID</b>
<b>Seguimiento de desempeño del equipo</b>	Gerente del Proyecto o Administrador de la cooperativa	<b>AECID</b>
<b>Informe de avances</b>	Encargado construcción kioscos turísticos e instalación y equipamiento de los servicios turísticos	<b>Gerente del Proyecto o Administrador de la cooperativa.</b>
<b>Informes de resultados</b>	Gerente del Proyecto o Administrador de la cooperativa	<b>AECID</b>
<b>Comunicación con interesados</b>	<b>Gerente del Proyecto o Administrador de la cooperativa</b>	<b>Alcaldía Municipal, AECID instituciones involucradas, Auditor, miembros de la cooperativa ACOVICHSS</b>

Tabla 344: Actividades de control para la implantación

### 23.6.1 INDICADORES DE IMPLANTACION

Para ser aplicados en cada área de trabajo o en puntos que se consideren críticos en su realización o cuyo desarrollo sea de mayor dificultad. Como parte del control en la ejecución de cualquier proyecto, se requiere definir, conocer y manejar los indicadores que serán base para proporcionar la información para el seguimiento de todas las actividades.

Los indicadores que a continuación se presentan, han sido seleccionados principalmente por su carácter de críticos.

### CUADRO RESÚMEN DE ÍNDICES A UTILIZAR

ÁREA DE CONTROL	NOMBRE	CÓD	DESCRIPCIÓN	FÓRMULA
CONTROL DE AVANCE FINANCIERO	Ejecución presupuestaria	EP	Proporciona el nivel de utilización del dinero	ER/EPR
CONTROL DE EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES	Actividades programadas ya construidas	APyC	Proporciona la proporción de las actividades que ya han sido construidas del total	SDAYR/SDTAP
CONTROL DE EJECUCIÓN DE PROYECTO GENERAL	Ejecución del período de tiempo	ET	Medir la ejecución del período de tiempo(Duración)	TR/TP
DERIVADO DE EJECUCIÓN GENERAL	Índice de Resultado	IR	Monitorea metas	(MFA/MFP)*(CP/CR)
ACUMULADO DE EJECUCIÓN GENERAL	Índice de resultados acumulado	IRA	Monitorea el cumplimiento y grado de avance de la metas	ΣIR

Tabla 345: Índices de implantación

<b>Simbología</b>			
<b>ER</b>	Ejecución Real	<b>TP</b>	Tiempo programado
<b>EPR</b>	Ejecución presupuestaria	<b>MFA</b>	Metas físicas actuales
<b>SDAYR</b>	Suma de las duraciones de las actividades ya realizadas	<b>MFP</b>	Metas físicas programada
<b>SDTAP</b>	Suma de las duraciones de todas las actividades del proyecto	<b>CP</b>	Costo programado
<b>TR</b>	Tiempo real	<b>CR</b>	costo real

Tabla 346: Simbología de índices

**Cierre del Proyecto:** Éste consta de tres partes:

- Cierre administrativo
- Cierre del contrato
- Inauguración de obras

Producto, servicio o resultado final: *Plan de desarrollo socioeconómico para el BSE del Centro Histórico de San Salvador.*

## CONCLUSIONES

---

---

- Dentro del BSE existe un patrimonio tangible e intangible que puede mejorar el índice de ingresos de los habitantes del barrio a través de un plan de desarrollo de productos y servicios turísticos a fin de mejorar el índice de desarrollo humano dentro de este aprovechando el 84% de personas que estarían dispuestas a participar en el proyecto.
- Las condiciones de trabajo para los habitantes del BSE son alarmantes debido a que más del 50% de la población está desempleada y de los que trabajan el 40% lo hace en temporadas que se convierte en un 53% de personas que no poseen prestaciones de ley en su ámbito laboral.
- Existe un grado de organización que consta de pequeñas directivas comunales y dos cooperativas de civiles que han tenido ya proyectos de éxito que mejoran la calidad de vida de los habitantes y que pueden fortalecerse a través de la planeación adecuada de las actividades y programas que sus deficiencias demandan.
- Al menos 83 de cada 100 habitantes sabe leer y escribir lo que demuestra una gran cantidad de alfabetismo dentro del BSE, siendo este mucho menor que el índice del país con un 8% dentro del barrio, esto debido a que existe un buen acceso a educación básica siendo así el eje fundamental de educación a potencias el área de arte, cultura, recreación, alimentación, y valores.
- Existe facilidad para adquirir alimentos pertenecientes a la canasta básica alimentaria dentro del BSE ya que un 69% de los habitantes los adquieren del interior; pero no existe la capacidad de cubrir en su totalidad la canasta básica alimentaria por al menos el 59% de la población perteneciente al BSE.
- Existe la necesidad de elaborar un plan de gestión de recursos gubernamentales y no gubernamentales que promuevan mejores condiciones de vida para los habitantes del BSE debido a la gran cantidad de mejoras en seguridad, mantenimiento y medio ambiente que podrían llevarse a cabo.
- La producción interna del BSE a pesar de ser significativa no representa desarrollo entre sus habitantes ya que más del 50% de lo producido no se distribuye equitativamente ni entre los habitantes del mismo.
- El BSE necesita una propuesta integral para solucionar el problema reflejado con la investigación, que contenga elementos tanto en el ámbito social como el económico aprovechando al máximo los recursos existentes.

- Existe un mercado turístico amplio del cual se puede cubrir una cuota a través de la prestación de productos y servicios aprovechando el patrimonio y recursos del BSE.
- Existe una amplia gama de oportunidades representadas en políticas y convenios que tienen como fin común potenciar el desarrollo o colocar el turismo como principal fuente generadora de empleo, estas oportunidades se pueden aprovechar para potenciar el desarrollo en el BSE.
- A través de la implantación del sistema de elaboración de productos y prestación de servicios se espera dar el mayor aporte para convertir al BSE en principal eje de Desarrollo turístico del CHSS.
- Los criterios clave para la determinación de la oferta de productos y servicios son las características del mercado consumidor, características de mano de obra y disponibilidad de materia prima, obteniendo como resultado que ninguno de los tres criterios representa un obstáculo para la determinación de la oferta.
- Según la evaluación de los criterios determinantes para la determinación de la oferta de productos y servicios, las actividades a realizarse serán: Elaboración de alimentos típicos, elaboración de artesanías, servicio de transporte y servicio de guías turísticos.
- La forma óptima de determinar los requerimientos para los negocios es plantearlos de manera general, definiendo únicamente los requerimientos básicos y comunes entre los negocios, para que se puedan adaptar a las necesidades generales.
- El servicio de transporte y guías turísticos debe ser uno de los servicios principales que preste el BSE debido a que a través de este servicio se dará a conocer a los visitantes el valor histórico y cultural del BSE de manera que los visitantes puedan transmitir una percepción positiva a potenciales turistas.
- La capacitación de los habitantes sobre organización y servicio al cliente es factor básico a través del cual se impulsaran las aptitudes de los habitantes volviéndoles cada vez más competitivos en el campo laboral.
- El sistema de monitoreo de satisfacción del cliente será determinante al momento de retroalimentar el plan de desarrollo socio-económico del BSE, identificando los aspectos que se deben mejorar y los que fueron desarrollados con éxito.
- Los productos que la despensa de granos básicos comercializará son arroz, frijol, azúcar y maíz, con 925 quintales al año para atender el 50% de la demanda establecida para los productos equivalente a 827 personas sin acceso a canasta básica alimentaria en el BSE.



- La despensa de granos básico abastecerá únicamente a personas residentes dentro del barrio a través de un sistema de comercialización que garantiza el acceso exclusivo de los habitantes del barrio a través de un procedimiento establecido para está utilizando como herramientas, formularios, documentos, visitas técnicas y carnetización.
- El sector turístico es tan amplio que aun existiendo competencia, las características de servicios hacen única a la empresa. Siendo servicios, puede y debe dejar su sello a partir de la calidad brindada.
- Se determinó que la organización más óptima dentro del BSE es la cooperativa ACOVICHSS ya que cumple con todos los criterios establecidos como lo son antecedentes en la ejecución de proyectos exitosos, capacidad de trabajo en equipo, interés en el proyecto y tiene los recursos físicos y humanos disponibles.
- Se estableció una guía de las funciones a realizar en el proyecto por medio de la asignación de actividades en el manual de organización para fomentar el trabajo en equipo y la distribución de este.
- Para llevar a cabo las actividades de seguridad en el BSE se cuenta con el apoyo de instituciones como la iglesias, PNC y CAM es por medio de estas que se realizan campañas de prevención contra la delincuencia.
- Considerando una tasa atractiva de rendimiento de la inversión equivalente al 3.85% el valor actual neto es de \$67,966.71 lo cual denota factibilidad en el proyecto
- La tasa interna de retorno es equivalente a un 9.13% lo que aprueba el proyecto debido a que es mayor que la tasa atractiva de rendimiento de la inversión por más de cuarenta puntos porcentuales.
- La relación beneficio costo para el proyecto bajo el análisis financiero de la cooperativa ACOVICHSS es de 1.23 lo cual indica una utilidad de \$0.23 por cada dólar invertido lo que es aceptable para el proyecto y la cooperativa que es una organización sin fines de lucro.
- El tiempo de recuperación de la inversión es de 4.77 años y equivale a un muy corto tiempo de recuperación de la inversión lo que facilita a los cooperantes la credibilidad del proyecto para el financiamiento,
- Los empleos generados en el proyecto para las áreas administrativas son 43 de los cuales 32 salarios no se pagan directamente de la cooperativa sino que son los salarios que obtendrán las personas que participen en el proyecto a través de algún tipo de negocio.

- El Índice de Desarrollo Humano aumentara en el primer año un 1.62% y al final de los 5 años habrá aumentado un 2.11%.
- De la mejora de la seguridad en el BSE depende el flujo de turistas en el CHSS, garantizando así que se tengan los ingresos proyectados con los datos obtenidos en la investigación de campo.
- De la organización del BSE dependerá el crecimiento económico ordenado del mismo, ya que se distribuirán de mejor manera los ingresos y se centralizaron los esfuerzos en las áreas fundamentales para el Desarrollo del barrio.
- Si el turismo se convierte en eje principal de generación de ingresos para el BSE se asegurara la conservación del patrimonio tangible e intangible existente.

## RECOMENDACIONES

---

---

- El proyecto de desarrollo local para el Barrio San Esteban debe desarrollarse bajo un todo y no descuidar las líneas menos desarrolladas dentro de este trabajo. Es importante que la cooperativa profundice el desarrollo de las líneas de acción de seguridad, educación y alimentación para tener un impacto consistente en la calidad de vida de los habitantes del barrio San Esteban.
- Es importante que la cooperativa pueda retroalimentar constantemente la efectividad de los servicios en el control de calidad y promover nuevos servicios que puedan potenciarse como ejes de desarrollo adicionales dentro del ámbito del turismo cultural.
- Como recomendación para el aporte al desarrollo de otras comunidades con potencial turístico se debe sistematizar los registros de las propuestas en base a los aciertos y desaciertos de la implantación. Así mismo testificar con los índices reales los logros de este proyecto.

## BIBLIOGRAFIA

---

---

- **Hábitat en el Centro Histórico de San Salvador**  
Investigadores: Juan Francisco Serarols; Carlos Humberto Reyes  
Edición Jorge Manuel Henríquez, Segunda Edición 2009
- **El centro Histórico de San Salvador, Cultura e Identidades**  
América Rodríguez Herrera, Primera edición 2004
- **Evaluación de proyectos**  
Baca Urbina, Gabriel  
Editorial McGraw-Hill, México, 1995.
- **Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos**  
Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain  
Editorial McGraw-Hill
- **Contabilidad de Costos, Análisis para la toma de decisiones**  
Editorial McGraw-Hill, Segunda edición, 2002.
- Plan 2014, Ministerio de Turismo.
- **Contabilidad, Meigs & Meigs;**  
McGraw Hill, octava edición.
- **Ingeniería Económica,**  
Blank, Leland, Tarquin, Anthony; McGraw Hill, quinta y sexta edición.
- **Dirección estratégica, análisis de la estrategia de las organizaciones**  
Jonson, Gerry y Acholes, Kevan tercera edición. Prentice Hall, Madrid, 1997

### PAGINAS WEB

- [www.csj.gob.sv/leyes.nsf](http://www.csj.gob.sv/leyes.nsf)
- [www.elsalvador.travel/userfiles/file/plan\\_nacional\\_de\\_turismo](http://www.elsalvador.travel/userfiles/file/plan_nacional_de_turismo)
- [comisioncivica democratica.org/historiadesansalvador.aspx](http://comisioncivica democratica.org/historiadesansalvador.aspx)
- [www.guanacosonline.org/images/20050205HistoricalCenter](http://www.guanacosonline.org/images/20050205HistoricalCenter)
- [www.urbalvictoria.gob.mx/principal/agenda.htm](http://www.urbalvictoria.gob.mx/principal/agenda.htm)
- [www.sansalvador.gob.sv/amss/noticias/septiembre](http://www.sansalvador.gob.sv/amss/noticias/septiembre)
- [www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog\\_cooperacion/Patrimonio](http://www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog_cooperacion/Patrimonio)

## GLOSARIO TÉCNICO

---

---

### ***Brecha de pobreza***

Medición de la profundidad de la pobreza, que calcula la distancia media del ingreso de los pobres con relación a la línea de pobreza.

### ***Calidad de vida***

Es un concepto utilizado para evaluar el bienestar social general de individuos y sociedades. El término se utiliza en una generalidad de contextos, tales como sociología, ciencia política, estudios médicos, estudios del desarrollo, etc. No debe ser confundido con el concepto de estándar o nivel de vida, que se basa primariamente en ingresos. Indicadores de calidad de vida incluyen no solo elementos de riqueza y empleo sino también de ambiente físico y arquitectural, salud física y mental, educación, recreación y pertenencia o cohesión social.

### ***Canasta básica alimentaria (CBA)***

Conjunto de productos considerados básicos en la dieta de la población residente en el país, en cantidades suficientes para cubrir adecuadamente las necesidades energéticas y proteicas de un individuo promedio, según definición de DIGESTYC.

### ***Canasta básica ampliada***

Costo de la CBA más gastos de vivienda, salud, vestuario y misceláneos, según definición de DIGESTYC. En El Salvador su valor se ha establecido como dos veces el valor de la CBA.

### ***Centro Histórico de San salvador CHSS***

Área metropolitana comprendida por 11.2 Km<sup>2</sup> formada por la zona urbana del municipio.

### ***Cliente***

Se denomina de esta forma a toda persona u organización que compra bienes y adquiere servicios, sobre todo cuando lo hace de forma habitual.

### ***Cliente potencial***

Posible cliente de un producto o de un servicio, aunque nunca haya consumido el mismo.

### ***Coefficiente de Gini***

Medida que muestra hasta qué punto se aproxima una determinada distribución de alguna variable –por ejemplo, el ingreso– a la igualdad o la desigualdad absoluta. A medida que el coeficiente se aproxima a cero (uno), la distribución del ingreso se acerca a la igualdad (desigualdad) absoluta.

### ***Comercio informal***

Es aquel que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones de bienes y/o servicios en la sociedad (esto es lo que le da la "formalidad" al comercio). En general se aplica al comercio ambulante.

### ***Comité***

Comisión de gente generalmente elegidas en asamblea y que negocian determinados asuntos en nombre de aquella.

### ***Déficit (superávit) fiscal***

Diferencia entre el total de ingresos y el total de gastos del gobierno central.

### ***Déficit habitacional***

Carencia de una vivienda digna para cada hogar existente en el país, tomando en cuenta los componentes estructurales y servicios básicos que posee la vivienda. El déficit habitacional se compone del déficit cuantitativo y déficit cualitativo.

### ***Demanda Turística***

Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos. Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.

### ***Densidad de población***

Población por unidad de superficie terrestre; por ejemplo, personas por kilómetro cuadrado.

### ***Dependencia económica***

Población total menos población ocupada dividida entre la población ocupada. Este cociente es un indicador de la carga económica que soporta cada trabajador, es decir, cuantas personas que no trabajan deben

## ***Desarrollo***

Aparición de formas, de función y de conducta que son el resultado de intercambios entre el organismo, de una parte, y el medio interno y externo de la otra. Se designa muchas veces al desarrollo como 'crecimiento.

## ***Desarrollo económico***

Transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado, el cual se logra a través de un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo, con el consiguiente aumento de los factores productivos disponibles y orientados a su mejor utilización; teniendo como resultado un crecimiento equitativo entre los sectores de la producción. El desarrollo implica mejores niveles de vida para la población y no sólo un crecimiento del producto, por lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos. Las expresiones fundamentales del desarrollo económico son: aumento de la producción y productividad per cápita en las diferentes ramas económicas, y aumento del ingreso real per cápita.

## ***Desarrollo social***

Se refiere al desarrollo del capital humano y capital social en una sociedad. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto de futuro es el Bienestar social.

## ***Desarrollo sostenible***

El desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades

## ***DESARROLLO URBANO***

Es la posibilidad de una población determinada, de satisfacer las necesidades básicas: Alimentación, salud, educación, trabajo, vivienda, cultura. Es crear un hábitat en un ambiente armónico, en el que se respete los derechos humanos de las personas; no exista masificación, niños abandonados, mendigos, ni contaminación, ni delincuencia o estas sean mínimas; es decir un lugar racional y equilibrado en el que se respete la dignidad del ser humano; la ecología; seguridad y bienestar social.

## ***Deuda externa***

Deuda de un país con no residentes reembolsable en divisas, bienes o servicios.

### ***Ejecución***

La acción de poner por obra una cosa". Es la acción de materializar lo que estamos programando.

### ***Emprendedor***

Es aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que está generando algún tipo de innovación y empleos.

### ***Escolaridad promedio***

Número de años aprobados para la población de 6 años y más, según definición de DIGESTYC.

### ***Esperanza de vida***

Número de años que vivirá un recién nacido si los patrones de mortalidad por edades imperantes en el momento de su nacimiento siguieran siendo los mismos a lo largo de toda su vida.

### ***Estrategia***

Es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.

### ***Evaluación***

Estimación, apreciación, calcular el valor o rendimiento de una cosa.

### ***Gestión***

Proceso que desarrolla actividades productivas con el fin de generar rendimientos de los factores que en él intervienen. Diligencia que conduce al logro de un negocio o satisfacción de un deseo. Es el proceso mediante el cual se obtiene, despliega o utiliza una variedad de recursos básicos para apoyar los objetivos de la organización. "Es la acción y efecto de administrar.

### ***Gestión Integral***

Es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos; implica amplias y fuertes interacciones fundamentalmente entre el entorno, las estructuras, el proceso y los productos que se deseen obtener.



## **Hogar**

Persona o grupo de personas unidos por lazos familiares o amistosos que comparten una misma vivienda y que tienen una administración presupuestaria de alimentación común.

## **Indicador**

Es un dato que pretende reflejar el estado de una situación, o de algún aspecto particular, en un momento y un espacio determinados. Habitualmente se trata de un dato estadístico (porcentajes, tasas, razones...) que pretende sintetizar la información que proporcionan los diversos parámetros o variables que afectan a la situación que se quiere analizar

## **Índice de desarrollo humano (IDH)**

Índice compuesto que mide el promedio de los avances en las tres dimensiones básicas del desarrollo humano: vida larga y saludable, medida en función de la esperanza de vida al nacer; conocimientos, medidos en función de una combinación de la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta de matriculación combinada primaria, secundaria y terciaria; y nivel de vida digno, medido por el PIB per cápita (PPA en dólares estadounidenses)

## **Índice de desarrollo relativo al género (IDG)**

Índice compuesto que mide el logro en las mismas dimensiones que el IDH, pero toma en cuenta la desigualdad de logro entre mujeres y hombres en materia de esperanza de vida, nivel educacional e ingreso.

## **Índice de nivel educacional**

Uno de los tres índices que componen el índice de desarrollo humano. Se basa en la tasa de alfabetización de adultos y la tasa de matrícula combinada en primaria, secundaria y terciaria.

## **Índice de pobreza humana**

Índice compuesto que mide las privaciones en las tres dimensiones básicas que componen el índice de desarrollo

## **Índice de potenciación de género (IPG)**

Índice compuesto que utiliza variables que miden la potenciación relativa de hombres y mujeres en esferas de la actividad económica y política. El IPG es la suma de tres índices: la participación económica y el poder de adoptar decisiones, la participación política y el poder de adoptar decisiones, y el grado de control sobre los recursos económicos.

### ***Índice de remuneración media de género***

Remuneración media por mujer asalariada, dividida por remuneración media por hombre asalariado, por 100. Este indicador puede ser obtenido por sector de ocupación, por grupo ocupacional, subdividido por urbano y rural, o por áreas geográficas.

### ***Índice del PIB***

Uno de los tres índices que componen el índice de desarrollo humano. Se basa en el PIB per cápita (PPA en dólares estadounidenses).

### ***Inseguridad ciudadana***

Se define como el temor a posibles agresiones, asaltos, secuestros, violaciones, de los cuales podemos ser víctimas

### ***Inflación***

Elevación notable del nivel de precios con efectos desfavorables para la economía de un país.

### ***Ingreso***

Monto total percibido por una persona, durante un período establecido, en dinero y/o en especies por medio de su trabajo y otras fuentes tales como: comisiones, bonificaciones, renta, remesas y ayuda familiar, pensiones y jubilaciones, intereses, alquileres, donaciones, utilidades, etc., según definición de DIGESTYC.

### ***Logo***

Palabra que describe aquella parte de la marca formada por elementos gráficos y dibujos, que no tienen pronunciación, pero que sirven para diferenciarla de otras marcas y para ser reconocida por los consumidores.

### ***Organización***

Es la acción de establecer o reformar una cosa, sujetando a reglas el número, orden, armonía y dependencia de las partes que la componen o han de componerla".

### ***Patrimonio cultural***

Es el conjunto de exponentes naturales o productos de la actividad humana que nos documentan sobre la cultura material, espiritual, científica, histórica y artística de épocas distintas que nos precedieron y del presente; y que, por su condición ejemplar y representativa del desarrollo de la cultura, todos estamos en la obligación de conservar y mostrar a la actual y futura generación.

### ***Patrimonio cultural Intangible***

Es una serie de productos tradicionales tales como el teatro, la música, la danza, los juegos y ritos folclóricos, las artes marciales, las artesanías y la cocina. Estos tienen un alto valor histórico, académico y artístico, y características locales distintivas. "Intangible" en este caso quiere decir actividad artística o una técnica que no puede ser definida. A estas se le designa como patrimonio cultural cuando son llevadas a la práctica por la gente o las organizaciones que tienen habilidades artísticas o técnicas.

### ***PIB per cápita***

Producto interno bruto dividido por el total de habitantes del país. Puede ser calculado en términos nominales o corrientes, o en términos reales o en unidades monetarias de un mismo año tomado como base.

### ***Plan***

Determinación de algunos objetivos precisos y de los medios que deben emplearse para alcanzarlos en un plazo dado.

### ***Plan de desarrollo***

Promueve el desarrollo social en una determinada región. Este tipo de plan intenta mejorar la calidad de vida de la gente y atiende las necesidades básicas insatisfechas.

### ***Planificación***

Es el hecho de hacer el plan o proyecto de una acción".

### ***Planificar***

Es el conjunto de organización, planificación, ejecución y gestión.

### ***Población económicamente activa (PEA)***

Grupo poblacional constituido por las personas que, estando en edad de trabajar, efectivamente forman parte de la fuerza de trabajo al mantenerse en una ocupación o buscarla activamente, según definición de DIGESTYC.

### ***Pobreza extrema***

Condición de las personas u hogares cuyos ingresos son menores que el costo de la canasta básica alimentaria (CBA), la cual es diferenciada por área de residencia, según definición de DIGESTYC.

### ***Pobreza relativa***

Condición de las personas u hogares cuyos ingresos son mayores que el costo de la canasta básica alimentaria (CBA), pero son menores que los costos de la canasta básica ampliada, la cual, de acuerdo con la metodología adoptada por la DIGESTYC, es el doble del costo de la CBA.

### ***Pobreza total***

Total de personas en condición de pobreza. Aritméticamente es el resultado de la suma de personas u hogares en pobreza extrema y en pobreza relativa.

### ***Producto interno bruto (PIB)***

Producción total para uso final de bienes y servicios de una economía, realizada tanto por residentes como por no residentes, y considerada independientemente de la nacionalidad de los propietarios de los factores. Se excluyen las deducciones por depreciación del capital físico o las correspondientes al agotamiento y deterioro de los recursos naturales.

### ***Producto nacional bruto (PNB)***

Comprende el PIB, más el ingreso neto a costo de factores desde el exterior, que es el ingreso percibido del exterior por los residentes en concepto de servicios (trabajo y capital) a costo de factores, menos los pagos análogos efectuados a no residentes que contribuyen a la economía nacional.

### ***Programación***

Es la acción de coordinar en el tiempo y en el espacio las distintas partes que intervienen y son necesarias para la realización de la obra, fijando la interdependencia entre ellos.

### ***Proyecto***

Es un proceso único, consistente en un conjunto de actividades controladas, con fecha de inicio y finalización, llevadas a cabo para lograr un objetivo conforme con requisitos específicos, incluidas las limitaciones de tiempo, costo y recursos

### ***Publicidad exterior***

Realizada en el exterior de los edificios y en las calles de las ciudades y pueblos de un territorio. Sus principales tipos son: las vallas publicitarias, la publicidad en los transportes públicos, la publicidad estática, la publicidad aérea, la propia de los recintos deportivos y otras.

**Racionalidad**

Capacidad humana que permite pensar, evaluar y actuar de acuerdo a ciertos principios de optimidad y consistencia, para satisfacer algún objetivo o finalidad.

**Recurso**

Bienes, medios de subsistencia. Elementos de que una colectividad puede echar mano para acudir a una necesidad o llevar a cabo una empresa.

**Recursos Naturales**

Elementos naturales que el hombre puede aprovechar para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales.

**Rentabilidad**

Es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos.

**Sector formal**

Segmento del mercado de trabajo compuesto por asalariados y trabajadores en establecimientos de cinco o más trabajadores, y trabajadores por cuenta propia y patronos de empresas de cinco o menos trabajadores que desempeñan ocupaciones de tipo profesional, técnico, administrativo y gerencial.

**Sector informal**

Segmento del mercado de trabajo compuesto por personas asalariadas y trabajadoras familiares ocupadas en establecimientos de menos de cinco trabajadores, trabajadores por cuenta propia y patronos de empresas con menos de cinco trabajadores y/o trabajadoras en ocupaciones no profesionales, técnicas, gerenciales o administrativas.

**Sostenibilidad**

Característica o estado según el cual pueden satisfacerse las necesidades de la población actual y local sin comprometer la capacidad de generaciones futuras o de poblaciones de otras regiones de satisfacer sus necesidades.

***Turismo***

Es una actividad que se debe al desplazamiento entre una comunidad emisora a una receptora, por más de veinticuatro horas o menos de 365 días y con un motivo no lucrativo.

***Turismo Alternativo***

Otra forma de turismo diferente al de la ciudad y de la playa

***Turismo de masa***

Aquel conformado principalmente por cadenas hoteleras grandes e internacionales que atrae a cantidades grandes de personas.

# ANEXOS

## ANEXO 1: CALCULO DE INDICE HUMANO

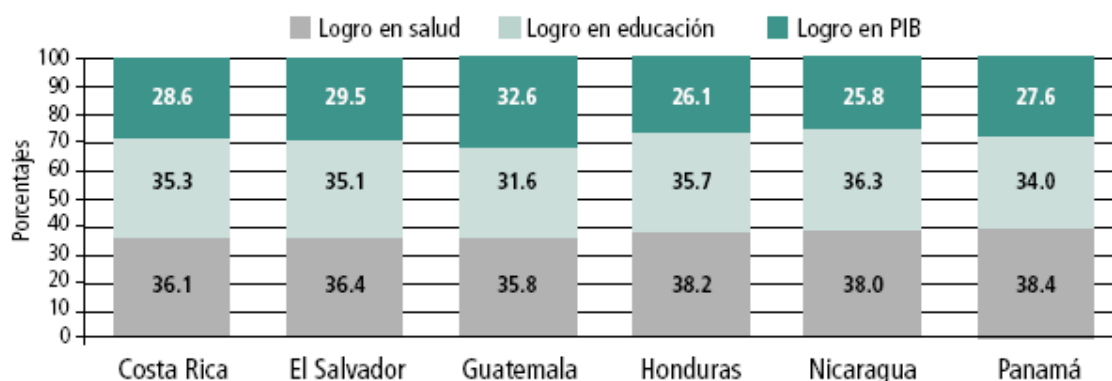
### Cálculo de los índices de desarrollo humano

Indicador	Objetivo	Variables
<p>Índice de desarrollo humano (IDH)</p> <p>173 países</p>	<p>Índice sintético que mide los adelantos medios de un país en desarrollo humano, en tres dimensiones: vivir una vida larga y saludable, tener acceso a la educación y a un nivel de vida digno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esperanza de vida al nacer.</li> <li>• Tasa de alfabetización de adultos.</li> <li>• Tasa combinada de matriculación en primaria, secundaria y nivel terciario.</li> <li>• PIB per cápita PPA en US\$.</li> </ul>
<p>Índice de pobreza humana para países en desarrollo (IPH-1)</p> <p>88 países</p>	<p>Mide las privaciones en los tres aspectos básicos del desarrollo humano que refleja el IDH: longevidad, conocimiento y nivel de vida decente. Aproxima la distribución del progreso de un país e identifica la proporción de personas que vive con carencias básicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probabilidad al nacer de no vivir más de 40 años.</li> <li>• Tasa de analfabetismo de adultos.</li> <li>• Porcentaje de población sin abastecimiento de agua potable.</li> <li>• Porcentaje de niños menores de 5 años con peso insuficiente.</li> </ul>
<p>Índice de desarrollo relativo al género (IDG)</p> <p>146 países</p>	<p>Ajusta el progreso medio en desarrollo humano (IDH) para reflejar las desigualdades entre hombres y mujeres. Primero se calculan los índices femeninos y masculinos de cada componente del IDH y luego se combinan, de tal forma que se penalicen las diferencias en el grado de adelanto entre hombres y mujeres. Finalmente, para cada variable se construye el índice de la variable igualmente distribuida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de esperanza de vida al nacer igualmente distribuido.</li> <li>• Índice de educación igualmente distribuido.</li> <li>• Índice de ingreso igualmente distribuido (estimación del ingreso proveniente del trabajo).</li> </ul>
<p>Índice de potenciación de género (IPG)</p> <p>66 países</p>	<p>Mide las oportunidades de las mujeres, más que su capacidad, y refleja las desigualdades en tres esferas: participación política, participación económica y poder sobre los recursos económicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporción de hombres y mujeres que ocupan escaños parlamentarios.</li> <li>• Participación porcentual de hombres y mujeres en cargos de legisladores, altos funcionarios y ejecutivos.</li> <li>• Participación porcentual de hombres y mujeres en puestos profesionales y técnicos.</li> <li>• Estimación del ingreso proveniente del trabajo para hombres y mujeres.</li> </ul>

*Fuente: PNUD, 2002.*

**GRAFICO 9.3**

**Centroamérica: peso relativo de los componentes del índice de desarrollo humano. 2000<sup>a/</sup>**



<sup>a/</sup> Para El Salvador, 1999, para Guatemala y Nicaragua, 1998. Para Honduras.

Fuente: Costa Rica: PNUD, 2002. El Salvador: PNUD-El Salvador, 2001. Guatemala: Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala, 2002. Honduras: PNUD-Honduras, 2002. Nicaragua: PNUD- Nicaragua, 2000. Panamá: Proyecto Informe Nacional de Desarrollo Humano, 2002.

**CUADRO 9.2**

**Centroamérica: indicadores utilizados en el cálculo del índice de desarrollo humano desagregado**

	Dimensión del IDH		
	Longevidad	Conocimiento	Nivel de vida decente
Costa Rica <sup>a/</sup> (por regiones)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esperanza de vida al nacer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de alfabetización de adultos (10 y más años).</li> <li>• Tasa bruta de matrícula combinada (primaria, secundaria, terciaria; 6 a 24 años).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso promedio per cápita de los hogares (PPA en dólares).</li> </ul>
El Salvador (por departamento)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esperanza de vida al nacer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de alfabetización de adultos (15 y más años).</li> <li>• Tasa bruta de matriculación combinada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PIB per cápita (PPA en dólares).</li> </ul>
Guatemala (por regiones administrativas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esperanza de vida al nacer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de alfabetización de adultos (15 y más años).</li> <li>• Tasa de escolaridad (15 a 24 años).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PIB per cápita (PPA en dólares).</li> </ul>
Honduras (por municipios)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de nutrición<sup>b/</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de alfabetización de adultos (15 y más años).</li> <li>• Tasa de matrícula combinada de educación primaria y secundaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de ingresos promedio de los jefes de hogar (ajustados con PPA).</li> </ul>



## ANEXO

ASOCIACION COOPERATIVA DE MEJORAMIENTO DE VIVIENDA DEL CHSS				
BALANCE INICIAL PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013				
Expresado en Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica				
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
ACTIVO CIRCULANTE		<b>\$74,440.79</b>	PASIVO CIRCULANTE	<b>\$0.00</b>
Efectivo	\$70,082.49			
Banco	<u>\$4,358.30</u>			
ACTIVO FIJO		<b>\$94,131.01</b>	PASIVO FIJO	<b>\$0.00</b>
Mobiliario y Equipo	\$23,838.30			
Obra civil y montaje	\$81,547.29			
Depreciaciones	( <b>\$11,254.58</b> )			
			<b>CAPITAL</b>	<b>\$189,717.86</b>
			Capital Social	<u>\$155,941.01</u>
			Utilidades del Periodo	\$15,125.36
			Reserva Legal	\$4,358.30
			Utilidades retenidas	\$14,293.19
ACTIVO INTANGIBLE		<b>\$21,146.06</b>		
Gastos de org. Legal	\$770.00			
Gastos de Organización	\$5,770.93			
Gastos Previos	\$29,590.00			
Gastos de <del>financiamiento</del>	\$4,147.28			
Imprevistos	\$ 2,013.91			
Amortizaciones	<u><b>-\$21,146.06</b></u>			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b><u>\$189,717.86</u></b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b><u>\$189,717.86</u></b>

**ASOCIACION COOPERATIVA DE MEJORAMIENTO DE VIVIENDA DEL CHSS**  
**BALANCE INICIAL PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014**  
 Expresado en Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica

ACTIVOS			PASIVOS	
ACTIVO CIRCULANTE		\$118,915.17	PASIVO CIRCULANTE	\$0.00
Efectivo	\$111,085.45			
Banco	<u>\$7,829.71</u>			
ACTIVO FUD		\$114,545.04	PASIVO FUD	\$0.00
Mobiliario y Equipo	\$23,838.30			
Obra civil y montaje	\$108,959.24			
Depreciaciones	(\$18,252.50)			
			CAPITAL	\$244,033.24
			Capital Social	<u>\$183,352.96</u>
			Utilidades del Periodo	\$23,432.02
			Reserva Legal	\$7,829.71
			Utilidades retenidas	\$29,418.55
ACTIVO INTANGIBLE		\$10,573.03		
Gastos de org. Legal	\$770.00			
Gastos de Organización	\$5,770.93			
Gastos Previos	\$29,590.00			
Gastos de <del>financiamiento</del>	\$4,147.28			
Imprevistos	\$ 2,013.91			
Amortizaciones	<u>-\$31,719.09</u>			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$244,033.24</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$244,033.24</b>

ASOCIACION COOPERATIVA DE MEJORAMIENTO DE VIVIENDA DEL CHSS  
 BALANCE INICIAL PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015  
 Expresado en Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CIRCULANTE	\$0.00
Efectivo	\$152,782.87		
Banco	<u>\$11,404.00</u>		
ACTIVO FIJO		PASIVO FIJO	\$0.00
Mobiliario y Equipo	\$23,838.30		
Obra civil y montaje	\$108,959.24		
Depreciaciones	( <span style="color: red;">\$25,250.42</span> )		
		CAPITAL	\$271,734.00
		Capital Social	<u>\$183,352.96</u>
		Utilidades del Periodo	\$24,126.46
		Reserva Legal	\$11,404.00
		Utilidades retenidas	\$52,850.57
ACTIVO INTANGIBLE			
Gastos de org. Legal	\$770.00		
Gastos de Organización	\$5,770.93		
Gastos Previos	\$29,590.00		
Gastos de <del>financiamiento</del>	\$4,147.28		
Imprevistos	\$ 2,013.91		
Amortizaciones	<span style="border: 1px solid black; color: red;">-\$42,292.12</span>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<u><b>\$271,734.00</b></u>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<u><b>\$271,734.00</b></u>

ASOCIACION COOPERATIVA DE MEJORAMIENTO DE VIVIENDA DEL CHSS  
 BALANCE INICIAL PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016  
 Expresado en Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica

ACTIVOS			PASIVOS	
ACTIVO CIRCULANTE		\$208,168.19	PASIVO CIRCULANTE	\$0.00
Efectivo	\$191,992.14			
Banco	<u>\$16,176.06</u>			
ACTIVO FIJO		\$100,549.20	PASIVO FIJO	\$0.00
Mobiliario y Equipo	\$23,838.30			
Obra civil y montaje	\$108,959.24			
Depreciaciones	(\$32,248.34)			
			CAPITAL	\$308,717.40
			Capital Social	<u>\$183,352.96</u>
			Utilidades del Periodo	\$32,211.35
			Reserva Legal	\$16,176.06
			Utilidades retenidas	\$76,977.03
ACTIVO INTANGIBLE		\$0.00		
Gastos de org. Legal	\$0.00			
Gastos de Organización	\$0.00			
Gastos Previos	\$0.00			
Gastos de <del>financiamiento</del>	\$0.00			
Imprevistos	\$0.00			
Amortizaciones	\$0.00			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<u><b>\$308,717.40</b></u>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<u><b>\$308,717.40</b></u>

## **ANEXOS DE NORMAS SALVADORENAS**

### **SEGÚN CONACYT**

- 1) OPERACIONES DE TURISMO. ESPECIFICACIONES PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO
  
- 2) RESTAURANTES Y ESTABLECIMIENTOS GASTRONOMICOS SIMILARES. ESPECIFICACIONES PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO

**OPERADORES DE TURISMO. ESPECIFICACIONES  
PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO.**

---

**CORRESPONDENCIA:** Esta norma no tiene correspondencia con norma internacional

ICS 03.200

---

Editada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT, Colonia Médica, Av. Dr. Emilio Alvarez, Pje. Dr. Guillermo Rodríguez Pacas # 51, San Salvador, El Salvador, Centro América. Teléfonos :22 34 8400, 22348430 ; Fax. 22 34 8416 ; e-mail : [infoq@conacyt.gob.sv](mailto:infoq@conacyt.gob.sv).

---

Derechos Reservados.

**INFORME**

Los Comités Técnicos de Normalización del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT, son los organismos encargados de realizar el estudio de las normas. Están integrados por representantes de los sectores: Productor, Gobierno, Organismos de Protección al Consumidor y Académico Universitario.

Con el fin de garantizar un consenso nacional e internacional, los proyectos elaborados por los Comités se someten a un periodo de consulta pública en el cual puede formular observaciones cualquier persona.

El estudio elaborado fue aprobado como NSR 03.54.01:08 Operadores de Turismo. Especificaciones para la Prestación del Servicio, por el Comité de Técnico de Normalización 54. La oficialización de la norma conlleva la ratificación por la Junta Directiva de CONACYT y el Acuerdo Ejecutivo del Ministerio de Economía.

Esta norma está sujeta a permanente revisión con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias de la técnica moderna. Las solicitudes fundadas para su revisión merecerán la mayor atención del organismo técnico del Consejo: Departamento de Normalización, Metrología y Certificación de la Calidad.

**MIEMBROS PARTICIPANTES DEL COMITÉ 54**

Leonor de Castellanos	Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo
Gilberto Casanova	Asociación salvadoreña de Operadores de Turismo
José Galdámez	Planett Tours
Ivonne Mejía	Corporación Salvadoreña de Turismo. Ministerio de Turismo
Bernardo Trujillo	Universidad Francisco Gavidia
Juan Moises Flores	Asociación de Guías de Turismo
Owar Villa	Defensoría del Consumidor
Yanira Colindres	CONACYT

## 1. OBJETO

Esta norma establece requisitos para la prestación del servicio de los operadores de turismo.

## 2. CAMPO DE APLICACIÓN

Esta norma aplica a operadores de turismo emisores y receptivos que operen a nivel nacional.

## 3. DEFINICIONES

Las definiciones que se mencionan a continuación forman parte de la terminología utilizada en la gestión de los operadores de turismo. En el Anexo A, se presenta un índice de términos y sus equivalentes en inglés, francés, alemán, español.

**3.1. Animador:** persona responsable de planificar y supervisar los programas de ocio y actividades deportivas así como de animar a los viajeros a participar, que habla el idioma que la mayoría de los viajeros entienden.

**3.2. Anticipo o depósito:** pago anticipado realizado por el viajero sobre el precio del servicio turístico.

**3.3. Anulación por un pasajero:** cancelación por parte de un viajero del contrato de un servicio turístico antes de utilizar dicho servicio.

*Nota 1. Como norma, las condiciones de un contrato de viaje, de alojamiento o de transporte contienen información sobre los plazos de anulación y los gastos fijos o específicos que se originan por anular*

**3.4. Anulación por un proveedor turístico:** cancelación del contrato de servicio turístico por parte de un proveedor de servicios turísticos antes y durante la realización de dichos servicios.

*Nota 2. Como norma, las condiciones de un contrato de viaje, de alojamiento o de transporte contienen información sobre los plazos de anulación y los gastos fijos o específicos que se originan por anular*

**3.5. Asesoría de viajes:** servicio por el cual un proveedor de servicios turísticos proporciona información y consejo a los clientes.

**3.6. Asistencia en viaje:** información y ayuda a los viajeros durante las etapas contratadas de su viaje, que incluye un número telefónico y persona de contacto.

**3.7. Base tarifaria:** conjunto de criterios establecidos por el proveedor de transporte para la gestión de su capacidad, teniendo en cuenta diversos factores tales como la época del año, duración del viaje, número de viajeros, condiciones de pago y de anulación, medios y tipos de transporte y la accesibilidad al destino.

**3.8. Canal de comercialización:** conjunto de compañías que forman una cadena de prestadores de servicios turísticos.

**3.9. Circuito turístico:** combinación de los atractivos turísticos de una o más rutas, dentro de uno o más países.

**3.10. Comienzo de la prestación del servicio por el operador de turismo:** fecha y hora del primer servicio turístico contratado.

**3.11. Compañía administradora de destinos:** conocidas como DMC, por sus siglas en Inglés Destination Management Company.



- 3.12. **Comprobante de servicios:** documento que contiene todos los datos de la reservación confirmada de un servicio turístico, así como toda la información necesaria para disfrutar de dichos servicios y posee un código de reservación, el cual es presentado por el usuario final al proveedor que va a realizar el servicio.
- 3.13. **Condiciones de un contrato de servicio turístico:** cláusulas de un contrato entre el turista o excursionista y los proveedores de servicios turísticos con el operador de turismo.
- 3.14. **Excursionista:** visitante de un día, ya sea internacional o interno.
- 3.15. **Ficha técnica:** descripción del programa del tour, el cual incluye: itinerario, lugares, actividades, responsables, requerimientos especiales de los clientes y paradas técnicas.
- 3.16. **Finalización de la prestación del servicio por el operador de turismo:** fecha y hora del último servicio turístico contratado.
- 3.17. **Folleto de viaje:** publicación dirigida a consumidores, que detalla las características de los destinos, los servicios turísticos, las condiciones de reserva y puede incluir los precios.
- 3.18. **Fuerza mayor:** circunstancias inusuales e impredecibles más allá del control del prestador de servicios y cuyas consecuencias no se podían haber evitado, incluso si se hubiera actuado con total diligencia.
- 3.19. **Gastos de anulación:** gastos en que incurre el operador de turismo o el viajero cuando se anula el contrato o parte del servicio turístico, los cuales serán cubiertos por el responsable de la anulación de acuerdo a políticas preestablecidas.
- 3.20. **Información sobre el destino:** información pertinente y veraz sobre un destino específico.
- 3.21. **Información sobre el país:** información de diferentes aspectos del país, tales como información sobre visados, sanidad y vacunación, clima, deportes y facilidades para el ocio, productos y servicios típicos, climas, atractivos, entre otros.
- 3.22. **Itinerario:** programa detallado de un viaje, que incluye fechas, horas y lugares que se visitan.
- 3.23. **Manual de ventas:** publicación controlada dirigida a los distribuidores, que detallan las características de los destinos, los servicios turísticos, las condiciones de reserva e incluyen los precios de venta.
- 3.24. **Mercado objetivo:** identificación de las organizaciones y/o personas a las cuales va dirigido a un producto, servicio y/o paquete turístico, las cuales están caracterizadas por aspectos geográficos, socio-culturales, económicos, intereses especiales u otros.
- 3.25. **No presentación; no show:** la no utilización por parte del usuario de un servicio sin aviso previo dentro del plazo estipulado, por el cual había una reserva.
- 3.26. **Oferta especial:** servicio turístico ofrecido a un precio determinado, sujeto por lo general a condiciones especiales.
- 3.27. **OPE/OPC:** siglas con las que se conoce a un Operador profesional de Eventos, Congresos y convenciones.
- 3.28. **Opción de servicio turístico:** alternativas presentadas para la reservación de determinados servicios turísticos.

3.29. **Operador de turismo:** es la organización comercial que diseña o integra productos y servicios turísticos con base en convenios o contratos específicos con los prestadores finales del servicio y los comercializa a través de los canales normales de distribución que son las agencias de viajes mayoristas y minoristas u otros operadores de turismo, tanto nacionales como extranjeros.

3.30. **Operador de turismo emisor:** operador de turismo que comercializa productos y servicios turísticos tanto a nacionales como extranjeros residentes, los cuales serán realizados en el extranjero.

3.31. **Operador de turismo receptivo:** operador de turismo que planifica, organiza y ejecuta la prestación de productos y servicios turísticos dentro de la República de El Salvador y que pueden ofertar sus servicios tanto a nacionales como extranjeros.

3.32. **Paquete turístico:** conjunto de servicios turísticos ofrecidos por un operador de turismo (pasajes de transporte, alojamiento turístico, alimentación y otros).

3.33. **Parada técnica:** parada planificada durante un viaje entre el lugar de salida y el lugar de destino, contratado con antelación y especificada en el documento de transporte.

3.34. **Parada obligada:** interrupción obligatoria dentro de una ruta, no solicitada por el cliente, ni establecida por el operador de turismo.

3.35. **Precio del servicio turístico:** pago total que tiene que abonar el turista o excursionista por todos los servicios turísticos (incluidos impuestos y tasas) acordados en el contrato de servicio.

3.36. **Producto turístico:** conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el diseño de paquetes turísticos.

3.37. **Programa turístico:** descripción detallada de un paquete turístico, el cual contiene entre otros el itinerario, tarifas, vigencia, servicios y las actividades del viaje.

3.38. **Proveedor de servicios turísticos:** empresa o persona que proporciona los servicios que solicitan los viajeros, tales como los operadores de turismo, agencias de viajes, OPE/OPC, DMC, guías turísticos, establecimientos de alojamiento turístico, restaurante, transporte turístico, entre otros.

3.39. **Reservación del servicio turístico:** manifestación de intención de la contratación de un servicio, el cual queda pendiente de confirmación, según políticas de pago.

3.40. **Responsabilidad contractual:** compromiso de todas las partes de un contrato al que están legalmente ligadas por sus cláusulas y obligaciones.

3.41. **Responsable del tour:** persona que gestiona y supervisa el itinerario en representación de la operadora del turismo, asegurándose de que el programa se desarrolla según lo acordado con el cliente.

3.42. **Ruta:** itinerario de viaje definido por un punto de origen, un punto de destino y cualquier parada o cambio en el recorrido.

3.43. **Seguro de viaje:** pólizas de seguro relativas a riesgos en el viaje entre empresas aseguradoras y viajeros

Nota 3. Los riesgos en el viaje\*, por ejemplo enfermedad, accidente, necesidad de asistencia urgente incluyendo repatriación, pérdida o daños del equipaje, y responsabilidad civil

3.44. **Servicio turístico:** acciones y actividades que ejecutadas coordinadamente por la industria turística, permiten el cumplimiento de lo establecido en un paquete turístico.

3.45. **Temporada turística:** periodos de tiempo, por ejemplo, temporada alta, media y baja, durante los que los precios varían según la demanda para el servicio turístico en cuestión.

3.46. **Transporte regular:** transporte establecido con una ruta determinada y de acuerdo a un horario predefinido por el proveedor de transporte.

3.47. **Transporte discrecional o charter:** alquiler total o parcial de un medio de transporte por parte de un proveedor de servicios turísticos.

Nota 4. Para las diferentes bases tarifarias pueden existir determinados precios y plazos límites relativos a la reserva, el pago, la emisión de billete, cambio de la reserva y anulación.

3.48. **Transporte en conexión:** combinación de varios medios de transporte para trasladar a los viajeros desde un punto a otro.

3.49. **Tour:** excursión o viaje organizado.

Nota 5: En la norma europea se utiliza la palabra "tur", como traducción de tour.

3.50. **Tour de familiarización:** tour corto para familiarizar a los viajeros con la disposición e instalaciones de un lugar específico. Son conocidos como "fam trip".

3.51. **Tour panorámico:** visión de conjunto de una ciudad o de una zona, normalmente sin visitas turísticas.

3.52. **Turismo:** actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

3.53. **Turista:** visitante internacional o interno que pernocta en el lugar que visita.

3.54. **Viajero de negocio:** visitante internacional o interno que viaja por motivos de actividades profesionales o comerciales.

3.55. **Visitante internacional:** toda persona que viaja, por un período no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia.

3.56. **Visitante interno:** toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual.

Nota 6. Entre los diferentes servicios figuran por ejemplo: transporte, alojamiento, comidas y circuitos combinados.

3.57. **Viaje de incentivo:** paquete turístico con requerimientos especiales, diseñado para organizaciones que envían a los participantes para motivarles o premiarlos por objetivos alcanzados.

3.58. **Visita turística:** recorrido físico en un sitio de interés turístico especificado en el itinerario.

#### 4. REQUISITOS PARA LOS OPERADORES DE TURISMO

Los operadores de turismo deben cumplir con los requisitos mínimos generales, de gestión, calidad y competencias que se describen en las siguientes cláusulas.

#### 4.1 Requisitos de organización

El tour operador debe tener una organización tal, de manera que preste los servicios indicados en su manual de servicios y los que promocióne. En particular el tour operador debe:

- a) Contar con un manual de organización que contenga a lo menos:
- organigrama o esquema de cargos, en el cual se establecen las relaciones funcionales, jerárquicas de autoridad y de control;
  - definición y estructuración de las áreas de la organización, incluyendo la definición de las funciones de cada una de las áreas definidas;
  - requisitos de selección del personal para todas y cada una de las áreas, incluyendo la formación, competencias, habilidades y experiencia que debe poseer el personal, de acuerdo a la definición y estructuración de las áreas que se hayan establecido; y

*Nota 7. Una misma persona puede realizar diversas funciones*

- b) Contar con un manual de procedimientos escritos, para cada una de las áreas definidas, que permitan garantizar la calidad de los servicios ofrecidos. Este Manual debe incluir procedimientos para el tratamiento de los imprevistos que el tour operador haya definido que pueden ocurrir al entregar productos, paquetes o servicios turísticos.
- c) Contar con información sobre aspectos migratorios, aduanales, fitosanitarios y de salud, relacionados con los turistas.
- d) Contar con información y procedimientos para contactar servicios de emergencia, médicos, hospitales y asistencia médica para los turistas
- e) Procedimiento documentado para la recepción, atención, seguimiento y despedida de turistas, que permita contactarlos permanentemente.
- f) El personal que esta en contacto con el turista deberá portar gafete o carnet de identificación que tenga de forma visible la siguiente información: foto, nombre, cargo, vigencia y logo de la empresa
- g) Contar con el personal capacitado y entrenado en los sistemas y métodos de trabajo, para la eficiente y oportuna entrega de los servicios prestados.
- h) Tener definido un sistema para identificar y documentar las necesidades de capacitación del personal, el que debe considerar como mínimo los aspectos siguientes: servicio al cliente, calidad del servicio, conocimientos técnicos para el diseño de paquetes turísticos, comercialización, idiomas, entre otros.
- i) Definir los mecanismos de selección y capacitación del personal temporal o transitorio contratado para temporadas altas u otros, de forma tal que su trabajo no afecte a la calidad de los servicios ofrecidos.
- j) Tener implementado y difundir, un proceso de recepción y tratamiento de sugerencias y reclamos.
- k) Contar con programas de mantenimiento, preventivos y correctivos, de forma tal de asegurar el buen estado de funcionamiento, conservación y mantenimiento del equipo de la organización.
- l) Informar mediante un manual de productos, paquetes y/o servicios, que ofrece el tour operador, en español cuando el mercado objetivo sea de habla hispana y/o en un segundo idioma

correspondiente a el o los mercado(s) objetivo(s), indicando el producto, paquete o servicio y su descripción, y datos de contacto de la organización.

Nota 8. Los precios de los productos, paquetes y/o servicios pueden ir incorporados en el manual o en un documento aparte designado como tarifario.

#### **4.2 EQUIPOS**

El tour operador debe disponer de un local o establecimiento, destinado a los objetivos propios de un tour operador, que cumpla con la reglamentación vigente y cuente con al menos el siguiente equipo:

- teléfono, destinado a las actividades propias del tour operador;
- conexión a Internet y correo electrónico vigente con dominio propio;
- fax o sistema equivalente;
- otros, según se requiera para su operación.

#### **4.3 SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES DE SERVICIOS**

El tour operador, para asegurar la calidad del producto o servicio adquirido, debe tener un procedimiento escrito para seleccionar y evaluar a sus proveedores, considerando entre otros:

a) Identificación y verificación del cumplimiento de los requisitos legales vigentes directamente relacionados con la actividad.

Nota 9. En el caso de los tour operadores emisivos los requisitos legales deben corresponder a los destinos que están incluidos en el paquete turístico.

- b) Experiencia de los proveedores dentro del mercado en el que se prestará el producto o servicios.
- c) Evaluación y aprobación de los recursos, instalaciones y medios técnicos de los proveedores
- d) Comportamiento del proveedor con otros tour operadores.
- e) Criterios para la descalificación de un proveedor (por ejemplo: incumplimientos en las características o condiciones acordadas por el proveedor, tales como precio, tiempo entre otros; falta de respuesta o respuesta insatisfactoria a reclamaciones; insuficiente nivel de calidad en visitas de comprobación; falta de ética y otros).
- f) Los proveedores de transporte deben poseer vehículos de transporte con su debido mantenimiento preventivo y correctivo y deben cumplir las condiciones mínimas de seguridad.
- g) El operador de turismo debe proveer el equipo necesario, tales como: micrófonos, altavoces, equipos de seguridad (en caso apliquen), botiquín de primeros auxilios y cualquier otro requerido para el desarrollo del tour.
- h) Respetar la capacidad de los vehículos, ya sean propios o subcontratados.
- i) Definir el protocolo de servicio de su organización y difundirlo entre su personal y guías de turismo.

#### **4.4 SATISFACCION DEL CLIENTE**

El tour operador debe tener implementados como mínimo, un procedimiento escrito para la medición de la satisfacción de los clientes respecto del paquete, producto o servicio turístico ofrecido, el cual debe incluir al menos:

- forma en que se recopilará la información (encuestas de satisfacción, entrevistas con las agencias de viajes y similares);
- frecuencia de la medición y el responsable de su aplicación;
- mecanismos de seguimiento y responsables de su ejecución.

### **5 REQUISITOS DE DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS**

El tour operador debe definir el diseño y control de calidad de los paquetes turísticos y sus correspondientes registros. Las cláusulas siguientes detallan requisitos a considerar para el diseño.

#### **5.1 DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS**

El tour operador para el diseño de un paquete turístico debe:

- a) Definir la duración e itinerarios de los distintos programas que lo componen.
- b) Definir el nombre, precio y vigencia del paquete turístico
- c) Definir en detalle cada uno de los productos y/o servicios que están incluidos, según corresponda.
- d) Identificar los servicios opcionales y sus respectivos valores, cuando corresponda.
- e) Identificar a los proveedores de cada uno de los servicios incluidos en el paquete turístico.
- f) Definir las responsabilidades propias, de las agencias de viajes y de los proveedores.
- g) Identificar los requisitos legales, medio ambientales, de seguridad, salud y otros, que pueden ser aplicables al paquete turístico y a los usuarios finales, en cada uno de los destinos que incluye.
- h) Definir los seguros incluidos en el paquete turístico.
- i) Identificar proveedores alternativos para cada uno de los servicios turísticos.

#### **5.2 VERIFICACIÓN DEL DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS**

Para garantizar la prestación de los productos, servicios y/o paquetes turísticos, el tour operador debe verificar el diseño de los paquetes turísticos, considerando lo siguiente:

- verificación de los proveedores;
- cotizaciones de los servicios las que deben incluir todas las especificaciones y características de éstos;
- disposiciones legales vigentes en los destinos incluidos en el paquete turístico, directamente relacionadas con la actividad.

### **5.3 REVISIÓN Y VALIDACIÓN DEL DISEÑO DEL PAQUETE TURÍSTICO**

Al concluir el proceso de diseño del paquete turístico se debe generar un registro de la revisión final y validación de éste, el que debe incluir al menos:

- a) Aprobación de toda la documentación que respalda la calidad y condiciones de cada uno de los servicios turísticos incluidos en el paquete turístico, verificando que se cumplan cada uno de los requisitos definidos.
- b) Identificación de los participantes y representantes de cada una de las áreas de la organización.
- c) Identificación de los potenciales problemas, y las acciones preventivas propuestas para asegurar que éstos no ocurran y afecten la calidad del paquete turístico.
- d) Identificar los medios y periodicidad con la que se realizarán las validaciones, de forma tal de asegurar que el paquete turístico continúa satisfaciendo las necesidades de los usuarios finales, conforme a los requisitos y a las modificaciones solicitadas por los clientes, y permitir también identificar potenciales mejoras a éste.

### **5.3 CONTROL DE MODIFICACIONES EN EL DISEÑO**

El tour operador debe llevar un registro y administrar las modificaciones de los requisitos de los servicios de un paquete turístico, después de que éste haya sido implementado. El registro de modificaciones debe considerar al menos:

- a) Identificación y justificación de las modificaciones, para ser sometidas a análisis y se rediseñe la parte del paquete turístico afectado.
- b) Registro de las modificaciones en los requisitos del paquete turístico, identificando la planificación, aprobación y fecha de la implementación.
- c) Identificación de los representantes de las áreas de la organización afectadas por las modificaciones.

## **6. REQUISITOS COMERCIALES Y DE MERCADEO**

El tour operador debe cumplir con los requisitos mínimos siguientes respecto de sus relaciones comerciales y de mercadeo.

### **6.1 COMERCIALIZACIÓN**

El tour operador debe cumplir con los requisitos mínimos siguientes:

- a) Definir las tarifas aplicables a los paquetes turísticos desarrollados.
- b) Definir la forma de pago aplicable a cada uno de los intermediarios.
- c) Identificar claramente las características de los paquetes turísticos y las promociones, de forma tal que los intermediarios conozcan los compromisos asumidos por el tour operador.
- d) Tener un manual de venta de los paquetes, productos y servicios turísticos ofrecidos, condiciones y otros.

e) Difundir y explicar las condiciones de los paquetes, productos y servicios turísticos de manera que sean entendidas, difundidas e informadas correctamente a los clientes e intermediarios, según aplique.

## 6.2 RESERVAS Y VENTAS

El tour operador debe realizar el servicio de reservas y ventas, cumpliendo con los requisitos mínimos siguientes:

- a) Establecer un procedimiento documentado de reservas y ventas.
- b) Definir, como mínimo, dos medios de pago.
- c) Tener definidas condiciones de reserva para los distintos proveedores de servicios, de forma tal de entregar la información necesaria para activar una reserva y conocer el estado de la reserva.
- d) Tener definido el procedimiento de venta, anulaciones, no presentación (*no show*), devoluciones, confirmaciones de todos los paquetes, productos o servicios turísticos que ofrece.
- e) Formalizar por medio de un documento escrito, el o los paquetes, productos o servicios turísticos vendidos, el cual debe establecer según corresponda, lo siguiente:
  - identificación del cliente;
  - itinerario, destino(s) del viaje, con sus períodos y fechas de estadía;
  - medios de transporte, categorías y características, fechas, horas y lugares de salida y regreso;
  - alojamiento, categoría y servicios contratados;
  - régimen alimenticio;
  - nombre, dirección, teléfono y correo electrónico, para contactarse en caso de emergencias;
  - formas y fechas de pago;
  - plazo y condiciones de anulación, no presentación (*no show*), modificación o postergación de el o los servicios contratados, indicando las multas, penalidades y cargos por estos conceptos;
  - condiciones de las ofertas y promociones;
  - otros servicios incluidos en el programa, tales como seguros de asistencia y otros;
  - restricciones que aplican
  - deberes, derechos y obligaciones de las partes; y
  - otros.
- f) Entregar recibo o documento justificante en el que conste el monto cancelado, conceptos o servicios e identificación del cliente, que haya efectuado un prepago, pago total o abono de los servicios contratados, de acuerdo a leyes nacionales.
- g) En el caso de existir diferentes tarifas (por temporada, ofertas, promociones y otros) éstas deben responder a los servicios ofrecidos.

## 6.3 IMAGEN CORPORATIVA O PUBLICIDAD

El tour operador debe cumplir con los requisitos mínimos siguientes:



- a) Consignar en forma precisa y explícita la marca comercial en los medios publicitarios, correspondencia, formularios y cualquier otra documentación o material que se requiera.
- b) El material utilizado en la promoción de los servicios se debe publicar en el idioma acorde al mercado objetivo.

#### **7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- Norma UNE-EN 13809, Servicios Turísticos. Agencia de Viaje y touroperadores. Terminología. Marzo de 2003.
- PROY-NMX-TT-010-DMNC-2006 Elementos de operación para la clasificación del giro y la calidad de las agencias de viaje y operadores de turismo. 2006.
- NCh 3067.Of2007. Touroperadores u operadores mayoristas. Requisitos. 2007.
- Recomendaciones sobre estadísticas de turismo. Organización Mundial de Turismo. Naciones Unidas. Nueva York. 2000.

## ANEXO A

## Terminología de la industria turística, mas utilizada en por Operadores de Turismo

La lista de términos que a continuación se presentan se ha sido adoptada de la Norma Europea EN 13809:2003.

Inglés	Francés	Alemán	Español
Travel and Tourism	Tourisme	Reiseverkehr	Turismo
Sustainable Tourism	Tourisme durable	Safter Tourismus	Turismo sostenible
Traveller	Voyageur	Reisender	Viajero
Tourist	Touriste	Tourist	Turista
Business Traveller	Voyageur d'affaires	Geschäftsreisender	Viajero de negocio
Visitor	Visiteur	Besucher	Visitante
Tourism services	Services touristiques	Touristische Leistungen	Servicios turísticos
Transport	Transport	Beförderung	Transporte
Regular Transport	Transport de lignes	Linienverkehr	Transporte regular
Contract of Transport	Contrat de transport	Beförderungsvertrag	Contrato de transporte
Classes of Transport	Classes de transport	Beförderungsklassen	Tipos de transporte
Fare Basis	Base de tarification	Preisbasis	Base tarifaria
Minimum/Maximum Stay	Séjour minimal/maximal	Mindest-/Höchstaufenthalt	Estancia mínima/máxima
Baggage	Bagages	Gepäck	Equipaje
Baggage Allowance	Limite de bagages autorisés	Freigeepäck	Franquicia de equipaje
Hand Baggage	Bagage à main	Handgepäck	Equipaje de mano
Excess Baggage	Excédent de bagages	Übergepäck	Exceso de equipaje
Seat Reservation	Réservation de place	Sitzplatzreservierung	Reserva de asiento
Transfer	Transfert	Transfer	Traslado
Minimum Connection time	Temps de correspondance minimum	Mindestübergangszeit	Tiempo mínimo de conexión
Code-Sharing Flight	Vol en code partagé	Gemeinschaftsflug	Vuelo de código compartido
Means of Transport on Water	Moyen de transport sur l'eau	Verkehrsmittel auf dem Wasser	Medios de transporte acuático
Car Ferry	Transbordeur/Ferry boat	Autofähre	Transbordador
Roll-on/Roll-off Ship (Ro-Ro Ship)	Roulier/Bateau Ro-Ro	Ro-Ro-Schiff	Barco con muelle

Ingles	Francés	Alemán	Español
Hovercraft	Aéroglysse/Hovercraft	Luftkissenfahrzeug	Aerodeslizador
Hydrofoil	Hydroptère/Hydrofoil	Tragflügelboot	Hidrofoil
Catamaran	Catamaran	Katamaran	Catamarán
Trimaran	Trimaran	Trimaran	Trimarán
Motor Yacht	Yacht à moteur	Motorjacht	Yate de motor
Tender	Chaloupe	Ausschiffungsboot	Embarcación auxiliar
Other Means of Transport	Autres moyens de transport	Andere Verkehrsmittel	Otros medios de transporte
Car Sleeper Train (Motorail)	Train auto-coachettes	Autosleepzug	Autospresso
Rented Car (Rent-a-car)	Voiture de location	Mietwagen	Auto de alquiler
Cabin	Cabine	Kabine	Camarote
Outside Cabin	Cabine extérieure	Außenkabine	Camarote exterior
Inside Cabin	Cabine intérieure	Innenkabine	Camarote interior
Atrium Cabin	Cabine atrium	Atrium-Kabine	Camarote en atrio
Assistance	Assistance	Betreuung	Asistencia
Assistance during Travel	Assistance pendant le voyage	Betreuung während der Reise	Asistencia en viaje
Tour Manager	Directeur de circuit	Reiseleiter	Director de tur o jefe de grupo o correo de turismo
Tour Escort	Accompagnateur	Reisebegleiter	Acompañante
Local Representative	Représentant local	Örtlicher Vertreter	Representante local
Tourist Guide	Guide touristique	Gästeführer, bzw. Fremdenführer	Guía de turismo
Animator/Activity Coordinator	Animateur	Animateur	Animador
Host/Hostess	Assistent/hôtesse	Gästebetreuer/in	Auxiliar
Mountain Guide	Guide de haute montagne	Bergführer	Guía de montaña
Sports Instructor	Moniteur de sport	Sportlehrer	Monitor deportivo
Cruise Director	Animateur de croisière	Kreuzfahrtdirektor	Director de crucero
Ancillary services	Services complémentaires	Nebensleistungen	Servicios complementarios
Ticket Service	Réservation des billets d'entrée	Vermittlung von Eintrittskarten	Servicio de billeteo
Travel Insurance Service	Service d'assurances voyage	Vermittlung von Reiseversicherungen	Servicio de seguro de viaje
Visa Service	Service de demande de visa	Visabearbeitung	Servicio de visado
Provider of tourism services	Prestateur de services touristiques	Tourismus-Dienstleister	Proveedor de servicios turísticos
Tour operator	Voyagiste	Reiseveranstalter	Turoperador
Insolvency Protection	Protection contre l'insolvabilité	Kundengeldsicherung	Cobertura de insolvencia
Travel agency	Agence de voyages	Reisebüro	Agencia de viajes
Travel offer	Offre de voyages	Reiseangebot	Oferta de viaje
General Concepts	Termes généraux	Allgemeine Begriffe	Conceptos generales
Travel Brochure	Catalogue ou brochure de voyages	Reiseprospekt; Reisekatalog	Folleto de viaje
Destination Information	Informations sur la destination du voyage	Information über das Reiseziel	Información sobre el destino
Travel Time	Durée de voyage	Reisedauer	Duración del viaje
Beginning of the Journey	Début du voyage	Reisebeginn	Comienzo del viaje
End of the Journey	Fin de voyage	Reiseende	Fin del viaje

Inglés	Francés	Alemán	Español
Itinerary	Itinéraire	Reiseplan	Itinerario
Departure Time	Heure de départ	Abfahrtszeit	Hora de salida
Arrival Time	Heure d'arrivée	Ankunftszeit	Hora de llegada
Flight Time	Temps de vol	Flugzeit	Duración del vuelo
Route	Circuit/route	Route	Ruta
Stopover	Etape intermédiaire	Reiseunterbrechung	Parada intermedia
Lay-over	Escale	Zwischenaufenthalt	Detención obligada
Connecting Transport	correspondance	Anschlußbeförderung	Transporte en conexión
Non-stop Flight	Vol non-stop	Nonstop-Flug	Vuelo sin parada
Direct Flight	Vol direct	Direktflug	Vuelo directo
Departure and Return Points	Points de départ et de retour	Abreise- und Rückkehrpunkte	Lugares de salida y regreso
Entry Information about a Country	Informations d'accès au pays	Einreiseinformation für ein Land	Información sobre el país
Visa Information	Informations sur les visa	Visainformation	Información sobre visados
Health and Vaccination Information	Informations de santé et de vaccination	Gesundheits- und Impf-information	Información sobre sanidad y vacunación
Climate Information	Informations climatiques	Klimainformation	Información sobre el clima
Information about Sport and Leisure Facilities	Informations sur les possibilités de sports et de loisirs	Information über Sport- und Freizeitmöglichkeiten	Información sobre deportes y facilidades para el ocio
Information about Typical Costs	Information relatives aux frais supplémentaires représentatifs	Information über typische Nebenausgaben	Información sobre costos típicos
Travel Consulting	Conseil en voyage	Reiseberatung	Asesoría de viajes
Computer Information and Booking System	Informations et réservations assistées par ordinateur	Computer-Informationen- und Buchungssystem	Información y sistema de reservas electrónicos
Package Tour	Voyage à forfait	Pauschalreise	Círculo combinado
Optional Tourism Service	Service touristique optionnel	Fakultative touristische Leistung	Servicio turístico opcional
Special Offer of Travel	Voyage à prix réduit	Reise-Sonderangebot	Oferta especial
"Low Cost" Flight	Vol à prix réduit	Billigflug	Vuelo a precio reducido
Independent Travel	Voyage individuel, voyage indépendant	Individualreise	Viaje individual
Excursion	Excursion	Ausflug	Excursión
Travel for Special Interest Groups	Voyages pour certains groupes cibles	Reisen für bestimmte Zielgruppen	Viaje para grupos de interés especial o
Incentive Travel	Voyages à motivation	Incentive-Reise	Viaje de incentivo
Sales Promotion Tour	Voyages publicitaires	Werbefahrt	Tur de compras
City Break	Court séjour	Städtereise	Escapada
Boat Trip	Promenade en bateau	Bootsfahrt	Paseo
Cruise	Croisière	Kreuzfahrt	o
Shore Excursion	Excursion à terre	Landausflug	Excursión en tierra
Terms in a Tour Description or a Travel Offer	Expressions utilisées dans une description ou dans une offre de voyage	Begriffe in einer Reisebeschreibung oder einem Reiseangebot	Condiciones de un tur o de una oferta de viaje
To view	Voir	Sehen	Ver
To visit	Visiter	Besuchen	Visitar

Inglés	Français	Alemán	Español
Tour	Tour	Tour	Tur
Orientation Tour	Tour d'orientation	Orientierungstour	Tur de orientación
Panoramic Tour	Tour panoramique	Panoramatur	Tur panorámico
Guided Tour	Tour guidé	Geführte Tour	Tur con guía
Travel contract	Contrat de voyage	Reisevertrag	Contrato de viaje
Conditions of a Travel Contract	Conditions du contrat de voyage	Reisebedingungen	Condiciones de un contrato de viaje
Minimum Number of Travellers	Nombre minimum de participants	Mindestteilnehmerzahl bei einer Reise	Número mínimo de pasajeros
Maximum Number of Travellers	Nombre maximum de participants	Höchsteilnehmerzahl bei einer Reise	Número máximo de pasajeros
Replacement of a Traveller	Personne remplacement un voyageur	Erstperson für einen Reisenden	Sustitución de un pasajero
Contractual Liability	Responsabilité contractuelle	Vertragliche Haftung	Responsabilidad contractual
Travel Booking	Réservation de voyage	Reisebuchung	Reserva de viaje
Pre-Booking	Pré-réservation	Vorabuchung	Pre-reserva de viaje
Early Booking	Réservation à l'avance	Frühbuchung	Reserva anticipada
Option	Réservation optionnelle	Optionsbuchung	Opción o alternativa
Cancellation by a Traveller	Annulation par un voyageur	Stornierung durch einen Reisenden	Anulación por un pasajero
Cancellation Charge	Frais d'annulation	Stornokosten	Gastos de anulación
No-Show	Défaillance de voyageur	Nichtantritt	No presentación
Cancellation by a Provider of Tourism Services	Annulation par un prestataire de services touristiques	Stornierung durch einen Tourismus-Dienstleister	Anulación por un proveedor turístico
Force Majeure (Act of God)	Force majeure	Höhere Gewalt	Fuerza mayor
Travel price	Prix du voyage	Reisepreis	Precio del viaje
Basic Price	Prix de base	Grundpreis	Precio básico
Single Room Supplement	Supplément pour chambre individuel	Einzelzimmerzuschlag	Suplemento por habitación individual
Supplement/Reduction for Place of Departure	Supplément/réduction pour lieu de départ	Anreisenschlag/ Abreiseschlag	Suplemento/deducción por lugar de salida
Travel Seasons	Saisons de voyage	Reisesaisonzeiten	Temporada turística
Deposit	Acompte	Anzahlung	Anticipo o depósito
Balance Payment	Solde	Restzahlung	Saldo
Travel documentation	Documents de voyage	Reiseunterlagen	Documentos de viaje
Travel Voucher	Bon de voyage/voucher	Reisegutschein/Voucher	Bono de viaje
Check-in Time	Période d'enregistrement	Meldezeit	Hora de presentación
Boarding Time	Horaire d'embarquement	Einsteigezeit	Hora de embarque

**-FIN DE LA NORMA-**

---

**RESTAURANTES Y ESTABLECIMIENTOS  
GASTRONOMICOS SIMILARES. ESPECIFICACIONES  
PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO.**

---

**CORRESPONDENCIA:** No tiene correspondencia con normas internacionales

ICS 03.200

---

Editada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT, Colonia Médica, Av. Dr. Emilio Alvarez, Pje. Dr. Guillermo Rodríguez Pacas # 51, San Salvador, El Salvador, Centro América. Teléfonos: 22 348400. Fax. 22 25 6255 ; e-mail : [infoq@conacyt.gob.sv](mailto:infoq@conacyt.gob.sv).

---

Derechos Reservados.

**INFORME**

Los Comités Técnicos de Normalización del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT, son los organismos encargados de realizar el estudio de las normas. Están integrados por representantes de los sectores: Productor, Gobierno, Organismos de Protección al Consumidor y Académico Universitario.

Con el fin de garantizar un consenso nacional e internacional, los proyectos elaborados por los Comités se someten a un período de consulta pública en el cual puede formular observaciones cualquier persona.

El estudio elaborado fue aprobado como NSR.03.56.01:08 Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio, por el Comité de Técnico de Normalización 56. La oficialización de la norma conlleva la ratificación por la Junta Directiva de CONACYT y el Acuerdo Ejecutivo del Ministerio de Economía.

Esta norma está sujeta a permanente revisión con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias de la técnica moderna. Las solicitudes fundadas para su revisión merecerán la mayor atención del organismo técnico del Consejo: Departamento de Normalización, Metrología y Certificación de la Calidad.

**MIEMBROS PARTICIPANTES DEL COMITÉ 56**

Alessandro Vizia	Restaurante El Señor Tenedor
Aida del Carmen Pineda	Asociación de Restaurantes de El Salvador
Daniel Sternfels	Thrive S.A de C.V
Ivonne Mejía	Corporación Salvadoreña de Turismo. Ministerio de Turismo
Doris Cornejo	Corporación Salvadoreña de Turismo. Ministerio de Turismo
Jorge Alvarado	Universidad Francisco Gavidia
Sarah Handal	Defensoría del Consumidor
Yanira Colindres	CONACYT

## **1. OBJETO**

Esta norma define requisitos para la prestación del servicio de alimentación y bebidas, en restaurantes y establecimientos gastronómicos similares.

## **2. CAMPO DE APLICACIÓN**

Esta norma es de aplicación en restaurantes y establecimientos gastronómicos similares.

Esta norma no exime de cumplir los requisitos establecidos por otras autoridades regulatorias competentes, tal como la Norma Técnica Sanitaria para la Autorización y Control de Restaurantes. N° 006-2004-A, en su versión vigente.

## **3. DEFINICIONES**

**3.1 Batería de baños:** conjunto de servicios sanitarios que ubicados en un espacio común sirven para atender las necesidades de varios usuarios.

**3.2 Capacitación:** hace parte de la formación y pretende mejorar las habilidades, destrezas y conocimientos del personal del establecimiento mediante cursos de corta duración, no conducentes a la obtención de títulos

**3.3 Cepa:** tipo de uva con el que se ha elaborado un vino

**3.4 Cliente:** organización o persona que recibe un servicio y/o producto de la industria gastronómica.

**3.5 Comedor:** área donde se sirven y consumen los alimentos y bebidas preparados por el establecimiento gastronómico.

**3.6 Establecimiento gastronómico:** establecimiento cuyo objeto es la transformación de alimentos, venta y prestación del servicio de alimentos y bebidas preparadas. Ejemplo: cafeterías.

**3.7 Mise en place:** termino de origen francés, que se refiere a la preparación de los elementos necesarios en la cocina, comedor y bar, antes de cada tiempo de servicio.

**3.7 Plan de emergencias:** conjunto de medidas y procedimientos tendientes a salvaguardar la vida de las personas y bienes materiales de la empresa en caso de alguna eventualidad (sismo, inundación, ataque externo, incendio, explosión, entre otros) y evitar las consecuencias que pudieran derivarse de ellos.

**3.8 Programa de seguridad:** conjunto de procedimientos preventivos a seguir con el fin de disminuir los riesgos y evitar cualquier accidente dentro del establecimiento.



**3.9 Protocolo de servicios:** Conjunto de procedimientos a seguir para la estandarización de los procesos de atención y servicio al cliente.

**3.10 Receta estandarizada:** documento que comprende los ingredientes y sus cantidades, proceso y tiempo de elaboración, vida útil del alimento, temperaturas, porciones por recetas y presentación final del plato.

**3.11 Restaurante:** establecimiento donde se preparan y expenden alimentos de consumo inmediato. El consumo es en el mismo local y generalmente tiene el servicio a la mesa.

## 4. REQUISITOS GENERALES

**4.1 Protocolo de servicio.** Debe aplicar un protocolo de servicio.

Nota 1. Un protocolo de servicio incluye como elementos mínimos: saludo, asignación de mesa, presentación de menú, toma de orden, servicio, presentación de cuenta, despedida, entre otros.

**4.2 Señalización.** Debe tenerse claramente señalizadas las siguientes áreas: servicios sanitarios, lavamanos, oficinas administrativas, áreas de fumado, equipos de emergencia y ruta de evacuación.

**4.3 Limpieza de las instalaciones.** Cumplir con los requisitos reglamentarios establecidos y demostrar el compromiso de mantener las instalaciones en condiciones ordenadas e higiénicas.

**4.4 Recetas estandarizadas.** El restaurante debe implementar recetas estandarizadas, para mantener la consistencia de la preparación, ingredientes, sabor y presentación del plato.

**4.5 Mise en place.** Cada establecimiento debe definir una política para la verificación de la condiciones de funcionamiento en la sala, cocina y bar, previo a la prestación del servicio.

**4.6 Áreas de circulación.** Deben mantenerse espacios que permitan la adecuada circulación de clientes y el personal de servicio. Se recomiendan 75 cm de distancia entre respaldo y respaldo de cada silla con el comensal sentado. Se recomienda 1.5 m de distancia en los pasillos de doble circulación del personal de servicio.

**4.7 Recepción de materia prima.** Debe establecerse un acceso independiente del área de entrada de clientes, para los proveedores de materia prima. En caso no sea posible establecer esta área (por las características de la infraestructura del establecimiento), deben definirse horarios de recepción de materia prima y afines, fuera de los horarios de atención a los clientes.

**4.8 Estacionamiento.** En caso que se tenga un estacionamiento privado, debe ser iluminado, estar señalizado y debe especificarse el alcance de responsabilidad sobre la seguridad del vehículo.

**4.9 Valet Parking.** En caso que se preste el servicio de valet parking, este debe ser realizado por personal capacitado quien se responsabilizara del cuidado del vehículo. Debe implementarse un sistema de control de recepción, despacho de vehículos y notificación de límite de responsabilidad.

## **5. REQUISITOS DE SERVICIO**

### **5.1 PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

**5.1.1 Reservasiones.** En caso se preste el servicio de reservasiones debe llevarse el registro de las mismas.

*Nota 2. Una reservación debe incluir como elementos mínimos: nombre, fecha, hora y número de comensales*

**5.1.2 Información telefónica.** Proporcionar información acerca de los horarios de atención, menús, promociones, servicios adicionales, así como la atención adecuada de otras consultas de los clientes.

**5.1.3 Información del transporte público.** Tener una lista de servicio de taxis aprobados, con información de tarifas promedios y de las rutas de autobuses que circulan en la zona.

**5.1.4 Manejo de sugerencias, quejas y reclamos.** Debe tener un procedimiento implementado para el manejo de sugerencias, quejas y reclamos. En el Anexo A. se presenta un Modelo de encuesta de satisfacción del cliente.

**5.1.5 Servicios de emergencia.** Debe tener un directorio disponible de las instituciones que brindan servicios de emergencia.

**5.1.6 Formas de pago:** Debe informarse de forma clara y notoria, en caso existan restricciones en la forma de pago, ya sea por tarjetas de crédito, cheques, cheques de viajero, moneda extranjera y denominaciones de billetes.

**5.1.7 Horarios de atención.** Debe informarse en un lugar visible, los días y horarios de servicio del establecimiento.

**5.1.8 Información de políticas de ingreso a clientes.** Debe señalizarse en un lugar visible en la entrada o cerca de la misma, las restricciones para el ingreso de armas, mascotas y otras sujetas a las políticas del establecimiento.

### **5.2 COMEDOR**

#### **5.2.1 Requisitos generales de comedor**

- a) Debe designarse un encargado del servicio en el comedor
- b) Debe tenerse una carta de alimentos y bebidas con una breve descripción del plato, identificar claramente los precios, cobros adicionales si hubiera y platos sujetos a temporadas. Ésta debe mantenerse en buen estado de conservación y ser legible.
- c) La carta puede ser sustituida o complementada por otros soportes de venta (pizarras, carteles, paneles, menús y promociones de mesa, entre otros) y deben mantenerse en buen estado de conservación y limpieza.

*Nota 3. Se recomienda que se tenga una carta de alimentos y bebidas en inglés.*

**5.2.2 Mesas.** Deben estar en buen estado de conservación y elaboradas con material de fácil limpieza.

**5.2.3 Mantelería y servilletas.** En caso que se utilicen manteles y servilletas, estos deben estar en buen estado de limpieza y conservación

**5.2.4 Vajilla y Cristalería.** Deben estar en buen estado de limpieza y conservación (no astilladas, no gastadas o rayadas, sin roturas, sin manchas, entre otros) y adecuados al tipo de comida y bebidas.

**5.2.5 Cubertería, complementos de mesa y utensilios.** Deben estar en buen estado de limpieza y conservación (no oxidados, no rayados, no doblados y sin manchas, entre otros) y adecuados al tipo de comida y bebida. Deben permanecer en la mesa debidamente protegidos. En caso de ser de material desechable no deben ser reutilizables.

**5.2.6 Reserva de materiales de servicio y operación.** Debe disponerse de una reserva adecuada a la capacidad del restaurante.

### **5.3 BAR**

5.3.1 Deben tenerse recetas estandarizadas de coctelería

5.3.2 Debe existir como mínimo un servilletero al alcance de cada cliente

5.3.3 Para la carta de vinos debe identificarse la cepa, vendimia, origen, denominación de origen, marca comercial y precio de los vinos. Debe mantenerse en un buen estado de conservación y ser legibles.

5.3.4 El vino debe almacenarse en condiciones de temperatura y luz adecuada.

5.3.5 Se recomienda solicitar a los proveedores constancia que los elementos utilizados para decorar y/o manipular bebidas, sean aptos para uso o contacto con éstas.

5.3.6 En caso que exista área de comedor, entre la silla de la barra y las sillas del comedor debe existir un espacio mínimo de 75 cm.

### **5.4 COCINA**

#### **5.4.1 Requisitos generales de cocina**

a) Debe definirse un sistema de identificación o etiquetado para el control de la caducidad de las materias primas y alimentos preparados.

b) Debe llevarse un sistema para el manejo de inventarios de manera que permita cumplir con la oferta gastronómica del establecimiento.

c) Establecer un procedimiento para el manejo y reducción de mermas, desperdicios y residuos.

d) Debe utilizarse medios de información visual en el que se difundan las principales medidas de higiene reglamentadas y otras prácticas o accesos no permitidas en esta área. Dichos medios de información deben estar elaborados con materiales no tóxicos y que permitan su fácil limpieza.

e) Debe identificarse claramente al responsable del área de cocina

f) Establecer un código para el manejo adecuado de las órdenes de pedido.

g) Deben separarse las zonas para comidas calientes y frías

h) Debe definirse un procedimiento para el manejo de reprocesos

- i) Definir un mecanismo de control de calidad de materia prima dentro del proceso de cocina.

## **6. REQUISITOS DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD.**

- 6.1 Debe tenerse un inventario de todo el equipo.
- 6.2 Debe tenerse un programa de mantenimiento preventivo para el equipo, instalaciones y mobiliario. Debe conservarse los registros que evidencien el cumplimiento de dicho programa.
- 6.3 El programa de mantenimiento debe señalar los responsables de su ejecución y su respectiva calendarización por equipo.
- 6.4 El mantenimiento del equipo debe sujetarse a las recomendaciones del fabricante.
- 6.5 Implementar una bitácora en la que se registren las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo.
- 6.6 El mantenimiento de los sistemas eléctricos debe ser realizado por personal certificado.

Nota 4. En El Salvador, la certificación de electricistas es otorgada por la SIGET.

- 6.7 El mantenimiento y señalización de los sistemas de emergencia y protección contra incendios, deben ser implementados de acuerdo a la legislación vigente.

Nota 5. El Ministerio de Trabajo y el Cuerpo de bomberos definen los requisitos legales en este tema.

- 6.8 Debe establecerse un plan de emergencias y un programa de seguridad.
- 6.9 Deben mantenerse despejadas las rutas de evacuación.

## **7. GESTION DE PROVEEDORES**

### **7.1 APROBACIÓN DE PROVEEDORES**

- 7.1.1 Se deben establecer especificaciones técnicas y requisitos para la adquisición de materias primas y productos.
- 7.1.2 Debe realizarse una evaluación sistemática de los proveedores y mantener una lista de proveedores aprobados. Se recomienda un mínimo de dos proveedores por rubro. En caso sea necesario utilizar un proveedor que no este dentro de la lista debe ser aprobado por el responsable asignado.
- 7.1.3 Las materias primas y productos nuevos deberán someterse a prueba antes de su aceptación.
- 7.1.4 Debe establecerse con los proveedores, un acuerdo por escrito que exija el cumplimiento de los siguientes requisitos
  - a) Permisos de operación vigentes, en base a los requisitos establecidos por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
  - b) Suministro de productos aptos para el uso y/contacto con los alimentos. Por ejemplo aditivos, vajillas, entre otros.

- c) Suministro de alimentos que tengan su registro sanitario, de acuerdo a la legislación vigente.
- d) Cumplir las fechas y horarios de entrega pactados.
- e) Cumplir con los requisitos de transporte de alimentos establecidos en la legislación nacional.
- f) Cumplir lo exigido en la norma NSO 67.10.01:03 Norma General para el Etiquetado de los Alimentos Preenvasados, cuando aplique.

## **7.2 EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES**

- Se debe realizar una evaluación periódica de los proveedores en base al historial de su desempeño.
- Debe llevarse una bitácora de registro de incidentes relacionados a los proveedores.

## **8. GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO**

### **8.1 SELECCIÓN DEL PERSONAL**

- a) Deben definirse los perfiles de puesto, estableciendo requisitos de formación y experiencia.
- b) Debe establecerse mecanismos de selección del recurso humano, para asegurar la idoneidad del personal contratado.

### **8.2 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO**

- a) Debe establecerse un programa de evaluaciones del desempeño del personal y mantener los registros que evidencien su cumplimiento.

*Nota 6. En el Anexo B se describen algunos elementos a considerar para la evaluación del desempeño del personal.*

- b) Definir mecanismos o programas de incentivos que reconozcan la contribución del personal en el cumplimiento de los objetivos del establecimiento.

### **8.3 FORMACIÓN**

Debe establecerse un plan de capacitación del personal, con su respectiva documentación y evidencia de aplicación.

## **9. GESTIÓN DE LA MEJORA**

Deben utilizarse los resultados de las diferentes evaluaciones descritas en los capítulos anteriores y considerarlos como insumos para la mejora continua.

## **10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- UNE 167008 Servicios de Restauración. Requisitos de Bar. Asociación Española de Normas. España 2006.

- UNE 167009 Servicios de Restauración. Requisitos de Cocina. Asociación Española de Normas. España 2006.
- UNE 167001 Servicios de Restauración. Requisitos de Dirección. Asociación Española de Normas. España 2006.
- UNE 167002 Servicios de Restauración. Requisitos de Mantenimiento de las Instalaciones y Equipo. Asociación Española de Normas. España 2006.
- UNE 167003 Servicios de Restauración. Requisitos de aprovisionamiento y almacenaje. Asociación Española de Normas. España 2006.
- NTS-USNA Norma Técnica Sectorial Colombiana 008. Categorización de Restaurantes por Tenedores. Instituto Colombiano de Normas Técnicas. Colombia 2005.

**ANEXO A**  
**(Informativo)**

**MODELO DE ENCUESTA DE SATISFACCION DEL CLIENTE**

Fecha: \_\_\_\_\_

Nº (correlativo de encuesta)

Nombre del establecimiento gastronómico: \_\_\_\_\_

<i>Aspecto evaluados</i>	<b>Calificación</b>		
	<b>Excede Expectativas</b>	<b>Cumple Expectativas</b>	<b>No cumple las expectativas</b>
Limpieza del establecimiento			
Ambiente del establecimiento			
Atención del personal			
Tiempos de servicio			
Presentación de los alimentos			
Sabor de los alimentos			

Regresaría a nuestro establecimiento?     si     no

Nos recomendaría con otras personas?     si     no

Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
(opcional, si desea recibir información de nuestras promociones)

**ANEXO B  
(Informativo)**

**ELEMENTOS PRINCIPALES PARA LA EVALUACION DEL DESEMPEÑO**

A continuación se presenta una lista de los principales aspectos a considerar para la evaluación de desempeño del personal. Esta lista es enumerativa y no limitativa.

- Cumplimiento de requisitos de normas sanitarias.
- Cumplimiento de procedimientos técnicos según el puesto de trabajo.
- Relaciones interpersonales
- Vivencia de valores
- Compromiso con la calidad
- Cumplimiento de metas

**-FIN DE LA NORMA-**